

Créer sa marque de vêtements

Description

Créer sa **marque de vêtements** constitue une opération qui ne s'improvise pas et qui requiert une préparation minutieuse. Pour se faire une place dans un univers fortement concurrentiel et éviter de voir son projet échoué, il importe de respecter les étapes nécessaires. Quelle réglementation doit-on respecter ? Quelles sont les étapes à suivre ? **Combien coûte la création d'une marque de vêtements** ? Focus sur les clés essentielles pour **réussir la création de votre ligne de vêtements**.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Créer sa marque de vêtements : la réglementation du prêt-à-porter

L'univers de la mode attire bon nombre d'entrepreneurs souhaitant [créer leur entreprise](#) et lancer leur propre marque de vêtements. Toutefois, que ce soit pour créer sa marque de vêtements streetwear, sportswear ou encore de luxe, un tel projet **requiert de bonnes connaissances**, notamment de l'industrie vestimentaire, et une préparation rigoureuse.

Zoom : Si vous souhaitez créer votre marque de vêtements, il faut au préalable créer une entreprise. Si vous avez peu de connaissances juridiques, il est conseillé de recourir à un professionnel du droit ou à un prestataire habilité tel que LegalPlace. En effet, LegalPlace vous accompagne dans la [création de votre entreprise](#). Il vous suffit de remplir un questionnaire personnalisé, et nos experts se chargent de traiter votre dossier dans les plus brefs délais.

L'environnement réglementaire

Avant de se lancer dans la [création de sa marque de vêtements](#), l'une des informations essentielles à avoir sous la main concerne la réglementation applicable au domaine du prêt-à-porter.

Bon à savoir : cette opération n'est pas soumise à une réglementation stricte.

L'étiquetage

Les principales obligations relatives au prêt-à-porter concernent l'étiquetage des vêtements (règlement communautaire n°1007/2011/CE de 2011) :

- La **composition doit obligatoirement apparaître sur l'étiquette** produit (pourcentage des fibres constituant les vêtements).
- Bien que non obligatoires, les **informations concernant l'entretien du produit** (conditions de lavage, de séchage, d'utilisation de javel...) sont conseillées pour se prémunir des plaintes des consommateurs. Ces conseils peuvent être affichés en toutes lettres ou sous forme de symboles.
- Importante pour **l'exportation vers certains pays**, l'indication du pays de fabrication est recommandée. Cette information n'est pas non plus obligatoire.

La vente en magasin

Les autres obligations de la réglementation du prêt-à-porter **se rapportent à la vente en magasin** :

- **Normes de sécurité** et d'accessibilité ;
- Affichages obligatoires à l'attention des employés ;
- **Indication des prix** à l'intérieur et à l'extérieur du magasin ;
- Cotisation obligatoire à la SACEM en cas de diffusion de musique dans l'établissement.

Les caractéristiques du marché du prêt-à-porter en France

Pour ceux qui veulent se lancer dans l'univers de la mode et du prêt-à-porter, il est à noter que le marché français est en baisse depuis 2008, même après un léger rebondissement en 2017. Ce secteur se démarque notamment par la **concurrence rude** qui y règne, requérant une préparation rigoureuse pour lancer, mais surtout pour faire perdurer sa marque sur le marché.

Le marché du prêt-à-porter affiche d'autres caractéristiques :

- Le marché du prêt-à-porter **englobe 6 à 7 catégories principales**: prêt-à-porter féminin (25 % du marché total), prêt-à-porter masculin (17 %), chemises (16 %), pulls (14 %), sous-vêtements et pyjamas (13 %), vêtements pour bébé (5 %), autres vêtements (11 %).

- Les ventes d'articles de prêt-à-porter sont fortement **conditionnées par la météo et les saisons**.
- Depuis quelques années, une **explosion des ventes en ligne** est constatée (environ 20 % du chiffre d'affaires en France). Développant leurs propres solutions, les grandes enseignes sont aussi présentes sur le Web.
- Une **hausse des ventes dans les réseaux franchisés** par rapport aux détaillants multimarques indépendants demeurant toutefois majoritaires en termes d'effectif et de chiffre d'affaires.

