

RAPPORT D'ACTIVITE 2010

IFM - 36 quai d'Austerlitz, 75013 Paris
T.33 (0)1 70 38 89 89, F. 33(0)1 70 38 89 00
www.ifm-paris.com

SOMMAIRE

LE MOT DU DIRECTEUR GENERAL	3
QUI SOMMES-NOUS ?	4
2010 : FAITS MARQUANTS	5
GOUVERNANCE	9
LE CONSEIL D'ADMINISTRATION	9
L'ASSEMBLEE GENERALE	11
LES CONSEILS D'ORIENTATION	12
LA DIRECTION DE L'IFM	15
CHIFFRES CLES	16
BUDGET	16
NOMBRE D'ETUDIANTS	17
BIBLIOTHEQUE	17
STRATEGIE DIGITALE ET SITE WEB	17
ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET FORMATION	19
PROGRAMME POSTGRADUATE DE MANAGEMENT MODE ET DESIGN	21
PROGRAMME POSTGRADUATE DE CREATION (MODE ET ACCESSOIRES)	24
« GLOBAL FASHION MANAGEMENT » EXECUTIVE MBA	28
UNIVERSITE D'ETE	29
FORMATION CONTINUE	30
PARTENARIATS DANS LE DOMAINE DE LA FORMATION	30
ECOLES DE CREATION DE MODE	31
RECHERCHE ACADEMIQUE	32
OBSERVATOIRE ECONOMIQUE ET ETUDES	33
CONFERENCES, EVENEMENTS ET PARTENARIATS	36

LE MOT DU DIRECTEUR GENERAL

Depuis son installation quai d'Austerlitz, à « Docks en seine », l'IFM a changé de dimension. La Grande Ecole constituée de 3 programmes d'enseignement supérieur post-master a accueilli à la rentrée de 2010 120 étudiants : 75 en Management, 18 en Création et 27 dans le MBA « Executive ». En 2004, l'IFM comptait 55 étudiants. L'enseignement à l'IFM prend appui sur une recherche académique appliquée de qualité qui offre des ouvrages, une revue –Mode de recherche- et des conférences publiques mensuelles.

Notre objectif est de continuer à augmenter de manière raisonnable le nombre de nos étudiants, en demeurant sélectif et attentif aux débouchés professionnels de nos diplômés.

Le maillage international de la Grande Ecole est une priorité dans une industrie, celle de la mode, toujours plus globale. Aux partenariats établis avec le Fashion Institute of Technology (FIT) de New York, Hong Kong Polytechnic University et l'Université Tsinghua de Pékin, sont venus s'ajouter ceux établis avec l'Université Bocconi de Milan, le Central Saint Martins College of Art and Design à Londres et l'ISEM de l'Université de Navarre à Madrid.

En France, des relations durables ont été nouées avec l'Ecole Nationale Supérieure de Création industrielle (ENSCI), l'Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs (ENSAD), l'Ecole de la Chambre Syndicale de la Couture, l'Université Sorbonne Paris IV, HEC, ESCP Europe et les écoles du pôle Design de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

L'Université d'Eté qui propose des programmes courts aux lycéens et aux étudiants du premier cycle universitaire s'est encore développée lors de sa deuxième édition en 2010. Elle a notamment l'ambition de montrer les différentes facettes des industries françaises de la mode et de la création et la diversité des métiers offerts.

Le pôle Formation Continue, qui a accueilli plus de 2000 professionnels en 2010, a renoué avec la croissance et propose toute une gamme de séminaires inter et intra-entreprises.

L'Observatoire Economique et le pôle Etudes sont un complément indispensable de la formation. Ceux-ci proposent au niveau collectif et individuel une expertise fondée sur des outils quantitatifs que sont le panel Distributeurs et l'Enquête consommateurs. De nouveaux chantiers ont été ouverts : l'observation du marché des textiles techniques, l'observation du secteur du luxe.

L'Institut abrite et porte le réseau d'entreprises R3iLab qui a conduit tout au long de 2010 cinq programmes pour développer l'innovation dans les PME.

Toutes ces initiatives impliquent un réseau d'information de bonne qualité qui repose d'une part sur la Bibliothèque et d'autre part sur une mise en réseau via le site internet et les réseaux sociaux. L'innovation et la réactivité sont au cœur des actions conduites par l'IFM pour contribuer à une compétitivité plus forte d'un secteur d'activité stratégique pour l'économie française.

Je tiens à remercier pour leur soutien l'ensemble de nos partenaires, entreprises, associations professionnelles et pouvoirs publics, ainsi que toute notre communauté académique et scientifique qui partage les ambitions de l'IFM.

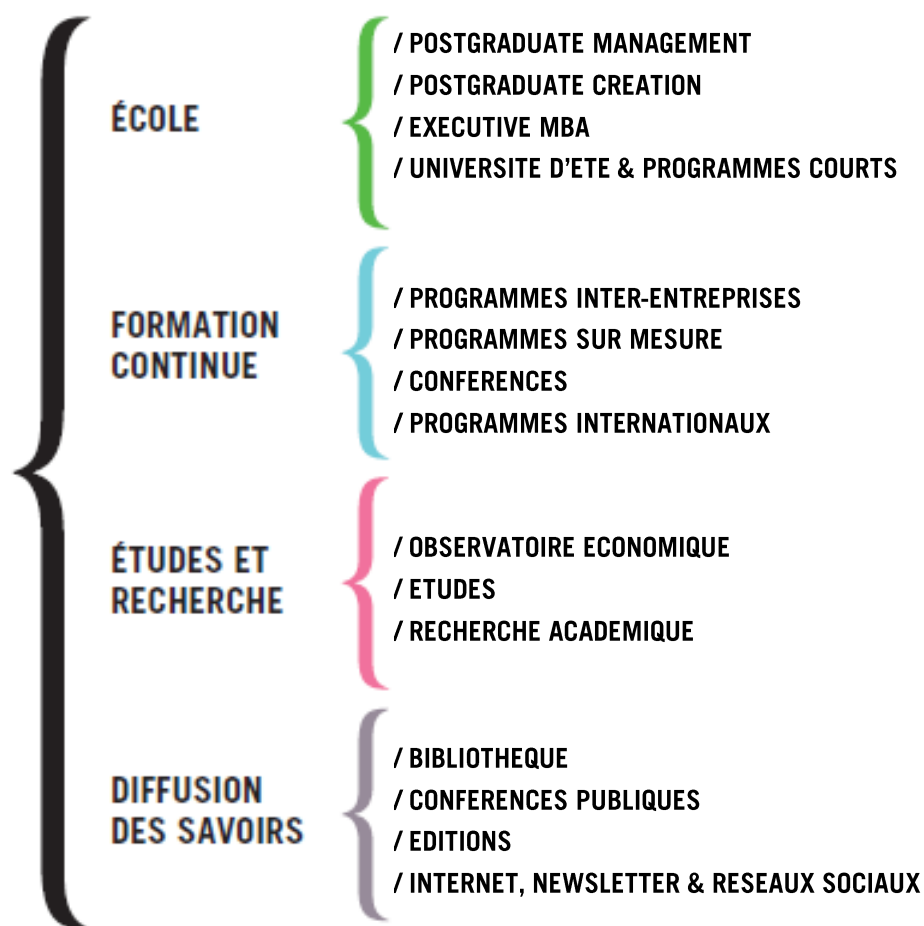
Dominique JACOMET

QUI SOMMES-NOUS ?

L'IFM, association loi 1901 à but non lucratif, a été fondé en 1986 par les professions du textile, de l'habillement et de la mode avec le soutien du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

L'IFM est membre fondateur de l'International Foundation of Fashion Technology Institutes (IFFTI), association qui regroupe les meilleurs établissements de formation du monde en matière de management, création et technologie dans le domaine de la mode.

L'IFM est membre correspondant de la Conférence des Grandes Ecoles.



2010 : FAITS MARQUANTS

UNIVERSITE D'ETE

Dans le cadre de l'Université d'été de l'IFM, un programme d'une durée de deux semaines, élaboré en partenariat avec le Central Saint Martins College of Art and Design de Londres, a été proposé pour la première fois au cours de l'été 2010. Le programme, entièrement en anglais, s'est déroulé à Londres du 23 au 27 août 2010 et à Paris du 30 août au 3 septembre 2010.

Ce programme, *Fashion and Culture in London and Paris*, est un séminaire de culture générale conçu pour permettre de comprendre les tendances de la création dans deux grandes capitales mondiales de la mode. Avec conférences d'experts, visites sur le terrain et rencontres avec des professionnels à la découverte des références culturelles tant à Londres qu'à Paris. Les stagiaires ont découvert deux univers de mode et leurs influences, leur vocabulaire créatif, leur environnement industriel, leur système de promotion et de communication...

CEREMONIE DE REMISE DES DIPLOMES

Les promotions 2008 et 2009 des Programmes Postgraduate Management et Création ont été diplômées le 1er juillet dans l'amphithéâtre Yves Saint Laurent, en présence de **Pierre Bergé**, Président du Conseil d'Administration de l'IFM et fondateur de l'Institut, de **Jean-Bernard Devernois**, Président du Conseil des Affaires Académiques, du Directeur Général, **Dominique Jacomet**, de la Directrice Générale Adjointe, **Sylvie Ebel**, de **Françoise Sackrider**, Directrice du Programme Postgraduate Management, de **Francine Pairon**, Directrice du Programme Postgraduate Création et de toutes les équipes de l'IFM ainsi que des parents et amis des étudiants.

C'était la première remise de diplômes sur le site de Docks en Seine. 108 étudiants du Programme Postgraduate de Management mode et design et 29 étudiants du Programme Postgraduate de Création mode et accessoires étaient présents.

Dans son discours, Pierre Bergé a souligné qu'en créant l'IFM il y a 24 ans, en 1986, il avait voulu « *aider la mode à aborder le XXI^e siècle sans les carcans du passé* ». Il a ajouté que l'IFM était là pour ancrer la mode dans la réalité de la vie sociale : « *la mode, c'est d'abord fait pour habiller une femme, un homme* ». « *La mode, ce n'est pas des rêves* » a-t-il souligné, en ajoutant à l'adresse des étudiants : « *méfiez-vous de ceux qui veulent faire la mode de demain et de ceux qui s'appuient trop sur le passé : la mode s'écrit au présent* ».

LE CERCLE IFM ACCUEILLE TROIS NOUVEAUX MEMBRES

En 2010, trois nouvelles entreprises ont rejoint le Cercle IFM qui regroupe les entreprises et les fondations mécènes de l'Institut sous la présidence de **Bruno Pavlovsky**, Président des activités Mode de Chanel. Les contributions des membres du Cercle permettent de financer des bourses, sur des critères d'attribution exclusivement financiers, destinées aux étudiants.

Il s'agit de **Christian Dior Couture**, de **Chloé international** et de la **Fondation d'Entreprise Hermès International**.

La **Fondation Pierre Bergé-Yves saint Laurent** a fait part de sa décision de rejoindre le Cercle IFM en 2011.

Le Cercle IFM rassemble désormais 13 entreprises ou fondations mécènes :

Armand Thiery
Chanel
Chloé international
Christian Dior Couture
Disneyland Paris
Fondation Pierre Bergé-Yves Saint Laurent
Fondation d'Entreprise Hermès
Galeries Lafayette
Groupe Etam
Kenzo
L'Oréal Division Produits de Luxe
Vivarte
Yves Saint Laurent

Grâce au Cercle IFM dont l'engagement financier s'étend sur trois années renouvelables, l'Institut peut attirer les meilleurs profils, français et internationaux, en leur offrant une prise en charge partielle de leurs frais de scolarité. Les bourses sont attribuées par l'IFM sur décision de la Commission d'Attribution des Bourses qui se réunit à la fin de chaque session de recrutement.

