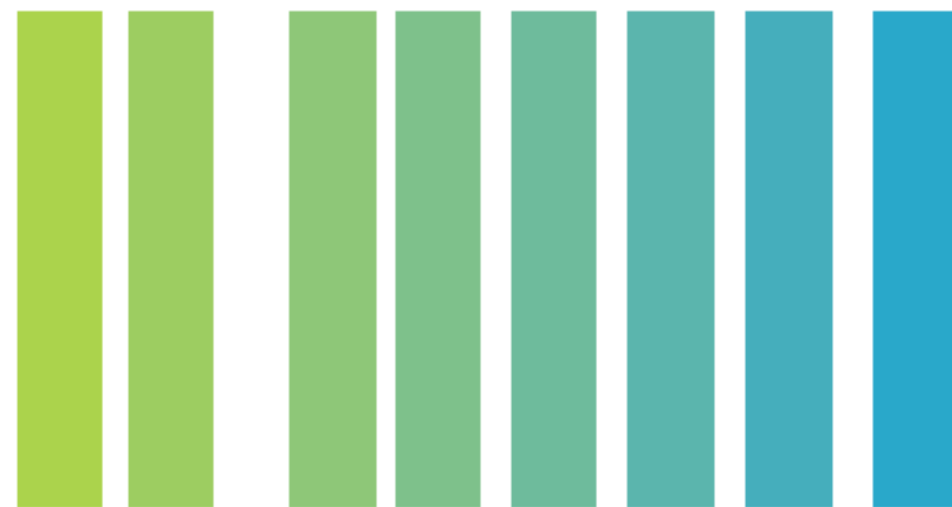


IFM



LA LETTRE

ÉCONOMIQUE DE L'INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

MARS 2010 - N° 179

EUROPE, ETATS-UNIS : BILAN DU SOURCING 2009

P.01

La consommation finale d'articles d'habillement et textiles a connu en 2009 un recul sur la quasi-totalité des marchés occidentaux. En Europe, la chute de la consommation a même dépassé les 6 % en valeur en Espagne, tandis qu'aux Etats-Unis la consommation d'articles mode et textiles a enregistré une baisse de 3,7 %. Quelles ont été les conséquences de ces reculs de la consommation sur les stratégies de l'approvisionnement des distributeurs ?

Outre-Atlantique, les importations d'habillement des Etats-Unis, mesurées en dollar, se sont repliées de 12 % en 2009, par rapport à 2008. En quantités, la baisse a été plus mesurée, traduisant un recul des prix à l'importation de 6 % en moyenne. Le plus grand marché de la planète, avec plus de 300 milliards d'euros de dépenses, est aussi celui où la distribution concentrée détient la part de marché la plus importante (89 %, contre 70 % pour l'Union européenne). Le grand import est ainsi privilégié et la crise a renforcé ce phénomène. Les arrivées en provenance de Chine, libérées de tous quotas d'importations vers le marché américain depuis le 1er janvier 2009, ont notamment bénéficié d'une hausse de 2,5 % en valeur. En quantités, les importations américaines d'habillement en provenance de Chine ont même progressé de

11%, les prix à l'importation des produits chinois ayant diminué de 7 %. Les importations en provenance du Viêt-Nam, deuxième fournisseur des Etats-Unis, ont également connu une hausse de 5 % en quantités.

Au total, la part de l'Asie dans les approvisionnements d'habillement des Etats-Unis a totalisé 75 % de l'ensemble des importations en valeur en 2009, contre 71 % pour l'Union européenne. La part des importations américaines en provenance de Chine s'est élevée à 38 %, soit 6 points de moins que pour l'Europe. Ainsi, en comparaison avec les Européens, les Américains privilégient davantage le sourcing asiatique mais de façon plus équilibrée entre la Chine et les autres pays d'Asie, alors que les membres de l'Union européenne se concentrent plutôt sur la Chine. Depuis 2007, la part de l'Asie dans les importations d'habillement de l'Union européenne et des Etats-Unis a progressé de 5 points.

Le recul de la consommation américaine n'a pas favorisé le sourcing de proximité, puisque les importations d'habillement en provenance du Mexique ou du Honduras ont chuté de 15 et 22 % en valeur en 2009.

