

Ouvrir un magasin de vêtements

Description

Selon l'Insee, il existe aujourd'hui près de 42 000 magasins d'habillement en France. Après avoir souffert de la crise depuis 2009, ce secteur enregistre un certain redressement depuis 2015. Pour [créer une entreprise](#) opérant dans ce domaine, le fondateur doit choisir la [forme juridique](#) qui lui convient. Il doit également trouver une [dénomination sociale](#) qui permettra de distinguer sa société par rapport aux autres. L'entrepreneur peut prétendre à une [aide à la création d'entreprise](#) en fonction du statut juridique choisi. Tout savoir sur la création d'un magasin de vêtements.

[Créer mon entreprise en ligne](#)

Ouvrir un magasin de vêtements en France : normes et réglementation en vigueur

Avant de commencer la procédure pour [créer une petite entreprise](#) et ouvrir un **magasin de vêtements** en France, il est indispensable de connaître les [formalités relatives à la création d'entreprise](#) ou à la [reprise d'entreprise](#).

Quelles sont les normes régissant la vente de vêtements en magasin ?

L'ouverture d'un magasin d'habillement est encadrée par certaines normes, qu'il s'agisse de [créer une entreprise à deux](#) ou de [créer sa marque de vêtements](#). Le local utilisé comme [siège social](#) et lieu de commerce doit répondre aux **normes de sécurité et d'accessibilité** relatives aux établissements recevant du public ou ERP.

Il doit être équipé d'un système de sécurité incendie et d'extincteurs placés à un emplacement facile d'accès.

La boutique doit également disposer d'un accès adapté aux personnes à mobilité réduite. Si le magasin est destiné à vendre des vêtements conçus par un créateur, celui-ci doit **protéger sa marque et/ou son logo** de la concurrence ainsi que de la contrefaçon à l'**INPI**.

L'affichage des prix aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du magasin figure parmi les réglementations encadrant la vie du magasin de prêt-à-porter. Ces tarifs sont marqués en TTC, en euros et doivent être visibles par les clients. Les affichages destinés au personnel de la boutique sont également obligatoires.

Pour animer les journées de promotion ou attirer les clients potentiels, le magasin de vêtements sera amené à diffuser de la musique par le biais d'une radio ou d'une télévision. Cette opération n'est possible qu'après la signature d'un contrat relatif à la diffusion et le paiement d'une cotisation régulière auprès de la **SACEM**.

Un magasin de vêtements doit appliquer les taux de TVA en vigueur sur les articles mis en vente. La TVA est également **déductible des achats de matériels** ou de stock auprès des fournisseurs.

Par ailleurs, l'organisation des soldes est strictement règlementée. En effet, les grandes promotions ne doivent être réalisées que durant les périodes fixées par la loi, sur les produits autorisés et avec une réduction prédéfinie.

Quel diplôme pour ouvrir un magasin de vêtements en France ?

S'agissant d'un secteur d'activité légèrement règlementé, la vente de vêtements **ne requiert pas la possession d'un diplôme spécifique**. Cependant, un BTS ou DUT en techniques de commercialisation constitue un atout majeur pour développer le commerce et fluctuer les ventes.

Les demandeurs d'emploi prévoyant de créer un magasin de vêtements peuvent suivre une **formation intensive en gestion d'entreprise** dispensée par France travail (anciennement Pôle Emploi). Cette formation est entièrement gratuite et ne nécessite aucun diplôme particulier.

Quel statut juridique pour ouvrir votre magasin de vêtements ?

Pour [devenir entrepreneur](#) et ouvrir un magasin de vêtements, le choix d'un [statut juridique](#) est obligatoire.

Le statut d'auto-entrepreneur

Ouvrir un magasin de vêtements en adoptant un [statut d'auto-entrepreneur](#) est une possibilité. La création d'une micro-entreprise est appréciée en raison de la simplicité des démarches à effectuer. En effet, pour devenir auto-entrepreneur, il suffit d'effectuer une déclaration pour micro-entreprise en ligne sur l'INPI et d'obtenir le Kbis, le SIRET et le SIREN.

Le statut d'auto-entrepreneur s'adapte aussi bien à l'ouverture d'une boutique physique qu'à un [magasin en ligne](#). Il est également possible pour le créateur de bénéficier d'aides à la création d'une entreprise d'auto-entrepreneur avec ce statut.

Cependant, l'inconvénient de ce régime juridique réside dans l'insuffisance de protection du patrimoine personnel de l'auto-entrepreneur et le **faible chiffre d'affaires réalisable**.

Le statut de SARL, d'EURL, de SAS ou de SASU

Pour ouvrir un magasin de vêtements, il est recommandé d'opter pour une [SARL](#) ou Société à responsabilité limitée ou d'une [SAS](#) ou Société à actions simplifiée.