Environ 50 % des étudiants de l'Institut ont pu bénéficier d'une bourse depuis la mise en place de ce dispositif en 1994. 458 bourses ont été attribuées depuis la création du Cercle, dont plus de 40% à des étudiants étrangers.

Les actions de mécénat du Cercle permettent aussi de compléter les financements nécessaires pour la diffusion des travaux de recherche académique entrepris par l'IFM : revue biannuelle et édition d'ouvrages par l'Institut.

LANCEMENT DE DEUX NOUVEAUX OBSERVATOIRES :

TEXTILES TECHNIQUES ET LUXE

Devant le développement des textiles techniques, qui s'appuient sur des savoir-faire hérités du textile-habillement mais répondent à d'autres besoins de marchés, l'IFM a mis en place un Observatoire des textiles techniques. Avec le soutien financier de la DGCIS, une collaboration a été établie avec l'IFTH et un Comité de pilotage a été mis en place avec les Pôles de compétitivité textiles (Techtera et UP-tex), les fédérations professionnelles et les services du Ministère.

Objectifs de l'observatoire :

- Etablir un tableau de bord quantitatif du secteur des textiles techniques, par segment de marché/ types de produits,
 - Faire une typologie fine et raisonnée des segments stratégiques pour les entreprises françaises,
 - Mener des enquêtes ciblées auprès des utilisateurs de certains marchés porteurs (pratiques et attentes vis-à-vis des offres), sur un territoire élargi à un niveau européen.
- L'Observatoire des textiles techniques est animé par **Evelyne Chaballier**, Directrice des études économiques et prospectives de l'IFM avec le concours de **Christine Browaey**, ingénieur conseil.

La lettre économique de l'IFM a consacré deux articles aux textiles techniques en 2010 : « Les textiles techniques, leviers de développement de l'industrie textile européenne » et « Les textiles techniques dans les pays émergents : la dynamique des marchés, vecteur d'innovation ? ».

Un observatoire consacré à l'industrie du luxe a été mis en place en 2010. Il a pour objet de mettre au point un tableau de bord économique des acteurs du secteur, d'établir une typologie des modèles d'affaires dans le luxe, d'éclairer l'évolution des métiers et par conséquent les besoins des entreprises en termes de compétences.

L'observatoire du luxe a commencé à produire ses premiers travaux. Un tableau de bord des performances des entreprises du luxe, françaises et étrangères, a été remis à la DGCIS. Une analyse des modèles d'affaires a débuté. Elle est fondée sur une série d'entretiens menés auprès de dirigeants d'entreprises françaises et italiennes. Un autre champ de recherche est l'évolution des métiers dans les entreprises du luxe. De nombreux entretiens ont commencé auprès de directeurs des ressources humaines, de conseils en recrutement, afin de comprendre les besoins à venir des entreprises en termes de compétences et de qualifications.

Cet observatoire est animé par **Franck Delpal**, Economiste à l'Observatoire Economique de l'Institut.

ADOPTION DU RAPPORT IFM/CREDOC SUR LES SOLDES FLOTTANTS

En décembre 2010, Christine Lagarde, ministre de l'Economie et Frédéric Lefebvre, secrétaire d'Etat au Commerce, ont adopté officiellement un rapport sur les « soldes flottants » demandé à l'IFM et au Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC). Ce rapport préconise le maintien des soldes flottants, une mesure créée par la loi de modernisation de l'économie (LME), afin de permettre aux commerçants d'étaler les périodes de soldes tout au long de l'année.

Les rapporteurs (**Yvon Merlière**, Directeur Général du CREDOC, **Dominique Jacomet**, Directeur Général de l'IFM et **Evelyne Chaballier**, Directrice des études économiques et prospectives à l'IFM) ont fait plusieurs recommandations :

- maintenir le mécanisme des soldes flottants introduit par la loi de modernisation de l'économie dans une optique de défense du pouvoir d'achat des consommateurs ;
- ne pas figer dans l'année les dates de ces soldes flottants, afin de ne pas ajouter de contraintes supplémentaires aux distributeurs et de leur laisser la faculté de trouver le meilleur équilibre entre périodes de solde et périodes de promotion ;
- promouvoir une période d'animation commerciale au printemps, en raison du faible pic d'activité à ce moment de l'année.

Le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie a pris acte des recommandations des rapporteurs et a décidé de poursuivre, pour l'année 2011, l'application des soldes flottants tels que prévus par la loi de modernisation de l'économie.

Consulter le rapport en ligne:

<http://www.economie.gouv.fr/maintien-des-soldes-flottants-en-2011>

CYCLE DE CONFERENCES PUBLIQUES

Depuis son installation à Docks en Seine, l'IFM organise un cycle de conférences publiques qui s'adresse à tous, à raison d'une conférence par mois et avec un prix d'entrée modeste (5 euros la séance, possibilité d'abonnement à l'intégralité du cycle). En 2010, ces conférences, organisées par le département de la Recherche, ont permis de rassembler près de 1000 participants dans l'amphithéâtre Yves Saint Laurent.

Catherine Geel
Le design, 20 janvier 2010

Jérôme Neutres
Costume royal de cour sous la domination britannique, 10 février 2010

Nicolas Liucci-Goutnikov
Images de mode, images de classes, 31 mars 2010

Patrick le Quément
Histoire d'une carrière Internationale dans le design automobile, 16 juin 2010

Laurent Cotta
Autour de l'exposition Yves Saint Laurent, 30 juin 2010

Christine Bard
Une lecture politique du pantalon, 12 octobre 2010

Georges Vigarello
Une histoire de la silhouette, 9 novembre 2010.

Benoît Heilbrunn
Les marques : créativité ou misère symbolique ?, 23 novembre 2010

Odile Blanc
Robes de fées et contes de princesses : l'exemple de Peau d'âne, 14 décembre 2010

UNE ETUDE INTERNATIONALE SUR LA CHAÎNE LOGISTIQUE DANS LA MODE

A l'occasion du séminaire annuel de l'IFM (« Perspectives 2011 », le mardi 30 novembre 2010 à Paris) **Laurent Raoul** et **Christel Carlotti**, professeurs/experts à l'Institut ont présenté les premiers résultats d'une enquête inédite sur la gestion de la chaîne logistique dans la mode, ses enjeux et ses problématiques (étude réalisée à la demande du DEFI/Comité de Développement et de Promotion de l'Habillement).

Dans une recherche de plus grande efficacité, les entreprises du secteur mode/habillement travaillent aujourd'hui activement à l'optimisation de leur *supply chain*, du processus de collection à la distribution en magasin. Cette étude de 6 mois conduite en 2010 auprès de 120 acteurs internationaux majeurs en Europe, aux Etats-Unis, et en Asie (soit un chiffre d'affaires représenté d'environ 155 milliards d'euros), a permis de mettre en lumière les nouvelles stratégies de *sourcing* et de distribution dans un contexte de sortie progressif de crise et de hausse des prix d'approvisionnement.

L'étude de l'IFM, conduite par Laurent Raoul et Christel Carlotti montre comment les entreprises agissent concrètement pour avoir une vue globale des opérations (stocks, délais, coûts planifiés / réalisés), et comment elles procèdent pour allouer plus efficacement leurs ressources.

On observe notamment un regain d'intérêt des entreprises pour la fabrication, les supports textiles et les matières premières (recherche d'un « pilotage maîtrisé de la chaîne »). A la place du *hard buyer* d'il y a quelques années, on est aujourd'hui en présence d'un *skilled buyer*. Autrement dit l'acheteur tout puissant est devenu un acheteur engagé, plus performant sur la planification en amont et plus sensible aux évolutions des relations avec les fournisseurs.

GOUVERNANCE

Président du Conseil d'Administration

PIERRE BERGÉ

Vice-Président et Trésorier

ANDRE BEIRNAERT

Directeur Général

DOMINIQUE JACOMET

Directeur Général Adjoint

SYLVIE EBEL

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

COLLÈGE DES PERSONNES MORALES, MEMBRES FONDATEURS ET ACTIFS DE L'INSTITUT

REPRESENTANTS DU SECTEUR TEXTILE :

ANDRE BEIRNAERT - Président, UNION DES INDUSTRIES TEXTILES DU NORD

EMMANUELLE BUTAUD - Délégué Général, UNION DES INDUSTRIES TEXTILES

JEAN-BERNARD DEVERNOIS – Vice-Président, UNION DES INDUSTRIES TEXTILES

YVES DUBIEF - Président Directeur Général, TENTHOREY

PATRICE KRETZ - Président du Directoire, CHANTELLE

JEAN-CLAUDE MONTAGNON - Président, CHAMATEX

BRUNO PROVERBIO - Président, SOCIÉTÉ D'ENNOBLISSEMENT TEXTILE PROVERBIO S.A.

REPRESENTANTS DU SECTEUR HABILLEMENT :

PIERRE-JACQUES BRIVET - Délégué Général, MODE-HABILLEMENT RHONE-ALPES

ALAIN DAMAMME - Président, FEDERATION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DE CHEMISERIE, LINGERIE

FRANÇOIS-MARIE GRAU - Délégué Général Adjoint, UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DE L'HABILLEMENT

LIONEL GUERIN - Délégué Général, FÉDÉRATION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DU VÊTEMENT MASCULIN

CLAUDE MISEREY - Président, FÉDÉRATION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DU VÊTEMENT MASCULIN

JEAN-PIERRE MOCHO - Président, UNION FRANCAISE DES INDUSTRIES DE L'HABILLEMENT ET DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DU PRÊT-À-PORTER FÉMININ

LAURENT VANDENBOR - Délégué Général, OUEST MODE INDUSTRIE

REPRESENTANTS DU SECTEUR DE LA COUTURE ET DES CREATEURS DE MODE :

DIDIER GRUMBACH - Président, FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA COUTURE, DU PRÊT-À-PORTER DES COUTURIERS & DES CRÉATEURS DE MODE

BRUNO PAVLOVSKY – Président des Activités Mode, CHANEL

SIDNEY TOLEDANO - Président Directeur Général, CHRISTIAN DIOR COUTURE

RALPH TOLEDANO – Vice-Président de la CHAMBRE SYNDICALE DES COUTURIERS ET DES CREATEURS DE MODE

REPRESENTANTS DU SECTEUR DE LA DISTRIBUTION :

PAUL DELAOUTRE - Directeur Général Branche Grands Magasins, GROUPE GALERIES LAFAYETTE

JEAN-MARC GENIS - Président Exécutif, FEDERATION DES ENSEIGNES DE L'HABILLEMENT

RICHARD SIMONIN – Associé, TIP

COLLÈGE DES PERSONNALITÉS QUALIFIÉES

PIERRE BERGÉ - Président, FONDATION PIERRE BERGÉ - YVES SAINT LAURENT

XAVIER CORNU - Directeur Général Délégué Enseignement-Recherche-Formation, CHAMBRE DE COMMERCE & D'INDUSTRIE DE PARIS (CCIP)

SYLVIE DANGELSER – Directrice Education Permanente, L'OREAL SA

LUCIEN DEVEAUX - Président Directeur Général, DEVEAUX S.A.