Du côté de l'Union européenne, les importations d'habillement ont diminué de 5 % en valeur en 2009. Le recul en quantité a été équivalent, ce qui traduit en moyenne une stabilité des prix à l'importation par rapport à 2008. Les importations européennes d'habillement en provenance de l'ensemble des pays d'Asie se sont maintenues en dépit du recul de la consommation, puisqu'elles n'ont diminué que de 1 % en valeur. Les arrivées en provenance de Chine sont restées stables, tandis que les approvisionnements en provenance du Bangladesh ont connu une croissance de 7 % en valeur. Le Bangladesh, qui apparaît comme le grand gagnant de la crise, bénéficie de l'avantage du système de préférences généralisées, ce qui permet aux vêtements qui y sont fabriqués, le plus souvent à partir de tissus produits dans les pays voisins, de rentrer à droits nuls sur les marchés européens.

La consommation en berne a particulièrement affecté les confectionneurs européens et méditerranéens. C'est ainsi que les importations d'habillement de l'Union européenne en provenance des pays du Bassin méditerranéen ont connu une baisse de 14 % en valeur en

2009. Les arrivées en provenance du Maroc ont diminué de 18 %, tandis que celles issues de Tunisie se sont repliées de 14 %. Le recul des importations en provenance de Turquie a été légèrement moins prononcé (- 12 %).

Ainsi, en Europe comme aux Etats-Unis, les stratégies de sourcing des distributeurs présentent des similitudes. Pour faire face au recul de leurs chiffres d'affaires, ils ont privilégié les importations en provenance des pays asiatiques, au détriment des achats de proximité, de façon à maintenir leurs marges.

GILDAS MINVIELLE
gminviele@ifm-paris.com



LES VENTES DE DISTRIBUTEURS FRANCE

JANVIER 2010 : REcul DE LA CONSOMMATION MALGRÉ LES SOLDES

CONSOMMATION D'HABILLEMENT EN JANVIER 2010 : - 5,5 % EN VALEUR PAR RAPPORT À JANVIER 2009

Après un mois de décembre positif sur une mauvaise référence 2008, janvier renverse la tendance : la consommation d'habillement s'est repliée de 5,5 % par rapport à une référence 2009 élevée. Au final, cette évolution ramène le marché à son niveau de janvier 2008.

Les magasins populaires sont le seul circuit à avoir affiché en janvier une légère progression de leurs ventes (+ 0,9 %). Les hyper-supermarchés sont les plus touchés par le recul de la consommation avec une baisse moyenne de chiffre d'affaires de 8,2 %. Les autres canaux de distribution ont connu des reculs compris entre - 1,9 % pour les grands magasins et - 6,2 % pour les chaînes grande diffusion.

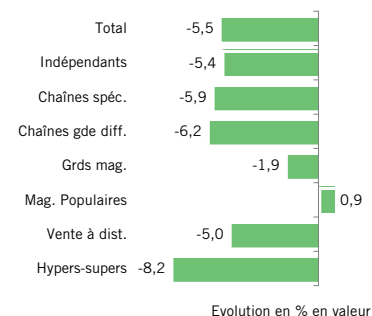
LA CONSOMMATION PAR MARCHÉ

En moyenne, tous les rayons habillement et textiles sans exception sont en repli pour ce mois de janvier 2010.

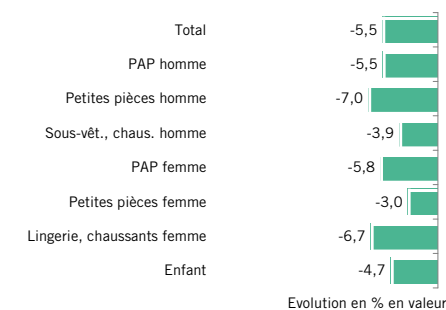
De septembre 2009 à janvier 2010, la consommation d'articles mode et textiles a affiché un recul de 3 % en valeur et à champ commercial comparable par rapport à la même période de l'année dernière (soit - 2,3 % à prix constants). Les premiers échos pour février sont globalement positifs ; mais cette progression se fait en trompe-l'oeil. En effet, il convient de rappeler que la référence 2009 est particulièrement mauvaise.

