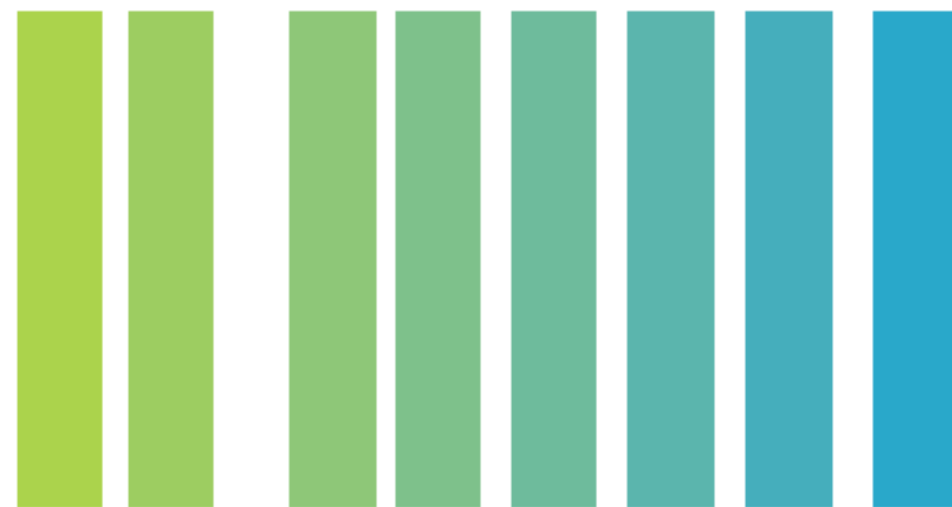


IFM



LA LETTRE

ÉCONOMIQUE DE L'INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

JANVIER 2010 - N° 177

TROP DE SOLDES TUE LES SOLDES ?

Alors que les résultats d'octobre (+ 0,2 % en valeur par rapport à octobre 2008) ont mis fin à trois mois consécutifs de reculs prononcés de la consommation finale d'articles mode et textiles, le mois de novembre a de nouveau connu une orientation négative : - 3,9 % en valeur par rapport au onzième mois de l'année 2008. Les tous premiers éléments recueillis pour le mois de décembre semblent révéler une certaine amélioration par rapport à la faible référence de décembre 2008 et confirmer que les consommateurs conservent un appétit pour la mode. Si les résultats définitifs du mois de décembre confirmaient ces premiers éléments, le recul de la consommation d'articles mode et textiles pourrait, en définitive, être voisine de - 3,2 % en valeur.

Il semble donc que le point bas de l'activité commerciale ait été atteint au troisième trimestre de l'année dernière lorsque les ventes ont chuté de 9,1 % en valeur par rapport à celles du troisième trimestre 2008. En fin d'année, le recul de la consommation s'est nettement atténué puisqu'au quatrième trimestre 2009, il devrait être compris entre - 1 et - 2 %.

En ce début d'année, doit-on s'attendre, comme l'an passé, à une plus forte animation de la consommation sous l'impulsion des soldes d'hiver ? Les consommateurs, tout

particulièrement en ces temps de crise, sont en effet plus rationnels et guettent les bonnes affaires. C'est ainsi que le mois de janvier a totalisé le plus haut niveau de consommation de l'année 2009. Après avoir limité leurs achats les mois précédents les soldes, les consommateurs pourraient ainsi profiter des bonnes affaires et des rabais substantiels proposés par les distributeurs. D'autant, que l'arrivée du froid devrait stimuler les ventes de grosses pièces. Si une certaine animation semble caractériser les premiers jours de soldes, on peut craindre en revanche que l'impact ne s'émousse assez rapidement. Par ailleurs, le fait qu'il ait neigé dans de nombreuses régions de France a rendu difficiles les conditions de circulation, ce qui a permis de soutenir les ventes sur internet.

Quoiqu'il en soit, les soldes, évidemment nécessaires pour écouler les stocks des distributeurs, ne permettent pas à eux seuls de soutenir la consommation. D'autant que leur multiplication, à la suite de l'instauration des semaines de soldes flottants, a contribué à diminuer l'impact des soldes saisonniers. Les distributeurs ont en effet eu recours à ces semaines de soldes en ordre dispersé, ce qui a sans doute diminué leur efficacité. En conséquence, les consommateurs ont désormais le sentiment que les soldes et les promotions ont lieu tout au long de l'année.

