

BALENCIAGA



SUMMARY

BALENCIAGA

1. OUR STORY AND MISSION

2. OUR JOURNEY

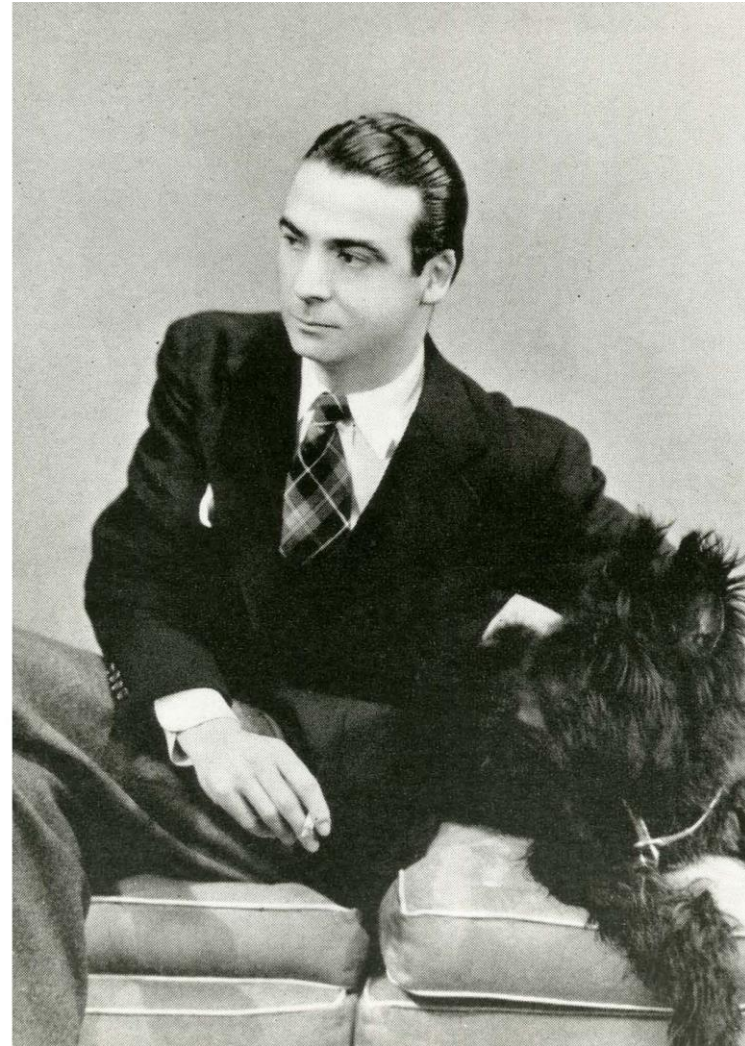
3. OUR CLIENT CENTRIC MINDSET

4. ONLINE DISTRIBUTION

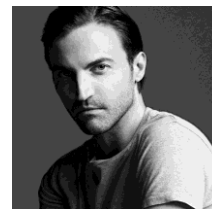
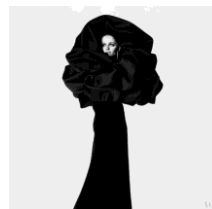
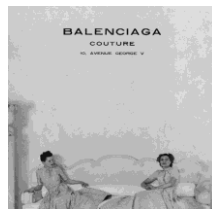


OUR STORY AND MISSION

BALENCIAGA IS ONE OF THE OLDEST ENDURING FASHION HOUSES IN EXISTENCE, FOUNDED BY CRISTÓBAL BALENCIAGA IN 1917.



OUR STORY AND MISSION



1917

First boutique in San Sebastian, Spain

1937

Maison Balenciaga at 10 avenue George V, Paris

1947

Cristóbal Balenciaga 1st fragrance "Le Dix"

