

“ Les conférences **PUBLIQUES**

LES CONFERENCES PUBLIQUES DE L'INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

CYCLE 2009

A partir de janvier 2009, l'Institut français de la mode s'ouvre à un large public avec un cycle de conférences visant à mieux connaître et déchiffrer la mode et plus largement les industries de la création. Ce « cycle de conférences de l'IFM » traite tant des aspects historiques, économiques, professionnels, sociaux et esthétiques de la mode, en donnant la parole aux meilleurs spécialistes et aux témoins des grandes transformations des métiers de la création.

Renseignements et inscriptions : confifm@ifm-paris.com

INFORMATIONS GENERALES

Tarif pour chaque séance : 5 euros

Tarif pour le cycle complet : 40 euros

Les séances se déroulent de 18h00 à 20h00 à l'IFM – 36 quai d'Austerlitz – 75013 Paris.

Possibilité de réécouter les conférences sur le site de l'IFM

PROGRAMME

Didier Grumbach, *Deux siècles de mode à travers l'histoire des créateurs et des marques*, 21 janvier 2009.

Guillaume Erner, *Une sociologie des tendances*, 11 février 2009.

Jean-Claude Ellena, *Du métier de parfumeur : de l'artisan à l'artiste*, 11 mars 2009.

Arlette Barré Despond, *Sur les sources et les conditions d'émergence de l'objet et du design*, 25 mars 2009.

Jean-Claude Daumas, *L'industrie lainière en France : techniques, modes, produits et territoires*, 8 avril 2009.

Pascal Ory, *"Ce qu'il y a de plus profond, c'est la peau" : la révolution épidermique du XX^e siècle, du bronzage au piercing*, 6 mai 2009.

Florence Müller, *Les bijoux de la haute couture : expression vs décoration*, 27 mai 2009.

Jean-Michel Bertrand, *Mode et cinéma*, 10 juin 2009.

Dominique Jacomet, *Panorama de la mondialisation de la mode*, 8 juillet 2009.

PROGRAMME CONFERENCES PUBLIQUES



CYCLE 2009

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

IfM

DIDIER GRUMBACH, *DEUX SIECLES DE MODE A TRAVERS L'HISTOIRE DES CREATEURS ET DES MARQUES*

Mercredi 21 janvier 2009

Président de la chambre syndicale de la couture, Didier Grumbach est l'auteur de *Histoires de mode* (Regard, 2008).

Au cours de cette séance inaugurale, il s'agira au travers des moments historiquement déterminants de proposer un panorama des grandes transformations de la mode depuis le XVIII^e siècle avec Rose Bertin jusqu'aux années 70 avec l'apparition des créateurs japonais. L'accent sera mis sur l'évolution des métiers, des compétences, des conditions économiques et sociales en soulignant combien l'irréversible mondialisation assortie d'une crise sociale et économique majeure est en train d'accélérer la mutation de la mode planétaire.

GUILLAUME ERNER, *UNE SOCIOLOGIE DES TENDANCES*

Mercredi 11 février 2009

Enseignant en sociologie à IEP Paris, Guillaume Erner est notamment l'auteur de *Victimes de la mode* (La Découverte, 2004) et *Une sociologie des tendances* (Que sais-je ?, PUF, 2008).

« Il faut parler sérieusement des choses légères » ; voilà ce que nous enseigne la sociologie des tendances. Il n'est pas indifférent d'expliquer ces focalisations du désir, par lesquelles des individus si différents les uns des autres, sans s'être concertés, formulent les mêmes envies. A lire les médias qui accordent une attention grandissante à ces phénomènes, tout se passe comme si les choix du plus grand nombre – du prénom de l'enfant jusqu'à la forme des gâteaux – étaient désormais régis par une autorité aussi puissante que capricieuse : la mode. Pourtant, sous leur apparence frivole, les tendances posent quelques-unes des questions les plus sérieuses de la sociologie. Car comprendre les tendances, c'est percer les mécanismes de l'incitation, de la diffusion des goûts et du rôle de marqueur social qu'ils peuvent jouer. C'est surtout analyser l'articulation entre l'individu et le corps social.

JEAN-CLAUDE ELLENA, *DU METIER DE PARFUMEUR : DE L'ARTISAN A L'ARTISTE*

Mercredi 11 mars 2009

Parfumeur chez Hermès, Jean-Claude Ellena a écrit *Le Parfum* (Que sais-je ?, PUF, 2007)

Lors de cette séance, il s'agira de faire ressortir d'abord, la notion d'apprentissage et les conditions nécessaires au métier de parfumeur, comme les opérations de classification des odeurs et de mise en mémoire ; ensuite, sera mis en évidence le processus conduisant d'un savoir-faire à la création d'un savoir ; enfin, on procèdera à un état des lieux tant des parfums que des évolutions du marché de la parfumerie. Au cours de cette séance, un court film sera projeté : *Un jardin après la Mousson ou carnet d'un parfumeur en Inde*.

ARLETTE BARRE DESPOND, *SUR LES SOURCES ET LES CONDITIONS D'EMERGENCE DE L'OBJET ET DU DESIGN*

Mercredi 25 mars 2009

Enseignante à Paris IV, Arlette Barré Despond est l'auteur du *Dictionnaire international des arts appliqués et du design* (Regard, 1996) et de *UAM : Union des artistes modernes* (Regard, 1991).