Lire aussi : [Créer son entreprise quand on est une femme](#)

Comment créer sa marque de vêtements : les étapes

Passionné de mode et de confection de vêtements, lancer sa marque de vêtements nécessite l'accomplissement de différentes étapes incontournables.

Comment appréhender le marché du textile ?

Pour créer une marque de vêtements, une bonne connaissance du marché est nécessaire. La première étape à réaliser consiste ainsi à **faire un état des lieux**. Pour cela, la réalisation d'une étude de marché est requise permettant de valider un projet de création ou de redéfinir celui-ci en fonction des résultats. Une fois cette étape effectuée, il convient de se positionner sur le marché.

Faire une étude du marché

Pour vérifier la pertinence et la validité du projet, faire une étude de marché est nécessaire. Il s'agit de **faire appel à son sens de l'observation pour étudier les goûts et les habitudes d'achat des cibles**, pour analyser la concurrence ou encore pour échanger avec les créateurs. À cette phase du projet, il faut en revanche éviter de parler de sa marque.

Pour faire cet état des lieux du marché, différents éléments doivent être étudiés :

- La **taille et la santé du marché** (taille, croissance, segments porteurs...);
- La **concurrence** : l'intensité, l'identification des concurrents directs et indirects, les parts de marché ou encore leurs chiffres d'affaires annuels ;
- La réglementation **relative au produit commercialisé**;
- Les **fournisseurs et les canaux de distribution**.

Se positionner sur le marché

L'étude du marché permet d'avoir une vision plus concrète du secteur choisi pour lancer la création d'une marque de vêtements. L'étape suivante consiste à définir son positionnement. Cette opération permet de **façonner l'identité de la marque** et est essentielle pour créer ses premières collections.

Il importe de définir précisément :

- Le **type de vêtements à créer** : chic ou casual, chemise pour homme ou sur-mesure pour femme... ;
- La **cible** : hommes ou femmes, sportifs ou cadres de bureau... ;
- Le nombre de **collections à créer par an** ;
- Les **techniques pour concevoir les vêtements**.

Comment façonner l'identité de la marque ?

Après l'analyse du marché, il convient d'élaborer l'univers de la marque. **Faire preuve de créativité et d'imagination** est important pour définir les éléments qui seront assimilés à l'identité de la marque.

La première étape consiste **étudier la concurrence** pour savoir comment s'en démarquer : fonctionnement, stratégie de communication, offres...

Pour créer l'identité de la marque, il est **recommandé d'être imaginatif tout en restant simple** et en gardant ses valeurs. Il convient notamment de choisir :

- Le **nom de la marque**: celui-ci doit être à la fois original, accrocheur et cohérent avec les futures offres, mais aussi avec les futurs clients.
- Le **logo** qui doit être inoubliable et marquer les esprits.
- La **charte graphique** qui doit mettre en valeur l'univers de la marque.

Comment établir le business plan ?

Pour toute création d'entreprise, la rédaction d'un business plan est primordiale. Présentant en détail le projet de création d'entreprise, ce document **démontre la viabilité du projet sur le long terme**. Sa rédaction doit être basée sur l'étude de marché réalisée permettant de définir précisément les contours du projet.

Le business plan permet ainsi de présenter les personnes impliquées dans le projet, leur rôle, le marché du textile, la concurrence ou encore les offres qui seront proposées. Devant être rédigé minutieusement, ce document permet de **renforcer la crédibilité auprès des investisseurs**.

Bon à savoir : que ce document est constitué d'une partie présentant le projet et ses atouts et d'une partie financière démontrant le potentiel de rentabilité de la marque et mettant en avant le besoin de financement.

Il vise notamment à :

- **Valider la viabilité du projet de création d'une marque de vêtements** sur le plan financier ;
- Estimer les besoins de financement initial et de susciter l'intérêt des éventuels partenaires financiers ;
- **Guider l'entrepreneur au début de son activité**.

