SUIVEZ-NOUS

(○ in **y** ○ **(**) **(** ○ **(**)



12 juillet 2024 — par **Tova Bach**

© 2 minutes

L'Espagne est un pays fécond pour les entreprises de fast-fashion. Zara et Bershka du groupe Inditex ou encore Mango et Desigual ont un point commun : toutes sont espagnoles. Pourquoi ce pays, qui n'a pas le pouvoir d'achat le plus puissant d'Europe, est le berceau de géants de la fast-fashion ? Avec l'avancée fulgurante de Shein, ces marques espagnoles ont-elles encore de beaux jours devant elles?

Partager

A

in

 \boxtimes



groupe Inditex en 1975, il propose un nouveau modèle de vente rapide de vêtements avec la marque Zara, où les rayons sont renouvelés toutes les deux semaines. Le groupe privilégie une stratégie industrielle locale où l'organisation de la chaîne logistique est centralisée en Espagne, là où ses concurrents se sont tournés vers la décentralisation. Un modèle qui fonctionne puisqu'Inditex s'étend aujourd'hui à Zara et Zara Home, Bershka, Stradivarius, Massimo Dutti, Uterqüe, Lefties, Oysho et Pull&Bear.



Si cette stratégie rayonne à l'international et a influencé de nombreuses entreprises, elle participe aussi à l'économie nationale espagnole. Selon le rapport économique de la mode en Espagne publié par le journal Modaes, la contribution relative du secteur de la mode en Espagne au (PIB) du pays a augmenté à 2,8 % en 2022. L'augmentation de l'activité espagnole dans l'industrie du textile, de l'habillement et de la chaussure et dans le commerce de la mode a provoqué cette augmentation puisqu'elle a atteint un record historique de 32,428 millions d'euros de ventes à l'étranger.

Pourquoi une telle concentration en Espagne?

"L'Espagne a toujours eu plusieurs régions spécialisées dans les industries de la mode. Elle avait donc des entrepreneur euses et des travailleur euses bien formé·es dans ces secteurs et des salaires compétitifs en Europe jusqu'à la fin du XXe siècle." José Antonio Miranda Encarnación pose un premier contexte historique, qui expliquerait ce développement concentré à l'Ouest du continent. Co-auteur du travail de recherches "Inditex et l'avantage concurrentiel de la fastfashion espagnole,1985-2019", il voit dans l'histoire de ces entreprises la raison pour laquelle elles se sont aussi bien développées. Des entreprises puissantes et avec une stratégie concurrentielle compétitive. Elles se sont ensuite adaptées au processus de mondialisation économique pour s'insérer dans les chaînes de valeurs internationales et devenir des entreprises leaders à l'échelle mondiale.

Néanmoins, depuis le début de la mondialisation, les industries de textile espagnoles ont petit à petit fermé leurs portes pour ne laisser place qu'à la distribution en Espagne, nuance Gema Gómez. Elle est la fondatrice de <u>Slow</u> <u>Fashion Next</u>, une plateforme de formation et de conseils pour des professionnels en mode durable, circulaire et régénérative. Enfin, ces dernières années ont vu la compétitivité internationale s'endurcir par les profonds changements causés par le commerce en ligne, notamment avec l'arrivée d'entreprises chinoises.

place à l'ultra fast fashion La marque chinoise de mode Shein a ouvert un « <u>pop up store</u> » pendant 9 jours

Des ventes qui commencent à laisser

en mai dans l'ABC de Serrano de Madrid. Un espace éphémère de 900 m2 à la plus longue durée pour l'enseigne. L'entreprise ramène ainsi à Madrid son cinquième magasin physique et cherche à se rapprocher d'une large majorité de consommateur·rices en offrant une expérience d'achat différente. La multinationale souhaite d'ailleurs répéter cette expérience au cours de l'année. Cette stratégie fonctionne en Espagne. Le taux de pénétration de l'ultrafashion sur le marché augmente constamment pour atteindre plus d'un tiers (33 %) du marché de la mode en 2022, selon Fox Intelligence. Shein est même devenu le numéro 1 de la fast fashion en Espagne en réalisant plus de 50 % des ventes sur la même année.

fast-fashion mondiale en Europe Pour Gema Gómez, la croissance économique du groupe Inditex pourrait attirer

L'Espagne: un marché prioritaire pour la

d'autres entreprises, faisant office de rayonnement économique. L'afflux de touristes en grand nombre dans le pays rend aussi le marché espagnol attrayant pour les marques de mode. À cela s'ajoute une consommation de produits de mode élevée en Espagne. "Je pense que nous avons une culture de l'achat" commente Gema Gómez. Constat que confirme José Antonio Miranda Encarnación : "Cela est dû, d'une part, à notre mode de vie, dans lequel nous apprécions les vêtements à la mode. D'autre part, le niveau de revenu moyen de la population n'est pas très élevé, nous consommons donc principalement des marques de mode à prix moyen et bas."