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

LA DISTRIBUTION D'HABILLEMENT JANVIER 2010 / JANVIER 2009



LA CONSOMMATION D'HABILLEMENT JANVIER 2010 / JANVIER 2009



CUMUL DES VENTES TEXTILE-HABILLEMENT À SURFACE COMMERCIALE COMPARABLE SEPTEMBRE 2009 À JANVIER 2010 / SEPTEMBRE 2008 À JANVIER 2009

% d'évolution en euros constants données provisoires	MAGASINS INDEPEND.	CHAÎNES SPECIALIS.	CHAÎNES GDE DIFF.	GRANDS MAGASINS	MAGASINS POPULAIRES	VENTE A DISTANCE	HYPER- SUPERS	TOTAL
PRET-A-PORTER HOMME	-0,6	-4,6	-7,0	-0,2	...	-3,6	+5,1	-2,6
PETITES PIECES HOMME	-3,4	-2,8	-5,6	-0,9	-3,8	-5,0	-1,8	-3,1
SOUS-VETEMENTS, CHAUSSANTS HOMME	-5,1	-2,1	+6,0	-2,8	-4,8	-6,5	-4,4	-1,7
PRET-A-PORTER FEMME	-5,9	+1,0	-6,2	+0,8	-5,5	-1,8	-7,1	-2,0
PETITES PIECES FEMME	-3,6	-1,8	-3,5	-0,8	-5,3	+0,9	+11,4	-1,4
LINGERIE, CHAUSSANTS FEMME	+1,2	-2,9	+4,1	-4,5	+0,4	-5,9	-5,7	-2,3
HABILLEMENT ENFANT	-5,0	-0,1	+2,2	-4,8	+1,3	-7,6	-8,4	-2,1
TOTAL ARTICLES HABILLEMENT	-3,0	-1,6	-1,7	-0,8	-1,7	-3,4	-4,3	-2,2
LINGE DE MAISON	-1,5	+2,9	...	-5,5	-1,7	+1,1	-9,0	-3,5
TISSU AU METRE	-10,7	-6,3	...	-29,8	...	+2,1	...	-5,4
MERCERIE-LAINE	+2,8	-10,5	...	-33,7	-13,2	-2,3	...	-8,2
TOTAL TEXTILE	-4,7	-1,8	...	-7,0	-4,0	+1,0	-9,0	-4,2
TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT	-3,1	-1,6	-1,7	-1,2	-1,8	-2,2	-5,3	-2,3

CONJONCTURE EUROPE

LA FIN DES MESURES DE SOUTIEN PESE SUR LES PERSPECTIVES 2010

FRANCE

L'économie française a bien terminé l'année avec une progression de son PIB de 0,6 % par rapport au troisième trimestre.

Ce bon résultat provient essentiellement du dynamisme de la consommation des ménages, lui-même suscité par la fin prochaine de la prime à la casse. Il apparaît donc que ce soutien passager et artificiel de la consommation ainsi que l'atténuation progressive des effets du plan de relance pourraient annoncer une année 2010 difficile. Sur la plupart des marchés, la consommation reste atone. Dans le textile-habillement, les dépenses restent mal orientées : - 5,8 % en janvier 2010 après une baisse de 3,5 % en 2009.

Cette baisse de la consommation et la plus forte sensibilité au prix des consommateurs ont eu tendance à favoriser les zones de fabrication à bas coût, au détriment des industriels français et européens. Si globalement les importations françaises d'habillement se sont repliées de 5 %, elles accusent une baisse de 10 % en provenance de l'Union européenne. Dans le même temps, les livraisons depuis la Chine (+ 4 %), le Bangladesh (+ 6 %) ou le Viêt-Nam (+ 8 %) restent sur des rythmes de croissance importants.

ALLEMAGNE

L'Allemagne a connu un quatrième trimestre décevant, avec un PIB stable par rapport au troisième trimestre. Les résultats à l'export restent favorables, mais la consommation et l'investissement souffrent clairement de la conjoncture.

De surcroît, l'Allemagne va elle aussi connaître hausse du chômage, restrictions salariales et fin de la prime à la casse. Autant d'éléments qui vont brider une consommation des ménages déjà terne : les ventes au détail se sont repliées de 1,2 % en décembre sur un an.

