



Le déstockage dans la mode

Habillement, maroquinerie, chaussures : pratiques de déstockage des marques et perspectives pour les circuits spécialisés

Le groupe **Xerfi** vient de publier une étude exclusive sur le déstockage dans la mode. Ce titre de la collection **Xerfi Research** décrypte les évolutions des pratiques des marques en matière de déstockage et dresse des perspectives à court et moyen termes pour les circuits spécialisés à travers une analyse détaillée des déterminants de la demande, des facteurs de mutation de l'offre et des axes de développement des acteurs.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour organiser et hiérarchiser l'information, stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.

Anne Césard
Directrice d'études
Xerfi France

Le déstockage dans la mode

Habillement, maroquinerie, chaussures : pratiques de déstockage des marques et perspectives pour les circuits spécialisés

Le déstockage, une solution incontournable pour les marques

L'engouement des consommateurs pour les articles déstockés ne faiblit pas. Entre les soldes, les ventes privées, les braderies et les bonnes affaires sur Internet, acheter à prix cassés est devenu un réflexe pour beaucoup de Français. Les marques ne s'y sont pas trompées et multiplient les initiatives pour écouler leurs stocks : boutiques outlet, ventes flash sur leur site ou encore magasins éphémères. Pour autant, le déstockage implique deux défis majeurs : préserver l'image de marque et limiter les risques de cannibalisation avec les réseaux de distribution traditionnels. C'est pourquoi les sites de ventes événementielles et les centres de marques sont souvent privilégiés. Ces derniers ont amorcé depuis quelques années un nouveau virage, se muant en véritables lieux de loisirs, parfois haut de gamme, à l'image du centre One Nation Paris ouvert fin 2013. Quant à Vente-privée.com, le site est devenu incontournable pour bon nombre de griffes, creusant définitivement l'écart avec ses *challengers*. **Au final, quelles sont les réelles pratiques des spécialistes de la mode en matière de déstockage ? Quels sont les enjeux et les perspectives des différents circuits ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse des pratiques de déstockage des marques**
Avantages du déstockage pour les consommateurs et les marques, différentes solutions de déstockage pour les marques, exemples de marques et de circuits de déstockage, etc.
- **Les chiffres et éléments pour comprendre le jeu concurrentiel**
Principaux circuits de déstockage, études de cas, tableaux de positionnement, grands modèles du déstockage en ligne, principaux centres de marques, axes de développement privilégiés, etc.
- **Tous les éléments pour comprendre l'évolution de la demande**
Analyse de la consommation en habillement, maroquinerie et chaussures, évolution du pouvoir d'achat, mutations des comportements du consommateur, grandes tendances dans la distribution.
- **La présentation détaillée de 14 acteurs clés**
Fiches d'identité (présentation du groupe et de l'activité dans le déstockage, offre, etc.) et bilan économique et financier de 86 opérateurs du secteur.

Téléchargez
immédiatement
cette étude sur
www.xerfi.com

avec le code étude
4DIS63



« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

Nos prévisions

Xerfi vous propose son analyse des perspectives du marché du déstockage à travers notamment l'évolution du nombre de centres de marques et l'activité des sites de ventes privées. Sont également pris en compte : l'évolution de la demande (croissance économique, consommation sur les marchés de la mode, vente en ligne, etc.), le contexte concurrentiel (*leadership* de Vente-privée, difficultés d'implantation des centres de marques, etc.) et les mutations de l'offre (positionnement sur d'autres segments, montée en gamme, etc.).

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les conséquences de la modification de l'environnement économique, les tendances majeures de la vie du secteur, les évolutions prévisibles, en tirant parti de l'ensemble des analyses sur les perspectives du marché et des stratégies des opérateurs.

1. LES MARCHES DE LA MODE

1. **Le scénario macroéconomique à l'horizon 2017**
 - L'évolution du PIB (2006-2017)
 - Le pouvoir d'achat par ménage (2006-2017)
 - La consommation des ménages (2006-2017) et les arbitrages de consommation
2. **La consommation sur les grands marchés de la mode à l'horizon 2017**
 - La consommation en habillement (2006-2017)
 - La consommation en chaussures (2006-2017)
 - La consommation en articles de maroquinerie (2006-2017)
3. **Le commerce de détail en France**
 - Le chiffre d'affaires du commerce de détail (2006-2017)
 - Commerce de détail vs vente en ligne (2006-2017)
 - Le poids des ventes en ligne dans la consommation des ménages (2000-2014)
4. **Les grandes tendances dans la distribution**
 - L'achat en soldes et en promotions
 - La consommation collaborative
 - L'essor de la vente en ligne
 - La mise en place de dispositifs *cross-canal*

2. LES PRATIQUES DE DESTOCKAGE

1. **Du côté des consommateurs**
 - Les avantages du déstockage pour les consommateurs
2. **Du côté des marques**
 - Les avantages du déstockage pour les marques
 - Les relations entre les marques et les déstockeurs
 - Focus sur les marques de luxe
3. **Les différentes pratiques de déstockage des marques**
 - Panorama des solutions de déstockage

- Des exemples de marques (habillement, maroquinerie et chaussures) et de pratiques de déstockage

4. Le déstockage par les circuits tiers

- Les sites de ventes privées, les sites généralistes de vente en ligne, les enseignes de déstockage : forces et faiblesses, avantages pour les marques, etc.