1968

Last Balenciaga Haute Couture collection

1997

Nicolas Ghesquière, Artistic Director of Balenciaga

2001: PPR acquires Balenciaga

2012

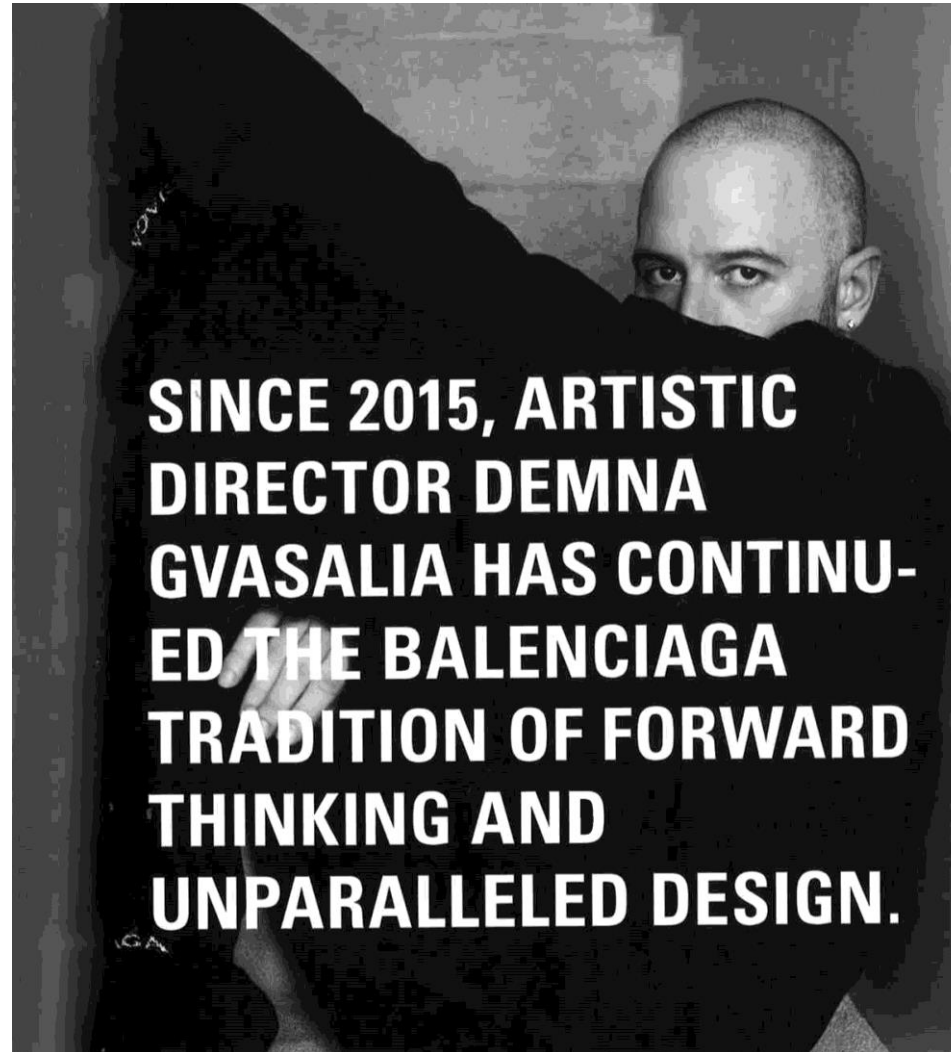
Alexander Wang, Artistic Director of Balenciaga