Le groupe Zara revoit ses lieux de fabrication, en s'éloignant du Bangladesh, du Pakistan et de la Chine pour se tourner vers le Portugal, la Turquie, l'Espagne

Une production relocalisée en quête de

décarbonation

mais surtout le <u>Maroc</u>. Selon l'association marocaine des industries du textile et de l'habillement (AMITH), "Inditex est le plus grand donneur d'ordre du secteur de la confection textile au Maroc, à hauteur de 65 %", dont la majorité du sourcing se fait dans la région de Tanger. Ce choix de se rapprocher de l'Espagne est l'une des leçons tirées après la pandémie de Covid-19. Réduire la chaîne logistique en rapprochant le sourcing et l'ensemble de la chaîne de valeur vers l'Europe permet de gagner en compétitivité.

Concurrencées durement par Shein et Temu<u>, les chaînes de fast-fashion souffrent</u> <u>d'un rapport qualité-prix défavorable.</u> Elle est prise en étau entre l'ultra fast fashion disponible en ligne et une offre plus haut-de-gamme qui attire la clientèle

en boutique. Pour trouver un second souffle, ces enseignes sont à la recherche de

sophistications et collaborent notamment avec des designers de renom. C'est

démarquer de l'ultra fast fashion chinoise

Les marques espagnoles tentent de se

d'ailleurs le cas de la collection de Zara « Cutie Chaos » en collaboration avec Harry Lambert, le styliste de Harry Styles. Les prix de leurs produits sont directement impactés par ces designs hauts de gamme, ce qui permet de réévaluer leur positionnement sur le marché.

Pour se différencier du commerce en ligne, l'accent est mis sur l'expérience d'achat. Les boutiques sont rénovées avec un renforcement de présence de conseils et l'identité visuelle est entièrement revue. L'objectif n'est pas de transformer ces marques de fast fashion conventionnelle en marques de luxe,

Pour que les conditions de travail chez INDITEX soient les mêmes pour tout le personnel dans tous les

CCOO mobilise plus de 500 déléguées dans 8 villes et recueille 50,49 % des signatures du personnel (13 843) en seulement 7 jours. **#TodasSomosInditex**

Une forte compétitivité mais deux terrains distincts

L'industrie de la mode abordable est férocement compétitive. Il y a une multitude

mais plutôt de se distinguer des marques d'ultra fast-fashion comme Shein.

d'entreprises qui se battent pour gagner des consommateur·rices et de nouvelles entreprises entrent continuellement sur le marché. Les principales entreprises espagnoles ont, jusqu'à présent, une feuille de route brillante, qui s'impose à leurs concurrents difficiles. Mais elles devront continuer à adapter leur stratégie

concurrentielle aux changements ultra-rapide du marché.

fashion espagnoles"

espagnoles?

"Shein ne rivalise pas directement avec les grandes marques de fast

Pour José Antonio Miranda Encarnación, "les marques asiatiques de mode ultrarapide sont une nouvelle source de concurrence à prendre en compte, mais elles ne sont pas plus dangereuses que d'autres entreprises du secteur avec des caractéristiques différentes, telles que Fast Retailing au Japon."

En cas d'arrivée en Europe, Shein peut-elle

faire craindre les marques de fast-fashion

Au début du mois de juin, <u>Shein laissait entendre une possible entrée à la bourse</u> <u>de Londres à près de 60 milliards d'euros</u>. Nouvelle évidemment mauvaise si elle se réalise, au vu du fonctionnement dévastateur de l'entreprise chinoise. Mais pourrait-elle faire de l'ombre aux géants espagnols de la mode ? José Antonio Miranda Encarnación en doute car **l'absence d'un réseau de magasins la place en position inférieure**. "Shein ne rivalise pas directement avec les grandes

marques de fast fashion espagnoles car elle fait de la mode ultra-rapide, c'est plus économique que la mode", ajoute-t-il. D'autre part, <u>l'Union européenne et les gouvernements des différents pays</u> <u>européens préparent des réglementations strictes pour réduire les dommages</u> environnementaux des industries de la mode, qui affecteront Shein et d'autres entreprises asiatiques qui suivent le même modèle de croissance non-durable. Dans le même temps, Madrid commence aussi à légiférer. Le Parlement espagnol

a voté en 2022 un texte interdisant la destruction des excédents de pièces **textiles**, qui oblige les marques à écouler les invendus par d'autres canaux, de ventes comme de dons. FAST FASHION PREMIUM VÊTEMENT ÉCO-RESPONSABLE

TWEET



Partager

À lire également

La top liste des vestes de métier & bleu de travail durables

par Victoire Satto — 23 octobre 2023

Comment teindre ses vêtements en tie and dye naturel? par **Marion Jourdan** — 11 mars 2021

THE GOOD GOODS MANIFESTE FOIRE AUX QUESTIONS **TRAVAILLER AVEC NOUS** OFFRE D'EMPLOIS **CANDIDATURES**

FINANCER UNE MARQUE

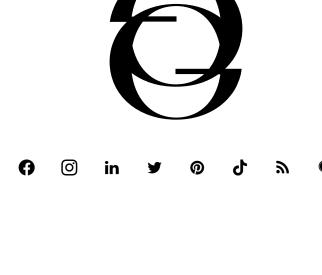
BUREAU D'EXPERTISE

8 friperies qu'on adore à Bordeaux

par **Marion Jourdan** 22 septembre 2021 par Coralyne Bienvenu — 9 juin 2024

La top liste des marques de

bananes éco-responsables



SE CONNECTER MON COMPTE

S'ABONNER



in

 \subseteq

LA MODE FONDÉE SUR DES PREUVES.