La multiplication des soldes contribue même à renforcer chez le consommateur un certain sentiment de suspicion vis-à-vis de la légitimité des prix. L'importance des rabais pratiqués pendant la période des soldes peut en effet laisser penser que les marges correspondant au prix affiché en début de saison sont trop confortables, ce qui a tendance à inciter les consommateurs à concentrer leurs achats sur les périodes de soldes. Pour l'ensemble de l'année 2009, la part des achats en soldes et en promotions a totalisé 31 % du chiffre d'affaires des distributeurs, contre 18,5 % seulement il y a dix ans !

Le mouvement de baisse des prix qui est renforcé par la part croissante des soldes et des promotions n'est pas sans incidence sur les stratégies de sourcing des distributeurs. Au cours des dix premiers mois de l'année 2009, les donneurs d'ordres ont ainsi maintenu le volume de leurs approvisionnements auprès des producteurs asiatiques tels que l'Inde et le Bangladesh et n'ont que très légèrement diminué leurs importations en provenance de Chine, en dépit du repli de la consommation, de façon à éviter que le mouvement de baisse des

prix ne rogne leurs marges. Ce sont les producteurs européens et du Bassin méditerranéen qui, en contrepartie, ont vu leurs prises d'ordres sensiblement diminuer.

GILDAS MINVIELLE
gminvielle@ifm-paris.com



LES VENTES DES DISTRIBUTEURS FRANCE

NOVEMBRE : RECHUTE DE LA CONSOMMATION

CONSOMMATION D'HABILLEMENT EN NOVEMBRE 2009 : -3,9 % EN VALEUR PAR RAPPORT À NOVEMBRE 2008

Après la timide éclaircie du mois d'octobre, la consommation a de nouveau connu un recul au mois de novembre. Les ventes d'articles d'habillement et textiles ont ainsi affiché un retrait de 3,9 % en valeur par rapport à la faible référence de novembre 2008. En données corrigées des variations saisonnières, les ventes du mois de novembre, mesurées à prix constants, ont en outre accusé une baisse de 7,7 % par rapport à octobre 2009.

Seule la vente à distance a bénéficié d'une progression de son chiffre d'affaires habillement : + 7,1 % en valeur par rapport à une référence 2008, il est vrai, particulièrement basse. Les autres circuits de distribution ont subi des reculs compris entre - 3,5 % pour les chaînes spécialisées et - 8,2 % pour les magasins indépendants multimarques.

LA CONSOMMATION PAR MARCHÉ

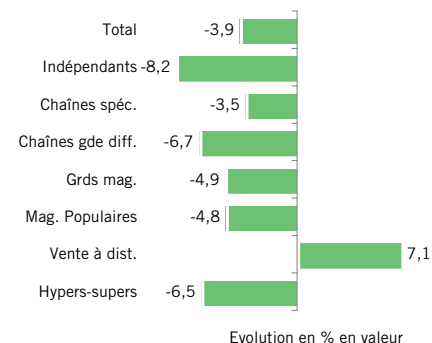
Selon les différents rayons, les petites pièces et la lingerie femme ont affiché la meilleure résistance (respectivement - 0,7 % et - 1,2 % en valeur par rapport à novembre 2008). Les ventes de prêt-à-porter et de textiles ont, en revanche, accusé des retraits importants.

Sur l'ensemble de la période janvier-novembre 2009, la consommation s'est repliée de 4,1 % en valeur par rapport à la même période de 2008 (- 4,7 % à prix constants). Cependant, les échos relatifs au mois de décembre laissent entrevoir un rebond de la consommation au dernier mois de l'année, qui améliorera vraisemblablement le cumul annuel. Celui-ci sera donc inférieur à 4 % pour 2009.

