

# SOMMAIRE

<b>Introduction générale .....</b>	<b>9</b>
<b>Chapitre 1. Les industries de la mode parisienne, leurs origines et leurs évolutions.....</b>	<b>11</b>
Introduction.....	11
1. Quelques repères théoriques pour analyser les industries de la mode parisienne.....	12
1.1. <i>L'utilisation du passé dans les sciences de gestion.....</i>	<i>12</i>
1.2. <i>La professionnalisation.....</i>	<i>14</i>
1.3. <i>Le passage à une industrie.....</i>	<i>17</i>
2. L'évolution de la profession de couturier parisien.....	19
2.1. <i>La situation avant 1858.....</i>	<i>20</i>
2.2. <i>Le changement de pratiques à partir de 1858.....</i>	<i>20</i>
3. Le métier de couturier à partir de 1911 : distinction et professionnalisation .....	27
3.1. <i>Les réactions aux barrières à l'entrée sur les marchés étrangers.....</i>	<i>29</i>
3.2. <i>L'institutionnalisation du groupe professionnel .....</i>	<i>31</i>
4. La montée des industries de la mode hors de France .....	33
4.1. <i>Le « beau, bien fait » ou comment la mode italienne s'est imposée .....</i>	<i>33</i>
4.2. <i>La mode américaine : la constitution progressive d'un pôle autonome....</i>	<i>38</i>
4.3. <i>La mode britannique : créativité et problématique de croissance                 industrielle.....</i>	<i>48</i>
Conclusion .....	50

**Chapitre 2. Les fonctions de la haute couture..... 53**

Introduction.....	53
1. Le prêt-à-porter et les créateurs de mode.....	54
1.1. <i>Le prêt-à-porter des couturiers : production industrielle et diffusion contrôlée</i> .....	54
1.2. <i>La pratique des confectionneurs</i> .....	55
1.3. <i>Un nouveau mode de fonctionnement</i> .....	56
1.4. <i>Les créateurs de mode</i> .....	60
1.5. <i>La réaction des groupes professionnels</i> .....	61
1.6. <i>La réaction du pouvoir politique à partir de 1981 : une valorisation de la création de mode</i> .....	65
1.7. <i>Des changements de mode d'organisation dans les entreprises</i> .....	66
2. La haute couture comme lieu d'expérimentation.....	71
2.1. <i>La haute couture comme laboratoire de créations actuelles</i> .....	72
2.2. <i>La haute couture comme laboratoire de créations futures</i> .....	73
2.3. <i>De l'intérêt d'avoir une image de laboratoire</i> .....	74
3. Les effets d'entraînement de la haute couture.....	75
3.1. <i>Les activités sous licence</i> .....	75
3.2. <i>Les activités intégrées</i> .....	76
Conclusion.....	90

**Chapitre 3. L'organisation collective de la mode parisienne et ses mutations ..... 93**

1. Le développement des organisations professionnelles en France.....	93
1.1. <i>Les maîtrises et corporations en France</i> .....	94
1.2. <i>Le développement des organisations patronales au XIX<sup>e</sup> siècle</i> .....	94
1.3. <i>La centralisation des activités patronales au XX<sup>e</sup> siècle</i> .....	97
2. Les évolutions de la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode de 1973 à 2011.....	99
2.1. <i>Les activités permanentes de la Fédération de la couture</i> .....	100
2.2. <i>Une extension constante du champ d'activités</i> .....	103
2.3. <i>Une extension maîtrisée de la population visée</i> .....	104
2.4. <i>Un ciblage des différents publics</i> .....	106
2.5. <i>La constitution et la structuration du groupe professionnel</i> .....	112
2.6. <i>Les évolutions récentes du groupement professionnel</i> .....	113
3. Les méta-organisations dans la mode, une catégorie spécifique d'organisations.....	114
3.1. <i>L'approche d'Ahrne et Brunsson</i> .....	115
3.2. <i>L'approche de Gulati, Puranam et Tushman</i> .....	118
Conclusion.....	118

<b>Chapitre 4. Les villes et la mode parisienne.....</b>	<b>121</b>
Introduction.....	121
1. La mode parisienne et la ville.....	121
1.1. <i>L'approche de Marshall</i> .....	123
1.2. <i>L'apport de l'économie géographique</i> .....	124
1.3. <i>L'approche de Krugman</i> .....	127
1.4. <i>L'approche de Scott</i> .....	128
1.5. <i>La question des connaissances tacites</i> .....	129
2. Cas d'entreprises sur leurs liens avec la ville de Paris.....	132
2.1. <i>Hermès : un rapport singulier à Paris</i> .....	134
2.2. <i>Schiaparelli : un retour à Paris et sur la place Vendôme</i> .....	135
2.3. <i>Le cas d'une maison invitée</i> .....	139
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>141</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>143</b>