

Dossier de Presse
Zarta Group

Contact Presse :
Agence Valeur d'Image
Clara BLAISE - 04 76 70 93 54
c.blaise@valeurimage.com



SOMMAIRE

1 – ZARTA GROUP

p.3

- Un nouvel acteur au service du dynamisme du marché de l’habillement
- Des experts au service des distributeurs
 - Un dirigeant atypique et passionné : Pascal BANET
 - Une équipe d’experts dédiés à l’externalisation
- Une offre complète
 - FastFashionOnline.com
 - Politique de sourcing
 - Qualité de service

2 – FASTFASHIONONLINE.COM

p.12

- La *Fast Fashion* accessible en ligne : l’innovation au service des collections textiles
- Le concept FastFashionOnline et ses enjeux
- Le marché et ses perspectives

3 – ZARTA GROUP EN CHIFFRES

p.14



ZARTA GROUP

- Un nouvel acteur au service du dynamisme du marché de l'habillement

ZARTA GROUP est un nouvel acteur dans le secteur de l'industrie textile, fondé en 2009 par Pascal BANET, qui a décidé de combiner ses expériences de création d'entreprise et de direction des achats textiles au service d'une innovation de rupture.

Avec une équipe d'experts du textile déjà en place et un premier client reconnu dans le secteur de la distribution textile, ZARTA GROUP se donne l'ambition de devenir un acteur incontournable dans le domaine de l'externalisation de collections textiles.

Pour y parvenir, le groupe s'est engagé sur une démarche d'innovation constante, en s'appuyant par exemple sur le potentiel de l'Internet pour servir un développement international à très court terme, et permettre des échanges en temps réel avec ses unités de production partenaires et ses clients. Depuis la détection des tendances au montage des collections, ZARTA GROUP, à travers ses trois entités, met au service de la distribution textile, quel que soit la taille de l'enseigne, des ressources et une équipe au professionnalisme éprouvé, capable de les aider à répondre aux attentes des consommateurs, toujours plus exigeants.

A l'heure où les pages des rubriques people dictent la tendance à la vitesse du web, et où la globalisation accélère le rythme du marché, ZARTA GROUP offre aux enseignes de la distribution traditionnelle des moyens innovants de s'inscrire dans des dynamiques commerciales jusqu'ici réservées à des acteurs internationaux aux moyens conséquents.

L'originalité de l'offre de ZARTA GROUP et l'intérêt de son business model lui ont déjà permis de bénéficier de l'accompagnement d'acteurs reconnus dans le domaine du soutien à la création d'entreprise comme le Réseau Entreprendre, dont Pascal BANET est lauréat. La signature d'un contrat de collaboration avec GEMO vient de marquer officiellement le lancement commercial de l'entreprise, et lui a permis d'entrer de plein pied dans la croissance. ZARTA GROUP est d'ailleurs déjà en train de préparer les conditions d'un développement rapide sur la France, où la grande distribution est en recherche de solutions fiables pour améliorer sa réactivité au marché tout en rationalisant ses coûts.



- **Des experts au service des distributeurs**

▪ **Un dirigeant atypique et passionné : Pascal BANET**

En 1991, fraîchement diplômé des Beaux-Arts de Rennes, épris de la philosophie et de la culture asiatiques, Lauréat du Monbusho (Ministère Japonais de l'Education), lauréat Lavoisier (Ministère des Affaires Étrangères), Pascal Banet part en Asie étudier les textiles traditionnels en fibre d'ananas et d'abaca. Il est alors le premier au monde à teindre et mélanger ces fibres avec de la soie ou du polyester. Il passe au total 9 ans en Asie où il fonde d'ailleurs sa première société spécialisée dans le Prêt-à-Porter féminin haut de gamme. A la suite de cette première création, il décide de se consacrer à des missions dans de grands groupes ou centrales d'achats, afin de disposer de toute l'expérience requise dans son domaine. L'idée de créer à nouveau ne le quittera plus, et guidera son parcours professionnel.

