

Créer sa marque de vêtement

Description

Créer sa marque de vêtement constitue une opération qui ne s'improvise pas et qui requiert une préparation minutieuse. 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. On fait le point avec vous.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Quelles sont les étapes pour créer sa marque de vêtement ?

Pour créer sa marque de vêtement, il y a plusieurs étapes à accomplir :

1. Faire une étude de marché ;
2. Créer une identité de marque ;
3. Établir un business plan ;
4. Établir un plan marketing ;
5. Choisir son statut juridique ;
6. Déposer sa marque de vêtement.

Étape 1 : Étude de 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.

Bon à savoir : 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.

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.

A noter : Cette opération permet de façonner l'identité de 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, etc.);
- La cible (hommes ou femmes, sportifs ou cadres de bureau...);
- Le nombre de collections à créer par an;
- Les techniques pour concevoir le type de vêtements.

Étape 2 : Identité de 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 à **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 qui doit être à la fois original, accrocheur, 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.

Étape 3 : Établir un 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 : 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 à susciter l'intérêt d'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.

Étape 4 : 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](#).

Étape 5 : Choisir son statut juridique

Lorsque vous souhaitez créer votre propre marque de vêtement, **une étape essentielle est la création d'une entreprise**.

Cela nécessite de sélectionner le [statut juridique](#) approprié à votre projet.

Pour cela, il existe plusieurs possibilités de société : ;

- [SARL](#) ;
- EURL ;
- [SAS](#) ;
- Et...

De plus, 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 le propriétaire peut changer le [statut juridique de son entreprise](#) dans le cas où il juge cela nécessaire.

Étape 6 : Déposer sa marque de vêtement

En déposant une marque auprès de l'INPI ou Institut national de la propriété industrielle, **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.**

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](#).

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.

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

Quel statut juridique choisir pour créer sa marque de vêtement ?

Le statut juridique pour créer sa marque de vêtement dépend de la volonté de la personne qui crée sa marque :

- Soit elle veut la créer seul ;
- Soit elle veut la créer à plusieurs.

Créer sa marque de vêtement seul

Relativement contraignant en termes de développement d'activité, le [statut d'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.

Toutefois, **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](#).

Bon à savoir : Il est par ailleurs recommandé de faire une [simulation SASU](#) afin de comparer la SASU à d'autres statuts juridiques et ainsi faire votre choix.

Créer sa marque de vêtement 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** :

1. Rédaction des statuts ;
2. Réalisation des apports (en numéraire, en nature et en [compte courant d'associés](#)) ;
3. Publication d'un avis de constitution dans un support d'annonces légales ;
4. Réalisation de la déclaration de création d'entreprise ;
5. Déclaration des bénéficiaires effectifs de l'entreprise ;

6. Demande d'immatriculation au guichet unique.

Voici un tableau récapitulatif des différentes possibilités de création d'entreprise :

	Création seul	Création à plusieurs
Exemple de type de société	EURL/SASU Micro-entreprise	SAS/SARL
Personnalité morale	Oui pour l'EURL et la SASU Non pour une micro-entreprise	Oui
Création	Micro-entreprise : formalités légères (faire une déclaration) EURL/SASU : création d'une société (formalisme lourd)	Formalité lourde de création (création de société)
Responsabilité	Limitée aux apports	Limitée aux apports des associés

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.

Quelles sont les réglementations en vigueur dans le

prêt-à-porter ?

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. Pour cela, il faut comprendre :

- L'environnement réglementaire ;
- Les caractéristiques du marché du prêt à porter en France.

L'environnement réglementaire

Tout d'abord, **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.

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

Le marché du prêt-à-porter en France connaît une baisse depuis 2008, malgré un léger rebond en 2017. Ce secteur est très concurrentiel, nécessitant une préparation minutieuse pour lancer et pérenniser une marque.

Il se divise en plusieurs catégories :

- Le prêt-à-porter féminin (25 %) ;
- Le prêt-à-porter masculin (17 %) ;
- Les vêtements pour bébé (5 %).

Les **ventes sont influencées par les saisons** et la météo, avec une forte croissance du commerce en ligne, représentant 20 % du chiffre d'affaires. De ce fait, les réseaux franchisés gagnent du terrain, bien que les détaillants multimarques restent majoritaires.

Comment trouver un fournisseur pour créer sa marque de vêtement ?

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 courant de se tourner vers des sous-traitants étrangers, notamment en Chine, Turquie, Maroc, Tunisie ou en Inde.

Il est conseillé de **contacter plusieurs fournisseurs**, de négocier sur les aspects clés (quantité, qualité, délais, prix, paiement) et de choisir des partenaires fiables avec qui établir une relation de confiance durable.

A noter : 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.

Comment déposer sa marque de vêtement ?

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.

A noter : L'enregistrement est publié au BOPI et un certificat d'enregistrement est envoyé au propriétaire.

Quels sont les besoins pour créer sa marque de vêtement ?

Avant de lancer sa marque de vêtements, les besoins doivent figurer parmi les points étudiés. Différents paramètres doivent être pris en compte :

- Les besoins matériels ;
- Les besoins humains.

