

SOMMAIRE

Introduction

PREMIERE PARTIE LA HAUTE COUTURE

CHAPITRE I LA DEFENSE DE LA TRADITION

- 11 Les origines de la couture
- 29 Couture, confection, haute couture
- 40 Economie de la couture
 - *Jusqu'en 1930*
 - *Difficultés économiques et sociales*
- 49 La haute couture après la guerre de 1940
 - *Le Théâtre de la Mode*
 - *L'âge d'or de l'immédiat après-guerre*
 - *L'Aide textile: la couture dans les turbulences d'une ère nouvelle*
 - *L'émergence d'une concurrence internationale*
- 87 Organisation de la haute couture
 - *La clientèle de la haute couture*
 - *Les fournisseurs de la haute couture*
 - *La lutte contre la copie*
- 103 Notes du chapitre 1

CHAPITRE II LES NOUVELLES RESSOURCES DE LA PROFESSION

- 109 Le modèle Christian Dior
- 119 Les puristes
- 133 Les modernes
- 144 La dernière vague
- 148 La gestion des marques
 - *Le prêt-à-porter mal-aimé*
 - *Les produits dérivés*
- 152 Le mariage de la couture et du parfum
- 169 Notes du chapitre 2

DEUXIEME PARTIE LE PRET-A-PORTER

CHAPITRE I LES ORIGINES DE LA CONFECTION

- 179 La confection après la guerre de 1940
- 185 L'action professionnelle
- 189 Les catalyseurs du changement
 - *La presse*
 - *Les stylistes et les conseillères de mode*
- 206 L'éclatement du prêt-à-porter
- 221 Notes du chapitre 1

CHAPITRE II LE PRET-A-PORTER DES COUTURIERS

- 225 Les précurseurs
- 237 Edition couture
 - *C. Mendès, Maria Carine : « éditeurs »*
- 252 La couture passe au prêt-à-porter
- 267 Notes du chapitre 2

CHAPITRE III LES STYLISTES CREATEURS DE MODE

- 270 Les premiers stylistes
- 281 Les boutiques à la mode
- 287 Créateurs & Industriels
- 304 « Jeunes créateurs » et « grands couturiers »
- 312 Les voies de développement chez les créateurs
- 327 Notes du chapitre 3
- 331 Conclusion

335 POSTFACE

I – DE L'INTERNATIONALISATION A LA MONDIALISATION

- 338 Le décloisonnement
- 340 Les « membres invités »
- 342 Formation et convivialité

II – FRAGILITE ET DOMINANCE DES MARQUES

- 344 Couture ou prêt-à-porter
- 345 Les patrons de marques
- 352 La marque, produit autonome
- 353 La nature des marques
- 356 Directeurs artistiques et créateurs-fondateurs
- 358 Marques de mode et marques de luxe
- 359 Mode et finance
- 360 Les patrons de grands groupes
 - *Hermès*
 - *PPR*
 - *Prada*
 - *Chanel*

- 367 Mode et marketing
- 369 L'omniprésente concurrence

III – LE DROIT ET LA MODE

- 372 La propriété intellectuelle
- 373 Les droits sur la diffusion des images
- 375 Notes de la postface

- 430 Bibliographie
- 431 Chronologie
- 440 Index