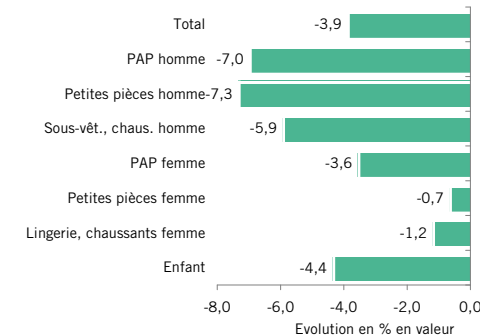
CHARLES TILLARD-TETE

ctillard@ifm-paris.com

LA DISTRIBUTION D'HABILLEMENT NOVEMBRE 2009 / NOVEMBRE 2008



LA CONSOMMATION D'HABILLEMENT NOVEMBRE 2009 / NOVEMBRE 2008



CUMUL DES VENTES TEXTILE-HABILLEMENT À SURFACE COMMERCIALE COMPARABLE JANVIER 2009 À NOVEMBRE 2009 / JANVIER 2008 À NOVEMBRE 2008

% d'évolution en euros constants données provisoires	MAGASINS INDEPEND.	CHAÎNES SPECIALIS.	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS POPULAIRES	MAGASINS DISTANCE	VENTE A	HYPERS-SUPERS	TOTAL
PRET-A-PORTER HOMME	-6,3	-7,6	-4,6	-2,5	...	-1,5	-5,9	-5,9
PETITES PIECES HOMME	-7,8	-3,7	-4,0	-7,0	-6,2	-7,3	-8,7	-5,3
SOUS-VETEMENTS, CHAUSSANTS HOMME	-4,8	+0,6	+8,8	-5,0	-5,7	+0,1	-4,1	-1,0
PRET-A-PORTER FEMME	-9,0	-4,4	-6,7	-0,6	-10,1	-7,4	-2,9	-5,5
PETITES PIECES FEMME	-4,7	-4,2	-4,7	-5,3	-10,0	-11,6	-5,3	-5,6
LINGERIE, CHAUSSANTS FEMME	-1,2	-4,6	+6,3	-8,4	+0,9	-0,7	-6,9	-2,9
HABILLEMENT ENFANT	-4,8	-1,7	-0,9	-7,8	-1,4	-8,3	-6,3	-3,3
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-6,4	-4,5	-2,2	-3,9	-3,9	-6,8	-6,0	-4,7
LINGE DE MAISON	-4,1	+1,7	...	-10,6	-2,4	-4,3	-1,8	-3,2
TISSU AU METRE	-11,6	-8,4	...	-25,6	...	-2,2	...	-7,6
MERCERIE-LAINE	+8,3	-6,9	...	-23,4	-8,6	+5,8	...	-3,9
TOTAL TEXTILE	-6,2	-1,1	...	-11,4	-3,7	-3,7	-1,8	-3,7
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-6,4	-4,4	-2,2	-4,4	-3,9	-6,0	-5,2	-4,7

LA DÉGRADATION DU COMMERCE EXTÉRIEUR S'ACCENTUE DE NOUVEAU

TEXTILE

Les mois se suivent et se ressemblent hélas pour l'industrie textile hexagonale, qui n'enregistre pour l'heure aucun signe tangible de redémarrage. La diminution de la production industrielle a néanmoins cessé de s'accroître : elle s'établit à - 24 % sur la période janvier-novembre 2009 par rapport aux mêmes mois de 2008. Sur dix mois, les chiffres d'affaires subissent également un fort retrait (- 17 %). Il est vrai que le marché textile amont connaît un net ralentissement au niveau mondial. Les exportations françaises connaissent ainsi une baisse de 22 % sur les dix premiers mois de 2009. Quant aux importations de textiles, elles apparaissent également en baisse (- 19 %).

Les exportations françaises sont en recul vers l'ensemble des zones géographiques, et notamment l'Europe (- 24 %). Le mouvement est similaire du côté des importations, même si certains pays fournisseurs parviennent à limiter leur repli : les livraisons depuis la Chine n'ont ainsi diminué que de 3 % à ce stade de l'année.

* Exportations textiles France

Janvier à octobre 2009 : 3 444 millions d'euros, dont 2 111 millions à destination de l'Union européenne et 1 333 millions à destination des autres pays.

* Importations textiles France

Janvier à octobre 2009 : 4 260 millions d'euros, dont 2 583 millions en provenance de l'Union européenne et 1 677 millions en provenance des autres pays.

HABILLEMENT

Chez les industriels de l'habillement, la mauvaise conjoncture se fait également durement sentir, à travers une baisse très importante de la production sur le territoire national : celle-ci atteint 33 % sur la période janvier-novembre 2009 par rapport à 2008. Les chiffres d'affaires sont cependant mieux orientés que dans l'amont de la filière. Ils se replient de 9 % en moyenne de janvier à octobre 2009. La baisse est de 6,1 % de janvier à novembre à champ comparable selon l'indice DEFI-IFM chez les fabricants de vêtements chaîne et trame.