Dans l'habillement, le pays se tourne lui aussi de plus en plus vers les productions asiatiques : en 2009, les importations d'habillement en provenance de Chine ont progressé de 5 % en valeur, celles issues du Bangladesh de 13 %.

ROYAUME-UNI

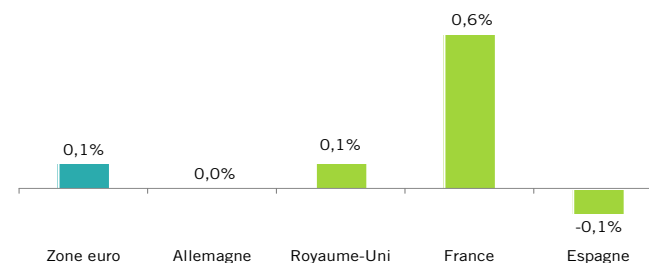
Après six trimestres de récession, le Royaume Uni a enfin retrouvé le chemin de la croissance à la fin 2009. La progression est cependant limitée (+ 0,1 % de PIB par rapport au troisième trimestre) et causée en grande partie par la dépréciation de la livre sterling.

La consommation des ménages, qui avait bien résisté jusqu'ici, pourrait connaître des difficultés en lien avec une conjoncture morose et le retour remarqué d'une inflation importante.

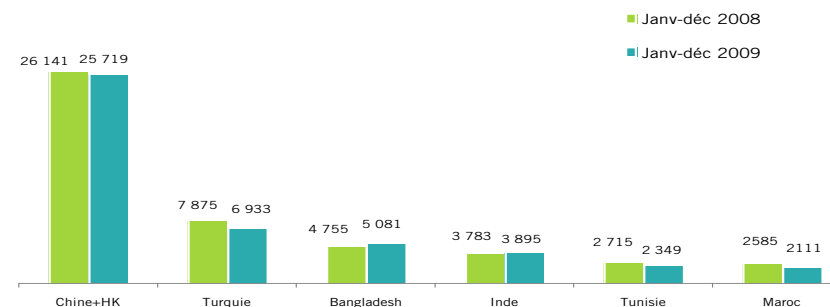
En vertu des évolutions monétaires, les importations d'habillement du Royaume Uni, exprimées en euros, ont clairement diminué en valeur, exception faite des livraisons en provenance du Bangladesh (+ 6 %)

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

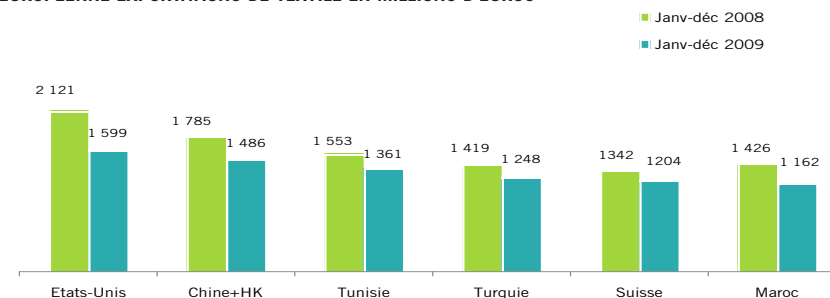
EVOLUTION DU PIB AU QUATRIÈME TRIMESTRE 2009



UNION EUROPÉENNE IMPORTATIONS D'HABILLEMENT EN MILLIONS D'EUROS



UNION EUROPÉENNE EXPORTATIONS DE TEXTILE EN MILLIONS D'EUROS



LE REcul DE LA CONSOMMATION AMPLIFIE LA CRISE DU TEXTILE AMONT

La baisse de la consommation aussi importante soit-elle reste cependant bien modeste au regard des reculs de production que l'on a pu observer chez les producteurs de l'amont de la filière. Comment s'explique un tel décalage entre les résultats de l'aval et de l'amont de la filière ?

Dans un premier temps, les distributeurs d'habillement et textiles, confrontés au recul de leurs chiffres d'affaires ont procédé à un déstockage massif et ont sensiblement diminué, voire interrompu les commandes adressées aux confectionneurs. Dans un deuxième temps, les distributeurs ont privilégié le sourcing en provenance d'Asie, de façon à préserver leurs marges dans un contexte marqué à la fois par la baisse des prix moyens des articles achetés par les consommateurs et par la diminution du nombre de leurs achats, phénomène particulièrement sensible à partir de la deuxième partie de l'année 2009.