ELIZABETH DUCOTTET - Président Directeur Général, THUASNE

PIERRE-ANTOINE GAILLY - Vice-Président Trésorier, CHAMBRE DE COMMERCE & D'INDUSTRIE DE PARIS (CCIP)

PATRICK LE QUEMENT – Consultant en design

NELLY RODI – Présidente Fondatrice, NELLY RODI

DIDIER ROUX - Président, COMITE FRANCECLAT

GUILAUME DE SEYNES - Directeur Général Adjoint, HERMES INTERNATIONAL

JEAN-PAUL VERMES - Vice-Président chargé de l'enseignement, CHAMBRE DE COMMERCE & D'INDUSTRIE DE PARIS (CCIP)

PARTICIPENT AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

PAUL BENYAMINE - Directeur Général, DEFI

JEAN-ANDRE BOUCHAND - Contrôleur Général Economique et Financier, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE

GILBERT LE PIRONNEC - Commissaire aux Comptes, AMYOT EXCO GRANT THORNTON

VINCENT OBERTO - Chargé de Mission Luxe et Création, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

EMILIE PIETTE – Sous-Directrice de la Mode, du Luxe, des Biens de consommation et du Design, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

YVES ROBIN - Chef du Service de l'Industrie, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

L'ASSEMBLEE GENERALE

Sont membres de l'Assemblée Générale de l'IFM,

LES MEMBRES FONDATEURS DE L'INSTITUT :

L'UNION DES INDUSTRIES TEXTILES

L'UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DE L'HABILLEMENT

LA FEDERATION FRANÇAISE DE LA COUTURE, DU PRET-A-PORTER DES COUTURIERS ET DES CREATEURS DE MODE

LES MEMBRES ACTIFS DE L'INSTITUT :

POUR LE SECTEUR TEXTILE :

LA CONFEDERATION EUROPEENNE DU LIN ET DU CHANVRE

LA SELECTION DE L'ENNOBLISSEMENT TEXTILE

LA FEDERATION DE LA MAILLE ET DE LA LINGERIE

UNITEX

POUR LE SECTEUR DE L'HABILLEMENT :

LA FEDERATION FRANÇAISE DU PRET-A-PORTER FEMININ

LA FEDERATION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DU VETEMENT MASCULIN

LA FEDERATION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DE CHEMISERIE, LINGERIE

POUR LE SECTEUR DE LA DISTRIBUTION :

LA FEDERATION DES ENSEIGNES DE L'HABILLEMENT

LES CONSEILS D'ORIENTATION

Pour la définition de ses orientations stratégiques l'IFM s'entoure d'experts et de représentants des entreprises.

LE CONSEIL DES AFFAIRES ACADEMIQUES

Le Conseil des Affaires Académiques est chargé d'orienter les programmes d'enseignement supérieur, de formation continue et de recherche académique de l'IFM en veillant à leur adaptation aux besoins des entreprises du secteur.

PRESIDENT

JEAN-BERNARD DEVERNOIS - Vice-Président, **UNION DES INDUSTRIES TEXTILES**

ARLETTE BARRÉ-DESPOND - Professeur d'Histoire du Design, **UNIVERSITE PARIS IV - SORBONNE**

CHANTAL BAUDRON - Président Directeur Général, **BAUDRON SA**

THOMAS BUCAILLE - Directeur Ressources Humaines, **CHRISTIAN DIOR COUTURE**

DOMINIQUE CALVO - Directeur des Ressources Humaines, **GROUPE CLARINS**

RICHARD DE FOLLIN - Directeur Développement Ressources Humaines Groupe, **3 SUISSES INTERNATIONAL**

DIDIER GESP - Directeur Général, **AUDACE**

DIDIER GRUMBACH - Président - **FÉDÉRATION FRANCAISE DE LA COUTURE, DU PRÊT-À-PORTER DES COUTURIERS & DES CRÉATEURS DE MODE**

VINCENT HUGUENIN - Directeur Général Mode Femme, **HERMES INTERNATIONAL**

INGRID JACQUIER - Directrice Générale Commerciale, **ARMAND THIERY**

MICHEL JONCHERE - Président, **RAUTUREAU APPLE SHOES**

MARIE-ANNE LABIDI - Directeur Communication et Formation, **GROUPE CHANTELE**

GERARD LAIZÉ - Directeur Général, **VIA**

BERTRAND DE LALEU - Directeur des Ressources Humaines, **L'ORÉAL PRODUITS DE LUXE INTERNATIONAL**

ALAIN LARDET - Administrateur Délégué, **DESIGNER'S DAYS**

DELPHINE MANCEAU - Professeur, **ESCP EUROPE**

RENE MARDELLAT - Directeur Général, **MOD'SPE**

DOMINIQUE PECLERS - Fondatrice et Présidente d'Honneur, PECLERS PARIS

PHILIPPE PICAUD - Design Director, GROUPE CARREFOUR

EMILIE PIETTE – Sous-Directrice de la Mode, du Luxe, des Biens de consommation et du Design, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

XAVIER ROYER - Directeur de la Formation, UNION DES INDUSTRIES TEXTILES

ROLAND SENEOR - Chercheur, ÉCOLE POLYTECHNIQUE

JEAN-FRANÇOIS SERRE - Chef du Bureau du Design et de la Création, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

PHILIPPE VINDRY - Ancien Président du CERCLE IFM

BERNARD WEILL - Directeur Général, VETEMENTS WEILL

LE CONSEIL DES AFFAIRES ECONOMIQUES

Le Conseil des Affaires Économiques est chargé d'orienter le développement des activités d'observation et d'études économiques de l'IFM.

PRESIDENT

DOMINIQUE DE LA TOURNELLE - Président du Conseil de Surveillance, BRUNO SAINT HILAIRE

ANDRE BEIRNAERT - Président, UNION DES INDUSTRIES TEXTILES DU NORD

PAUL BATIGNE - Président, SIC SA

PAUL BENYAMINE - Directeur Général, DEFI

MARIE-LAURE BELLON-HOMPS - Président du Directoire, EUROVET

JEAN-LUC BIACABE - Directeur Prospective Economique et Sectorielle, CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS (CCIP)

CHRISTIAN DE BOISSIEU – Président délégué du CONSEIL D'ANALYSE ECONOMIQUE (CAE) AUPRES DU PREMIER MINISTRE, Professeur, UNIVERSITE PARIS I

HERVE BUFFET - Adjoint au Délégué Général, COMITE FRANCE ECLAT

EMMANUELLE BUTAUD-STUBBS - Déléguée Générale, UNION DES INDUSTRIES TEXTILES

MARIE-ODILE DEMOUCRON - Directeur Études et Enquêtes, VIVARTE SERVICES

DENIS FERRAND - Directeur Général, COE REXECODE

CHRISTOPHE GAZEL - Directeur Général, INSTITUT DE PROMOTION ET D'ETUDE DE L'AMEUBLEMENT (IPEA)

JEAN-MARC GENIS - Président Exécutif, FEDERATION DES ENSEIGNES DE L'HABILLEMENT

FRANÇOIS-MARIE GRAU - Délégué Général Adjoint, UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES DE L'HABILLEMENT

SERGE JARRAUD - Chef du Bureau des activités artisanales et commerciales, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

PATRICK LECHARPY - Directeur Design Amont, RENAULT AUTOMOBILES

MARC LOLIVIER - Délégué Général, FEDERATION DES ENSEIGNES DE LA VENTE A DISTANCE (FEVAD)

DORVAL LIGONNIERE - Directeur des Etudes, FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE

PHILIPPE MOATI – Professeur, UNIVERSITE PARIS VII et Directeur de Recherche, CENTRE DE RECHERCHE POUR L'ETUDE ET L'OBSERVATION DES CONDITIONS DE VIE (CREDOC)

PATRICK MONIOTTE – Ancien Président, FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE

VINCENT OBERTO - Chargé de Mission Luxe et Création, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

PHILIPPE PASQUET - Président du Directoire, PREMIERE VISION

EMILIE PIETTE – Sous-Directrice de la Mode, du Luxe, des Biens de consommation et du Design, MINISTERE DE L'ECONOMIE, DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE, DIRECTION GENERALE DE LA COMPETITIVITE, DE L'INDUSTRIE ET DES SERVICES (DGCIS)

ALEXANDRE SLIMAN - Directeur Marketing Research, DEVANLAY - LACOSTE

CATHERINE TRACHENBERG - Délégué Général, FEDERATION FRANCAISE DES INDUSTRIES DU SPORT

SANDRA VASSY - Secrétaire Général, FEDERATION NATIONALE DE L'HABILLEMENT

CLAIRE VESQUE - Responsable des Etudes Economiques, FEDERATION DES ENSEIGNES DE LA VENTE A DISTANCE

SYLVIE ZAWADZKI - Déléguée Générale, FEDERATION FRANÇAISE DE LA COUTURE, DU PRET-A-PORTER DES COUTURIERS ET DES CREATEURS DE MODE

LA DIRECTION DE L'IFM

DIRECTION GENERALE – DOMINIQUE JACOMET

DIRECTION GENERALE ADJOINTE – SYLVIE EBEL

PROGRAMME POSTGRADUATE DE MANAGEMENT MODE ET DESIGN - FRANÇOISE SACKRIDER, DAVID ZAJTMANN

PROGRAMME POSTGRADUATE DE CREATION DE MODE ET D'ACCESSOIRES - FRANC' PAIRON

GLOBAL FASHION MANAGEMENT EXECUTIVE MBA - VERONIQUE DELIGNETTE-SCHILLING

RECRUTEMENT ET GESTION DES CARRIERES - KARINE PIOTRAUT, LAURENCE JACQUET

UNIVERSITE D'ETE – NATHALIE RUELLE

RECHERCHE ET EDITIONS - OLIVIER ASSOULY

BIBLIOTHEQUE - ANA PARODI

FORMATION CONTINUE - MARIE-PIERRE GENDARME, HELENE KASSIMATIS

ETUDES ET OBSERVATOIRE ECONOMIQUE - EVELYNE CHABALLIER, GILDAS MINVIELLE

ETUDES - DANIELE CLUTIER, PATRICIA ROMATET

ADMINISTRATION ET FINANCES - SYLVIANE GOMES

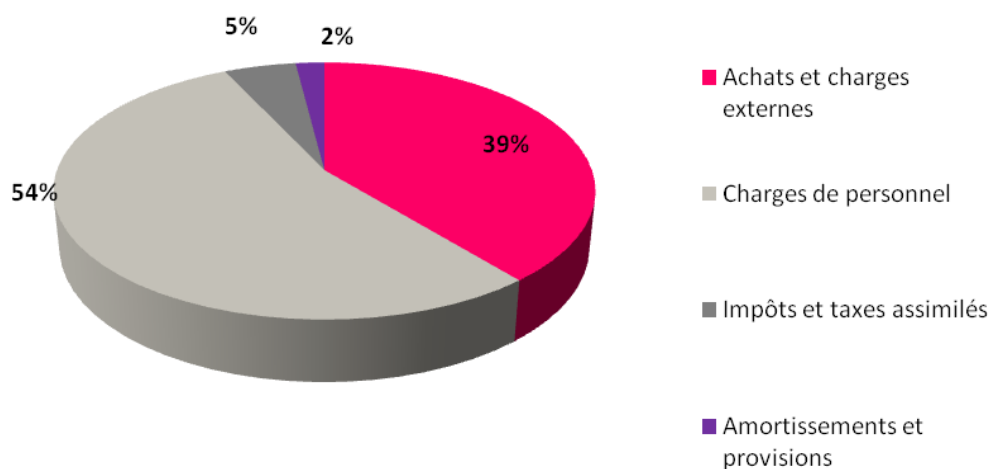
COMMUNICATION - LUCAS DELATTRE

RELATIONS INTERNATIONALES - PHILIP CACOURIS

CHIFFRES CLES

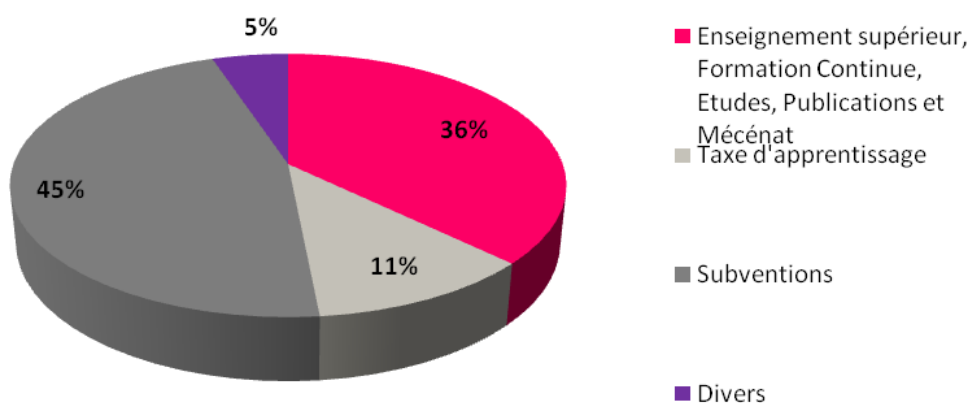
DEPENSES 2010 : 8 086 K€

Achats et charges externes	39 %
Charges de personnel	54 %
Impôts et taxes assimilés	5 %
Amortissements et provisions	2 %