De surcroît, les marchés extérieurs constituent de moins en moins un relais de croissance. Les exportations françaises d'habillement ont vu leur rythme diminuer et subissent désormais un recul de 11 % sur dix mois. Certains pays, comme la Pologne ou les Emirats Arabes Unis, qui avaient plutôt bien résisté à la conjoncture jusqu'alors ont clairement restreint leurs importations de vêtements français. Au final, seuls l'Allemagne, la Chine et le Liban restent des marchés porteurs.

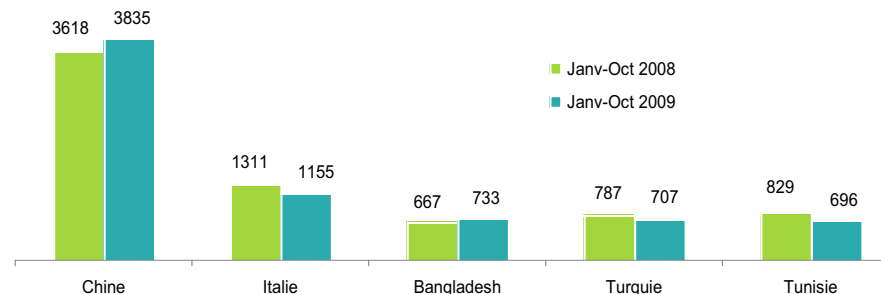
* Exportations habillement France

Janvier à octobre 2009 : 5 756 millions d'euros, dont 4 121 millions à destination de l'Union européenne et 1 635 millions à destination des autres pays.

* Importations habillement France

Janvier à octobre 2009 : 12 053 millions d'euros, dont 3 439 millions en provenance de l'Union européenne et 8 614 millions en provenance des autres pays.

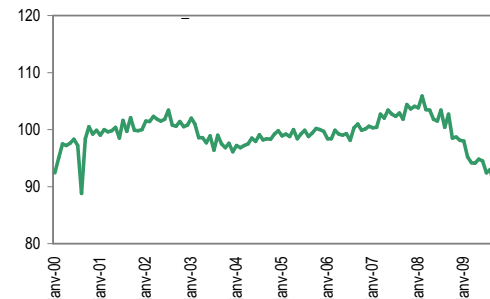
FRANCE
PRINCIPAUX FOURNISSEURS D'HABILLEMENT EN MILLIONS D'EUROS



TEXTILE - INDICES DE CHIFFRES D'AFFAIRES MARCHÉ INTÉRIEUR ET EXPORT
INSEE 2005 = 100
INDICES CVS



HABILLEMENT - INDICES DE CHIFFRES D'AFFAIRES MARCHÉ INTÉRIEUR ET EXPORT
INSEE 2005 = 100
INDICES CVS



LE SOURCING DE PROXIMITÉ FRAGILISÉ

Au cours des neufs premiers mois de l'année 2009, les importations d'habillement des cinq principaux marchés européens (France, Espagne, Italie, Royaume-Uni, Allemagne) en provenance des pays du Bassin méditerranéen (Maroc, Tunisie, Turquie) ont connu un recul prononcé. Dans un contexte de repli de la consommation, Les distributeurs ont maintenu les volumes de leurs approvisionnements en Chine ou au Bangladesh, au détriment des pays du Bassin méditerranéen.

Au cours des neufs premiers mois de l'année 2009, les importations d'habillement en provenance d'Asie n'ont ainsi connu qu'un léger repli de 2 % en tonnages, tandis que celles en provenance de l'ensemble des pays du Bassin méditerranéen ont chuté de 13 %.

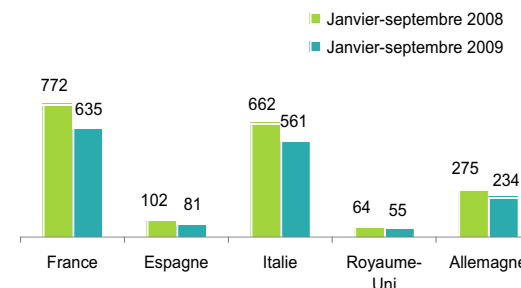
Pour les neufs premiers mois de l'année 2009, la France a importé l'équivalent de 635 millions d'euros d'articles d'habillement depuis la Tunisie, soit une baisse de 18 % par rapport à 2008. L'Italie, a quant à elle importé pour 561 millions d'euros (- 15 % par rapport à 2008). Au total, pour les cinq pays européens étudiés, les importations en provenance de Tunisie ont chuté de 16 %.