En conséquence, les confectionneurs européens et du Bassin méditerranéen ont été particulièrement touchés. C'est ainsi que les importations françaises d'habillement en provenance des pays européens ont connu une baisse de 10 % en valeur en 2009. En provenance du Bassin méditerranéen, elles ont subi une chute de 12 %. A contrario, les importations en provenance de l'ensemble des pays d'Asie ont enregistré une hausse de 1 %, en dépit du recul de la consommation finale. On se souviendra qu'en 2008, la France avait diminué ses importations en provenance des pays de l'Union européenne sans pour autant délaissier les pays méditerranéens. L'accentuation du recul de la consommation en 2009 a donc freiné les commandes adressées à ces derniers.

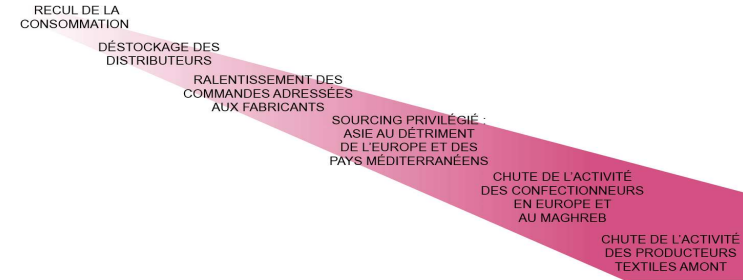
Le recul de l'activité des confectionneurs européens et méditerranéens est d'autant plus dommageable pour les entreprises françaises de l'amont de la filière qu'ils représentent les deux plus importants débouchés pour leurs exportations. Les tisseurs français, dont l'activité est très dépendante de leurs marchés d'exportation, ont donc été confrontés à une grave crise de débouchés : les exportations françaises de tissus ont diminué en valeur de 23 % vers l'Union européenne en 2009, tandis que les livraisons vers la Tunisie et le Maroc ont chuté de 15 et 20 %.

Autre élément aggravant, les tisseurs français sont confrontés depuis plusieurs années à la concurrence d'un acteur de taille, la Turquie. Ce pays a notamment totalisé 8,1 % de la valeur des importations tunisiennes de tissus en 2009, contre seulement 1,8 % en 2004. Dans le même temps, la part de la France est passée de 34,3 % en 2004 à 26,8 % en 2009.

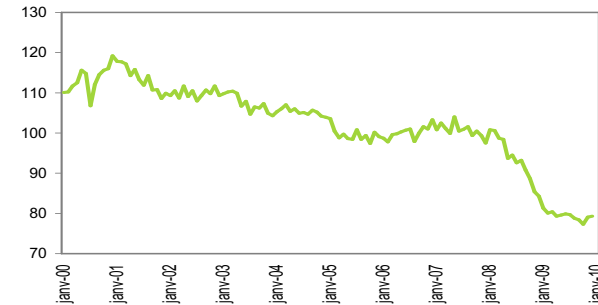
In fine, la production française de textile a subi une forte baisse de 23 % en 2009. La France ne fait pas figure d'exception en Europe, puisqu'en moyenne, les membres de l'Union ont vu leur production perdre 17 % par rapport à 2008. Les producteurs de textiles, confrontés depuis plusieurs années à la pression concurrentielle des pays à bas salaires, sont également fortement impactés par la crise qui touche leurs clients confectionneurs. C'est ainsi qu'un repli de 3 % de la consommation finale des ménages produit des enchaînements récessifs qui s'amplifient considérablement à mesure que l'on remonte vers l'amont de la filière.

