Comment se créer sa propre tenue streetwear

Aujourd’hui comme vous le savez les nombreuses marques présentes dans l’univers streetwear sont omniprésentes dans les médias tels que les journaux et les magazines spécialisés. De rap & R’nb aux autres magazines stylés du genre, on en voit de partout et pour tous les goûts.

Cette floraison de marques nouvelles donne parfois envie de se créer sa propre marque de vêtement streetwear… hélas, ce n’est pas aussi aisé qu’on pourrait le penser. Beaucoup de jeunes marques ont donc tenté l’aventure sans avoir obtenu l’objectif escompté, et sombrer dans l’inconnu le plus totale passé une certaines période. Parmi les plus gros flop, notez la marque Soone… cette marque d’inspiration asiatique avait beaucoup de points forts: un design new age, des inspirations imprégnées de valeurs et une production directement en Asie. Comme je vous le certifie, elle avait tout d’une grande. Malheureusement, son savoir faire c’est transformé en tombe… Sachez que produire en Asie ou spécialement en chine rapporte à la seule condition que vous montrez une perspective future d’augmentation de production. Et dans le cas contraire, vous êtes obligé de voir vos couts de production augmenter considérablement sans compter le cout du transport (pour la plupart sur la grande plateforme des pays bas), entrainant tout un circuit largement couteux. L’augmentation des prix du baril de pétrole n’a pas du tout aidé un jeune entrepreneur qui malgré quelques moyens et de belles références sur son CV (ex dessinateur pour la marque Bullrot à l’époque de son succès) a connu un flop des plus retentissants. Pire, les portes de l’Asie, qu’il faut toujours tenir dans sa poche, se sont fermées derrière cet échec retentissant. Sa maison mère, avec des stocks terriblement couteux à entretenir a tenté d’augmenter ses prix pour vite se rendre compte que le streetwear de luxe ne correspondait pas avec la gamme de vêtement streetwear présenté. Conclusion, des réductions incomprises et un consommateur qui n’a plus du tout envie d’investir dans une marque sa grande politique d’image ni de prix car dans le streetwear, on recherche l’image de la rue dans son bon sens…

D’autres exemples de flop existent, comme la marque Rodstate, et tant d’autres, il suffit de jeter un œil dans les pages lointaines de Google sur les mots clefs streetwear pour voir ces sites qui se sont finalement décomposé. Alors, avant de créer votre propre T-shirt streetwear, puis d’en vanter ses mérites, pensez bien consciencieusement à votre business plan, votre survie en dépend…

H.T