Le business plan doit contenir divers éléments :

- Le contexte ;
- La stratégie adoptée ;
- Les **besoins matériels et humains** ;
- L'anticipation de l'évolution de l'activité ;
- Le **mode de financement** ;
- Le plan opérationnel pour le développement des activités ;
- Le retour sur investissement espéré.

Comment établir un plan marketing ?

Pour faire connaître la marque, l'établissement d'un plan marketing efficace est aussi de mise. Traitant des objectifs commerciaux fixés sur une période (une année par exemple), ce document **regroupe l'ensemble des stratégies de communication et de marketing à appliquer**

Le plan marketing est constitué de différents éléments, notamment :

- Les objectifs de résultat ;
- Les clientèles cibles ;
- Les moyens à mettre en œuvre et leurs objectifs spécifiques ;
- Le budget dédié aux actions de marketing ;
- Le calendrier des actions ;

Bon à savoir : les moyens d'action marketing et de communication pouvant être adoptés sont multiples :

- **Mise en place d'un site Internet** ;
- Tenue d'un blog ;
- **Création de brochures** et de plaquettes ;
- Publicité classique ;
- Promotions sur les réseaux sociaux ;
- Organisation d'[événements](#).

Pourquoi et comment déposer sa marque de vêtements ?

L'identité de la marque étant créée, une autre étape à ne pas négliger consiste à déposer la marque pour la protéger.

Attention ! Afin de ne pas avoir de problèmes futurs, avant de créer sa marque il est important de vérifier, si la [marque est déjà déposée](#).

Les intérêts de la protection de la marque

En déposant une marque auprès de l'INPI ou Institut National de la Propriété Intellectuelle, le propriétaire est en mesure de protéger aussi bien le nom que le logo choisi. Il est **le seul à disposer du droit d'exploiter la marque** (fabrication de produits, commercialisation pour en tirer des bénéfices) sur le territoire français. Cette règle est applicable dans un délai de 10 ans renouvelable.

Une fois déposée, la marque permet d'identifier les produits par rapport aux autres offres similaires sur le marché. Son **enregistrement permet ainsi au propriétaire de bénéficier du droit exclusif d'interdire l'utilisation de la marque sans son autorisation**

. En cas d'exploitation, d'imitation ou de contrefaçon, le propriétaire peut se défendre légalement devant les tribunaux.

La procédure à suivre pour déposer sa marque

La protection n'est valable que pour les produits et services déposés. Ainsi, **avant de procéder au dépôt de la marque**, il convient de définir précisément les produits et services couverts par celle-ci. Les étapes à effectuer sont les suivantes :

- **Faire une recherche de disponibilité auprès de l'INPI**: cette démarche permet de s'assurer que la marque n'a pas déjà été enregistrée pour des produits ou services semblables ou un domaine d'activité similaire ou identique. Cette recherche est réalisable en ligne ou sur place dans les bases de données de l'INPI à l'aide de documentalistes.
- **Déposer la marque** en remplissant un formulaire en ligne sur le site internet de l'INPI ou un formulaire papier à renvoyer. Un accusé de réception sera envoyé au propriétaire indiquant la date et le numéro national de dépôt qui sera publié au Bulletin officiel de la propriété industrielle ou BOPI.

Après étude du dossier par l'INPI, ce dernier transmet des objections ou des observations. L'enregistrement de la marque ne sera effectué que lorsque les objections sont levées. L'enregistrement est publié au BOPI et un certificat d'enregistrement est envoyé au propriétaire.

Comment trouver un fournisseur pour créer sa marque de vêtements ?

Lors de la création d'une marque de vêtements, il importe aussi de **trouver les fournisseurs et sous-traitants qui se chargeront de la fabrication des vêtements**. Dans la plupart des cas, ces partenaires imposent un minimum de commande, déterminant ainsi une partie de l'investissement à faire en début d'activité.

Comment trouver un fournisseur ?