GILDAS MINVIELLE
gminvielle@ifm-paris.com

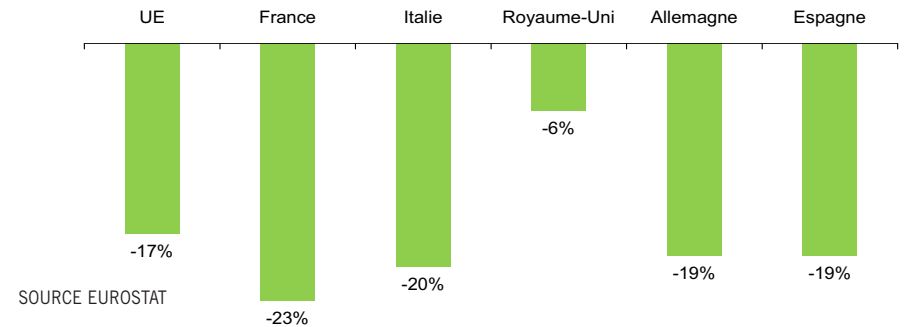
LA CRISE S'AMPLIFIE DE L'AVAL À L'AMONT



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



EVOLUTION DE LA PRODUCTION TEXTILE EN 2009



SOURCE EUROSTAT

POINT PAYS : LA POLOGNE

TEXTILE

CHIFFRES-CLÉS 2008 :

- Population : 38 millions d'habitants
- Emplois textile-habillement : 157 000 personnes
- Exportations françaises textile-habillement vers la Pologne : 308 millions d'euros
- Importations françaises textile-habillement en provenance de Pologne : 185 millions d'euros

UNE ÉCONOMIE PEU TOUCHÉE PAR LA CRISE...

La Pologne sera le seul pays européen à avoir résisté à la récession en 2009. Les causes de cette résistance sont désormais bien établies : un marché intérieur suffisamment important qui minimise la dépendance au commerce mondial ; une moindre financiarisation de l'économie ; un faible endettement public et privé ; une opportune dévaluation du zloty pour soutenir les exportations. Ces éléments devraient permettre à l'économie polonaise d'enregistrer une croissance de l'ordre de 1 % en 2009, sans commune mesure avec ses performances passées.

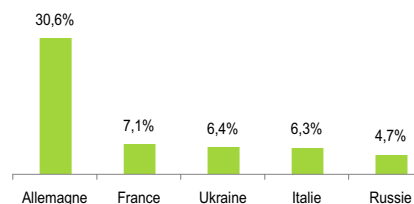
Entre 2004 et 2008, soit entre l'entrée de la Pologne dans l'Union européenne et le début de la crise mondiale, le pays a connu un important développement économique, avec des taux de croissance de son PIB supérieurs à 5 %. Les perspectives pour 2010 sont plutôt favorables, même si la nette remontée du chômage (plus de 11 % de la population active) pourrait s'avérer pénalisante.

...ET PEU SPÉCIALISÉE DANS LA FILIÈRE TEXTILE

L'industrie polonaise occupe une place importante dans l'économie : elle est à l'origine de 31 % de la valeur ajoutée et représente 29 % des emplois du pays. Elle témoigne d'une bonne diversification sectorielle (transport, construction, télécommunications). L'important secteur automobile a plutôt bien résisté car la Pologne produit des petits véhicules économiques qui conservent la faveur des consommateurs. En revanche, la Pologne n'occupe pas une place centrale dans l'économie textile mondiale. Ses exportations comptent pour moins de 1 % des flux mondiaux. Il faut néanmoins relever que cette part ne s'est nullement érodée au cours des années récentes. Il est vrai que les coûts salariaux des ouvriers textiles polonais sont particulièrement bas (4,8\$ de l'heure selon la dernière enquête de Werner International). En termes de spécialisation produits, la Pologne est orientée vers les textiles sous forme de produits finis : linge de maison, tapis, tissus imprégnés ou enduits.

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

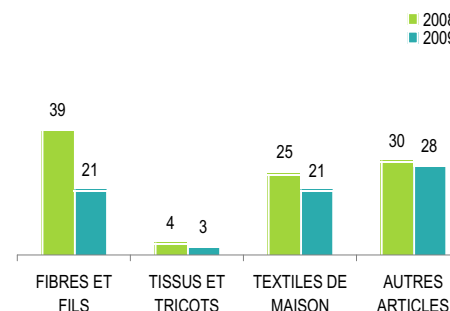
**TEXTILE
LES PREMIERS CLIENTS DE LA POLOGNE EN 2008
EN % DES EXPORTATIONS EN VALEUR**



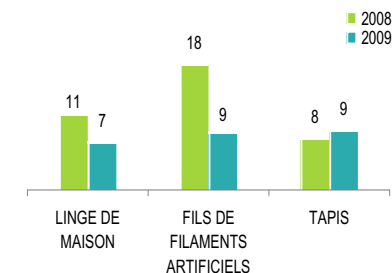
**PART DE LA POLOGNE
DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES DE TEXTILE
EN % DES VALEURS
OMC**



**TOTAL TEXTILE
IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE
DE LA POLOGNE
EN MILLIONS D'EUROS**



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



POINT PAYS : LA POLOGNE

HABILLEMENT

LE PLUS GROS MARCHÉ D'EUROPE DE L'EST...