En provenance du Maroc, les importations espagnoles ont totalisé 640 millions d'euros, soit une baisse de 15 % par rapport à 2008. La France a également diminué ses approvisionnements au Maroc. Ils se sont élevés pour les neufs premiers mois de l'année 2009 à 615 millions d'euros, soit une baisse de 13 % par rapport à l'année précédente. Pour l'ensemble des cinq pays européens étudiés, les importations en provenance du Maroc ont subi un recul de 18 % en valeur.

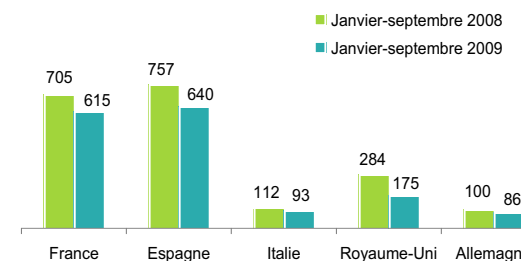
Les deux pays qui totalisent les plus hauts niveaux d'importations d'habillement en provenance de Turquie sont l'Allemagne et le Royaume-Uni (respectivement 1,7 milliards et 941 millions d'euros pour les neufs premiers mois de l'année 2009). Les importations de l'Allemagne en provenance de Turquie se sont repliées de 10 %, tandis que celles du Royaume-Uni ont accusé une chute de 20 %. Au total, les cinq pays européens ont vu leurs importations depuis la Turquie diminuer de 12 %.

GILDAS MINVIELLE
gminvielle@ifm-paris.com

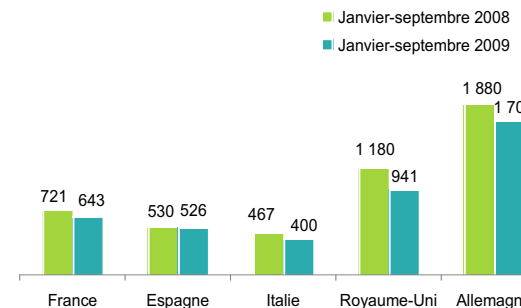
IMPORTATIONS D'HABILLEMENT DES MEMBRES DE L'UE EN PROVENANCE DE TUNISIE
MILLIONS D'EUROS



IMPORTATIONS D'HABILLEMENT DES MEMBRES DE L'UE EN PROVENANCE DU MAROC
MILLIONS D'EUROS



IMPORTATIONS D'HABILLEMENT DES MEMBRES DE L'UE EN PROVENANCE DE TURQUIE
MILLIONS D'EUROS



POINT PAYS : LE PAKISTAN

TEXTILE

CHIFFRES-CLÉS 2008 :

- Population : 181 millions d'habitants
- Emplois textile-habillement : 2,8 million de personnes
- Exportations françaises textile-habillement vers le Pakistan : 1,5 million d'euros
- Importations françaises textile-habillement en provenance du Pakistan : 321 millions d'euros

UNE SITUATION ÉCONOMIQUE PRÉOCCUPANTE...

Le Pakistan, s'il enregistre toujours une croissance de son PIB (+ 2,5 % attendus en 2009 ; + 6 % en 2008), connaît néanmoins un certain nombre de difficultés économiques et sociales : inflation, déficit budgétaire, chômage, pauvreté, insécurité, nombreux sont les maux qui touchent ce pays. Ces problèmes ont conduit le Pakistan au bord de la cessation de paiement en octobre 2008, et malgré des aides importantes des Etats-Unis, le pays a sollicité l'aide du FMI et a adopté un plan de stabilisation qui n'a pas encore porté ses fruits. La balance des transactions courantes du Pakistan est quasiment structurellement déficitaire. La principale source de devises est la filière textile-habillement, historiquement liée à la culture du coton. Le Pakistan en était en 2008 le quatrième producteur mondial, ce qui représentait alors près de 18 % des exportations du pays.

