

# Le Monde

## A rebours de ses concurrents, Zara agrandit ses magasins en France

La filiale du groupe espagnol Inditex va inaugurer de nouveaux magasins à Paris, sur les Champs-Élysées et rue de Rivoli.

Par [Juliette Garnier](#)

Publié le 22 juin 2022



A Nantes (Loire-Atlantique), le 25 mars 2021. LOIC VENANCE / AFP

C&A ferme deux de ses trois magasins à Paris, rue de Rivoli et boulevard Haussmann. San Marina et Minelli réduisent aussi leur parc en France, d'après les informations du site Fashion Network. « *Cinquante des 220 boutiques San Marina sont concernées et 15 à 20 des 135 magasins Minelli* », précise au Monde Stéphane Collaert, copreneur des anciennes filiales du groupe Vivarte. A rebours de ses pairs, le groupe espagnol Inditex, numéro un mondial de la mode, poursuit, lui, l'expansion de son enseigne Zara en France. Car, assure Jean-Jacques Salaün, son directeur général, la chaîne qui habille hommes, femmes et enfants « *surperforme* ». Son activité est « *en croissance par rapport à 2019* », à un rythme

nettement supérieur aux indices du marché français, jure-t-il sans pouvoir cependant dévoiler l'activité d'Inditex en France, filiale du groupe espagnol dont **les ventes mondiales se sont envolées de 36 % au premier trimestre**.

A la veille du coup d'envoi des soldes d'été 2022, ce mercredi 22 juin, celui qui dirige Inditex en France depuis vingt-deux ans assure que la chaîne aura « *peu de stocks* » à écouler. Car la troisième filiale du groupe espagnol, derrière l'Espagne et les Etats-Unis, est sortie de la crise du Covid-19 « *avec aisance* ». En 2020, peu après la fermeture des magasins d'habillement en France, pour lutter contre la propagation du coronavirus, puis en 2021, Zara a exploité ses magasins comme des « *plates-formes logistiques* » et, dans leurs rayons, a pioché les articles à livrer pour honorer les ventes en ligne.

## Géolocaliser chaque article

Tout a été rendu possible par la RFID, cette puce électronique qui permet de géolocaliser chaque article, son coloris et sa taille. L'enseigne a ainsi apuré ses stocks. Depuis, cette méthode de gestion est restée. Et elle sera ponctuellement utilisée dans les années à venir pour alimenter les ambitions d'Inditex sur le Net.

Alors que la vente en ligne fragilise l'exploitation des magasins de ses concurrents, Zara n'envisage pas la « *fermeture de magasins* » en France. « *Il s'agit plutôt de les reformater pour qu'ils présentent l'offre de vêtements la plus importante* », précise M. Salaün. Sans toutefois être aussi exhaustif qu'à Madrid, où Zara a inauguré **un magasin de 7 700 mètres carrés, en avril**. En France, où elle exploite 115 magasins, la firme espagnole vise désormais des surfaces de 2 000 à 3 000 mètres carrés dans les grandes villes. Ce sera notamment le cas à Paris où, fin 2023, Zara va ouvrir un magasin de 3 000 mètres carrés sur les Champs-Élysées, au numéro 74 de l'avenue, en remplacement de celui qu'il exploite au numéro 92.

## **Inditex s'est fixé pour objectif de réaliser « 30 % de ses ventes mondiales sur la Toile », contre 25 % en 2021**

Rue de Rivoli, le magasin de Zara sera aussi agrandi de 1 500 mètres carrés, en avalant la cellule anciennement occupée par H&M, pour atteindre 2 800 mètres carrés. A Bordeaux, Clermont-Ferrand, Grenoble et Avignon, l'enseigne va aussi pousser les murs. Cette stratégie doit également lui permettre de mieux recevoir les clients qui, en magasin, réceptionnent une commande réalisée sur le Net ou la retourne. A en croire M. Salaün, le magasin joue un rôle important, alors qu'Inditex s'est fixé pour objectif de réaliser « *30 % de ses ventes mondiales sur la Toile* », contre 25 % en 2021.

En dépit de ses ambitions pour Zara, le groupe espagnol réduit le parc de magasins qu'il exploite sous les enseignes Oysho et Massimo Dutti. Le premier, spécialiste féminin des tenues de sport et de la lingerie, ne dispose plus que de cinq adresses en France, car la moitié de ses ventes est réalisée en ligne. Et Massimo Dutti, chaîne de vêtements BCBG, a fermé plusieurs magasins en France, à la suite de l'effondrement des ventes de costumes et de tenues formelles dû au recours au télétravail ; il exploite désormais sept magasins dans l'Hexagone.

Inditex déclare vouloir désormais ouvrir 10 à 15 magasins par an pour ses enseignes Bershka (53 magasins), Pull&Bear (39) et Stradivarius (32), trois marques qui ciblent les jeunes consommateurs. A la grande satisfaction des bailleurs, en mal de nouveaux venus dans leurs centres commerciaux.