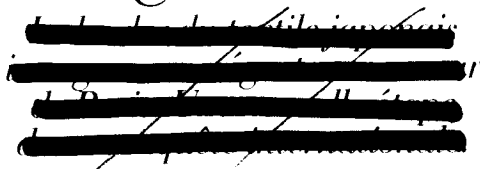




Uniqlo ajoute la France à sa garde-robe



L'enseigne est quasiment inconnue des Français. Pourtant, Uniqlo fait partie du Top-10 des multinationales du textile. Devant Ralph Lauren, Esprit et Benetton. Dans une semaine, le 1^{er} octobre, cette marque du groupe japonais Fast Retailing ouvre à Paris un *flagship* de 2164 mètres carrés, rue Scribe, en lisière du boulevard Haussmann et de ses 25 millions de badauds à l'année.

Après Soho à New York en 2006 et Oxford Street à Londres en 2007, le Gap japonais veut frapper un grand coup sur le Vieux Continent. Mais pour ne pas reproduire l'énorme ramage de sa campagne d'Angleterre, Uniqlo a pris son temps en France. En 2001, en effet, la chaîne avait ouvert 21 magasins d'un coup en Grande-Bretagne, misant sur le bouche-à-oreille pour s'assurer un succès rapide. Mais elle avait dû en fermer 15, avant de renaître en marque hype du *Swinging London*.

Le Toyota du textile

En France, personne n'a compris pourquoi Uniqlo s'était installé, il y a deux ans, dans une petite boutique du centre commercial des Quatre Temps à la Défense. « C'était un magasin-test pour ajuster l'offre. Les couleurs qui marchent, les tailles qui se vendent le plus, les modèles qui plaisent », explique un salarié du futur mégastore parisien. Avec sa nouvelle adresse, Uniqlo devrait percer dans le paysage. « Ils peuvent réussir, surtout auprès des hommes. Je n'en vois pas beaucoup aller à H&M, leur concurrent naturel en France », parie une chroniqueuse de mode basée à Paris.



Magasin Uniqlo, et la collection de cet hiver. La marque séduit par ses couleurs, son style décontracté, et ses prix.

Au Japon, Uniqlo passe pour le Toyota du textile. C'est la *success story* japonaise des vingt dernières années. En un peu plus de deux décennies, son président-fondateur, Tadashi Yanai, a transformé la boutique familiale de Hiroshima en un géant de 860 magasins.

Il est aujourd'hui l'homme le plus riche de l'Archipel, avec une fortune estimée à 4,8 milliards d'euros. Toujours vêtu d'une chemise Uniqlo, comme tous les employés du siège. Son secret de fabrique : des vêtements pas chers mais d'excellente qualité, au design minimaliste, qui habillent de pied en cap l'immense classe moyenne japonaise. « La Chine comme base de production ne suffit plus. Nous allons ouvrir des usines au Bangladesh », indique Keiko Yamamoto, porte-parole de l'enseigne. Du coup, la crise semble glisser sur les vêtements Uniqlo. De septembre 2008 à mai 2009, les ventes de Fast Retailing ont bondi de 17%.

Après quelques errements passés, comme dans la distribution de légumes, le groupe a récemment

codéveloppé, avec le géant japonais de la chimie Toray, des textiles intelligents baptisés HeatTech : des vêtements qui convertissent l'humidité du corps en chaleur, et dont les fibres injectées de protéines de lait offrent un toucher plus doux...

Mais Uniqlo sait qu'il doit désormais transformer l'essai à l'étranger. Il ne peut rester cantonné sur un marché qui diminue en raison du vieillissement de la population. Or le Japon représente encore 80% des ventes de Fast Retailing. « Il n'y a plus de frontières. L'économie est devenue mondiale. Pour nous, c'est une chance », martèle Tadashi Yanai.

Il le démontre en ouvrant des magasins Uniqlo à l'étranger, mais aussi en rachetant des marques hors Japon, comme Comptoir des cotonniers et Princesse Tam-Tam, en 2005. « Depuis des années, on parle aussi d'Uniqlo comme d'un possible repreneur pour Gap. C'est un dossier qu'ils ne peuvent pas ignorer », indique un concurrent à Tokyo, même si le géant américain pèse encore trois fois plus que son rival japonais. **Régis Amaud (à Tokyo)**

Photos : DR

CATÉGORIE C – position C 2

ÉPREUVE ÉCRITE



COMPRÉHENSION ÉCRITE (50 minutes)

« *Uniqlo ajoute la France à sa garde-robe* »

tiré de *Challenges* n° 181 du 24 septembre 2009

1. De quel document s'agit-il? Parmi les catégories suivantes, cochez celle qui caractérise le mieux le texte.

A. enquête
B. interview
C. économie

2. Cochez la bonne réponse.

L'idée dominante de ce texte est:

A. l'ouverture d'un magasin Uniqlo à Paris
B. la conquête du marché international de la part de la marque japonaise
C. la publicité des vêtements Uniqlo

3. Vrai ou faux? Cochez la bonne réponse.

A. Uniqlo veut reproduire en France le succès obtenu en Angleterre.

V F

B. Uniqlo s'adresse surtout à une clientèle féminine.

V F

4. Indiquez pour chaque idée si elle est ou non présente dans le texte.

A. Uniqlo va bientôt ouvrir des usines en Inde.

OUI NON

B. Uniqlo a ressenti les effets de la crise de cette dernière année.

OUI NON

C. Uniqlo franchit les frontières japonaises en incorporant des marques étrangères.

OUI NON

D. Le nouveau magasin à Paris s'installera dans une rue passante.

OUI NON



5. Cochez la bonne réponse.

Comment Uniqlo a-t-il testé le marché français?