L'industrie polonaise de la confection a clairement perdu de son importance. Elle compte pour moins de 2 % du chiffre d'affaires des entreprises européennes du secteur. Néanmoins, la Pologne bénéficie encore des stratégies de délocalisation en zone proche des entreprises européennes, essentiellement allemandes. C'est ce qui explique que la balance commerciale du pays soit excédentaire dans l'habillement. Après un important mouvement de restructuration, le secteur emploie désormais environ 100 000 personnes, soit deux fois moins que la Roumanie. Les confectionneurs polonais subissent en effet une concurrence venue des pays asiatiques, plus compétitifs en termes de prix. Aussi, de nombreuses entreprises se sont réorientées vers l'aval et la distribution. Dorénavant, les chaînes polonaises figurent parmi les principaux distributeurs d'habillement dans le pays et dans les zones limitrophes.

La Pologne est également un terrain propice pour les grandes chaînes d'habillement. Forte de la population la plus importante d'Europe centrale, elle a attiré de nombreux projets. Néanmoins, la Pologne n'est pas l'Eldorado européen et de nombreux acteurs ont payé cher leur implantation pour des résultats parfois

décevants. La concentration et la modernisation de la distribution débutent à peine, le marché restant fragmenté et tourné vers des formes de commerce traditionnelles (marchés, bazars) ou informelles. A l'heure actuelle, la distribution organisée (chaînes et grands magasins) concentre à peine le quart des montants dépensés en habillement et chaussures.

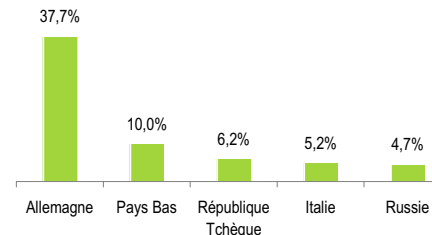
...RESTE PORTEUR POUR L'OFFRE FRANÇAISE

Les principaux fournisseurs d'habillement de la Pologne sont l'Allemagne, qui compte pour un tiers dans les importations polonaises, et la Chine (19 %). La France décroche la quatrième position derrière l'Italie, avec une part dans les approvisionnements de 4 %. Le nombre de chaînes d'habillement françaises présentes en Pologne est encore relativement réduit (19) mais affiche une nette progression : 4 ont franchi le pas entre 2008 et 2009.

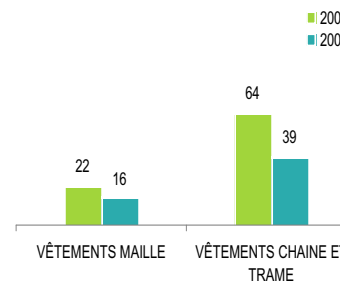
Le marché polonais reste pourtant, avec l'Allemagne, l'un des seuls marchés porteurs pour l'offre française depuis le début de la récession mondiale. Certes, son rythme de croissance est bien moins élevé qu'auparavant ; mais les exportations françaises d'habillement y ont encore progressé de 2 % en 2009, à un moment où les livraisons vers l'Union à 27 chutaient de 7 %.