5. Le déstockage par les circuits en propre

- Les boutiques en centres de marques, les magasins d'usine, etc. : forces et faiblesses, avantages pour les marques, etc.

3. LES PRINCIPAUX CIRCUITS DE DESTOCKAGE

1. Les déstockeurs en ligne

- Les grands modèles du déstockage en ligne
- Les sites de ventes privées : profils, caractéristiques de l'offre, principaux sites, axes de développement, etc.
- Le *leadership* de Vente-privée : étude de cas sur Vente-privée, ses atouts, ses *challengers*, etc.
- Focus sur les ventes privées de la mode pour enfants et les spécialistes du luxe
- Les *pure players* du déstockage en ligne : profils, principaux opérateurs, caractéristiques de l'offre, etc.
- Les sites généralistes : profils, principaux opérateurs, caractéristiques de l'offre, etc.

2. Les centres de marques

- Vue d'ensemble et historique de l'implantation des centres de marques
- Principaux centres de marques en France (promoteur, localisation, surface commerciale, etc.)
- Cartographie des centres de marques en France
- Grands projets en cours
- Principaux axes de développement des centres de marques
- Etudes de cas : One Nation Paris, L'Usine Mode et Maison

3. Les enseignes de déstockage

- Principales enseignes : caractéristiques et modes de développement
- Axes de développement et principaux faits marquants

Le jeu concurrentiel

Dans cette étude, vous trouverez une analyse détaillée du paysage concurrentiel actuel et à venir sur le marché français. Les marques font appel à différents profils de déstockeurs, présents sur Internet notamment. Il s'agit notamment des sites de ventes privées, des sites généralistes de déstockage, de leur propre site marchand, etc. Les réseaux physiques sont également présents dans le déstockage : magasins d'usine, centres de marques, ou encore enseignes spécialisées dans le déstockage d'articles de mode.

Les axes de développement

Pour compléter l'analyse, les experts de **Xerfi** ont décrypté les principaux axes de développement suivis par les acteurs du déstockage. Les centres de marques privilégient désormais la montée en gamme, voire le luxe, et deviennent de véritables espaces de *fun shopping* et connectés (applications mobiles, digitalisation, etc.). Du côté des ventes privées, le leader Vente-privée poursuit l'élargissement de son offre, tandis que ses *challengers* cherchent à se spécialiser (luxe, petits prix, international, etc.).

4. LES FICHES D'IDENTITE DES ACTEURS

Cette partie vous présente les fiches d'identité de 14 opérateurs : chiffres clés, offre de déstockage, réseaux physiques, présence sur les réseaux sociaux, faits marquants récents, etc.

1. Les sites de ventes privées

- Vente-privée
- Showroomprivé
- Groupe Andrino (Private Outlet, BrandAlley)
- BazarChic

2. Les centres de marques

- Concepts et Distribution
- McArthurGlen
- Unibail-Rodamco

3. Les enseignes de déstockage

- Futura Trading (NOZ)
- Groupe Textile Finance (Mistigriff)
- Stokomani
- Excédence et iDstock
- Croc'Affaires et Destock Ouest

5. INDICATEURS ECONOMIQUES ET FINANCIERS DES ENTREPRISES

Cette partie vous propose de mesurer, situer et comparer les performances de 86 opérateurs du secteur à travers :

les fiches synthétiques de chacune des sociétés : informations générales, données de gestion et performances financières sous forme de graphiques et tableaux, positionnement sectoriel de la société ;

les tableaux comparatifs des 86 opérateurs selon 5 indicateurs clés.

Les données présentées portent sur la période 2009-2013, selon la disponibilité des comptes. 95% des comptes non consolidés 2012 et 49% des comptes non consolidés 2013 des sociétés étaient disponibles au moment de la publication de l'étude.