De retour en France, il intègre le Groupe Distri Center en tant que Responsable des Achats Textiles, puis entre à l'IGR de Rennes, où il obtient un DESS en Marketing. En 2006, il est nommé Directeur des Achats Textile et Accessoires de Groupe Go Sport, où il travaillera au renouvellement complet du département et au repositionnement de l'offre. Cette expérience le mènera ensuite chez GEMO, Groupe ERAM, en tant que Directeur des Achats Textile et Accessoires.



Interview de Pascal Banet, fondateur de ZArta Group :

Comment avez-vous eu l'idée de fonder ZARTA GROUP ?

L'idée est née lors d'un voyage en Turquie, j'étais alors Directeur des Achats Textile et Accessoires chez Gémo. A chaque saison, j'étais confronté au même problème : comment améliorer la réactivité, la pertinence des collections, et leur renouvellement sans alourdir le système ni rogner sur ma marge ? Il fallait réduire le temps de mise à disposition d'un produit sur le marché. Cette réponse s'imposait à chaque fois. Les fournisseurs faisaient des efforts considérables pour améliorer leur réactivité mais du côté des achats la difficulté était ailleurs.

Durant tous mes voyages, Inde, Chine, Bangladesh, Thaïlande, Laos, Corée, Cambodge, Egypte, Turquie, j'ai également toujours fait le même constat : Les usines disposaient d'un savoir-faire mais ne savaient pas comment le mettre en avant.

En effet, le marché est atomisé, il y a beaucoup d'intervenants, beaucoup de temps perdu, beaucoup de mises au point... Toutes ces observations, en parallèle de l'observation d'un marché de l'habillement en baisse en Europe, m'ont conduit à lancer un site internet dédié aux professionnels des achats et de la distribution, afin de gommer les obstacles que j'avais identifiés. C'est ainsi qu'est née le concept de ZARTA GROUP, à travers la première plate-forme web dédiée aux achats textiles. J'ai mis à contribution mon expérience, depuis la création jusqu'à la distribution. Aujourd'hui, ce qui me satisfait le plus, c'est d'apporter ces vingt années d'expériences non pas à un seul employeur, mais à de nombreux clients potentiels, avec la perspective de leur apporter une réelle valeur ajoutée à court terme et de façon très simple.

Vous passez de hautes fonctions en centrale d'achat au statut de créateur d'entreprise. Comment vivez-vous cette nouvelle expérience ?

Je retourne juste à mes premières amours. J'ai débuté ma carrière en tant que créateur d'entreprise, j'ai créé ma première société à 25 ans. J'ai démarré avec 3 personnes pour au final avoir une équipe de 30 personnes. Après avoir eu la chance de travailler au sein de centrales et d'enseignes reconnues, j'ai acquis une expérience précieuse, qui me permet d'appréhender les choses de manière beaucoup plus sereine.

J'ai pleinement conscience du fait que le positionnement de ZARTA GROUP et le lancement d'une activité inédite dans le domaine du textile est un défi de taille, mais le soutien que m'apportent les fabricants et les distributeurs est très encourageant. C'est ce qui démontre que ZARTA GROUP a de l'avenir.

L'éthique est au centre des valeurs de ZARTA GROUP. Pouvez-vous nous en dire plus ?

L'éthique fait partie de mon ADN ! Pour la petite histoire, et avant même que le développement durable soit au cœur des préoccupations générales, j'ai, à chacune de mes prises de fonctions, créé un poste de Responsable Qualité et Ethique. Je vous avoue qu'à l'époque je devais parfois batailler ferme pour imposer un tel poste !

Depuis plus de 20 ans je voyage à travers le monde, j'ai vécu près de 10 ans en Asie ; et j'ai, dès le début de ma carrière, été confronté aux problèmes de la production dans les pays en voie de développement, où le coût de la main d'œuvre est bas.