La SARL est une forme juridique de société composée au **minimum par deux associés**. Elle se distingue par la **limitation de la responsabilité des associés à hauteur des apports** réalisés pour contribuer à la formation du capital social de l'entreprise. Ainsi, en cas de faillite de la société, les biens personnels des associés sont préservés de toute forme de saisie.

Si le créateur de l'entreprise souhaite mener seul son projet, il est recommandé d'opter pour une EURL ou Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée. Cette forme juridique profite des **mêmes avantages qu'une SARL**. En revanche, elle est composée d'un associé unique qui agit en qualité de gérant et qui définit sa rémunération servant de base aux cotisations sociales.

La SAS ou Société à actions simplifiée est également adaptée à l'ouverture d'un magasin de vêtements. Il s'agit de la forme la **plus utilisée par les start-ups** en raison de l'absence d'un montant minimal lors de la constitution du capital social de la société.

Ce régime confère également une **grande souplesse** en termes d'organisation interne, de gouvernance et de cessions d'action. La SAS dispose d'une forme d'entreprise unipersonnelle qui est la [SASU](#).

Comment ouvrir son magasin de vêtements ?

L'ouverture d'un magasin de vêtements passe **plusieurs étapes** allant de l'étude de marché au lancement de l'activité en passant par la recherche d'un local.

Effectuer une étude de marché

L'**étude de marché** constitue l'étape-clé du montage et de la réalisation d'un projet. C'est au cours de cette étape que le fondateur du magasin trouve des réponses aux questions d'ordre stratégique pour la réussite de son projet.

Cette étape consiste à déterminer la zone d'emplacement idéale de la boutique, la stratégie de distribution, l'image à véhiculer, le public cible, le type de produits à commercialiser. Les études sont **basées sur les habitudes de consommation et le budget investit** par les consommateurs pour les produits envisagés. Une enquête sur terrain permet de mieux cerner le sujet et la demande.

Déterminer le concept de distribution

Le choix du concept de distribution donne lieu au choix de l'emplacement. En fonction de l'étude de marché, l'on retrouve **trois principaux types de magasins** de vêtements :

- La boutique de vêtements de marque : ce type de magasin vise une clientèle aisée, c'est-à-dire avec un pouvoir d'achat élevé. Afin que l'activité soit rentable, le magasin doit être situé dans un quartier à forte influence de la clientèle potentielle, soit un quartier huppé.
- La boutique franchisée : il s'agit d'une alternative intéressante pour un créateur ne disposant pas de moyens pour créer son propre concept ou sa stratégie marketing. Après la signature d'un contrat avec l'enseigne choisie et le paiement des royalties ainsi que du droit d'entrée, le gérant bénéficie de la notoriété de la marque et des canaux destinés à la distribution. L'enseigne-mère, quant à elle, offre un accompagnement en termes d'agencement de la boutique ou de formation.

- La boutique de vêtements en ligne : cette alternative permet d'étaler son catalogue sur un site internet dédié. Elle épargne au gérant le choix d'un emplacement stratégique, les contraintes relatives au bail commercial et les frais de location du local.

Établir un business plan

Le business plan est un document permettant au créateur de magasin de vêtements de **valoriser les atouts de son projet** face aux investisseurs. Il comprend entre autres un bilan prévisionnel, une évaluation des besoins en fonds de roulement, un compte de résultat prévisionnel et des informations réalisées lors de l'étude de marché.

Le business plan peut être rédigé en **collaboration avec un expert-comptable** pour optimiser les prévisions financières dans le but d'obtenir un crédit ou un financement auprès d'un établissement bancaire.

Lire aussi : [Créer un business plan complet et convaincant](#)

Choisir l'emplacement de la boutique physique

Si le créateur du projet opte pour un **magasin physique**, le choix de son emplacement est crucial. Il aura le choix entre choisir un local situé près de la clientèle visée ou à proximité de sa résidence et s'adapter à la population environnante.

Le gérant du futur magasin de vêtements peut **reprendre un fonds de commerce** incluant des biens corporels et incorporels reliés à une activité similaire. Dans ce cas, l'accompagnement d'un expert-comptable est préconisé afin d'évaluer méticuleusement le fonds du commerce.

L'entrepreneur peut également signer un **contrat de bail** pour un local vide et réunir son propre fonds de commerce. S'il souhaite tester ses produits avant de louer un local de façon permanente, il peut les commercialiser par le biais des **boutiques éphémères**. Cette alternative augmente la visibilité de la marque et renforce la relation avec les consommateurs.

Adopter un statut juridique

Avant l'ouverture du magasin de vêtements, le créateur doit choisir un statut juridique adapté à son activité. Comme énoncé précédemment, il a le choix entre un statut

d'auto-entrepreneur, de SARL ou de SAS. Ces régimes offrent la possibilité d'accueillir plusieurs associés.

S'il souhaite entreprendre seul, il peut opter pour un statut d'[EURL](#) ou SASU qui sont des formes unipersonnelles d'une SAS ou d'une SARL.