RECETTES 2010 : 8 157 K€

Enseignement supérieur, Formation Continue, Etudes, Publications et Mécénat	36 %
Taxe d'apprentissage	11 %
Subventions	45 %
Divers	5 %



NOMBRE D'ETUDIANTS

120 étudiants à la rentrée 2010, dont :

- 75 étudiants pour le Programme Postgraduate de Management Mode & Design
- 18 étudiants pour le Programme Postgraduate de Création (Mode & Accessoires)
- 27 étudiants pour l'Executive MBA Global Fashion Management.

En formation continue : 2250 stagiaires sur l'année civile 2010 (programmes inter-entreprises et sur mesure).

Voir ci-après le chapitre « Enseignement Supérieur et Formation » pour des données plus complètes.

BIBLIOTHEQUE

La fréquentation du public externe de la bibliothèque poursuit sa progression : 1527 personnes en 2010 (contre 1310 visiteurs en 2009 et 587 en 2008).

Sur ces 1527 personnes, on dénombre 1070 étudiants d'autres écoles ou univers (70%), 375 professionnels, dont 212 créateurs d'entreprises.

Cette fréquentation plus forte est liée à l'augmentation de la capacité d'accueil depuis l'installation de l'IFM à Docks en Seine et à la mise à disposition de nouveaux postes informatiques, désormais au nombre de 11.

Par ailleurs, de nouveaux tarifs ont été appliqués : réduction du droit d'entrée pour les étudiants et exonération pour les demandeurs d'emplois et créateurs d'entreprise.

STRATEGIE DIGITALE ET SITE WEB

Le site web de l'IFM (www.ifm-paris.com) reçoit 700 visiteurs uniques par jour en moyenne, soit 250 000 visiteurs uniques par an (+40% par rapport à 2009).

La page des podcasts de nos conférences publiques est la plus consultée (10.000 téléchargements en 2010, 6000 visiteurs uniques sur l'année pour 15 *podcasts*). Les conférences de l'IFM peuvent aussi, depuis janvier 2010, être téléchargées gratuitement sur *iTunes*.

Les *news* attirent également beaucoup de trafic.

Nombre de *news* publiées sur le site : 150 *news* entre janvier 2010 et décembre 2010, soit environ une actualisation du flux tous les 2/3 jours.

La page la plus vue (6000 clics) a été une *news* sur la conférence de **Victoire de Castellane** à l'IFM (juin 2010). Le lien vers cette page a manifestement été relayé par des blogs.

La *news* sur le livre des éditions IFM consacré à l'esthétique du quotidien au Japon a affiché un score élevé (2350 clics).

La présence de l'IFM sur les réseaux sociaux explique en grande partie cette augmentation de la fréquentation du site web.

-ouverture d'une page *Facebook* (<http://www.facebook.com/ifm.paris>) en avril 2009. Le nombre d'abonnés (*fans*) était de 5000 au 31 décembre 2010.

-Ouverture d'un compte *Twitter* (<http://twitter.com/IFMPARIS>) en septembre 2009. On dénombrait 2000 *followers* à la fin de l'année 2010.

-un compte *LinkedIn*, réseau professionnel qui permet d'approfondir les relations de l'Institut avec les milieux professionnels et les anciens (700 abonnés à la page IFM et 200 anciens réunis dans un groupe « Anciens IFM »). <http://fr.linkedin.com/in/institutfrancaisdelamode>

-une page *Flickr* pour partager les photos des événements à l'IFM (actualité, *workshops*, conférences...). <http://www.flickr.com/photos/ifm-paris/>. Cette page a été consultée 4716 fois en 2010. Consultation moyenne d'une collection de photos : une centaine de visiteurs uniques à chaque fois.

-une page *Dailymotion* (<http://www.dailymotion.com/IFM-PARIS>) et une page *Youtube* pour partager des vidéos (témoignages d'anciens, marketing pédagogique, événements). A titre d'exemple, une vidéo

de présentation de l'IFM a été vue 5000 fois sur *Dailymotion* en un an. 20 000 consultations de vidéo sur *Dailymotion* depuis la création du compte à l'été 2009.

-une page *Issuu* (<http://issuu.com/ifm-paris>) pour partager des plaquettes et des documents sur l'IFM (études, publications, catalogues d'exposition...). 120 documents en ligne, chaque document a été consulté plusieurs centaines de fois en 2010.

-une page *Slideshare* (partage de documents de type Power Point, y compris plaquettes), avec des pics de consultation sur nos plaquettes, consultées plus de 500 fois pour chacune d'entre elles (et parfois davantage : le GFM a été consulté 1556 fois, les *slides* sur « mode et consommation responsable » ont été consultées 3550 fois). <http://www.slideshare.net/IFMPARIS>

La fréquentation du site augmente également avec les envois « en masse » (*newsletter* mensuelle, lettre économique et mailings à l'ensemble de la base IFM). La *newsletter* de l'IFM est envoyée chaque mois à environ 8000 personnes en France et dans le monde. Elle permet de toucher à intervalles réguliers un public large et peu présent sur les réseaux sociaux.

ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET FORMATION

La rentrée des nouveaux étudiants IFM a eu lieu mercredi 15 septembre 2010.

L'IFM a recruté 120 nouveaux étudiants pour l'année 2010/2011 :

- 75 étudiants pour le Programme Postgraduate de Management mode et design,
- 18 étudiants créatifs (répartis dans chacune des deux majeures du Programme Postgraduate de Création : 11 en vêtement/fashion design et 7 en accessoires/accessory design),
- 27 étudiants au sein de l'Executive MBA (Global Fashion Management).

35 % des étudiants sont étrangers (Chine, Brésil, Grande-Bretagne, Canada, Irlande, Maroc, Australie, Thaïlande, Pologne, Suisse...).

53 % sont issus de formations en gestion, marketing, commercial (écoles et universités). Près de 15 % des étudiants en management de l'année 2010/2011 ont suivi un cursus en sciences humaines (lettres, communication, histoire de l'art, histoire, langues) et 12% proviennent d'écoles d'art ou de stylisme. 7% d'ingénieurs ont également été recrutés au sein du Programme de Management.

Les étudiants du Programme Postgraduate de Création sont de 12 nationalités différentes (France, Australie, Etats-Unis, Espagne, Pays-Bas, Israël, Thaïlande, Grande-Bretagne, Canada, Pologne, Suisse, Allemagne).

Ils sont issus d'écoles parmi lesquelles on peut citer :

- Central Saint Martins College of Art and Design, Londres
- Parsons School of Design, New York
- Amsterdam Fashion Institute, Amsterdam
- Ecole de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, Paris
- Atelier Chardon Savard, Paris
- ArTEz, Institute of the Arts, Arnhem
- Institut Mode Design, Bâle

...

31 % des étudiants ont obtenu une bourse du cercle IFM (les bourses concernent exclusivement les programmes Postgraduate de Management ou de Création).

S'agissant de l'Executive MBA, 44 % des étudiants viennent de secteurs extérieurs à la mode : finance, musique, vins et spiritueux, conseil, industrie culturelle, publicité/presse... La moyenne d'âge des étudiants de l'Executive MBA est de 37 ans, avec 13 ans d'expérience professionnelle en moyenne.

LES PROFESSEURS PERMANENTS ET ASSOCIES DE L'IFM

ASSOULY Olivier
Sociologie du luxe

BERTRAND Jean-Michel
Grands courants esthétiques

BREITWILLER Anne-Sophie
Sociologie de la consommation - Parfums et cosmétiques

CLUTIER Danièle
Marketing et consommation

DE FOER Hans
Collection Vêtements

DELPAL Franck
Economie du luxe

ELHARRAR Nathalie
Collection Chaussures

HEILBRUNN Benoît
Marketing

JACOMET Dominique
Stratégie et gouvernance des entreprises

KASSIMATIS Hélène
Maroquinerie, Chaussure, Joaillerie-bijouterie et Lunette

MINVIELLE Gildas
Economie du textile et de la mode

PAIRON Franc'
Création et suivi technique des collections de vêtements, chaussures, sacs, lunettes

RAOUL Laurent
Systèmes d'information et *supply chain*

ROMATET Patricia
Gestion processus de création et collection

RUELLE Nathalie
Production et approvisionnement textile et mode, développement durable

SACKRIDER Françoise
Distribution

WEGENER Ute
Couleurs et matières

ZAJTMANN David
Marchés internationaux

PORTES OUVERTES

L'IFM organise désormais chaque année, en janvier, une Journée Portes Ouvertes permettant de mieux faire connaître ses programmes et ses enseignements. En 2010, la Journée Portes Ouvertes a eu lieu le samedi 30 janvier, et a permis d'accueillir 700 candidats potentiels.

PROGRAMME POSTGRADUATE DE MANAGEMENT MODE & DESIGN

Le Programme porte sur le management des industries de la mode et de la création.

Les enseignements fondamentaux sont enrichis depuis 2008 par deux options au choix (parfums/cosmétiques et design/cadre de vie) permettant à chaque étudiant de composer son parcours selon ses aspirations professionnelles.

Les deux options permettent à l'étudiant d'approfondir ses connaissances sur chacune des filières (panorama et culture de la filière, matières premières et *process* industriel, processus créatif, développement et gestion du produit, stratégie et gestion de marque, commercialisation et communication).

Les deux options se sont déroulées simultanément, durant les trois premières semaines du mois de février.

Celles-ci ont été conclues par une étude de cas réalisée avec :

-la Division Produits de Luxe du Groupe L'Oréal pour l'option Parfums/Cosmétiques : la présentation des résultats par les étudiants s'est faite en présence de la direction marketing et des équipes marketing de la marque Yves Saint Laurent Parfums. Ont également participé à cette restitution les ressources humaines de la marque, ainsi que celles de la Division Produits de Luxe du groupe.

-Renault (Direction Design) pour l'option Design/Cadre de vie : les étudiants ont présenté les résultats de leur travail sur le « cas Renault » à Laurens Van Den Acker, Directeur du Design et à ses équipes.