J'ai vu de très près les dérives que cela peut parfois entraîner. Il me semble que le respect du travail de l'autre est un incontournable, pour moi, l'éthique c'est ça. C'est simple. Et pas besoin d'aller au bout du monde pour cela. C'est un principe de tous les instants, où que l'on se trouve.

Le respect des personnes et de leur travail est la base de tout. Contrairement à certaines idées reçues, on peut avoir travaillé dans la grande distribution tout en respectant ses fabricants. Ce sont d'ailleurs ces mêmes fabricants, avec lesquels j'ai eu l'occasion de travailler, qui croient aujourd'hui en ZARTA GROUP et nous soutiennent. L'éthique n'est pas qu'un mot, c'est une règle de vie qui doit s'inscrire dans la vie quotidienne le plus naturellement du monde.

Comment voyez-vous l'évolution de la Fast Fashion en France ? Et à l'international ?

Les distributeurs vont devoir de plus en plus se concentrer sur leur métier de distributeur. Ils font déjà appel à des sociétés externes capables de leur fournir un service irréprochable. Le métier des achats est en pleine évolution, les distributeurs doivent s'adapter rapidement à cette nouvelle donne pour rester compétitifs.

Les métiers du textile se sont hyper professionnalisés ces 10 dernières années, il reste encore beaucoup à faire, surtout pour les structures plus légères et moins bien organisées que les traditionnels poids lourds du secteur.

Les cycles de mode restent cependant inchangés, les nouveautés poussent les nouveautés, le nouveau est déjà démodé... tout s'accélère. Cela nécessite une anticipation poussée à son extrême, or, tous les acteurs de la distribution ne sont pas prêts, car modifier la machine est très complexe et prend du temps.

Les territoires à conquérir sont immenses, les marchés qui habituellement servaient d'ateliers de confection, deviennent atelier de création et surtout de distribution.

Le marché s'est globalisé, toutes les marques sont présentes mais il reste une place importante pour les marques locales, reste à adapter l'offre à ces nouveaux marchés.

Quelle est l'ambition de votre groupe à moyen et long terme ?

Nous avons la volonté de devenir, pour les professionnels, une référence dans l'univers de la distribution textile sur internet. Nous souhaitons offrir aux distributeurs, quelque soit leur taille ou leur canal de distribution, des collections textiles clé en main. Cela passe par la modification des habitudes des acheteurs de produits textiles.

Rapidement avons l'intention d'ouvrir des bureaux à l'international afin de développer notre concept dans des zones à fort potentiel. L'international est notre lot quotidien, tous les jours nous sommes en contact avec nos fournisseurs dans le monde entier, il n'est donc pas illogique de nous voir nous développer à l'international.

Nous souhaitons également signer des contrats de licence textile afin de faire partager aux marques notre savoir-faire dans l'univers textile. La licence est un des axes majeurs de notre développement, nous disposons de l'outil industriel suffisant pour satisfaire tout type de marques.



- **Une équipe d'experts dédiés à l'externalisation**

Parce que ZARTA GROUP intervient auprès de ses clients comme un véritable département de leur propre entreprise, et parce qu'une entreprise repose avant tout sur les femmes et les hommes qui la composent, la constitution de l'équipe de ZARTA GROUP et la définition de son organisation ont fait partie des piliers de sa genèse.

Tous les membres de l'équipe de ZARTA GROUP sont des experts qui ont le point commun de disposer de plusieurs années d'expérience dans la grande distribution, notamment au sein d'enseignes comme HAV, EURODIF ou VETURA. Chacun peut donc, quel que soit le besoin du client, comprendre rapidement les enjeux et contraintes liés aux collections. L'équipe de ZARTA GROUP, en s'appuyant sur son expérience, peut rapidement décrypter les univers respectifs des marques et enseigner clientes pour apporter une réponse pleine de justesse, et agir dans les délais rapides induits par une distribution en quête de compétitivité permanente.



