

De la bonneterie aux magasins d'usine

Les structures de vente actuelles s'appuient sur plus de 500 ans d'histoire commerciale

L'origine du textile à Troyes remonte au Moyen Âge. La capitale de la Champagne attirait les drapiers et les marchands de soieries de toute l'Europe à l'occasion de la Foire du même nom.

Des magasins d'usine aux centres de marques...

La présence de la Seine - qui a permis l'installation de teintureries et de toutes les activités de tissage - a favorisé les échanges commerciaux et, au XVIIIe siècle, Troyes était la capitale européenne de la maille et de la bonneterie.

Les magasins d'usine sont nés dans la première moitié du XXe siècle, avec l'avènement des grandes marques d'habillement. Ils étaient réservés aux ouvrières du textile, leur proposant les pièces imparfaites et les stocks invendus. Le cercle des clients fut progressivement élargi aux familles, aux relations... puis, dans les années 70, au grand public.

Le maintien de la production locale, un facteur de succès

Dans les années 80 et 90, des promoteurs ont essayé de reprendre le concept de magasin d'usine et de le développer dans les zones à forte densité de population, sans succès.

"Le magasin d'usine a toujours été lié à la production ; c'est cette proximité qui permet d'offrir des prix très intéressants sur des produits à la mode, et pas simplement des promotions commerciales, explique Didier Moret, responsable de l'Observatoire économique de la CCI de Troyes. L'implantation historique de la maille à Troyes et le maintien de la production locale ont été des facteurs de réussite." Un succès qui s'est confirmé dans la seconde partie des années 90 avec l'apparition, en périphérie, de villages de boutiques de marques reprenant à leur compte les règles de la distribution moderne.

François Paul

Source : Dynamique commerciale / Juin Juillet 2004
http://www.dyn-com.com/dyncom94/dossier/dossier_3.htm