Effectuer les démarches administratives

Une fois le statut juridique de l'entreprise choisi, le fondateur du magasin de prêt-à-porter peut effectuer les **démarches administratives** relatives à l'ouverture de son commerce. Pour immatriculer son entreprise, l'intéressé doit se rendre sur le site de l'INPI et y déclarer son activité.

Zoom : L'entrepreneur doit veiller à respecter scrupuleusement les formalités demandées. En effet, celles-ci conditionnent l'ouverture du magasin de prêt-à-porter. C'est pourquoi, Legalplace vous propose de vous assister dans vos démarches et de [créer votre entreprise en ligne](#). Il suffit pour cela de remplir un questionnaire à personnaliser et notre équipe formaliste s'occupe de toutes les démarches.

Lancer le magasin de vêtements

Une fois l'aménagement du magasin de vêtements achevé, le gérant peut procéder à une **campagne de communication** pour le lancement de sa marque ou de son enseigne.

Pour ce faire, il peut transformer l'inauguration de la boutique en un évènement festif. Il peut également investir les **réseaux sociaux** et distribuer des flyers dans sa zone d'exploitation. Tout dépend des moyens financiers mis à disposition.

Ouvrir un magasin de vêtements : combien ça coûte ?

Il est assez compliqué de déterminer **le montant exact nécessaire** pour l'ouverture d'un magasin de vêtements. En effet, le budget dépend de plusieurs facteurs comme l'emplacement du local, les travaux à réaliser, le stock ou le coût des démarches administratives. En général, il est nécessaire de prévoir **entre 20 000 et 1 000 000 €**, voire plus, pour ouvrir ce type de magasin.

Pour ouvrir un magasin de vêtements franchisé spécialisé dans l'univers du mariage,

son créateur doit investir entre 90 000 à 100 000 € comprenant un apport personnel de 75 000 € et un droit d'entrée de 15 000 €.

La majeure partie du budget consacré à l'exercice d'une activité de vente de vêtements en magasin **est destinée à l'installation et à l'aménagement du local**.

Parmi les dépenses obligatoires, l'on retrouve entre autres :

- Le règlement du pas-de-porte ou du droit au bail ;
- Les frais d'ouverture de compteurs d'énergie ;
- Les honoraires du notaire pour la signature du contrat de bail ;
- La caution et le dépôt de garantie ;
- Les travaux d'aménagement intérieur et extérieur ;
- La décoration, les meubles et les présentoirs.

En fonction du type de magasin choisi, il faut également prévoir :

- Les droits de franchise (à peu près 50 000 €) ;
- L'approvisionnement du stock ;
- L'achat de l'équipement de travail ;
- Le coût des éléments de communication ;
- La trésorerie de démarrage.

6 conseils pour réussir l'ouverture de votre magasin de vêtement

Pour réussir à ouvrir et à rentabiliser sa boutique physique ou un e-commerce de prêt-à-porter, il est indispensable de prendre en compte plusieurs critères.

Avant la constitution du projet et lors de l'étude de marché, il est nécessaire de dresser méticuleusement le profil type de la clientèle ciblée. Il est recommandé de réaliser la grande partie de l'**étude sur terrain**. Cette approche permet de **détecter les codes et les tendances** du marché du prêt-à-porter.

Lors de l'aménagement du local, l'agencement tient un rôle capital dans l'amélioration des ventes. Pour ce faire, il est conseillé d'opter pour la **massification** consistant à mettre en avant d'importantes quantités de produits. L'utilisation d'une structure de surélévation peut s'avérer bénéfique.

Au cours de l'existence du magasin de vêtements, être à l'écoute des clients constitue un atout majeur pour l'enseigne. Lors de l'approvisionnement, il est plutôt conseillé

d'acquérir des produits appréciés par les clients et non ceux dépendant des préférences du gérant du magasin. Un sondage est vivement recommandé le cas échéant.

Pour **augmenter la notoriété de l'enseigne** tout en fidélisant les clients, l'organisation de prestations gratuites ou de promotions régulières est conseillée. Il peut s'agir de petits ateliers mettant en avant vos produits (à titre d'exemple : comment nouer une cravate ?). Les coupons de réduction sont également des alternatives intéressantes pour booster les ventes et liquider les vêtements qui ont du mal à se vendre.

S'il s'agit d'ouvrir un magasin de vêtements en ligne, l'emplacement du site hébergeur est crucial. En effet, il est indispensable qu'il figure parmi les premiers résultats de recherches effectuées par les internautes. Il est également nécessaire de disposer d'un **service de livraison fiable et d'un système de paiement sécurisé** pour rassurer et fidéliser les clients lors de chaque transaction.

Qu'il s'agisse d'une boutique physique ou d'un magasin virtuel, le gérant doit s'entourer d'une équipe de passionnés qui ont une volonté d'évoluer dans le domaine. Grâce à une **veille continue** sur les tendances vestimentaires, il leur est plus facile de conseiller les clients et d'écouler le maximum de produits.

A lire : [Ouvrir un magasin alimentaire](#)