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 ou encore des petits matériels doivent 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 chargé de la confection, soit il opte pour un atelier indépendant ;
- 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 par exemple.

Bon à savoir : 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, etc.

Comment financer le lancement de sa marque de vêtement ?

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 fonds 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**. Toutefois, 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'ACRE.

A noter : 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 vêtement ?

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

- Les coûts de la création d'entreprise ;
- Les coûts du dépôt de la marque ;
- Les autres frais à prévoir.

Les coûts de la création d'entreprise

La création d'une structure juridique est nécessaire pour lancer la création de marque de vêtements.

Peu importe la forme juridique choisie, il importe de **prévoir certains frais pour la réalisation de certaines démarches** :

- Publication dans un support 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 et au RNE coûte un peu moins de 40 € ;

- Déclaration des bénéficiaires effectifs de l'entreprise : cette formalité coûte un peu plus de 20 €.

Les coûts du dépôt de la marque

Pour [déposer leur marque auprès de l'INPI](#), les créateurs doivent payer des frais. Il faut prévoir un montant de 190 € pour une classe.

Bon à savoir : le prix de la protection varie aussi en fonction du nombre de domaines couverts. Au-delà d'une classe, chaque classe supplémentaire est facturée à 40 €.

Combien coûte un dépôt de marque sur l'INPI ?



190 €

Dépôt électronique pour des
produits/services
d'une même classe



40 €

Par classe
supplémentaire

LegalPlace.

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 290 € pour des produits et/ou services appartenant à 1 classe. Chaque classe de produits supplémentaire est facturée à 40 €.

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.

A noter : 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.

Comment créer sa marque de vêtement en ligne ?

Il est également possible de créer sa marque de vêtements en ligne. Pour cela, plusieurs étapes sont nécessaires :

- Choisir une plateforme d'e-commerce ;
- Choisir une marketplace ;
- Ajoutez les produits dans votre boutique ;
- Ajoutez des photos et des vidéos de vos produits.

Choisir une plateforme d'e-commerce

En premier lieu, **optez pour une plateforme de commerce électronique** qui répond à vos exigences et à votre budget.

Il est important de prendre en considération des éléments tels que : la simplicité d'utilisation, les possibilités de personnalisation et les fonctionnalités intégrées qui peuvent faciliter la gestion de votre marque de vêtements en ligne.

Bon à savoir : Une plateforme de vente en ligne vous offre la possibilité de concevoir votre propre boutique en ligne. Vous avez la possibilité de gérer la marque, la présentation et l'expérience client dans cet espace.

Choisir une marketplace

Vous avez aussi la possibilité de **choisir une marketplace**.

C'est un site web où plusieurs vendeurs **peuvent organiser et commercialiser leurs produits**. Vos produits sont présentés à côté de ceux d'autres vendeurs.euses sur une plateforme de vente en ligne.

Cependant, la maîtrise de l'image de marque et de l'expérience client est moins importante, car les règles et le design de la marketplace sont universels.

Ajoutez les produits

Il est essentiel **d'ajouter des produits à votre boutique**. Préparez vos produits en catégories bien définies, de manière à faciliter la recherche des acheteurs.

Rédigez des descriptions précises et détaillées pour chaque article, en précisant la taille, la matière et les consignes d'entretien.

Ajoutez des photos et des vidéos de vos produits

Enfin, **ajoutez des photos et des vidéos de vos produits** car les clients aiment voir les produits avant de les acheter.

Pour cela, obtenez des photos et des vidéos de qualité et rédigez des descriptions détaillées de votre collection de vêtements en ligne pour attirer les clients potentiels.

Étant donné qu'ils ne peuvent pas véritablement voir vos vêtements, ils ne peuvent que se baser sur ce que vous leur proposez, alors soyez précis et créatif.

Voici une vidéo sur **comment créer votre marque de vêtements** :

Quels sont nos conseils pour réussir à créer sa marque de vêtement ?

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

Conseil

Choisissez un positionnement mémorable et limpide

Remarque

Celui-ci doit être basé sur un concept facilement identifiable et être adapté aux différentes cultures et langues.

Misez 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...).
Prévoyez l'extension des lignes	Généralement, seuls quelques produits sont proposés en début d'activité. Cependant, 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 grossistes .
Choisissez votre cœur de métier	Conception et design des vêtements, production ou encore commercialisation.
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.

FAQ

Quel budget pour créer sa marque de vêtements ?

Et comme chaque marque de vêtements est différente, chaque budget de lancement est différent. Toutefois, la fourchette peut varier entre 10 000 et 50 000 euros.

Comment créer sa marque de vêtements sans être styliste ?

Il est préférable d'avoir les fondements du graphisme. Au mieux, vous disposez d'un ami capable de concevoir les illustrations pour vos t-shirts. Si ce n'est pas le cas, il sera nécessaire de solliciter des experts en graphisme ou bien d'apprendre à utiliser les logiciels pour les réaliser.

Quelle étude pour créer sa marque de vêtements ?

Pour créer sa marque, il n'est pas nécessaire d'avoir de diplôme en particulier. De très nombreux entrepreneurs se lancent en autodidacte pour réaliser leur rêve d'entrepreneur.