

## CULTURE DE MODE

JEUDI 24 & VENDREDI 25 MAI 2012

MARDI 13 & MERCREDI 14 NOVEMBRE 2012

*L'engouement pour la mode est d'autant plus intense qu'elle est éphémère. Pour **comprendre ses codes**, il faut **s'informer sur la création au présent**. Mais pour **construire du sens**, il faut la **mettre en perspective en la confrontant au passé et à divers modes d'expression**.*

*Vivant car aux prises avec l'actualité, ce séminaire vous invite à **connaître les maisons et les créateurs incontournables**, à **décrypter les grandes mutations de la mode contemporaine** et en **découvrir la scène et les coulisses**.*

### OBJECTIFS

Acquérir une culture de mode.  
Connaître les créateurs qui ont marqué l'histoire de la mode.  
Comprendre les grandes mutations de la mode contemporaine.

Avec **Farid CHENOUNE**, historien et journaliste de mode, professeur associé - IFM,  
**Florence MÜLLER**, historienne du costume, professeur associé - IFM

### PROGRAMME

#### IDENTITÉ DE LA MODE

Origines de la mode  
Définitions de la mode : un besoin social, un art appliqué à l'industrie...  
Les temps forts de la mode d'hier à aujourd'hui

#### LA NOUVELLE DONNE : LA RÉVOLUTION DES ANNÉES 90

De la maison de couture à la marque  
Du couturier artisan de luxe au directeur artistique visionnaire global  
Du style à l'ADN et au code  
Du vêtement au culte de l'accessoire  
De la collection aux séries courtes  
Des clients privés aux muses people

#### RÉVOLUTION DES MŒURS ET RÉVOLUTION DES MODES D'HABILLEMENT

La fin du total look  
Le mix and match  
La démocratisation du luxe  
La surinformation et l'hyperchoix  
L'egostylisme des femmes  
L'attitude « vintage »

#### MODE ET MÉDIA : LE MAKING OF DU RÊVE

Pas de mode sans images. Pas de mode sans récits et sans histoires  
Comment les magazines et les marques de mode travaillent ensemble ?  
Photographe, styliste, directeur artistique, mannequin, agence : qui a le pouvoir et pourquoi ?

### PROFESSIONNELS CONCERNÉS

Directeurs et responsables collection, chefs de produits, stylistes, directeurs et responsables commerciaux, responsables boutique et d'une manière générale toute personne en rapport avec l'élaboration des collections et tous les collaborateurs des entreprises liées à la mode (départements juridique, financier, administratif, production, informatique...).

**MÉTHODES PÉDAGOGIQUES**

La formation s'appuie sur de nombreux exemples visuels, illustrés par des diapositives et des vidéos présentant les phénomènes analysés.

**MODALITÉS DE VALIDATION DES ACQUIS**

Fiche d'évaluation à l'issue de la formation.

**LIEU** : Institut Français de la Mode - 36, quai d'Austerlitz - 75013 Paris

**DURÉE** : 2 jours - 9h00 / 17h30 (14 heures)

**COÛT** : 1 550 € HT

**Ce séminaire est pris en charge dans le cadre du DIF.**