L'exposition universelle, qui se tient à Londres en 1851 au Crystal Palace, marque un profond mouvement de rénovation conceptuelle et formelle qui va bouleverser les arts plastiques, l'architecture, les arts décoratifs et appliqués, le design. Jusqu'à la Première Guerre mondiale, s'opère une sorte de conjonction historique de plusieurs mouvements européens qui posent, à peu près simultanément, la question de la nécessaire adéquation entre productions conceptuelles et esthétiques dans leur relation au nouvel environnement technique, économique et social. Comment s'élabore alors, par des voies souvent inédites voire paradoxales, une pensée de l'objet, de l'artefact, que l'on qualifie aujourd'hui de « moderne » ?

JEAN-CLAUDE DAUMAS, *L'INDUSTRIE LAINIERE EN FRANCE : TECHNIQUES, MODES, PRODUITS ET TERRITOIRES*

Mercredi 8 avril 2009

Professeur d'histoire contemporaine à l'université de Franche-Comté, Jean-Claude Daumas est l'auteur de l'ouvrage *Les Territoires de la laine. Histoire de l'industrie lainière au XIX^e siècle* (PUS, 2004).

Le XX^e siècle a été marqué par un ample mouvement de démocratisation de la consommation de tissus pour habillement qui, pour toutes les fibres, a abouti au triomphe d'articles de qualité moyenne qui s'efforçaient de répondre à une demande d'articles plus légers, adaptés à des modes qui se renouvelaient de plus en plus rapidement, et que leurs prix mettaient à la portée de clientèles de plus en plus larges. Les firmes qui, pour s'adapter aux variations de la demande, ont su mettre au point des tissus nouveaux ont vu leurs ventes s'accroître, parfois de manière spectaculaire, quand les autres les voyaient stagner ou régresser. N'est-il pas cependant réducteur d'opposer centres conservateurs et centres innovateurs dans la mesure où il faut faire leur place aux phénomènes d'imitation et de circulation des modèles ?

PASCAL ORY, "*CE QU'IL Y A DE PLUS PROFOND, C'EST LA PEAU*" : LA REVOLUTION EPIDERMIQUE DU XXI^e SIECLE, DU BRONZAGE AU PIERCING

Mercredi 6 mai 2009

Professeur d'histoire contemporaine à la Sorbonne (Paris 1), Pascal Ory est l'auteur de *L'Invention du bronzage. Essai d'histoire culturelle* (Complexe, 2008) et a participé à *Histoire du corps* (Le seuil, 2006).

Qu'il s'agisse du passage, brutal (l'Entre-deux-guerres), de l'esthétique de la pâleur à celle du "bronzage" – image empruntée à l'art – ou de la résurgence, dans les années 1970, de deux pratiques corporelles délégitimées en Occident depuis la Préhistoire – le tatouage et le perçage, le corps moderne a connu depuis environ un siècle une véritable révolution épidermique qui nous rappelle opportunément que la première des parures est notre peau. L'évolution générale des cultures, des sociétés et des genres permet d'éclairer le phénomène et d'en donner une interprétation.

FLORENCE MÜLLER, *LES BIJOUX DE LA HAUTE COUTURE : EXPRESSION VS DECORATION*

Mercredi 27 mai 2009

Historienne et commissaire d'expositions, Florence Müller est l'auteur notamment de *La mode au XX^e siècle*, avec Yvonne Deslandres (Somogy, 1986).

Si les bijoux ne semblent jouer à l'origine qu'un simple rôle d'ornement décoratif, la haute couture va bouleverser l'univers de la bijouterie en lui instillant l'esprit de la mode. Comment des couturiers modernistes comme Paul Poiret, Madeleine Vionnet et surtout Chanel vont-ils renverser la hiérarchie des valeurs dans les années 10-20 ? Ce sera notamment en plaçant au-dessus du coût des matières précieuses la valeur de la création. Les bijoux règnent aujourd'hui sur les podiums des défilés. Au point que le vêtement n'en constitue plus que l'accessoire. Dernière révolution initiée par la haute couture, la joaillerie, ancien bastion du conformisme, vibre dorénavant aux rythmes de la mode. Chanel ou Dior dessinent une nouvelle hiérarchie de valeurs de la parure du XXI^e siècle.

JEAN-MICHEL BERTRAND, *MODE ET CINEMA*

Mercredi 10 juin 2009

Professeur à l'ENSAD, spécialiste de l'image et auteur de l'ouvrage *2001 L'odyssée de l'espace : puissances de l'énigme* (L'harmattan, 2006).

Dès les débuts du cinéma, la mode occupe une place centrale dans la mesure où elle sert d'un côté d'instrument de diffusion par identification de ses propres produits, voire des marques, et de l'autre côté le cinéma l'emploie pour accroître la désirabilité des acteurs et des actrices. Quels sont les différents types de relation entre mode et

cinéma ? Au-delà des convergences économiques, quels sont les ressorts esthétiques qui rassemblent cinéma et mode ?

DOMINIQUE JACOMET, PANORAMA DE LA MONDIALISATION DE LA MODE

Mercredi 8 juillet 2009

Directeur général de l'Institut français de la mode, Dominique Jacomet est l'auteur de *Mode, textile et mondialisation* (Economica, 2006).

Cette conférence apparaîtra comme une brève histoire de la mondialisation, de la révolution industrielle à la fin du XX^e siècle. Seront également mis en évidence les mécanismes et le processus de la mondialisation en ce début de XXI^e siècle, notamment de la transformation de la chaîne de valeur, au regard des divers acteurs de la mondialisation, que ce soit des pays avancés (Europe, Etats-Unis, Japon) ou les pays émergents (Asie, pays méditerranéens). Il sera enfin question d'évaluer les conséquences du mouvement de mondialisation sur le secteur de la mode en France.

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 / DOCUMENTATION · 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