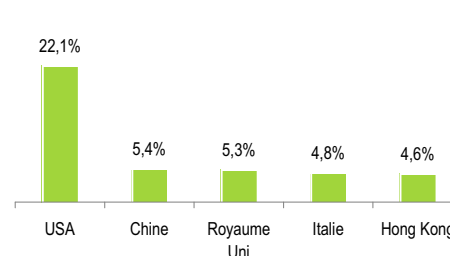
...QUI VOIT NÉANMOINS LE REDÉMARRAGE DE LA FILIÈRE TEXTILE

Le Pakistan était en 2008 à l'origine de près de 3 % des exportations mondiales de textiles. Outre sa dotation en coton, le Pakistan est compétitif grâce à des coûts salariaux très faibles. Dans l'enquête annuelle de Werner International, le salaire horaire moyen d'un ouvrier pakistanais dans le textile amont est de 0,56 \$, ce qui place le pays au même niveau que le Viêt-Nam et nettement meilleur marché que l'Inde, l'Indonésie, la Malaisie, la Thaïlande et la Chine.

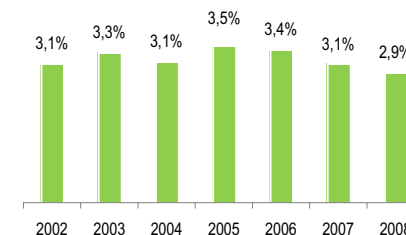
Les produits cotonniers (fibres, fils et tissus) représentent 49 % des exportations textiles pakistanaises. Cependant, la baisse de qualité des matières entraîne une pression concurrentielle accrue émanant des autres grands producteurs de cette fibre (Etats-Unis, Egypte, Ouzbékistan). L'autre spécialisation des entreprises réside dans le linge de maison, secteur qui emploie 350 000 personnes et compte pour près de 40 % dans les exportations textiles. Les résultats des entreprises pakistanaises sur ce segment sont plutôt bien orientés, aidés depuis mars 2009 par la fin de la clause anti-dumping mise en place par l'Union européenne en 2004 sur les importations de linge de maison en provenance du Pakistan. Jusqu'alors, une taxe de 5,8 % pesait sur ces livraisons.

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

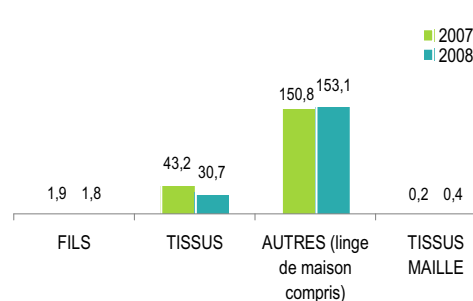
TEXTILE LES PREMIERS CLIENTS DU PAKISTAN EN 2008 EN % DES EXPORTATIONS EN VALEUR



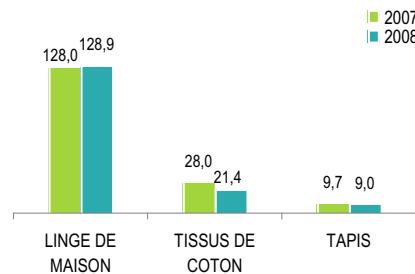
PART DU PAKISTAN DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES DE TEXTILE EN % DES VALEURS OMC



TOTAL TEXTILE IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DU PAKISTAN EN MILLIONS D'EUROS



IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DU PAKISTAN VENTILATION DES PRINCIPAUX POSTES EN MILLIONS D'EUROS



POINT PAYS : LE PAKISTAN

HABILLEMENT

FORTEMENT DÉPENDANTES DU MARCHÉ AMÉRICAIN...

Du côté des industries de l'habillement, le Pakistan n'a pas le même poids du niveau mondial. Il ne pèse que pour 1,1 % dans les échanges mondiaux de vêtements. Cependant, les producteurs pakistanais parviennent à être présents sur les grands marchés mondiaux, en particulier sur le segment des vêtements maille. Ces derniers comptent pour 58 % dans les exportations nationales d'habillement. Ces dernières sont particulièrement orientées vers les Etats-Unis, qui en concentrent la moitié à eux seuls. Malgré tout, le Pakistan n'est que le neuvième fournisseur d'habillement des Etats-Unis et occupe ce même rang parmi leurs fournisseurs de vêtements en coton.

Les donneurs d'ordres européens se tournent assez rarement vers le Pakistan, qui ne représentait en 2008 qu'un pourcent des importations d'habillement de l'Union. Cette part est, de surcroît, identique si l'on s'intéresse spécifiquement aux vêtements maille.