L'organisation de ZARTA GROUP a été conçue pour servir un objectif de gain de temps et de maîtrise des coûts.

Elle comporte :

Un Bureau de Style

Il est essentiellement composé de professionnels issus de la grande distribution mais aussi de jeunes talents venant des Bureaux de Tendances Parisiens (Carlin...), de façon à être en parfaite adéquation avec les attentes des consommateurs finaux, et de pouvoir lancer des modèles très attractifs, notamment sur le segment Fast Fashion. Le bureau de style crée en permanence de nouveaux modèles, au plus proche de la saison, afin d'apporter aux professionnels de la distribution la réactivité dont ils ont besoin.

Un Bureau d'Achats

Il est composé d'acheteurs ayant travaillé pour des grandes centrales entre 6 et 15 ans. Leur expérience leur permet de sourcer les matières au meilleur prix sans se couper de la qualité de fabrication. Un grand soin est également apporté à l'éthique des fournisseurs sélectionnés. Ces derniers doivent d'ailleurs s'engager sur une charte définie par ZARTA GROUP.

Une Cellule Marketing

Composé de professionnels issus de l'univers des marques et de la distribution spécialisée comme CATIMINI ou GEORGES FRANCK, ce service chargé de promouvoir FastfashionOnline.com assure plusieurs fonctions : l'animation et la promotion du site internet www.FastFashionOnline.com, la conception des divers supports de communication et le maintien de l'image de marque, ainsi que le suivi des Relations Presse en collaboration étroite avec notre agence d'attachés de presse.

Un Service Import

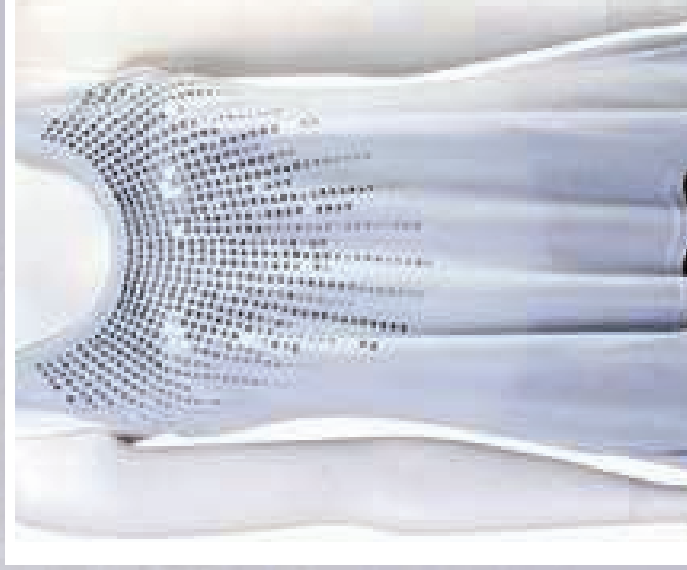
La mission du service import est avant tout d'obtenir des délais d'expédition les plus courts possibles, de façon à garantir la fluidité et la constance des approvisionnements. Ce service est en mesure de piloter les différentes étapes du processus : suivi de production, organisation de l'import depuis le pays d'origine jusqu'à la livraison client.



- **Une offre complète**

ZARTA GROUP se positionne comme un département création/achat textile externalisé, qui s'adresse à des distributeurs n'ayant pas la possibilité de mettre en place en interne un tel dispositif, pour des raisons financières et/ou structurelles.