Pour identifier les fournisseurs et sous-traitants textiles, différentes solutions peuvent être adoptées :

- **Solliciter l'aide de l'organisme Business France** ;
- Faire une recherche sur Internet ;

- **Explorer les places de marché en ligne comme Alibaba.**

Bon à savoir :il est particulièrement courant de faire appel à des fournisseurs ou sous-traitants localisés à l'étranger. En effet, certains pays sont reconnus dans le domaine de la sous-traitance textile comme la Chine, la Turquie, le [Maroc](#), la Tunisie ou encore les pays du sous-continent indien.

Comment choisir un fournisseur ?

Pour choisir les fournisseurs qui conviennent le mieux, il importe de **s'adresser à plusieurs sous-traitants textiles et de faire jouer la concurrence**. Le propriétaire de la marque doit négocier sur différents points, notamment la quantité, la qualité recherchée, les délais, le prix ou encore les modalités de paiement.

Pour que le partenariat soit pérenne, choisir des fournisseurs inspirant confiance et sur la même longueur d'onde que le propriétaire est essentiel. Se tourner vers des **interlocuteurs disposant du sens de l'écoute** et aptes à proposer une offre englobant les opérations de la conception jusqu'à la production est recommandé.

Quel statut juridique pour lancer sa marque de vêtements ?

Avant de lancer sa marque de vêtements, il importe de créer son entreprise. Cela implique le choix de la [forme juridique](#) la mieux adaptée à l'entreprise.

Comment choisir la forme juridique de son entreprise ?

Au moment de choisir, il importe de prendre en compte divers paramètres, notamment :

- Les conséquences sociales et fiscales ;
- Les **obligations légales imposées par le statut juridique** ;
- Les garanties apportées aux associés.

Bon à savoir : le choix n'est pas irrévocable et que le propriétaire peut changer le [statut juridique de son entreprise](#) dans le cas où il juge cela nécessaire.

Pour éviter les mauvaises surprises et **construire sa marque de vêtements sur une bonne base juridique**, il est recommandé de se faire conseiller par des experts

juridiques.

Créer seul

Bon à savoir : différentes structures sont envisageables. Dans le cas où le fondateur souhaite **créer seul son entreprise**, il peut orienter son choix vers une [auto-entreprise](#) ou [micro-entreprise](#), une EURL, [ou une SASU](#). Il est par ailleurs, recommandé de faire une [simulation SASU](#) afin de comparer la SASU à ces autres statuts juridiques et ainsi faire votre choix.

Relativement contraignant en termes de développement d'activité, le [statut de auto-entrepreneur](#) est peu utilisé dans le cadre d'une création de marque de vêtements. En effet, cette forme juridique impose des seuils de chiffre d'affaires à ne pas dépasser. Par ailleurs, elle ne permet pas de protéger le patrimoine personnel du fondateur.

Créer à plusieurs

Dans le cas où **l'entrepreneur souhaite créer son entreprise avec des associés**, la SARL de famille est à envisager pour ceux qui désirent créer une [entreprise familiale](#). Dans ce cas, les associés sont des membres de la famille ou des conjoints. Il est aussi possible d'opter pour une SAS ou une SARL.

La première garantit notamment une **certaine flexibilité dans l'organisation** et la [gestion de l'entreprise](#) ainsi que la rédaction des statuts. En revanche, dans la seconde, les statuts de l'entreprise sont **strictement encadrés par la loi**.

Quelles sont les étapes de la création d'entreprise ?

Une fois la forme juridique déterminée, l'entreprise peut être créée en suivant les formalités de création habituelle :

- **Rédaction des statuts** ;
- Réalisation des apports (en numéraire, en nature et en [compte courant d'associés](#)) ;
- **Publication d'un avis de constitution au journal des annonces légales** ;
- Réalisation de la déclaration de création d'entreprise ;
- Déclaration des bénéficiaires effectifs de l'entreprise ;
- **Demande d'immatriculation au CFE.**

Créer sa marque de vêtements : combien ça coûte ?

Avant de lancer sa marque de vêtements, le coût financier figure parmi les points étudiés. Différents paramètres doivent être pris en compte lors de la définition du budget initial nécessaire.

Pour pouvoir établir un plan financier prévisionnel clair et réaliste, il importe d'**analyser tous les besoins pour le lancement de la marque de vêtements**. L'on parle notamment des besoins humains et matériels pour assurer la réalisation du projet.

