

Les invendus dans le Luxe et la Mode

**Un enjeu central pour
l'environnement, la rentabilité
et l'image des marques**

Argon&Co*

Un enjeu stratégique

Dans un contexte économique incertain, la gestion des invendus est un enjeu stratégique majeur pour les maisons de Mode, notamment de Luxe.

Des démarques et canaux non optimisés, des coûts de logistiques et de revalorisation élevés impactent directement l'empreinte environnementale des maisons et leur rentabilité.

En outre, l'image de marque peut être durablement impactée par une mauvaise gestion des invendus (controverses suite à des destructions, marché parallèle, baisse de la rareté,...).



Pourquoi agir maintenant ?

Au-delà des enjeux environnementaux, agir maintenant essentiel :

Gains en rentabilité

Optimiser la gestion des invendus, c'est sécuriser les résultats et améliorer la performance financière.

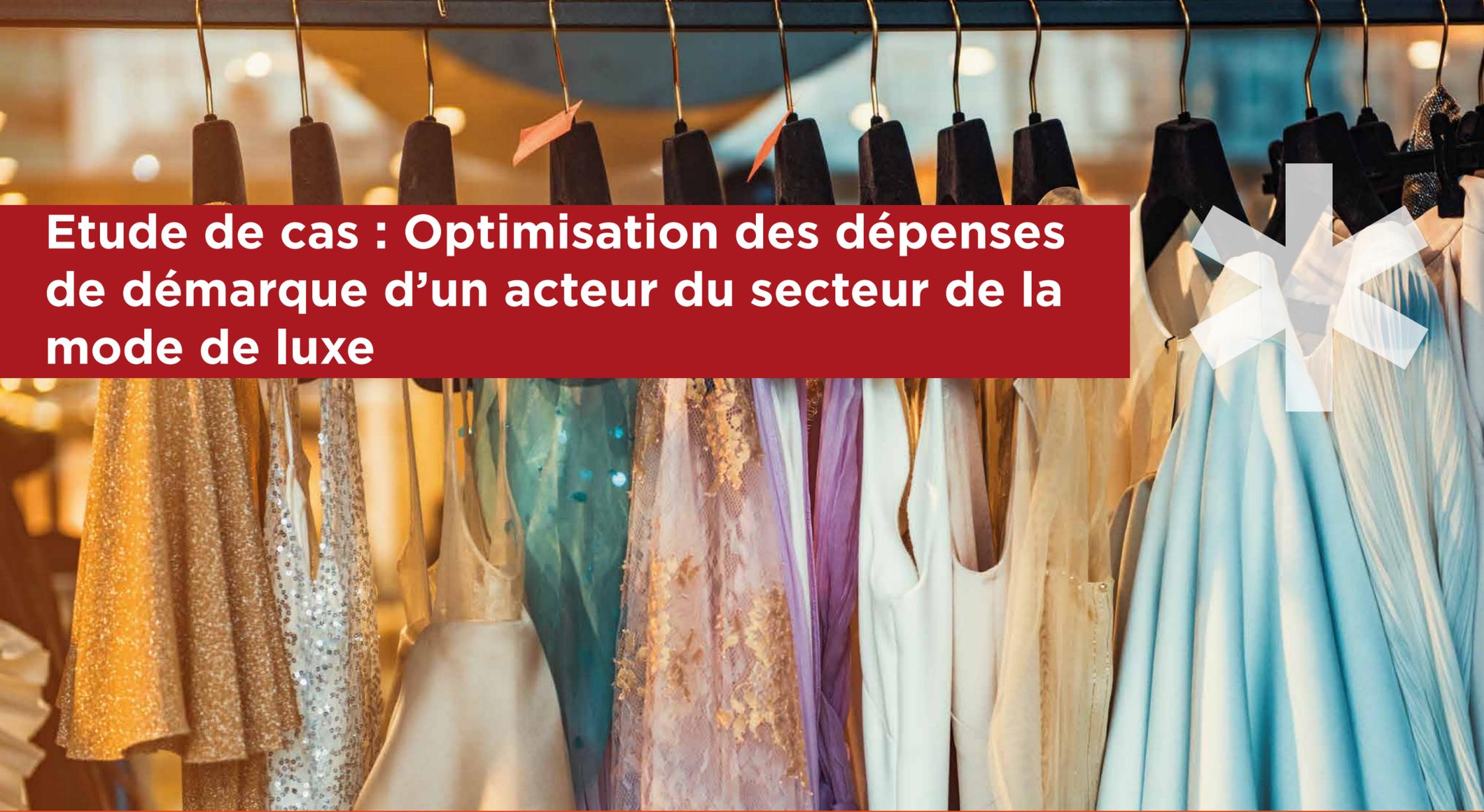
Typiquement, les invendus avant démarque représentent environ 30-40% des produits d'une saison, environ 40% du stock produits finis, et un gisement de plusieurs points de marges

Conformité réglementaire

La CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), la loi AGEC (Loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire), le NYFA (New York Fashion Act), la réglementation européenne forcent les entreprises à maîtriser et valoriser leurs invendus

Image de marque

Les consommateurs et les collaborateurs sont de plus en plus sensibles aux questions environnementales et sociales. Une gestion responsable des invendus est devenue un gage de crédibilité et d'attractivité, particulièrement pour les maisons de Luxe.



Etude de cas : Optimisation des dépenses de démarque d'un acteur du secteur de la mode de luxe

Faisant face à d'importantes dépenses de démarque, le client, acteur majeur du secteur de la mode de luxe, souhaitait revoir sa politique de solde afin d'optimiser les dépenses de bout en bout (incluant les réseaux retail et outlet).

Pour l'aider à atteindre cet objectif, Argon & Co a accompagné ce client dans la **définition de la politique de démarque cible** pour chaque catégorie produit dans les réseaux retail et outlet. Cela a permis d'**augmenter la marge nette de 5%**.

Les experts du cabinet ont développé des **modèles de simulation des impacts** de la politique de démarque de bout en bout.

Enfin, ils ont aidé à **définir le processus cible de gestion de la démarque**, ainsi que les rôles et responsabilités associées.

Argon & Co vous accompagne



Argon & Co accompagne de nombreux acteurs du luxe :

- **Optimisation de la politique de démarque** pour maximiser l'écoulement tout en limitant la perte de marge, au travers notamment du levier de l'IA pour des analyses plus fines

- **Pilotage des canaux par coût complet** en calculant des rentabilités par produit-canal avec un calcul plus réaliste des coûts, trop souvent mal ou non affectés

- **Structuration de la filière invendus**, pour piloter efficacement l'écoulement des invendus (organisations interne et externe claires et efficaces, KPIs ciblés, routines de pilotage, etc.)

- **Identification des bons partenaires logistiques et de revalorisation et la mise en place d'un pilotage** pour sécuriser les exigences internes et réglementaires (traçabilité, reporting, recyclage boucles fermées...) et optimiser les coûts.



Nos experts Argon & Co :



Donatien Mathias
Partner

donatien.mathias@argonandco.com



Benjamin Grise
Associate Partner

benjamin.grise@argonandco.com

Argon&Co*