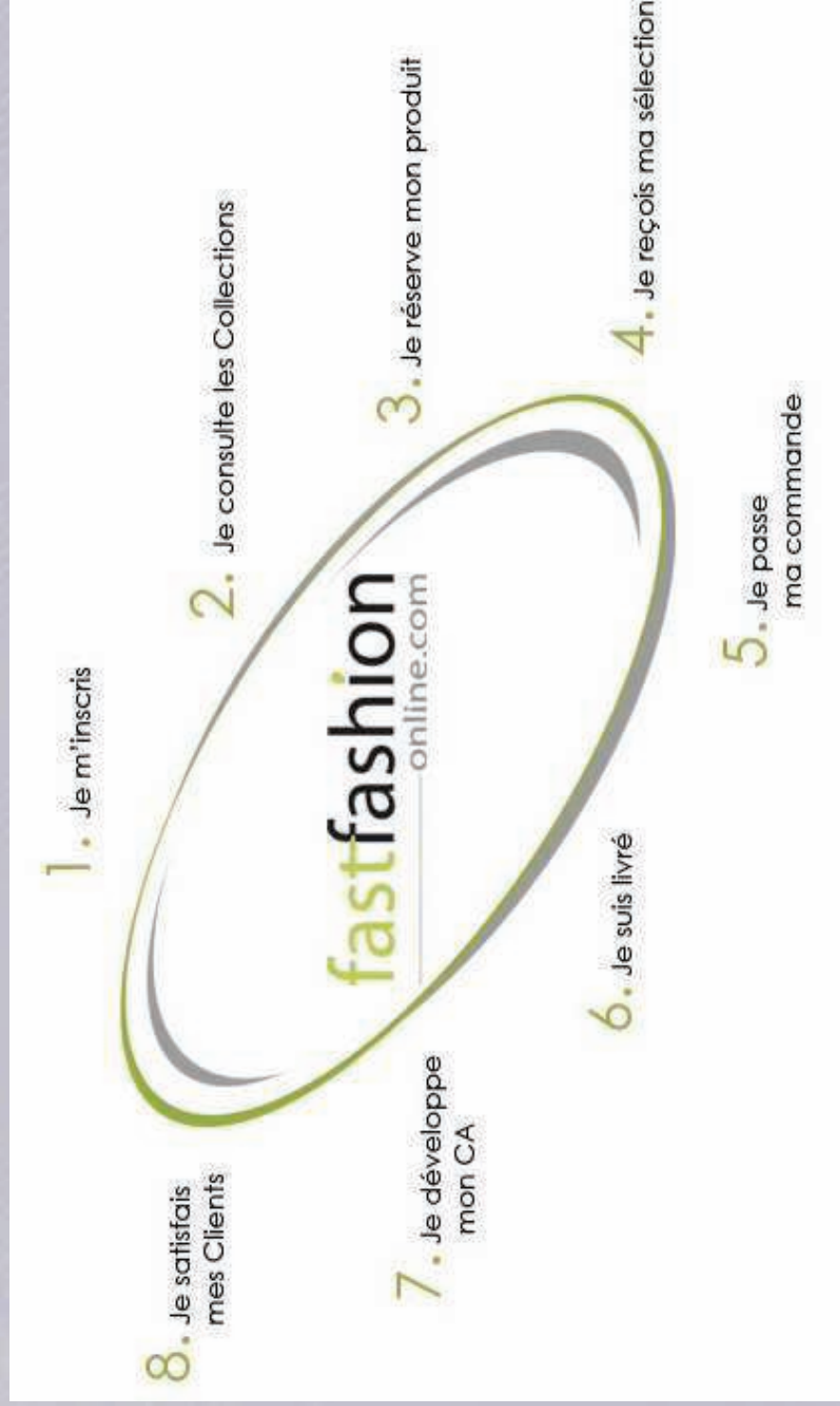
Selon les spécificités du marché visé, ZARTA GROUP, au travers de ses différentes entités, a pour but de mettre à disposition de tous les professionnels de la distribution d'articles textiles ; directions achats, chefs de produits, acheteurs, indépendants multimarques, distributeurs ; des collections adaptées et sans cesse renouvelées, en leur apportant de la réactivité, une diminution de leurs engagements et de leur risque financier.



Dès le mois de Janvier 2010, ZARTA GROUP a lancé officiellement ses deux premières unités portant chacune une offre distincte :

- **FastFashionOnline.com**

Un département totalement dédié au concept de *Fast Fashion* : il s'agit de renouveler en permanence les collections sur le point de vente, en proposant à fréquence régulière de nouveaux modèles avec une rotation régulière, ce qui demeure une incitation forte à l'acte d'achat. La mise en place du modèle *Fast Fashion* a permis à des enseignes comme H&M et ZARA par exemple, d'afficher des niveaux de croissance considérables. FastfashionOnline.com a pour ambition de « démocratiser » le procédé, et de lui implémenter une nouvelle dimension, puisque comme son nom l'indique, tout est réalisable online, depuis la sélection des modèles jusqu'à la livraison effective.



▪ **Politique de sourcing**

Sur chacune de ses activités, ZARTA GROUP s'occupe de trouver les fournisseurs les mieux adaptés à chaque catégorie de produit, à chaque marque et à chaque marché (homme, femme, enfant) pour offrir le meilleur rapport « qualité-prix-délai ». Ces derniers sont triés sur le volet, figurent parmi les meilleurs et travaillent régulièrement pour le compte des plus grandes marques internationales. Le panel de fournisseurs agréés par ZARTA GROUP adhère à une Charte Qualité et Ethique extrêmement exigeante, conformément aux valeurs et à l'éthique portés par l'entreprise.

▪ **Qualité de service**

Offrir à la distribution traditionnelle des solutions complètes ou partielles d'externalisation sur un département aussi stratégique et exigeant que celui du textile impose que la relation client soit constamment au centre de la démarche.

L'entreprise garantit à ses clients :

- Le meilleur service possible, la plus grande attention à leurs attentes et besoins, basé sur un rapport de proximité constant ;
- La création de collections adaptées à la mouvance du marché, sans cesse renouvelées et respectueuses de l'image de marque de chaque enseigne ;
- Une qualité constante des produits, pour développer des marques à forte valeur ajoutée ;
- Une disponibilité rapide des produits ;
- Une garantie d'exclusivité pour les produits achetés.

Ces impératifs constituent les valeurs fondamentales partagées par l'ensemble des collaborateurs de ZARTA GROUP.



- La Fast Fashion accessible en ligne : l'innovation au service des collections textiles

FastFashionOnline.com est un site visant à offrir des collections textiles homme, femme et enfants aux professionnels de la distribution, française et internationale sur le mode de la *Fast Fashion*. Il s'appuie sur le fabuleux potentiel d'Internet, qui gomme toutes les contraintes de distance et d'inertie traditionnellement rencontrées au niveau du montage de nouvelles collections. Il s'agit du seul site de ce type au monde. Sa vocation est essentiellement de donner accès à tous aux principes de la *Fast Fashion*, en garantissant aux clients un renouvellement des collections et des livraisons extrêmement rapides.

En capitalisant sur le caractère instantané et participatif d'Internet, FastFashionOnline.com ouvre de nouvelles perspectives aux distributeurs en leur offrant la possibilité de moduler et renouveler leurs collections en un temps record, en respectant l'esprit de la marque. Il leur apporte, au-delà des produits, un service et un accompagnement de qualité.