Pour ces deux options, les thématiques suivantes ont été traitées : panorama économique et culturel de la filière, stratégie et gestion de marque, matières premières et production, management de la création, innovation et processus créatif, développement et gestion du produit, commercialisation et communication. Au total, ces deux options se sont traduites par une centaine d'heures de cours et/ou d'ateliers dans les univers des parfums et cosmétiques ou du design/cadre de vie.

Deux nouveaux enseignements ont été introduits en 2010. L'un destiné à l'ensemble des étudiants et qui prend la forme d'ateliers d'écriture. L'autre, intitulé « Media et communication » destiné aux étudiants intéressés par les métiers de la presse, des médias et de la communication.

Par ailleurs, des visites de sites de production et de conception dans les domaines du textile, de l'habillement, de la maroquinerie, des parfums et cosmétiques ont eu lieu dans l'Ouest, le Nord de la France et l'Île de France.

Afin de renforcer les liens avec des régions dans lesquelles l'industrie du textile-habillement est fortement présente, des réunions de présentation du Programme ont été organisées dans les régions Nord-Pas-de-Calais (Lille) et Rhône-Alpes (Lyon).

WORKSHOP RENAULT

Pour la quatrième année, les étudiants du Programme Postgraduate de Management Mode & Design (option Design/Cadre de vie), ont effectué un workshop avec Renault Design. En 2010, ils ont travaillé sur « le plaisir de conduire » à la demande de l'entreprise. Le résultat des groupes de travail a fait l'objet d'une soutenance en deux temps, avec sélection des trois meilleurs projets (sur cinq) par les équipes de la Direction du Design Industriel chez Renault.

Les soutenances des meilleurs projets ont eu lieu au Technocentre de Guyancourt mercredi 17 mars 2010 en présence de **Laurens van den Acker**, directeur du Design Industriel, de **Christine Astruc**, Directeur de la performance Design, **Mélanie Augui**, **Nicolas Backlund**, **Paul Stamper** et **Jennifer Wright** (unité Design Perspectives).

Les groupes étaient notés sur la pertinence de leur proposition, tant d'un point de vue marketing que créatif.

Un groupe a proposé un parc d'attractions autour du plaisir et de la transgression automobile. Un autre groupe a présenté un système de mobilité à la carte permettant de développer plusieurs types de véhicules en location, disponibles à la demande, configurables à l'infini et adaptables au besoin du moment (déplacements urbains, ludiques ou professionnels). Un autre groupe a proposé une « locomobile », système « open source » permettant de concevoir un habitacle automobile à la demande tout en profitant d'un réseau social de mobilité.

Le workshop était coordonné, côté IFM, par **Françoise Sackrider**, Directeur du Programme, **Benoît Heilbrunn**, professeur de marketing, et **Grégoire Talon**, designer.

D'autres ateliers sur la base de cas réels proposés par les entreprises ont lieu tout au long de l'année, -Galeries Lafayette, dans le cadre du cours « stratégie et gouvernance » (animé par **Dominique Jacomet** et **David Zajtmann**) ;
-Alain Manoukian, Darjeeling, Futuroscope, Vibel, dans le cadre du cours « Stratégie d'offre et dynamique de marque » animé par **Martine Leherpeur** ;
-Chevignon, 1.2.3, Le Printemps, Le Bon Marché, Steiner, Yves Rocher, dans le cadre du cours « Marketing stratégique » (**Danièle Clutier**).

Depuis 2009 a été mis en place un cours sur les médias et la presse. Ce cours est animé par **Thierry Dussard** (journaliste, maître de conférences à Sciences Po, ancien rédacteur en chef et directeur adjoint des éditions internationales de Hachette Filipacchi). Dans le cadre de ce cours, des professionnels de premier plan sont intervenus devant les étudiants : **Suzy Menkes** en janvier 2010, **Xavier Romatet** (PDG du groupe Condé Nast en France) en mars 2010, **Raphaëlle Bacqué** (*Le Monde*), en mars 2010.

Dans le cadre de la convention entre l'IFM et les industries françaises de l'ameublement, le VIA participe aux enseignements de l'option design et cadre de vie, sous la forme d'interventions de ses experts. En outre, des témoignages de designers et d'entrepreneurs du secteur de la maison ont lieu dans le cadre de l'option. Ainsi, le designer **Patrick Jouin** est venu parler aux étudiants en mars pour leur exposer sa vision du design et leur raconter les étapes de son cheminement.

LES ANCIENS DU PROGRAMME MANAGEMENT FONT CARRIERE

An Verhulst-Santos (IFM/Management 1989) a intégré en 2010 le comité de direction du groupe L'Oréal avec le titre de directrice générale de la division des produits professionnels. An Verhulst a suivi des études d'ingénieur commercial à la VUB (Vrije Universiteit Brussel), puis obtenu le titre du Programme Postgraduate de Management Mode & Design de l'Institut Français de la Mode (1989). Entrée chez L'Oréal au début des années 1990 au sein de la division « produits professionnels », elle y a été Directrice générale pour les Pays-Bas en 1998, a dirigé le Brésil en 2004, puis les Etats-Unis en 2008. Le comité exécutif de L'Oréal comprend 14 membres autour du directeur général Jean-Paul Agon.

Romain Hapikian (IFM/Management 2003) a été nommé à la tête du nouveau magasin Hermès International, rue de Sèvres à Paris, qui a ouvert ses portes en novembre 2010.

Pierre-Alexandre Mouret (IFM/Management 1994) a pris la Direction du département « Mode et Beauté » de Monoprix. Auparavant, il avait été directeur adjoint de la Mode au Bon Marché puis directeur de réseau chez Yves Rocher.

Des professionnels de premier plan ou grands témoins viennent régulièrement prendre la parole devant les étudiants de l'IFM.

En 2010 les étudiants auront pu écouter et rencontrer **Pierre Bergé**, **Anne-Valérie Hash**, **Pierre Kosciusko-Morizet**, président-fondateur de PriceMinister, **Yves Carcelle**, PDG de Louis Vuitton, **Victoire de Castellane**, directrice artistique de Dior Joaillerie, **Matali Crasset**, designer, **Paul Delaoutre**, DG Grands magasins, Galeries Lafayette, **Lucien Deveaux**, PDG Deveaux, **Isabelle de Ponfilly**, DG de Vitra, **Fabien Naudan**, directeur chez Artcurial, **Bruno Pavlovsky** PDG Division Mode Chanel, **Giovanni Perosino** Brand Communication Director chez Fiat, **Guillaume de Seynes** DGA Hermès International, **Ralph Toledano** PDG Chloé International, **Sidney Toledano**, PDG de Christian Dior Couture, **Guy Latourrette**, Président de Maus Frères International (Aigle, Devanlay, Gant...), **Yves Mouriès** PDG d'Aigle.

FORUM ENTREPRISES

Le premier « Forum Entreprises » annuel a eu lieu jeudi 25 mars à l'IFM. Cette journée a permis aux 70 étudiants de la promotion 2009-2010 du Programme Postgraduate de Management Mode & Design de s'entretenir de leur prochain stage en entreprise (à partir de la mi-juillet) et de leur future insertion professionnelle avec des recruteurs de grandes entreprises du secteur. Dix groupes sont venus à l'IFM, représentant plusieurs dizaines de marques (mode, luxe, cosmétiques, distribution, internet...). Etaient présents L'Oréal, Printemps, PPR, Hermès International, Galeries Lafayette/Monoprix, Puig, BPI (Beauté Prestige International), LVMH, Etam, Vente-privee.com.

WORKSHOPS « MANAGEMENT/CREATION »

La présence conjointe au sein de l'IFM des programmes de Création et de Management permet de mettre en place des sessions de travail regroupant créatifs et managers.

En mai 2010, un workshop commun entre étudiants en management et en création a eu lieu autour d'un projet de création d'entreprise et de marque conçu en amont par un étudiant designer, assisté d'étudiants en management (18 projets à raison de groupes de 5 étudiants, composés chaque fois de 4 étudiants en management et d'un étudiant en création).

Les équipes avaient pour mission d'élaborer la stratégie globale de cette future entreprise en incluant les questions relatives au positionnement du concept, au choix du format de distribution et à la politique de financement (avec plan de trésorerie mensuel sur 2 ans et compte de résultat sur 5 ans), ainsi qu'à la structure de l'entreprise en termes de ressources humaines. Les propositions étaient très variées, avec par exemple un projet de magazine vintage accompagné d'un site de e-commerce, une entreprise au croisement de la mode, de l'art et du graphisme, une autre dans le domaine mode/design, un bureau de prospective, une banque d'images de mode, une entreprise d'accessoires...

Un autre workshop a eu lieu à la rentrée de septembre 2010. Ce workshop était consacré à l'analyse de marque. Répartis en plusieurs groupes pluridisciplinaires (un étudiant créatif par groupe), les étudiants devaient choisir une marque sur une liste proposée par les équipes pédagogiques. La marque retenue devait faire l'objet d'une analyse et de recommandations portant sur une série de critères (cible, vision, mission, ambition, positionnement, savoir-faire/expertise et valeurs transportées par la marque).

PROGRAMME POSTGRADUATE DE CREATION

Aux côtés de la majeure spécialisée sur la création de vêtements, le Programme s'est enrichi d'une nouvelle majeure consacrée aux accessoires, qui a vu le jour en septembre 2008.

L'IFM complète ainsi sa compétence en design vêtement/chaussure par la maroquinerie et les lunettes. Les designers inscrits dans cette majeure, après avoir réalisé chaussures et sacs avec de grandes entreprises, créent des collections de lunettes en partenariat avec la maison Christian Dior et les ateliers de **Thierry Lasry**, designer. Egalement dans le cadre de cette majeure « Accessoires », de nouveaux partenariats ont vu le jour en 2010 : Le Tanneur et Estime pour la maroquinerie (avec Carel, ID by me, Heschung, Eram pour les chaussures début 2011)

Ces partenariats s'ajoutent à ceux qui permettent à l'IFM, chaque année, de réaliser des prototypes avec près de 80 entreprises partenaires. Au total, les étudiants designers de la promotion 2010 ont réalisé plus de vingt modèles de chaussures, 8 paires de lunettes, une vingtaine de modèles différents de sacs et plus de cinquante vêtements.

Trois expositions ont eu lieu en 2010 : le Cuir à Paris à Villepinte en février, le Salon Made in France à la Bourse du Commerce fin mars et une exposition entièrement dédiée aux accessoires au Salon Première Classe d'octobre aux Tuileries. A cette occasion, Première Classe a confié à l'IFM la direction artistique de la communication du salon.

Le créateur **Jean Colonna** a demandé aux étudiants designers de l'IFM (promotion 2010) de « customiser » un débardeur de sa collection 2010. Jean Colonna leur a demandé d'inventer une utopie (vêtement, images, textes et sons) à partir du vêtement proposé, un débardeur en soie du Népal (deux coloris : noir et peau). Six propositions ont été retenues et exposées dans le cadre d'une "boutique éphémère" ouverte chez Joyce (Palais-Royal) au printemps 2010.

La campagne de recrutement a été lancée lors de la journée Portes Ouvertes qui s'est tenue à l'IFM fin janvier 2010. Elle a pris fin en juin lors de la Graduate Fashion Week de Londres, qui a permis de recruter une designer accessoires diplômée de l'University of Northampton et une designer vêtements diplômée de Nottingham Trent University.

Afin d'assurer la promotion du travail des designers IFM, outre la présence de leurs modèles sur les salons professionnels, l'ensemble des créatifs ont présenté en juin leurs recherches devant des professionnels du secteur qui ont proposé des stages aux étudiants.

