

NOUVEAUTÉ



# MODE RESPONSABLE : QUELS MODÈLES GAGNANTS ?

La RSE au cœur des nouveaux modèles économiques  
des marques et enseignes

## Découvrez dans cette étude :

- ▶ **Les leviers actionnables tout au long de la chaîne de valeur,**  
de la conception à la fin de vie du produit
- ▶ **Le décryptage des nouveaux modèles économiques**  
et des best practices créateurs de valeur
- ▶ **Notre cartographie exclusive de la maturité responsable**  
des acteurs de la mode



### BUSINESS CASES

-----  
Un panel de 120  
business cases  
(marques et enseignes  
du mass market au luxe)  
passés au crible.  
Liste complète  
disponible sur notre site

# LA DURABILITE, NOUVEAU SANTARD DU MARCHE



**Cécile DESCLOS**

Directrice du pôle  
Luxe Mode



@c\_desclos

La consommation de mode est fragilisée et le secteur est sous pression (sensibilité croissante aux problématiques environnementales et sociétales, évolution des comportements de consommation), la crise de la COVID-19 ayant joué un rôle de catalyseur. Dès lors, la question d'adresser les enjeux liés à la responsabilité sociale et environnementale ne fait plus débat.

Deux options se dessinent : suivre la tendance, sans pour autant faire des problématiques RSE une priorité (stratégie défensive) ou faire des pratiques sociales et environnementales un avantage concurrentiel et un levier de croissance (stratégie offensive) alors que de nouveaux besoins apparaissent, constituant autant d'opportunités.

De nombreuses marques *sustainable natives* ou *purpose-driven* ont su se créer une place sur le marché (cf. Veja, Le Slip Français, Asphalté, 1083 ou Hopaal en France ; Patagonia, Allbirds, Everlane ou Reformation à l'international, par exemple). Désormais, les initiatives se multiplient chez les marques « conventionnelles », en témoignent les stratégies mises en œuvre par les groupes Etam, Eram et Promod dans le *mass market* ou Fendi (hyper-transparence) dans le luxe.

Le basculement vers la mode responsable est un travail de fond supposant de repenser la chaîne de valeur dans son ensemble, de la conception à la fin de vie du produit, en passant par la traçabilité et la transparence. Notre étude analyse à 360° les différents leviers à actionner afin de permettre aux acteurs du secteur de se benchmarker et d'identifier les axes opérationnels d'optimisation.

## Méthodologie



### APPROCHE STRATEGIQUE

Notre cartographie exclusive du positionnement responsable des acteurs de la mode



### BENCHMARK

Un panel de 120 entreprises analysées pour se constituer une boîte à outils et identifier les modèles à suivre



### EXPERTISE

L'expertise des consultants Les Echos Etudes dans les secteurs du luxe/ prêt-à-porter et du retail pour mener un décryptage à 360° de la mode responsable



## Plan de l'étude

### Aller à l'essentiel : synthèse de l'étude et enseignements clés

Les principaux leviers à actionner tout au long de la chaîne de valeur

Les modèles à suivre : *best practices*

La cartographie actuelle de positionnement/maturité responsable des acteurs de la mode et du luxe

### Ethique et durabilité, des enjeux désormais stratégiques

L'effet catalyseur de la COVID-19

La mode et le luxe s'emparent de la problématique

Le diagnostic Les Echos Etudes

### Production : des modèles établis challengés

Ecoconception, matières innovantes, ... nouvelles frontières de la mode responsable

Précommandes, fabrication à la demande, petites quantités,... : la production se réinvente

Le retour à une production de proximité

### Comment répondre au défi de la transparence et de la traçabilité

Transparence : work in progress

L'identité numérique du produit : nouvelle frontière de la traçabilité

### Repenser les stratégies d'offre

Less is more : repenser les collections et le calendrier

Acteurs « conventionnels » : infuser la RSE dans le produit fini

La montée en puissance de *l'upcycling*

Réparation, consigne, ... : intégrer l'enjeu de la fin de vie

Seconde main et location à l'agenda des acteurs

### Enjeux sociétaux : prendre la parole

Une multiplication des marques purpose-driven et militantes

Inclusivité, politique, ... : les initiatives se multiplient

### Inscrire le point de vente en soutien de la démarche

L'émergence de nouveaux concepts engagés

Le développement de nouveaux services positionnants



## PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

### Secteurs

- ▶ Marchés : prêt-à-porter et chaussures
- ▶ Niveaux de gamme : du *mass market* au luxe

### Acteurs

- ▶ Marques et marques enseignes : *sustainable natives* et marques conventionnelles
- ▶ Distributeurs : *brick and mortar* et *e-tailers*

### Champ géographique

- ▶ France avec des éclairages à l'international

▶ Retrouvez sur [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr) le plan détaillé, la liste complète des 120 business cases et téléchargez un extrait de cette étude 🖱

### QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 30 ans, **Les Echos Etudes** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

### CES ETUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

- ▶ **Secteur du luxe : préparer la reprise**  
Quelles stratégies et quels modèles gagnants pour adresser les nouveaux défis et préparer l'après ?
- ▶ **Le marché mondial des souliers de luxe**  
Quelles stratégies pour bénéficier à plein de la dynamique du marché dès la sortie de crise ?
- ▶ **Le marché de la seconde main dans la mode et le luxe**  
Saisir les opportunités de business et d'image du marché de l'occasion face aux nouveaux comportements des consommateurs

### Bon de commande

## Mode responsable : quels modèles gagnants ?

#### Version PDF

- Pour 1 utilisateur\*  
2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)\*
- De 2 à 5 utilisateurs\*  
3 835 € HT - 4 045,93 € TTC (TVA à 5,5%)\*
- De 6 à 10 utilisateurs\*  
4 425 € HT - 4 668,38 € TTC (TVA à 5,5%)\*
- Plus de 10 utilisateurs\*, nous contacter

#### Version papier

- 2 950 € HT - 3 112,25 € TTC (TVA à 5,5%)

#### Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 295 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : .....

#### Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01.49.53.63.00

Email : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr).

#### Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : ..... Prénom : .....

Fonction : ..... Société : .....

Adresse : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

#### Facturation

Société : .....

Adresse : .....

Contact : .....

#### Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur [lesechos-etudes.fr](http://lesechos-etudes.fr)
- Règlement à réception de facture

Date : ...../...../..... Signature : .....

\* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr)