



Newsbusinessmode

EMPRUNTER DES VÊTEMENTS DE CRÉATEURS, C'EST PRATIQUE ET ÉTHIQUE.
ZOOM SUR UN PHÉNOMÈNE QUI RÉPOND AUX NOUVELLES ATTENTES.

Vestiaire de luxe à louer LE DERNIER CHIC ?

POSSÉDER, C'EST DÉPASSÉ

L'ère du dressing à la Mariah Carey serait-elle révolue ?

Vu le nombre de start-up qui se lancent sur le secteur de la location de vêtements griffés, la réponse est « oui ». « Les États-Unis ont ouvert la voie, décrypte Constance Denis, styliste à l'agence de conseil en tendances Peclers Paris. Les Américaines louent d'abord une robe pour leur bal de promo, puis cela devient un réflexe. » Le succès du site US Rent the Runway, créé en 2009, qui cinq ans plus tard comptait déjà 5 cinq millions d'abonnées, a d'ailleurs inspiré des initiatives françaises comme Panoply, L'Habibliothèque, ElssCollection ou Beaurow, qui permettent d'emprunter en ligne et de s'habiller en Carven, Kenzo, Valentino, Chanel, Alexander Wang, Lanvin, Dolce & Gabbana... sans se ruiner. « On est en train de passer de la location occasionnelle de la robe de mariée à celle d'un vestiaire pour le quotidien via des abonnements mensuels d'environ 150 € pour – selon les sites – une à quatre pièces échangeables, souligne Constance Denis. Aujourd'hui, on ne cherche plus à posséder mais à vivre une expérience. Être tendance mais sans avoir à gérer stockage et nettoyage. » Envie aussi de s'alléger ? C'est ce que confirme une récente étude de Kantar Worldpanel, qui relève



La formule intéresse aussi pour sa dimension durable. Comme le souligne Pascale Guasp, cofondatrice du site de location ElssCollection, créé en 2014 : « La fast fashion, c'est fini. Nos clientes ne veulent plus gâcher. Louer un vêtement, qui sera utile à plusieurs personnes, puis vendu, en fin de saison, à un prix réduit et poursuivra ainsi sa vie, est un circuit vertueux qui séduit de plus en plus. »

LE CLIENT TOUJOURS ROI

Quand on loue son dressing, on exige un service impeccable. Propreté irréprochable, délais de livraison respectés, échanges et retours facilités. « Les grandes marques acceptent que nous les distribuions, explique Anahi Nguyen, car elles savent que nous allons respecter leur image en adoptant tous les codes du luxe en matière de service. » Même démarche chez ElssCollection, où Pascale Guasp a fait, elle aussi, le choix d'intégrer aussi tous ces aspects techniques et va même plus loin en misant sur le conseil : « Pour la location, le multicanal est primordial. Nous avons donc un beau showroom parisien, dans lequel nos clientes peuvent venir essayer les tenues, se faire conseiller, échanger avec les autres. » Et convaincre les futures Mariah Carey que louer, c'est aussi partager. ♦

panoplycity.com ; habibliothèque.com ;
elsscollection.fr ; beaurow.com

que les consommateurs sont 74 % à éprouver du plaisir dans l'usage plutôt que dans la possession, 58 % considérant même cette dernière comme un fardeau.

UN NETFLIX DE LA MODE

« Quand nous avons lancé L'Habibliothèque en 2014, détaille sa cofondatrice Anahi Nguyen, nous avons au préalable observé les modèles de Spotify (service de streaming musical) et de Netflix (idem pour les films et séries) et déduit qu'en 2024 les femmes achèteraient 30 % de leur garde-robe et en loueraient 70 %. » L'Habibliothèque connaît aujourd'hui une croissance de 30 %. « Notre offre découverte à 69 € permet de tester, pendant un mois, la possibilité d'emprunter trois pièces à la fois et de pouvoir les échanger à tout moment, complète Anahi. Puis on s'offre l'abonnement à 149 €. »

PAR VANESSA ZOCCHETTI