Par ailleurs, en 2010, plus de 40 collaborations se sont concrétisées dans différents champs d'expertise : façonniers vêtements, ennoblisseurs, façonniers maroquiniers, chausseurs, boucleries métalliques, tanneurs... Le programme de création compte depuis 2010 de nouveaux partenaires pour les chaussures (Prada, Dior, Aigle) ; pour les sacs (Yves Saint Laurent, Swarovski) et les lunettes (Dior).

Grâce à l'implication répétée d'entreprises du secteur du Luxe comme Louis Vuitton, Chanel, J.M. Weston, l'attrait que génèrent ces collaborations pour de jeunes étudiants s'en trouve accru. Ainsi, fin 2010 de nouvelles collaborations se sont nouées pour la promotion 2010 autour du sac avec les sociétés Le Tanneur et Estime.

L'IFM a été convié en octobre à faire le défilé d'ouverture comme invité d'honneur du concours Le Vif/L'Express à Bruxelles, devant la presse Internationale et de grandes écoles de mode européennes.

LES DESIGNERS IFM DANS LA PRESSE

Guillaume Henry (IFM/Création 2001)

Vogue US a consacré en février 2010 un article à Guillaume Henry (IFM/Création 2001), qui venait d'être nommé directeur artistique de Carven. Après ses études à l'IFM, Guillaume Henry a travaillé auprès de Ricardo Tisci chez Givenchy, puis comme styliste chez Paule Ka. A propos du style de Guillaume Henry, le journaliste Mark Holgate écrit : « *they are the sort of clothes that Henry thinks would suit a young woman who you would see across the street, and she wouldn't even know that she is so beautiful, but everyone is turning their heads. Being sexy without being sexual—it's the Parisian idea of charm.* »

Le Womens Wear Daily, lui aussi, a consacré un article élogieux à Guillaume Henry (Katya Foreman dans l'édition du vendredi 26 mars 2010) :

« *Henry is setting out to honor her legacy for youthful Parisian elegance, while leading the brand into the 21st century, and so far, it seems to be working. Distribution for the brand has grown to 180 retailers for the fall season, up from 70 for Henry's debut effort. Corso Como 10, Colette, Dover Street Market and Opening Ceremony are among new stores set to carry Carven's fall collection (...)* ».

A lire également : une interview de Guillaume Henry dans *Vogue UK* (7 avril 2010), interview dans laquelle le jeune créateur résume ainsi son style : « *I wanted to create a look that was less evening, less cocktail, more girl next door; that's the girl I know* ».

Arturo Carlos Martinez Plaza (IFM/Création 2009), a fait la « une » de l'hebdomadaire *Fashion Daily News* (édition du lundi 8 février 2010, n° 563), à l'occasion du salon Le Cuir à Paris en février 2010, qui réservait un espace d'exposition aux prototypes des Designers IFM 2009.

« L'exposition tire une grande part de son intérêt de la richesse des collaborations qui ont rendu possible la réalisation de ces produits », écrivait SidAli Chikh dans *Fashion Daily News*. « L'éventail d'inspiration des créateurs est large et révèle des usages originaux des matières. Audaces graphiques, superposition de matières pour des jeux géométriques et des damiers en noir et blanc (Gwenaëlle Coatmeur, Nina Christen, Linda Moravkova) ; chic revisité au moyen de matières unies à la fois visuelles et tactiles (Nina Christen, Titipon Chitsantisook, Eleonora Strömberg), extravagance drôle et fortement colorée au moyen de cuir teint, imprimés, glacés (Francisco Serrano de Rodrigo, Arturo Martinez Plaza) ».



Arturo Carlos Martinez Plaza

Ensemble de prototypes réalisés par :

Chemise

Manoukian (Façonnier)

Grain de Couleur (Impression)

Freudenberg (Thermocollant)

Pantalon

Pollux/La Couture du Cuir (Façonnier)

Bodin Joyeux (Cuir)

YKK (Fermeture à glissière)

Arturo Carlos Martinez Plaza a par ailleurs reçu le prix de la « meilleure technique » décerné lors du concours « *Giovani Stilisti per Calcutta* », qui s'est tenu aux Jardins Corsini de Florence en avril 2010.

Fehr Farès, Sarah Schofield et Clara Camus (IFM/Création 2010)



Vogue Italie a publié les portfolios de trois designers IFM dans son numéro de septembre 2010 (Fehr Farès, Sarah Schofield et Clara Camus). Ils ont rencontré Anna Wintour et Franca Sozzani, respectivement rédactrices en chef de *Vogue US* et de *Vogue Italie*.

Francisco Serrano et Duncan Shaw (IFM/Création 2009)



Francisco Serrano et Duncan Shaw (IFM/Création 2009) ont été choisis pour habiller le mannequin Abbey Lee dans le numéro de printemps du magazine *I-D* (Spring issue, 2010, pages 132 à 136).

GLOBAL FASHION MANAGEMENT EXECUTIVE MBA

Ce Programme prépare des cadres à fort potentiel à exercer des responsabilités managériales de haut niveau dans les secteurs de la mode et des industries créatives.

Les 26 participants de la promotion 2010 ont terminé leurs cours en février 2011.
La promotion 2011 qui a débuté les cours en septembre 2010 compte 27 participants.

Le Programme donne les clefs aux futurs décideurs ou créateurs d'entreprises pour concevoir et mener des stratégies adaptées à tous les styles de marques, nouvelles ou bien établies, créatives, innovantes et audacieuses.

Dispensés sous forme de séminaires mensuels de trois jours, comprenant cours et études de cas pratiques, les enseignements de ce Programme sont animés par le corps professoral de l'IFM et des intervenants extérieurs.

Ces enseignements s'articulent autour de 6 pôles :

- Produit & processus créatif
- Création & culture
- Image & communication
- Marque & stratégie
- Management & ressources humaines
- Gestion & finance

Trois séminaires rassemblant les trois promotions issues des institutions partenaires, l'IFM, le Fashion Institute of Technology (FIT) et la Hong Kong Polytechnic University, ont eu lieu en 2010.

Chaque année, les étudiants de l'Executive MBA participent à trois séminaires communs avec les étudiants des deux institutions partenaires.

Un séminaire s'est tenu à Paris en avril 2010 (promotion 2009), un autre à New York en septembre 2010 (promotion 2010) et un autre à Hong Kong, Shenzhen et Shanghai en novembre 2010.

Comme chaque année, le séminaire parisien (avril 2010) porte essentiellement sur les spécificités de la France en matière de création, de culture, d'artisanat et de luxe, avec un focus approfondi sur la problématique des « clients grand luxe » (en 2010 : avec Christian Dior Couture).

En avril 2010, le public du séminaire Paris était composé de 63 étudiants issus du FIT New York, de la Hong Kong Polytechnic University et de l'IFM. Ces jeunes professionnels, de diverses nationalités (France, Chine, Etats-Unis, Canada, Argentine, Inde, Pakistan, Corée du sud, Japon, Russie, Suisse, Bosnie, Pays-Bas, Liban), occupent majoritairement des responsabilités managériales dans la mode.

Les étudiants ont suivi des interventions de haut niveau et effectué des visites d'entreprises. Parmi les interventions du séminaire, on peut notamment retenir celle de **Sidney Toledano**, PDG de Christian Dior Couture, **Didier Grumbach**, Président de la Fédération française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode, **Bruno Pavlovsky**, Président des Activités Mode de Chanel, **Guillaume de Seynes**, DGA Hermès International et **Floriane de Saint Pierre**, Président de Floriane de Saint Pierre et associés (FSPSA).

Le séminaire a aussi été l'occasion d'une visite de l'exposition Yves Saint Laurent au Petit Palais avec **Florence Müller**, Historienne de la mode, et Commissaire général de l'exposition, **Farid Chenoune**, Historien de la mode, Commissaire associé de l'exposition, qui enseignent tous deux à l'IFM et **Pascale Rafflin**, ancienne Directrice des licences et franchises d'Yves Saint Laurent.

REVUE DE PRESSE

Le magazine *Courrier Cadres* a consacré un dossier de six pages aux MBA spécialisés dans son édition de février 2010.

Aux côtés du MBA International Luxury Brand Management de l'Essec, de l'Executive Wine MBA de Bordeaux (BEM), ou encore du MBA Développement durable et responsabilité sociale des entreprises de l'EM Strasbourg, l'Executive MBA de l'IFM est cité comme une des formations les plus recherchées aujourd'hui en France (une « formation très prisée », selon *Courrier Cadres*). Avec deux témoignages d'anciens étudiants du GFM : **Anne Crespel**, spécialiste marketing et commercial qui a commencé sa carrière chez Nestlé et qui souhaitait se réorienter vers la mode, souligne que « l'IFM donne une approche exhaustive du secteur de la mode ». Après le GFM, elle s'est installée comme consultante et agent commercial en mode pour représenter et distribuer de jeunes marques.

Renaud Molinari, autre ancien du GFM qui travaillait déjà dans le secteur de la chaussure, témoigne : « je ne cherchais pas à me replonger dans le cadre général du business mais à explorer les problématiques de mon secteur : distribution, logistique, marché ou communication ». Son objectif était d'acquérir plus de responsabilités dans le management. Après le GFM, il a été embauché comme directeur de collection chez Pierre Hardy, designer de chaussures et de maroquinerie. « Le MBA m'a permis d'être repéré par des recruteurs, des dirigeants et des chasseurs de têtes. Et puis je me suis créé un réseau international composé d'étudiants venus du Brésil, du Pérou, du Mexique ou de Corée. Il m'aide notamment à réfléchir à la stratégie de développement de la marque et à sa distribution ».

UNIVERSITE D'ETE

La tenue, pour la deuxième année consécutive, d'une Université d'Eté, cycle de programmes courts d'une semaine, a permis à l'IFM de proposer une formation dispensée en anglais et en français à de jeunes lycéens (Seconde et Première) et aux étudiants du premier cycle universitaire, parmi lesquels se trouvaient des jeunes issus de 16 pays.

Compte tenu du nombre d'inscrits, l'offre de programmes a été accrue et diversifiée en 2010. Ainsi, outre le programme « panorama du monde de la mode », un nouveau programme « le produit de mode et sa communication » a été proposé aux lycéens.

Un programme supplémentaire, en partenariat avec le **Central St Martins College** de Londres, a proposé un parcours de deux semaines, la première à Londres et la deuxième à Paris.

77 lycéens et 53 étudiants se sont inscrits à l'université d'été.

FORMATION CONTINUE

2250 personnes ont participé à une formation à l'IFM en 2010 au titre de la formation continue (programmes interentreprises, programmes sur mesure, journées d'études).

Chaque programme ou séminaire donne lieu à des interventions d'experts professionnels de haut niveau en lien étroit avec les professeurs de l'IFM.

De nouveaux séminaires sont développés sur la communication digitale et les réseaux sociaux, dans le but d'aider les entreprises à faire le point sur les derniers développements en matière de nouvelles technologies, à mieux maîtriser les nouvelles opportunités du e-business et les nouveaux outils du web.

« Décrypter l'air du temps », « *retail* et gestion de l'offre », « plan de collection », « *sourcing* international responsable »... figurent parmi les dizaines de séminaires proposés chaque année par la formation continue de l'IFM, avec une demande de plus en plus forte des entreprises pour des séminaires appliqués axés autour des métiers (du type « clés du contrat de licences », « construction d'une gamme de couleurs », « construction d'un assortiment » etc.).