FastFashionOnline.com permet de consulter et de réserver en ligne une collection complète d'articles textiles homme, femme et enfants tant maille que chaîne et trame livrés entre 2 et 8 semaines. Entrer dans la *Fast Fashion* permet, en minimisant le délai de mise à disposition des produits sur le marché, d'optimiser la gestion des stocks. Mais avec la mise à disposition d'une offre globale allant de la sélection des modèles à la livraison en passant par la fabrication, les clients de FastFashionOnline.com peuvent réduire l'ensemble des coûts liés au montage de leur collection, et rentabiliser largement l'investissement effectué. Le gain porte également sur le chiffre d'affaires généré, car le modèle *Fast Fashion* permet de créer un point de rencontre de qualité entre offre et demande. Ce modèle, pratiqué par des enseignes phares de la distribution au niveau mondial, a déjà fait ses preuves, mais demeure compliqué et coûteux à monter en interne. FastFashionOnline.com apporte donc une solution attendue par de nombreuses enseignes. Si l'innovation repose sur le principe même de la « démocratisation » de la *Fast Fashion*, le fait de proposer ce service via Internet représente également un atout majeur et va encore plus loin en termes de réactivité, de créativité et d'économies.

Tout concorde donc à minimiser le délai de mise à disposition du produit sur le marché et donc d'optimiser la gestion des stocks, tout en maximisant la rentabilité de l'investissement de départ



- Le concept FastFashionOnline.com et ses enjeux

Il s'agit de cette nouvelle stratégie industrielle et marketing, consistant à dépasser la logique des saisons, pour lancer en flux quasi-continu de nouveaux articles, dans un large circuit de distribution et à des prix accessibles.

Ayant fortement dynamisé la consommation mondiale et fait émerger de grandes signatures, le concept *Fast Fashion* représente une grande opportunité.

Les leaders du business model, entre autres, vont de H&M, Mango à Inditex avec ses enseignes (Zara, Stradivarius, Bershka, Massimo Dutti).

Leur force de frappe : un renouvellement des étagères tous les 15 jours et autant pour le délai séparant la décision de mise en vente et la commercialisation effective, contre une moyenne mondiale de deux mois.

La *Fast Fashion* permet aussi à ces enseignes de limiter le risque de faux pas : la production est rapide (donc adaptée) et limitée en quantité. Ainsi si par hasard c'était un échec, cela ne concernerait que peu de produits (3 semaines de CA au lieu de 6 mois).

- Le marché et les perspectives :

Le marché de l'habillement mondial subit une régression sensible depuis 2 à 3 ans, avec une baisse sensible de la consommation. On note à Mars 2008 en France, la plus forte baisse du marché observée depuis 1994. Cette morosité du marché perdure aujourd'hui, suite aux effets de la crise et à une météo plutôt mauvaise, qui bouleverse les cycles d'achat. Cette baisse de la consommation a une incidence directe sur le chiffre d'affaires des marques et enseignes, mais également sur tous les pays producteurs de textile situés sur le pourtour du bassin méditerranéen. Le textile doit donc trouver de nouvelles façons de se développer en tenant compte de la nouvelle donne économique et environnementale.

Cette quête d'un nouveau souffle du secteur textile représente pour FastFashionOnline.com une fabuleuse opportunité de développement, et lui donne toute sa légitimité.

Le modèle de FastFashionOnline.com s'inscrit d'autant plus dans une démarche durable qu'elle s'appuie sur Internet, limitant ainsi considérablement les temps de déplacements, optimisant la réactivité ainsi que le confort de travail des clients. Ces derniers peuvent, en quelques clics, mener leurs consultations, sélectionner les modèles et monter leur collection. FastFashionOnline.com est une plate-forme qui abolit les contraintes de temps et de distance.

L'innovation porte à la fois sur la démocratisation du principe de *Fast Fashion* et sur l'utilisation d'Internet.

Il s'agit du seul acteur de ce type au monde.



ZARTA GROUP EN CHIFFRES

- ▶ 2009 : ZARTA GROUP est un nouvel acteur dans le secteur de l'industrie textile, fondé en 2009
- ▶ 2010, janvier : lancement officiel de FastFashionOnline.com
- ▶ 2 à 8 semaines : délais de livraison lors de commandes sur le site www.FastFashionOnline.com



Zarta Group

« La Créathèque »

30, rue du Carteron – 49300 CHOLET

Tél : +33 (2) 44 09 00 22

info@zartagroup.com

www.zartagroup.com