Les besoins matériels

Le plan de financement doit intégrer les besoins matériels pour la réalisation du projet. Il importe de se pencher sur différentes catégories de besoins :

- **Les tissus et matériels de couture**: le choix des fournisseurs doit s'effectuer minutieusement. Par ailleurs, la qualité des tissus, des matériaux utilisés (cuir, peaux...) ou encore des petits matériels (boutons, fermeture...) doit faire l'objet d'une attention particulière.
- **L'atelier** : deux choix s'offrent au propriétaire. Soit il intègre un atelier et doit s'acquitter d'une cotisation ainsi que du paiement du personnel en charge de la confection, soit il opte pour un atelier indépendant. Dans ce cas, le propriétaire de la marque doit procéder à l'acquisition ou à la location d'un local, et recruter du personnel pour la confection des produits.
- **La boutique** : dans le cas où le fondateur choisit d'ouvrir une boutique physique, les postes de dépense concernent les frais de location ou l'acquisition d'un local, l'achat de meubles de présentation et autres équipements comme un terminal de paiement. Il est aussi possible de choisir [la vente en ligne](#). Dans ce cas, l'hébergement du site et la location d'un local pour garder le stock constituent les

postes de dépense à prévoir.

Les besoins humains

Pour établir le budget prévisionnel, il faut aussi prendre en compte les besoins en termes de personnel. En effet, la création d'une marque de vêtements ne peut pas être effectuée sans aide. Ainsi, les besoins humains **doivent être intégrés dans le plan de financement** afin d'évaluer le capital de l'entreprise et de déterminer les besoins de financement lors du démarrage de l'activité.

Différents postes doivent ainsi être comptabilisés dans le budget : styliste, couturiers, agents commerciaux, photographes, community manager...

Comment financer le lancement de sa marque de vêtements ?

Pour réussir le lancement d'une marque de vêtements, **disposer d'un important capital de départ est nécessaire**. En effet, différentes dépenses doivent être effectuées dès le début de l'activité : réalisation des prototypes, recrutement de personnel, communication sur le lancement de la marque, production et commercialisation.

Il importe **d'établir avant tout un plan de financement** permettant d'évaluer l'état de la santé financière de l'entreprise. Ce document permet de faire une estimation sur une période donnée (sur 3 à 5 ans) des revenus générés, des besoins en fond de roulement ou encore des charges.

Une fois le coût financier du projet déterminé, l'étape suivante consiste à trouver des financements.

Bon à savoir : la collecte des financements nécessaires pour le projet **doit être finalisée avant même le lancement**.

Il importe avant tout d'utiliser ses fonds propres. **D'autres moyens de financement** peuvent ensuite être utilisés pour financer le lancement de la marque de vêtements :

- **Faire appel aux proches** en recourant au Love Money
- **Recourir au crowdfunding** ou financement participatif permettant de récolter un financement sous forme de dons, d'investissement au capital ou encore de prêt auprès de particuliers intéressés par le projet.
- **Faire un emprunt bancaire** : pour être crédible vis-à-vis des établissements

bancaires, la constitution d'un apport personnel est de mise.

- **Faire une levée de fonds** : cette opération doit être effectuée auprès des investisseurs pouvant être des particuliers ou des investisseurs financiers ou industriels.
- **Demander des subventions accordées** par certains organismes dédiés ou encore les aides à la création d'entreprise comme l'ACCRE.

Pour demander des financements auprès des investisseurs, il est conseillé de présenter le business plan du projet certifiant la viabilité de la marque et mettant en avant ses perspectives d'évolution et sa rentabilité au fil du temps.

Quel est le coût pour créer sa marque de vêtements ?

Les différentes étapes liées à la création de sa marque de vêtements représentent chacune un certain coût.