L'IFM poursuit le développement du cycle intitulé « Monde de Femmes », sur les différentes figures de la féminité dans le monde afin d'aider les entreprises à déchiffrer un aspect fondamental des sociétés contemporaines et de mieux comprendre les évolutions en profondeur de la consommation dans les grandes zones géographiques. De même, les séminaires sur l'« identité et les nouveaux territoires du luxe » continuent à se développer.

Le géographe **Jean-Christophe Victor** et l'historien **Henry Laurens**, professeur au Collège de France, ont animé en juin 2010 une journée d'étude à l'IFM sur le Moyen-Orient, durant laquelle ils ont décrypté les évolutions en profondeur des économies et des sociétés de la région, qui sont aussi des marchés importants.

En novembre, deux spécialistes de premier plan ont livré leur vision de la Chine à l'IFM. **Jean-Luc Domenach**, Directeur de recherches au Centre d'études et de recherches internationales (CERI) et directeur du Programme Asie du Master de politique comparée de Sciences Po, est intervenu dans le cadre d'un séminaire de formation continue sur le « luxe en Chine ». **Pierre Haski**, co-fondateur du site d'information *Rue89* et ancien correspondant de *Libération* à Pékin, est intervenu dans le cadre d'un séminaire organisé avec Taylor Wessing, cabinet d'avocats internationaux sur « Chine et Moyen-Orient, deux marchés clés pour les marques de mode et de luxe ».

A noter : l'IFM a développé un cycle d'accompagnement pour des PME et TPE de la région Ile-de-France, en lien avec le Forthac et la DGCIS, pour les aider dans leur stratégie de développement (séminaires inter-entreprises et *coaching*).

PARTENARIATS DANS LE DOMAINE DE LA FORMATION

INTERNATIONAL

A la suite de l'accord conclu avec l'Université de la Bocconi de Milan et l'ISEM de Madrid (IESE), des séminaires d'études ont été organisés pour les étudiants de management de la mode des trois institutions. L'IFM a accueilli 54 étudiants de l'ISEM en février et 40 étudiants de la Bocconi en mai, pour deux jours de conférences, les étudiants du programme de management de l'IFM se sont quant à eux, rendus dans l'une ou l'autre de ces institutions.

Le cinquième cycle de l'Advanced Management Program à Pékin a été ouvert en septembre 2010 avec 32 participants. Le programme comprend six séminaires de trois jours, plus un séminaire intensif d'une semaine à Paris. Les cours sont dispensés en anglais par des professeurs de l'IFM et d'HEC, mais également de l'Université de Tsinghua ce qui permet une approche franco-chinoise.

Sylvie Ebel, Directeur Général Adjoint de l'IFM, a participé en mars 2010 aux travaux du Comité Exécutif de l'International Foundation of Fashion Technology Intitutes (IFFTI) et le Directeur de la recherche académique, **Olivier Assouly**, a présenté un *working paper* lors du congrès annuel qui se déroulait à Taïwan. L'IFFTI regroupe les meilleures institutions de formation du monde entier dans les domaines de la création, du management et des technologies, toutes ayant un lien fort avec les entreprises, parmi lesquels le FIT à New York, le Bunka Fashion College au Japon, le London College of Fashion à Londres, au total 40 écoles du monde entier.

Dominique Jacomet, Directeur Général, et le Responsable des Relations Internationales, **Philip Cacouris**, ont assisté en février 2010 à la Fashion Week d'Istanbul à l'invitation de la Fédération Turque des Exportateurs des Textiles et ont présenté l'industrie et les marques françaises de mode lors d'une conférence à l'Istanbul Moda Academy, spécialisée dans la formation initiale et permanente.

FRANCE

Dominique Jacomet, Directeur Général de l'IFM a été nommé membre du jury de l'agrégation de l'Enseignement Supérieur en Sciences de Gestion. **Olivier Assouly**, professeur IFM et Directeur de la recherche académique, a été désigné comme membre du jury de l'agrégation d'Arts Appliqués.

Le corps professoral de l'IFM dispense des cours dans plusieurs écoles : ENSCI, ESCP-Europe, Ecole Estienne, ICN, Sciences-Po Paris ainsi que les Universités de Clermont-Ferrand, Paris I Panthéon Sorbonne et Paris Dauphine.

L'IFM a assuré la conception et l'animation d'un cours d'Economie Mondiale Textile au sein de l'ISTA en 2010.

L'IFM participe au Mastère Spécialisé « Commerce et Innovation dans la Mode » délivré par l'ENSAIT en co-accréditation avec l'IFM et l'EDHEC. Des professeurs de l'IFM ont enseigné dans ce cadre dans les différents modules de ce programme qui se sont déroulés à Paris et à Roubaix.

Dans le cadre d'une convention de partenariat signée avec l'IFM, des étudiants de l'ENSCI (Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle), ont suivi des cours du Programme Postgraduate de Management Mode et Design de l'IFM. A titre de réciprocité, certains étudiants de ce programme ont suivi un enseignement lié à l'urbanisme et à l'espace à l'ENSCI.

Des étudiants de l'Université Paris IV Sorbonne, dans le cadre d'une convention de partenariat signée avec l'IFM, ont suivi des cours du Programme Postgraduate de Management Mode et Design de l'IFM. En contrepartie, certains étudiants de ce programme ont suivi un enseignement lié à l'archéologie du vêtement à l'Université Paris IV Sorbonne.

Des étudiants internationaux de ESCP Europe (campus de Londres) en Master Marketing – *Managing the Value of Creativity*, ont suivi une semaine d'enseignement à l'IFM consacré à l'industrie française de la mode et du luxe.

Le corps professoral de l'IFM a dispensé des cours à la Maison Méditerranéenne des Métiers de la Mode de Marseille qui a accueilli 7 entrepreneurs/designers provenant de 7 pays riverains de la Méditerranée.

ECOLES DE CREATION DE MODE

L'Institut, représenté par **Sylvie Ebel**, directeur général adjoint, a participé au groupe de travail des écoles de création de mode qui s'est réuni à partir de septembre 2010. Ces réunions ont eu deux objets. Le premier : réfléchir à une meilleure reconnaissance des diplômés à l'international et à l'intégration des écoles de création de mode dans le système licence, master, doctorat (LMD). Le second : identifier des initiatives communes entre les écoles de création de mode pour leur donner plus de visibilité, notamment à l'international.

RECHERCHE ACADEMIQUE

L'IFM a développé en 2010 une base de données interactive destinée aux étudiants, aux chercheurs et aux professionnels qui recense et évalue les travaux pluridisciplinaires français et internationaux dans les champs de la mode et des industries de la création. Le référencement d'ouvrages concerne près de 300 références. Cette base de données comprend aussi un annuaire des chercheurs et la mise en ligne de leurs travaux. Cette base de données est continuellement réactualisée. Il s'agit par-là de constituer un ensemble de références capable d'orienter les travaux et les recherches des étudiants et plus largement des chercheurs et des professionnels dont la réflexion porte sur la mode, et plus largement sur la question des cycles de consommation, ainsi que sur d'autres thèmes adjacents comme le corps, la beauté, les cosmétiques, le parfum, la gastronomie. La méthode est ouverte à toutes les approches disciplinaires. Il s'agit en effet de croiser des disciplines et des approches diverses au-delà des découpages académiques classiques, qui rendent difficilement compte de la réalité des réalités sociales ou économiques de la mode. Une large place a été accordée aux technologies dans la mesure où la mode et la consommation sont indissociables des techniques et des moyens de représentation et de diffusion de leurs objets.

La lettre semestrielle du Centre de recherche - Mode de Recherche - diffusée sous format électronique en français et en anglais, a consacré son 13ème numéro (janvier 2010) au thème de la **gastronomie** et le numéro 14 (septembre 2010) a été consacré à la thématique suivante : *Qualifier le design : entre usage, esthétique et consommation*. Il s'agit par-là, compte tenu des thèmes, de dépasser le champ de la mode vestimentaire pour souligner la manière dont la mode, en tant que cycle de consommation, peut s'appliquer à des domaines étrangers aux vêtements et au textile. Il s'agissait aussi de faire ressortir ce qui dans chacun de ses objets, la gastronomie et le design, relève d'habitudes de consommation communes avec la mode : rotation accélérée, mondialisation, phénomènes d'imitation, etc. Au-delà de similitudes patentes et de différences saillantes, ces parallèles révèlent des pratiques, des techniques et des spécificités dont chacun des champs et des secteurs d'activités – la mode, le design et la cuisine – peuvent savoir tirer profit sur le plan économique.

Les éditions IFM, dont la diffusion est assurée par Le Regard, ont publié deux ouvrages, l'un collectif sur les transformations de la consommation liées aux nouvelles technologies : *Du consommateur à l'amateur* et l'autre sur les savoir-faire et la consommation au Japon : *Esthétiques du quotidien au Japon* (sous la direction de Jean-Marie Bouissou, Sciences-Po Paris). Le premier des deux ouvrages souligne l'importance des mutations dans le champ de la production et de la consommation, traduisant le passage d'une économie de masse fordiste vers une économie de plus en plus ajustée en fonction des aspirations particulières des individus. De surcroît, l'ouvrage souligne les enjeux majeurs qui passent l'intégration croissante du consommateur dans les processus et la réalité de la production économique, que ce soit par le biais du *crowdsourcing*, de la coproduction et de ce qu'on appelle plus généralement les pratiques des amateurs.

Le second ouvrage consacré au Japon fait ressortir l'univers esthétique japonais dans lequel s'ancre notamment le rapport à la production d'objets rares, artisanaux, artistiques, ou encore la consommation d'objets et de produits de luxe.

OBSERVATOIRE ECONOMIQUE ET ETUDES

Outre les thèmes habituels consacrés au suivi de la conjoncture en France, en Europe, aux Etats-Unis ou en Asie, la *Lettre économique* de l'IFM a abordé au cours de l'année 2010 de nouveaux sujets : « Les comportements de consommation dans la mode », « L'effet amplificateur de la consommation sur l'activité du textile amont », « L'industrie française de l'ennoblissement : déclin incontournable ou tournant stratégique ? », « Les stratégies de prix dans le luxe : une diversité croissante », « Investissements textiles : la baisse des achats s'est poursuivie en 2009 ».

L'*enquête consommateurs* de l'IFM, comporte désormais 50% d'entretiens menés en « face à face » et 50% d'entretiens par Internet. Elle permet notamment de suivre l'évolution de la consommation en quantités par types de produits et par circuits de distribution, les prix réellement payés par les consommateurs (en tenant compte des soldes et promotions), le développement des ventes sur Internet.

En outre, le champ du *panel distributeurs* de l'IFM s'est élargi depuis le mois de mars 2010 à la consommation de chaussures, de maroquinerie et d'accessoires de mode.

Outre la mise en place de l'**Observatoire des textiles techniques** et de l'**Observatoire du luxe** (voir les faits marquants de 2010), plusieurs études ont été réalisées en 2010.

Un petit déjeuner/conférence de presse a eu lieu en janvier 2010 en présence de **Lucien Deveaux**, Président du DEFI.

Au cours de cette rencontre ont été présentés les résultats inédits d'une étude de l'IFM financée par le DEFI, *Mode et consommation responsable*, portant sur les évolutions enregistrées dans les consciences et les comportements dans le contexte de la crise. L'étude a été réalisée et présentée par **Evelyne Chaballier**, Directeur des études économiques et prospectives de l'IFM, et **Christel Carlotti**, expert. L'étude est fondée sur l'analyse de 6 tables rondes de consommateurs, 2 sondages auprès de 1000 consommateurs en novembre 2008 et octobre 2009, et les interviews approfondis de 25 responsables de marques et enseignes de distribution, du *mass market* au luxe (mai à octobre 2009).

