

D'ICI 2025, LES MAGASINS MULTIMARQUES ZEB INTERDIRONT LES MARQUES NON DURABLES

L'ENSEIGNE BELGE CROÎT DE 6% ET OUVRIRA CETTE ANNÉE 9 NOUVEAUX POINTS DE VENTE



Merchtem, 10 mars 2020 – ZEB, le magasin de mode belge multimarque, a présenté aujourd'hui ses résultats annuels pour l'exercice 2018-2019. Avec une croissance de 6% et un chiffre d'affaires de 223,4 millions d'euros, le groupe ZEB affiche à nouveau des résultats positifs. Le revendeur belge a également annoncé la mise en place d'un ambitieux plan de durabilité : il vise à souligner son engagement en faveur d'une production et de packaging durables ainsi que d'un réseau de magasins éco-efficaces. L'ouverture du premier pop-up store vintage à Wilrijk et l'introduction d'un système de labels transparents constituent l'une des premières initiatives dans le cadre de la lutte pour une industrie de la mode plus respectueuse de l'environnement.

L'engagement de ZEB en faveur de la durabilité - Parce qu'il n'y a pas de planète B !

Dans le plan dévoilé aujourd'hui, le groupe ZEB s'engage à porter à 80% la gamme d'articles produits de façon durable, et ce, d'ici 5 ans. Ceci sera rendu possible notamment en minimisant la consommation d'eau et l'utilisation de produits chimiques. De plus, des matières plus écologiques seront utilisées pour la production des propres marques. Pour les marques distribuées par le groupe, des discussions avec les fournisseurs permettront d'étudier comment l'utilisation de produits chimiques et de colorants organiques peut être optimisée davantage. Les marques qui, d'ici 2025, ne seront pas durables et ne répondront pas aux exigences seront retirées de l'assortiment.

L'utilisation de plastiques à usage unique, comme pour les housses à vêtements et les cintres sera réduite de moitié. Les emballages de vêtements achetés en ligne seront entièrement durables. Les magasins et le siège social de ZEB deviendront neutres d'un point de vue énergétique. Le plan de durabilité de ZEB sera progressivement déployé au cours des cinq prochaines années pour être pleinement effectif d'ici 2025.

« Chez ZEB, nous ne voulons pas seulement faire un effort nous-mêmes : nous allons encourager nos clients et nos fournisseurs à unir leurs forces en faveur d'un meilleur environnement. Nous sommes convaincus que si chacun prend part à cet effort, cela peut entraîner de profonds changements dans l'industrie de la mode », explique Luc Van Mol, CEO de ZEB.

We love 
our planet!

Une production durable pour les marques internes

La production des marques propres (comme Astrid Black Label, DEUX,...) est déjà constituée à 70% de matériaux durables, comme des cotons biologiques, du fil recyclé et du Lyocell. Ces collections sont toujours produites en petites quantités par des fabricants avec lesquels ZEB entretient un contact étroit. Avec la marque 'I Made Your Clothes', le client découvre la photo de la personne qui a réalisé le vêtement. Les consommateurs qui veulent faire leurs achats en pleine (et durable) conscience peuvent repérer les vêtements écologiques grâce au label « We Love Our Planet ». Et les clients peuvent aussi apporter leur pierre à l'édifice en suivant à la maison les conseils de ZEB en termes de durabilité.



Siège social et logistique neutres sur le plan énergétique

À partir de 2020, tous les (nouveaux) magasins répondront à la certification BREEAM (évaluation environnementale des bâtiments). ZEB travaillera aussi avec Eoly pour la production d'énergie durable & nanoGrid pour la surveillance et l'analyse de la consommation d'énergie durable.

Réduire la consommation de papier et soutenir un travail plus durable au sein de l'équipe ZEB

Avec l'introduction du ticket de caisse numérique et le remplacement des sacs en papier par des sacs réutilisables, la chaîne de magasins économise jusqu'à 380 tonnes de papier par année. Des initiatives sont également prises en interne. Ainsi, la politique d'impression dans les bureaux de l'entreprise est en cours de révision et le personnel est encouragé à réfléchir à ses habitudes en termes d'impression.

Le samedi 2 mai, l'équipe ZEB propose un défi à tous ses clients et partenaires : participer au Beach Clean, le grand nettoyage de la plage de Blankenberge.

Un pop-up store vintage à Wilrijk

L'ouverture d'un premier magasin pop-up vintage à Wilrijk est l'une des premières initiatives conduites dans le cadre de l'ambitieux plan de durabilité établi par ZEB. Dès cette année, ZEB prendra d'autres initiatives avec ses partenaires, fournisseurs et clients afin de promouvoir une industrie de la mode plus écologique. « Au fil des ans, nous avons observé un boom de la popularité des vêtements de seconde main et de la nouvelle vie qui leur est ainsi offerte. Ce mouvement n'est pas seulement dans l'air du temps : il constitue un grand pas en avant pour rendre la mode plus durable. Avec l'ouverture de ce pop-up store, ZEB souhaite encourager ses clients à donner une nouvelle vie à des vêtements vintage de qualité et à les combiner avec de nouveaux éléments », indique Erika Mees, Directrice Marketing chez ZEB. Ce magasin temporaire offre 500 vêtements vintage uniques et sera ouvert au public durant trois mois.

Forte augmentation pour l'entreprise belge

Parallèlement à son plan de durabilité, ZEB a présenté ses résultats annuels. Pour l'exercice 2018-2019, le groupe ZEB - qui comprend les marques ZEB, The Fashion Store, PointCarré et ZEB For Stars - a réalisé un chiffre d'affaires de 223,4 millions d'euros (TVA incluse). Cela représente une forte augmentation - 6,6% - par rapport à l'exercice précédent (209,5 millions d'euros en 2017-2018). Pour l'exercice 2019-2020, une augmentation de 10% est prévue et le groupe de magasins vise un chiffre d'affaires total de 246,7 millions d'euros.

Avec 113 magasins répartis à travers toute la Belgique, le groupe est l'un des principaux acteurs du commerce de détail et une valeur constante du marché de la mode en Belgique. Récemment, ZEB a inauguré un premier magasin au Grand-Duché du Luxembourg tandis qu'un deuxième magasin PointCarré sera inauguré en août en France. Mais c'est surtout en Belgique que l'augmentation du nombre de points de vente se fera sentir. Avec les ouvertures planifiées de neuf nouveaux magasins durant l'année 2020, on y atteindra le total de 122 magasins. Cette croissance s'accompagne de nouveaux recrutements. Chaque ouverture crée de 5 à 8 emplois supplémentaires. A ce stade, le groupe compte 1200 collaborateurs qui, ensemble, veillent à l'expérience positive de la marque.



À PROPOS DU GROUPE ZEB

Le groupe ZEB est la maison-mère des magasins multimarques ZEB, The Fashion Store, PointCarré et aussi, depuis février 2019, ZEB For Stars. L'entreprise belge, dont le siège social est situé à Merchtem, comprend 113 points de vente répartis à travers la Belgique. Au cours de l'année fiscale 2018-2019, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 223,4 millions d'euros (TVA incluse) et, pour l'atteindre, a pu s'appuyer sur le soutien de 1200 collaborateurs. Plus d'informations : www.zeb.be

Pour toute demande d'interview, prêt de matériel pour des prises de vues, ressources photographiques ou plus d'information, veuillez contacter:

Wavemakers PR & Communications | Mailien Nguyen
mailien@wavemakers.eu | 0472/38 49 51



Erika Mees - Marketing & PR Manager
erika.mees@zeb.be | (+32) 474.95.04.39

Images
<https://...>