Les coûts de la création de l'entreprise

La création d'une structure juridique est nécessaire pour lancer une marque de vêtements. Peu importe la forme juridique choisie, il importe de prévoir certains frais pour la réalisation de certaines démarches :

- Publication au journal d'annonces légales : le tarif des annonces légales est forfaitaire. Il varie en fonction de la forme juridique. Les prix figurent à l'[article 3 de l'arrêté du 19 novembre 2021](#).
- Immatriculation de la société : l'enregistrement au Registre du Commerce et des Sociétés **coûte un peu moins de 40 €**.
- Déclaration des bénéficiaires effectifs de l'entreprise : cette formalité **coûte un peu plus de 20 €**.

Le dépôt de la marque

Pour déposer leur marque, les créateurs doivent payer des frais :

- Si le **dépôt s'effectue en ligne**, il faut prévoir un montant de 210 € ;
- Si le **dépôt s'effectue via un formulaire au format papier**, le coût de l'opération est de 250 €.

Bon à savoir : le **prix de la protection varie aussi en fonction du nombre de domaines couverts**. Au-delà de trois classes ou domaines, chaque classe

supplémentaire est facturée à 42 €.

D'autres coûts sont à prendre en compte :

- La **recherche de disponibilité de la marque** : les recherches à l'identique sont gratuites. En revanche, les recherches de similitudes sont facturées à 50 € pour 1 à 3 classes.
- Le **renouvellement du dépôt de marque au bout** de 10 ans coûte 250 € pour des produits et/ou services appartenant à 1, 2 ou 3 classes. Chaque classe de produits supplémentaire est facturée à 42 €.

Les autres frais à prévoir

D'autres dépenses sont à prévoir lors de la création d'une marque de vêtements. À titre d'exemple, dans le cas où l'entreprise envisage de louer un local pour commercialiser ses produits, il importe de **conclure un bail commercial**. Des dépenses annexes sont ainsi à préparer comme le versement d'un droit au bail au locataire sortant ou d'un pas-de-porte au propriétaire des locaux. De plus, l'**enregistrement du bail commercial** n'est pas obligatoire, cependant il est **fortement recommandé**.

Des travaux d'aménagement, de rénovation ou encore de réfection peuvent aussi être réalisés représentant chacun un coût à prévoir.

Nos conseils pour réussir la création de votre marque de vêtements

Pour que votre projet de création de marque de vêtements soit réussi, adoptez les conseils suivants :

- Choisissez un **positionnement limpide**: celui-ci doit être basé sur un concept facilement identifiable et mémorable. Par ailleurs, veillez à la cohérence de l'univers de votre marque. Celui-ci doit aussi être adapté aux différentes cultures et langues.
- Mettez sur une **bonne stratégie de vente** : le développement des ventes requérant beaucoup d'énergie, l'établissement d'une stratégie de vente claire et précise est de mise (Internet, showroom...). Bien que le lancement de vos produits n'ait pas encore été effectué, anticipez le développement de votre réseau commercial.

- **Prévoyez l'extension des lignes:** généralement, seuls quelques produits sont proposés en début d'activité. Pour garantir la continuité de votre activité, pensez à élaborer le plus tôt possible les futures références.
- Visez le **haut de gamme** : en visant le marché du haut de gamme, vous établissez de meilleures marges garantissant ainsi la rémunération des intermédiaires comme les distributeurs étrangers, [les grossistes](#) ou encore les détaillants.
- Choisissez **votre cœur de métier**: conception et design des vêtements, production ou encore commercialisation. Pour éviter de vous éparpiller, concentrez-vous uniquement sur votre cœur de métier et sous-traitez les autres opérations.
- Soyez **prêt pour l'export**: dès le départ, communiquez en français et en anglais.
- Effectuez **une veille permanente** sur les évolutions s'opérant dans l'univers de la mode. Restez à l'affût des dernières tendances et faites preuve de réactivité pour imaginer vos nouvelles collections.

Enfin, pour réussir le développement de votre marque de vêtements, un **investissement permanent est nécessaire**. Vous pouvez par exemple ouvrir un service export, lancer une nouvelle ligne ou encore constituer une force commerciale. Par ailleurs, pour développer votre activité, n'hésitez pas à recourir à des capitaux-risqueurs ou à faire entrer de nouveaux associés.