- A. En ouvrant un grand nombre de magasins à travers toute la France
- B. En ouvrant une seule boutique à Paris
- C. En menant une importante étude de marché

6. Vrai ou faux? Cochez la bonne réponse.

A. H&M est une multinationale du textile.

V F

B. Uniqlo a été créé à Tokio.

V F

C. La production d'Uniqlo s'adresse à une clientèle d'élite.

V F

7. Quel est le sens du mot « badaud »? Cochez la bonne réponse.

- A. flâneur
- B. personne pressée
- C. touriste

8. Quel est le sens du mot « ratage »? Cochez la bonne réponse.

- A. succès inespéré
- B. échec
- C. expérience

9. Vrai ou faux? Cochez la bonne réponse.

Les vêtements Uniqlo sont:

- | | | |
|---------------------------|---|---|
| A. bon marché | V | F |
| B. sophistiqués | V | F |
| C. d'une qualité médiocre | V | F |

10. Est-ce que les idées suivantes sont présentes dans le texte?

A. Les nouveaux textiles HeatTech sont parfaitement imperméables.

OUI NON

B. Uniqlo a racheté le concurrent américain GAP.

OUI NON

C. Dans le classement des multinationales du textile Uniqlo précède Benetton.

OUI NON

11. Cochez la bonne réponse. On utilise l'expression « Gap japonais » pour indiquer:

- A. le retard du Japon dans le secteur du textile
- B. une industrie de la confection japonaise
- C. l'importance d'Uniqlo dans le secteur de la confection à l'échelon mondial

12. Complétez l'énoncé en utilisant les mots de la liste ci-dessous. (Attention aux intrus!)

- a) américains; b) échec; c) expansion économique; d) succès; e) se limiter; f) récession;
g) augmenter; h) européens

Uniqlo sait qu'il ne doit pas..... au Japon et il perce les marchés
..... même en période de..... en dépit de son
..... en Grande-Bretagne.





CATÉGORIE C -POSITION C2

CORRIGÉ DE LA COMPRÉHENSION ÉCRITE

« Uniqlo ajoute la France à sa garde-robe »

1. C (1 pt.)
2. B (1 pt.)
3. F; F (2 pts.)
4. NON; NON; OUI; OUI (4 pts.)
5. B (1 pt.)
6. V; F; F (3 pts.)
7. A (1 pt.)
8. B (1 pt.)
9. V; F; F (3 pts.)
10. NON; NON; OUI (3 pts.)
11. C (1 pt.)
12. e) se limiter; h) européens; f) récession; b) échec (4 pts.)

CATÉGORIE C - POSITION C 2



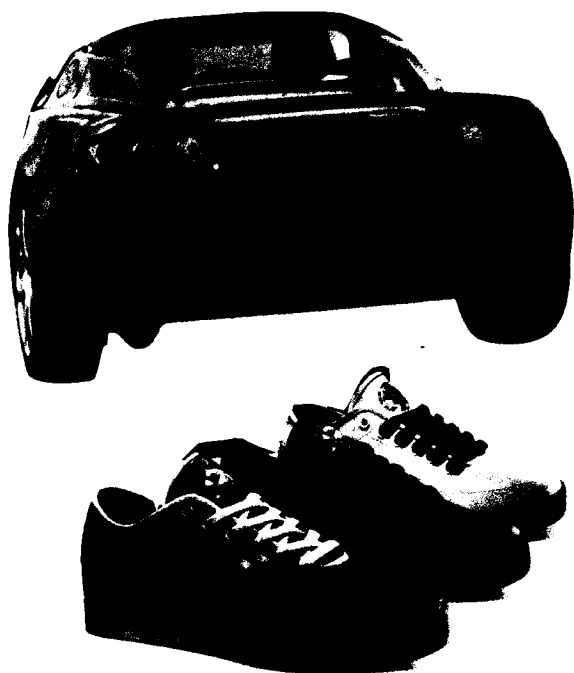
ÉPREUVE ÉCRITE
PRODUCTION ÉCRITE (1 heure 40 minutes)

ILS SONT DÉJÀ PLUS DE DEUX MILLIONS À AVOIR CHANGÉ DE VIE

Travailler moins pour vivre mieux

Cadres, enseignants, créatifs, ils abandonnent la ville et un confortable salaire pour une existence plus frugale. ~~Leur nouvelle vie est simple et équilibrée.~~

**« ON EST DANS AUTRE
CHOSE, ON NE PENSE
PLUS À LA DERNIÈRE
VOITURE, AU DERNIER
GADGET À LA MODE. »**



Partagez-vous cette nouvelle tendance à quitter la ville et des carrières prestigieuses pour choisir une vie de simplicité et de liberté où il n'est plus nécessaire de travailler plus pour consommer plus? (200/250 mots)

*Attention! N'oubliez pas de respecter la marge de tolérance prévue (200/250 mots) et d'indiquer, progressivement, toutes les deux lignes, le nombre de mots utilisés.
L'emploi d'un dictionnaire monolingue est autorisé.*