LES PRINCIPAUX GROUPES CITES DANS L'ETUDE

- | | | |
|----------------------------|------------------------------|-------------------|
| • AU FIL DES MARQUES | • GROUPE ANDRINO | • NOZ |
| • BAZARCHIC | • GROUPE TEXTILE FINANCE | • PRIVATE OUTLET |
| • CATINVEST | • MAB | • SHOWROOMPRIVE |
| • CHRONOSTOCK | • DEVELOPPEMENT | • STOKOMANI |
| • CONCEPTS ET DISTRIBUTION | • MACARTHURGLEN | • UNIBAIL-RODAMCO |
| • DESTOCK'N GO | • MISTIGRIFF | • VALUE RETAIL |
| • EXCEDENCE | • NAILLOUX OUTLET MANAGEMENT | • VENTE-PRIVEE |
| • FUTURA TRADING | | |

LES SOCIETES DONT LES COMPTES SONT TRAITES DANS L'ETUDE

- | | | |
|----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| • 1 KM A PIEDS | • ELYT | • LOW COST |
| • 24H00 | • EMERGENCE | • DISTRIBUTION |
| • 4 STOCK | • ERYGIT OZGUR | • MADJO |
| • A C I | • ESPACE STOCK PLAISIR | • MAX 82 |
| • AGK AND CO | • FARO | • MAYE |
| • ANIMA 82 | • FRANCHISE NOZ | • MICH |
| • APPROSTOCK | • FRUITROUGE | • MODE ET BEAUTE |
| • ARCY | • FUTURA TRADING | • MWCS |
| • AROME DRESSING | • GD MODE | • NAILLOUX OUTLET MANAGEMENT |
| • BAUGYSTOCK | • GHT | • NETSELLER |
| • BEBEBOUTIK | • GROUPE TEXTILE FINANCE | • NEW GRAND BAZAR |
| • BOUTIQUE FRANCESCO MARIA | • HANMARQ | • PB DISTRIBUTION |
| • BRANDALLEY | • HERBIERS OUTLET | • PREST AVENIR |
| • BSN | • ICHOLON | • PROCOM70 |
| • C&J PARTNERS | • JD STOCKS | • RAMSA |
| • CACI 36 | • JEANETIK DESTOCK | • RD STYLE |
| • CASH 95 IDFA | • JUAMA | • REF SPORTS |
| • CENTER GR | • JUST FOR ELLE | • SEI NAGY |
| • CHRONOLOTS | • KRM | • SHOPINVEST |
| • COGEMAG | • LA REOLE PAS CHER | • SOLO TOULOUSE |
| • COLLECTION 3 | • LABEL-PARK COM | • STOKOMANI |
| • CONCEPTS ET DISTRIBUTION | • LADA | • TARA JARMON OUTLETS |
| • COUFFIN PRIVE COM | • LE CORSAIRE MALIN | • TRIBANN |
| • CROC'AFFAIRES | • LE PIEDESTAL | • VENTE PRIVEE COM |
| • D STOCK 33 | • LE PLAN TROC | • VESTITI |
| • DESTOCK MARKET | • LE PLESSIS PLUS | • VETSHOES |
| • DESTOCK MOD | • LE RUBICON DU DESTOCKAGE | • VIPVENTESCOM |
| • DFPS | • LEAVI | |
| • ELSA | • LES AMIS DE TOM | |

Le groupe Xerfi a puisé dans son expertise et sa passion pour la connaissance économique et sectorielle, un savoir-faire unique pour comprendre le monde économique. Par ses compétences professionnelles, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, Xerfi apporte aux acteurs de l'économie des analyses et synthèses opérationnelles sur les évolutions sectorielles, les stratégies des entreprises, leur environnement international.

▪ **La distribution de prêt-à-porter féminin**

Cross-canal, réseaux sociaux et consommation collaborative : enjeux et opportunité – Prévisions du marché à l'horizon 2016

▪ **Les marchés du luxe et de la consommation collaborative**

L'explosion des nouveaux concepts de seconde main, de location ou de partage d'articles de luxe sur internet

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT, COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ➊ Renseignez le **code 4DIS63** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ➋ Achetez l'étude directement en ligne par carte bancaire
- ➌ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

BON DE COMMANDE

Réf : **4DIS63 / SPE / INT**

A renvoyer à

Xerfi - 13-15, rue de Calais - 75009 Paris

Mail : **commande@xerfi.fr** - Fax : **01 42 81 42 14**

Le déstockage dans la mode

Habillement, maroquinerie, chaussures : pratiques de déstockage des marques et perspectives pour les circuits spécialisés

Choisissez le mode d'expédition du rapport commandé (cocher la bonne case) :

(TVA 5,5% pour le papier et TVA 20,0% pour les versions électroniques)

<input type="checkbox"/> en version papier-classeur (envoi par la poste) :	1 400 EUR HT	1 477,00 TTC
<input type="checkbox"/> en version électronique (fichier pdf) :	1 600 EUR HT	1 920,00 TTC
<input type="checkbox"/> les deux versions (électronique + classeur) :	1 800 EUR HT	2 160,00 TTC

A renseigner (en majuscules) :

Société :	Siret :
Nom & prénom :	Fonction :
Adresse :	
Code postal :	Ville :
Téléphone :	E-Mail :

TVA intracommunautaire pour les achats hors de France :

Tarifs valables jusqu'au 31/01/2016. Facture avec la livraison.

Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture.

En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Mode de règlement choisi :

- chèque ci-joint
 dès réception de l'étude et de la facture

Date, Signature et Cachet :