FRANCK DELPAL
fdelpal@ifm-paris.com

**HABILLEMENT
LES PREMIERS CLIENTS DE LA POLOGNE EN 2008
EN % DES EXPORTATIONS EN VALEUR**



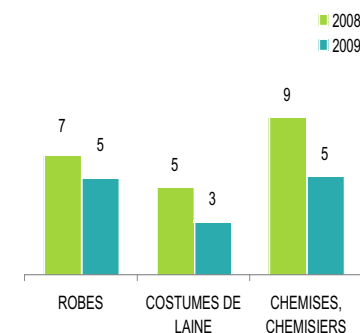
**TOTAL HABILLEMENT
IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DE LA POLOGNE
EN MILLIONS D'EUROS**



**PART DE LA POLOGNE
DANS LES EXPORTATIONS MONDIALES D'HABILLEMENT
EN % DES VALEURS OMC**



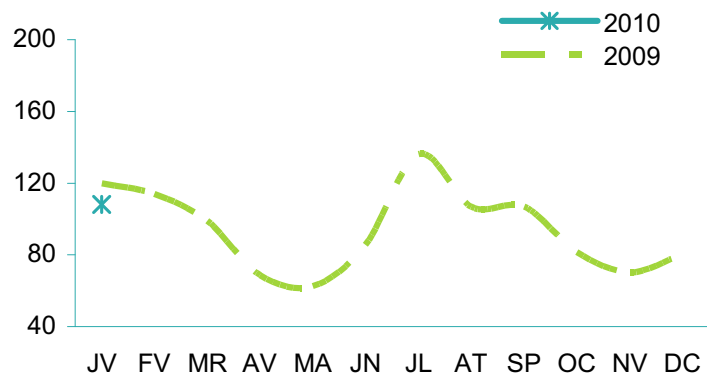
**IMPORTATIONS DE LA FRANCE EN PROVENANCE DE LA POLOGNE
VENTILATION DES PRINCIPAUX ARTICLES
EN MILLIONS D'EUROS**



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		Fév. 2009 à	Oct. 2009 à	Janv. 2010
		Janv. 2010	Janv. 2010	
182A	Vêtements de travail	-16,3	-9,1	-15,4
182C	Vêtements sur mesure	-16,5	-14,5	-14,0
182D	Vêtements de dessus Homme-Garçon	-3,3	+2,0	-1,1
182E	Vêtements de dessus Femme-Fille	-8,4	-5,4	-8,3
182J	Autres vêtements et accessoires	+14,9	-7,9	+13,1
18	Total vêtements chaîne et trame	-6,6	-6,0	-6,1

CONJONCTURE TEXTILE FRANCE PRODUCTION (EN VOLUME)

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

Janv. 2010

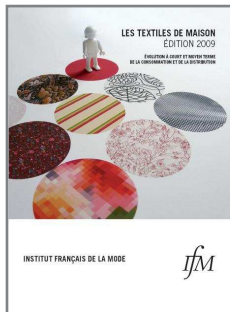
Préparation de fibres textiles et filature	+16
Tissage	-11
Ennoblement	-18
Fabrication d'autres textiles	-4
Fabrication de fibres artificielles ou synthétiques	-24
Total textile	-7

SOURCE : INSEE

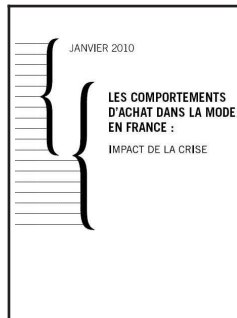
ACTUALITÉ

LES NOUVELLES PUBLICATIONS

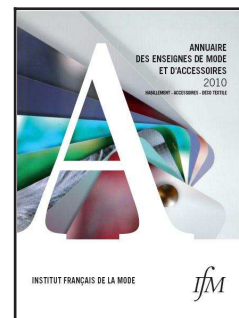
LES TEXTILES DE MAISON
2009



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

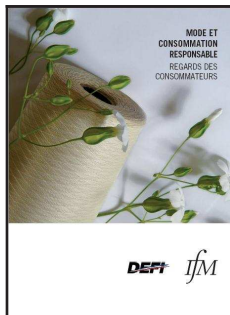


L'ANNUAIRE
DES ENSEIGNES DE MODE,
ET D'ACCESSOIRES, 2010



LES PUBLICATIONS ÉCONOMIQUES DE L'IFM

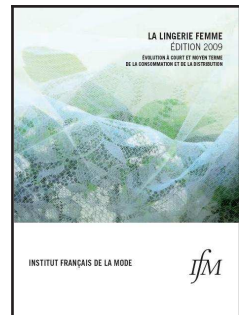
MODE ET CONSOMMATION
RESPONSABLE



CHIFFRES CLÉS TEXTILE/
TEXTILE BOOKLET



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