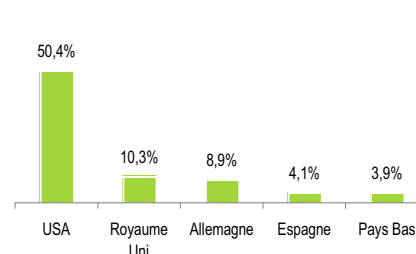
...LES INDUSTRIES DE L'HABILLEMENT SUBISSENT UNE CONCURRENCE ACCRUE

Le ralentissement du marché américain a durement touché les fabricants pakistanais, d'autant que d'autres facteurs ont entraîné une perte de compétitivité des productions nationales sur les marchés mondiaux. En effet, en plus de la crise et de la concurrence intense avec d'autres zones de sourcing en Asie, les entreprises ont dû faire face à un renchérissement des prix de l'énergie, à des produits importés également plus chers du fait de la dépréciation de la roupie, à une forte inflation et à des taux d'intérêts plus élevés. L'instabilité politique a également joué en défaveur des producteurs en dégradant la sécurité supposée d'un approvisionnement au Pakistan aux yeux des donneurs d'ordres.

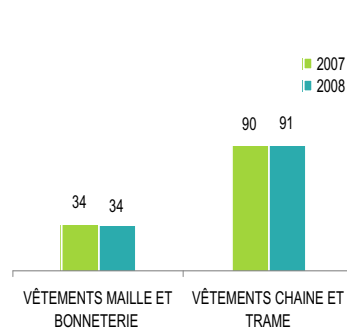
En conséquence, les importations américaines d'habillement depuis le Pakistan affichent un recul de 12 % en valeur sur la période janvier-novembre 2009 par rapport aux mêmes mois de 2008. Ce mauvais résultat intervient après une baisse de l'ordre de 1 % en 2008 par rapport à 2007. La légère progression des importations européennes (+ 1,5 % sur les dix premiers mois de 2009) ne saurait compenser l'atonie du marché américain. Aussi, la question du positionnement des confectionneurs pakistanais, qui subissent une concurrence accrue des économies émergentes d'Asie et un climat interne très sensible, se pose avec acuité.

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

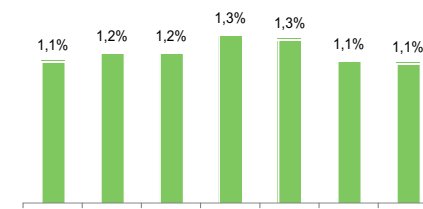
**HABILLEMENT
LES PREMIERS CLIENTS DU PAKISTAN EN 2008
EN % DES EXPORTATIONS EN VALEUR**



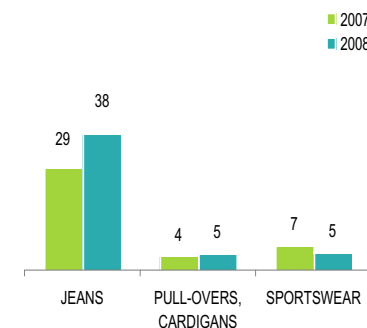
**TOTAL HABILLEMENT
IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE
DU PAKISTAN
EN MILLIONS D'EUROS**



**PART DU PAKISTAN
DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES D'HABILLEMENT
EN % DES VALEURS
OMC**



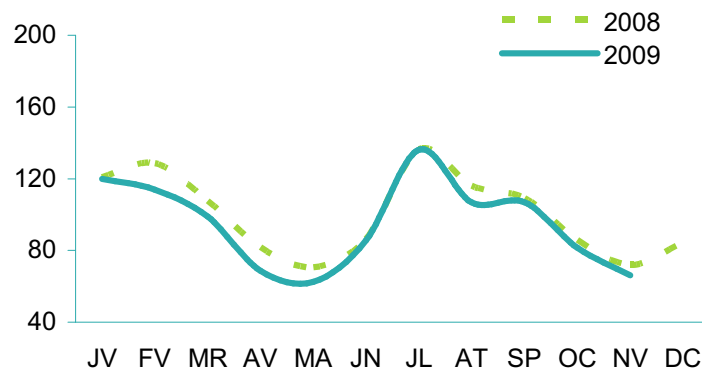
**IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE
DU PAKISTAN
VENTILATION DES PRINCIPAUX ARTICLES
EN MILLIONS D'EUROS**