Les comportements d'achat dans la mode : l'impact de la crise a été le titre d'une étude exclusive de l'IFM sur la consommation de mode en 2009, publiée en janvier 2010, et qui s'appuie sur une enquête réalisée du 19 au 24 octobre 2009 par l'Institut GFK-ISL (échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française/15 ans et plus selon la méthode des quotas).

R3ILAB

L'IFM porte le réseau R3iLab (Réseau Innovation Immatérielle pour l'Industrie). Aux côtés d'**Elizabeth Ducottet** et de **Nelly Rodi, André Beirnaert** et **Dominique Jacomet** siègent au comité de gouvernance mis en place au deuxième semestre 2009 pour piloter et animer les projets du réseau.

Danièle Clutier, Directrices Etudes à l'IFM assure aux côtés de **Stanislas Vandier**, consultant, la coordination des cinq projets lancés par le R3iLab, chacun présidé par un chef d'entreprise et qui seront poursuivis en 2011.

- « Tech & Design » : création de produits innovants issus du mélange des cultures du textile et du design : les prototypes issus des 10 premiers binômes industriels-créateurs ont été développés fin 2010.
- « TIC et Mode » : faire entrer le secteur plus avant dans l'ère du numérique en conduisant des partenariats entre entreprises du monde des technologies de l'information et de la communication et entreprises du textile-habillement ou de la mode.
- « Manu Maestria » : en collaboration avec les professionnels de l'ameublement, du bijou, des métiers d'art, de la broderie et du cuir, le Projet a déjà permis de réaliser des audits de compétitivité des 8 artisans et TPE participants afin de fonder les développements créatifs sur leurs besoins stratégiques.
- « Impact Marchés » : analyser les innovations orientées marché dans les entreprises les plus performantes du textile-habillement et d'autres secteurs pour repérer et diffuser auprès des acteurs de la filière les « meilleures pratiques ».
- « Scenarii textile-habillement 2020 » : établir un diagnostic des atouts et faiblesses de la filière française, relever les facteurs de changement (opportunités et menaces) d'ici 2020, ainsi que les réponses stratégiques devant être développées par les entreprises selon différents scenarii macro-économiques. Outre l'analyse de données quantitatives, cette étude a donné lieu au deuxième semestre 2010 à des entretiens individuels et à trois groupes projectifs (*brainstormings*) réunissant plus de 40 professionnels.

L'Agence pour la promotion de la création industrielle (APCI), la Cité du design et l'Institut Français de la mode (IFM) ont réalisé à la demande du ministère de l'Economie de l'Industrie et de l'Emploi (DGICIS) une *étude sur l'économie du design* en France.

Cette étude, présentée en novembre à la Biennale du design de Saint-Etienne, comporte une analyse en quatre volets :

- l'offre de design (indépendants et agences de design)
- la demande de design par les entreprises - le poids économique du design
- l'évolution du métier et l'impact de la crise

Elle est accompagnée d'une synthèse des principales études européennes sur le sujet et de la rédaction de dix études de cas.

Patricia Romatet, professeur à l'IFM et Directrice Etudes a conduit un certain nombre d'études pour des entreprises du secteur.

A titre d'exemple, une étude sur la mode homme (*Mode : le moment des hommes ?*), a été présentée le 23 juin 2010 à l'occasion d'un petit déjeuner de presse, autour des auteurs de l'étude : **Patricia Romatet**, **Gildas Minvielle** et **Franck Delpal** (Observatoire économique de l'IFM). L'étude s'appuie sur la base de données consommateurs de l'IFM et sur une enquête exclusive réalisée sur internet auprès d'un échantillon de jeunes hommes à forte sensibilité mode.

Résumé de l'étude : dans le contexte de la crise, la consommation masculine peut être considérée comme un relais de croissance. Le budget annuel masculin reste de 15 % inférieur à celui de la femme (8,8 milliards d'euros en France en 2009 contre 11 milliards pour les femmes). Sur les moins de 30 ans, hommes et femmes consacrent le même budget à leur habillement. Sur certaines tranches d'âge, comme les 25-29 ans, les hommes consomment davantage que les femmes. Les hommes semblent encore plus attachés aux marques que les femmes qui, pour réduire leurs dépenses, se tournent davantage que les hommes vers des produits moins chers et moins griffés.

L'étude sur l'*avenir des industries de l'ennoblissement* (risques et opportunités du secteur) a été présentée à Lyon et à Lille auprès d'un panel d'entreprises.

L'*étude multi-clients consacrée à la lingerie féminine* a été actualisée de même que le bilan économique de la mode féminine réalisé à la demande de la Fédération du prêt-à-porter féminin ainsi que l'étude portant sur les textiles de maison.

Dans le cadre de la consolidation des liens avec les pays du Bassin méditerranéen, l'IFM a continué de travailler en étroite collaboration avec les organisations professionnelles du Maroc (AMITH, Association Marocaine des Industries du Textile-Habillement) et de la Tunisie (CETTEX, Centre technique du textile tunisien). Ainsi, le 18 février 2010, un séminaire a été organisé à Tunis : « Textile-habillement, conjoncture et perspectives nationales et internationales », au cours duquel trois experts de l'IFM sont intervenus, dont le Directeur Général de l'Institut.

S'agissant du Maroc, l'IFM a participé à la troisième édition du « road show » Emergence textile-habillement au cours duquel trois conférences ont été organisées le 2,3 et 4 février à Tanger, Fès et Casablanca sous le thème : « Anticiper la reprise des marchés ».

Un certain nombre de représentants de l'IFM participent aux travaux de la Conférence Nationale de l'Industrie (CNI), créée le 8 juillet 2010. Elle comprend plusieurs groupes de travail et Comités Stratégiques de Filières. Dominique Jacomet, Directeur Général de l'IFM, préside le Groupe de Travail « Bilan et Prospectives ».

L'IFM est représenté par Evelyne Chaballier dans le Comité Stratégique de Filière « Biens de consommation » et par Dominique Jacomet dans le Comité Stratégique de Filière « Mode et Luxe ».

L'IFM a participé à l'assemblée générale d'Euratex où le Directeur Général, Dominique Jacomet, a présenté les travaux de l'IFM sur la consommation responsable.

CONFERENCES, EVENEMENTS ET PARTENARIATS

L'IFM accueille de plus en plus d'événements liés à l'actualité du secteur de la mode.

La *Charte de bonnes pratiques de la filière Mode et Luxe* a été signée le 14 avril 2010 à l'IFM par le ministre de l'industrie **Christian Estrosi**, **Didier Grumbach**, président de la Fédération de la Couture, du Prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode (au nom des donneurs d'ordre de la mode et du luxe) et **Jean-Pierre Mocho**, président de l'Union Française des Industries de l'Habillement (UFIH), au nom des sous-traitants.

La charte encourage les donneurs d'ordre et les sous-traitants à entretenir un meilleur dialogue au quotidien, dans le but d'aider à préserver le savoir-faire français fragilisé par la crise et les délocalisations.

L'amphithéâtre Yves Saint Laurent a accueilli en 2010 plusieurs manifestations réunissant des professionnels du secteur ou conférences de presse :

- L'IFTH a présenté les résultats de sa campagne sur la mensuration des enfants en avril 2010.
- Première vision a organisé une réunion d'information pour ses exposants en avril et novembre 2010.
- L'Union des Industries Textiles (UIT) a organisé son Assemblée générale le 18 mai 2010, avec un discours de clôture d'**Anne-Marie Idrac**, secrétaire d'Etat chargé du commerce extérieur.
- Maison & Objet a tenu une conférence de presse en juin 2010.
- La Fédération de l'E-commerce et de la vente à distance (FEVAD) a organisé sa conférence de presse annuelle en septembre 2010.

Par ailleurs, outre le cycle annuel de conférences publiques, l'IFM organise régulièrement des conférences autour de la mode, du design et des industries de la création.

En janvier 2010, l'IFM a accueilli une conférence de **Sophie Chapdelaine de Montvalon**, auteur du livre *Le Beau pour tous*, ouvrage consacré à **Denise Fayolle** et **Maimé Arnodin** (éditions de L'Iconoclaste). A l'occasion de cette présentation, **Pierre Bergé**, **Léon Cligman** et **Martine Leherpeur** ont apporté leur témoignage personnel.

Comme chaque année, les experts de l'IFM ont animé en mai 2010 différentes table-rondes lors des Conférences du Festival de Hyères en appui de la Fédération de la couture.

En juin 2010, en partenariat avec les Designer's Days, l'IFM a organisé une table-ronde sur la place de la direction artistique dans l'entreprise.

Intervenants :

- **Thierry Métroz**, directeur du style de Citroën ;
- **Floriane de St Pierre**, présidente de FSPA (conseil en recrutement dans le domaine

du luxe);

- **Charles Kaisin**, directeur artistique de Val St Lambert (cristallerie belge de luxe) ;
- **Corinne Poux**, directeur de l'innovation d'Hermès International ;
- **Philippe Picaud**, directeur du design de Carrefour ;
- **Christophe Pradère**, directeur général de BETC Design.

Le débat était animé par **Lise Coirier**, rédactrice en chef du magazine TL.

Dans le cadre des *Rives de la Beauté 2010*, l'IFM a organisé en septembre 2010 une matinée de rencontres et de débats autour des inspirations croisées entre parfum, musique et mode.

En novembre, l'IFM était partenaire du Festival *Livres en Tête*, un festival littéraire organisé par le Service culturel des étudiants de l'Université Paris-Sorbonne (Paris IV) et Les Livreurs, association de lecture à haute voix, en partenariat avec France Culture, le Collège des Universités de Paris, la Mairie de Paris, le Centre Chopin et la CCAS. Des invités du monde littéraire et musical sont venus participer à deux soirées à l'IFM : **Philippe Grimbert, Eric Naulleau, Pierre Jourde, Karol Beffa**.

En octobre 2010, l'IFM a organisé une table-ronde en partenariat avec Chic Art Fair sur les relations entre mode, luxe et art contemporain.

Intervenants :

Elsa Janssen, responsable du pôle Art et Création aux Galeries Lafayette ;

Audrey Mascina, directrice artistique et commissaire de l'exposition "SPACE FOR FANTASY" (25.03.10 - 22.05.10 à La Galerie des Galeries Lafayette) ;

Émilie Faïf, scénographe-plasticienne (Hermès International, Isabel Marant, Pierre Frey...) ;

Caroline Champion, exploratrice de saveurs, chercheur en littérature du goût et en philosophie esthétique ;

Christophe Rioux, professeur de marketing et spécialiste des interactions art contemporain / luxe ;

Alexandra Fau, journaliste et critique d'art contemporain ;

Débat animé par **Stéphane Corréard**, collectionneur, ancien galeriste, commissaire artistique du Salon d'Art contemporain de Montrouge.

Les groupes « mode » et « luxe » d'anciens élèves d'HEC ou d'ESCP Europe se réunissent régulièrement à l'IFM.

Bertrand Stalla-Bourdillon, chairman et CEO de Marc Jacobs International et président de Berluti (groupe LVMH) est ainsi venu à l'IFM en janvier 2010, à l'invitation du groupement Luxe et Création de l'Association des Anciens d'HEC.

Les groupes « Mode ESCP Europe » et « ESCP Europe Luxe International » ont organisé plusieurs rencontres dans l'amphithéâtre Yves Saint Laurent.

Par exemple, en septembre 2010 : une table-ronde sur « la satisfaction des touristes Chinois/une porte sur le marché chinois ? », avec notamment **Catherine Aymard-Yu**, Responsable du Développement International des Galeries Lafayette.