INDICE RAPIDE DE CHIFFRE D'AFFAIRES HABILLEMENT FRANCE

SOURCE DEFI IFM

ÉVOLUTION MENSUELLE INDICE CHIFFRES D'AFFAIRES
PRODUCTION HABILLEMENT CHAÎNE ET TRAME 2006 = 100



ÉVOLUTIONS DES CHIFFRES D'AFFAIRES EN % PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

Code NAF		Déc. 2008 à	Août 2009 à	Janv. 2009 à
		Nov. 2009	Nov. 2009	Nov. 2009
182A	Vêtements de travail	-14,8	-15,7	-17,4
182C	Vêtements sur mesure	-10,0	-13,4	-13,3
182D	Vêtements de dessus Homme-Garçon	-3,7	-9,5	-3,3
182E	Vêtements de dessus Femme-Fille	-8,5	-7,8	-8,9
182J	Autres vêtements et accessoires	+18,0	+20,2	+17,6
18	Total vêtements chaîne et trame	-5,4	-5,7	-6,1

CONJONCTURE TEXTILE FRANCE PRODUCTION (EN VOLUME)

ÉVOLUTIONS EN % PAR RAPPORT À LA MÊME PÉRIODE DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

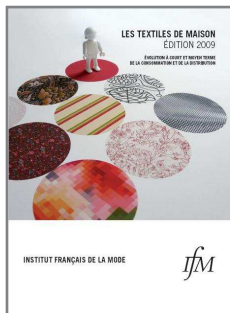
	Janv. 2009 à Novembre 2009
Préparation de fibres textiles et filature	-24
Tissage	-30
Ennoblissement	-27
Fabrication d'autres textiles	-21
Fabrication de fibres artificielles ou synthétiques	-47
Total textile	-24

SOURCE : INSEE

ACTUALITÉ

LES NOUVELLES PUBLICATIONS

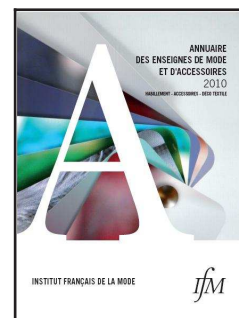
LES TEXTILES DE MAISON
2009



LES COMPORTEMENTS
D'ACHAT EN FRANCE :
IMPACT DE LA CRISE

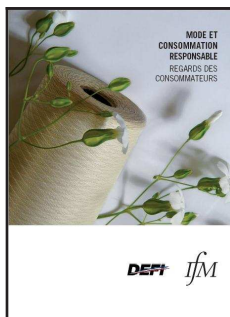


L'ANNUAIRE
DES ENSEIGNES DE MODE,
ET D'ACCESSOIRES, 2010



LES PUBLICATIONS ÉCONOMIQUES DE L'IFM

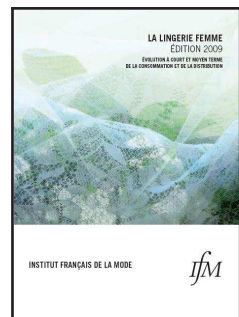
MODE ET CONSOMMATION
RESPONSABLE



CHIFFRES CLÉS TEXTILE



LA LINGERIE,
EDITION 2009



INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

CONTACTS

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

POUR RECEVOIR LA LETTRE PAR COURRIER ÉLECTRONIQUE,

envoyez un e-mail à : lettre@ifm-paris.com
ou inscrivez-vous à la Newsletter sur notre site : www.ifm-paris.com
(rubrique RÉFLEXION ET EXPERTISE -> CONJONCTURE et PROSPECTIVE -> PUBLICATIONS)

Directeur de la Publication : Gildas MINVIELLE

ISSN : 1251-7372
Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2010

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

/ ENSEIGNEMENT POSTGRADUATE · POSTGRADUATE PROGRAMS / EXECUTIVE MBA / FORMATION CONTINUE · EXECUTIVE EDUCATION
/ OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE · ECONOMIC TRENDS ANALYSIS / ÉTUDES & CONSEIL · MARKET RESEARCH & CONSULTING
/ RECHERCHE · RESEARCH / ÉDITION · PUBLISHING / BIBLIOTHÈQUE · LIBRARY

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