2015

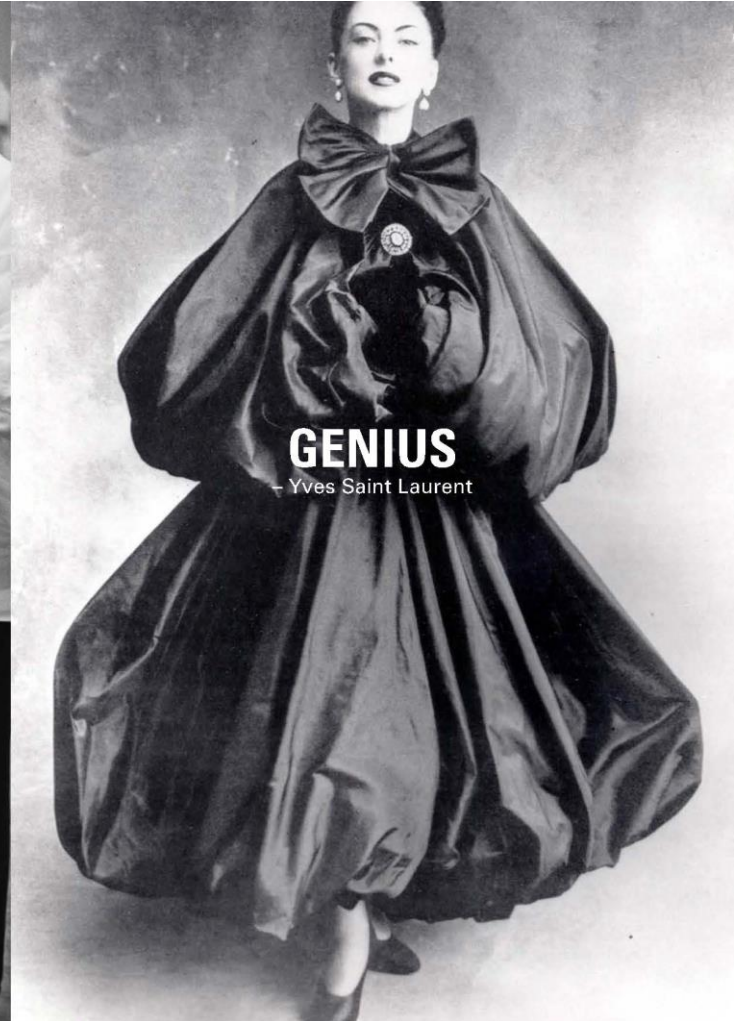
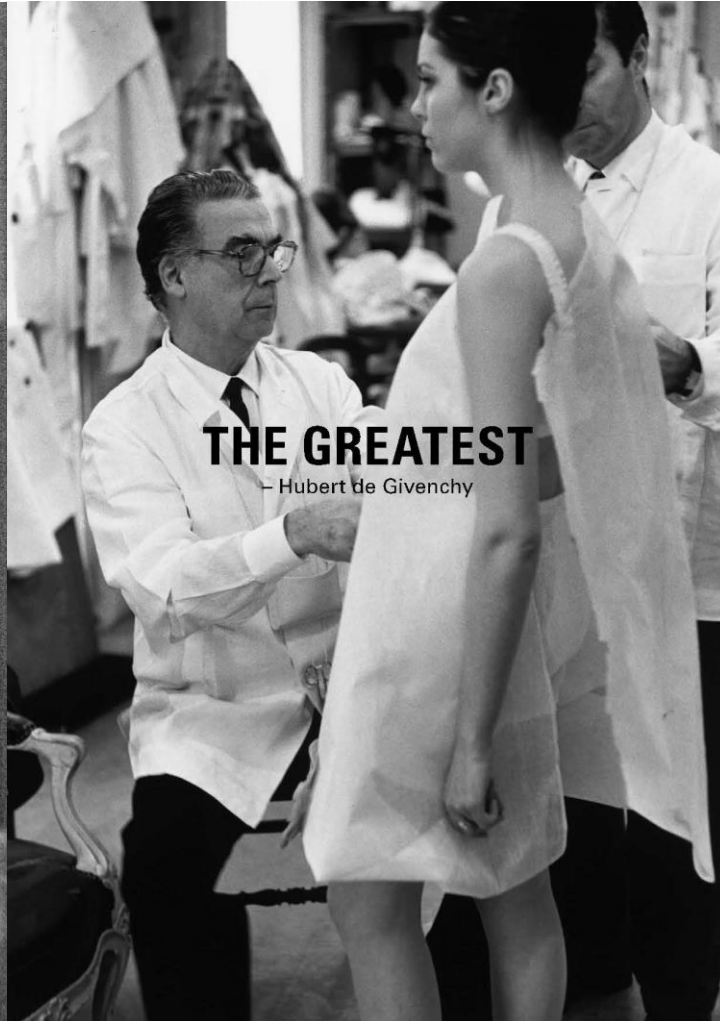
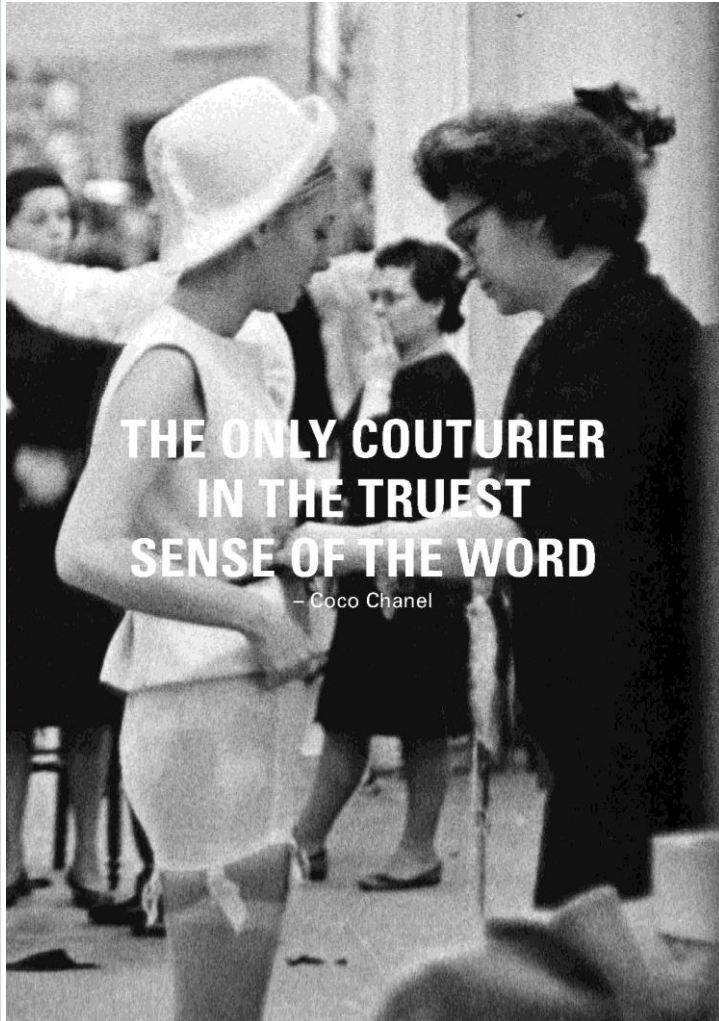
Demna Gvasalia, Artistic Director of Balenciaga



OUR STORY AND MISSION



OUR STORY AND MISSION



OUR STORY AND MISSION

- AMBITION
- CREATION
- INNOVATION
- LEADERSHIP

**Think
Big!**



OUR JOURNEY



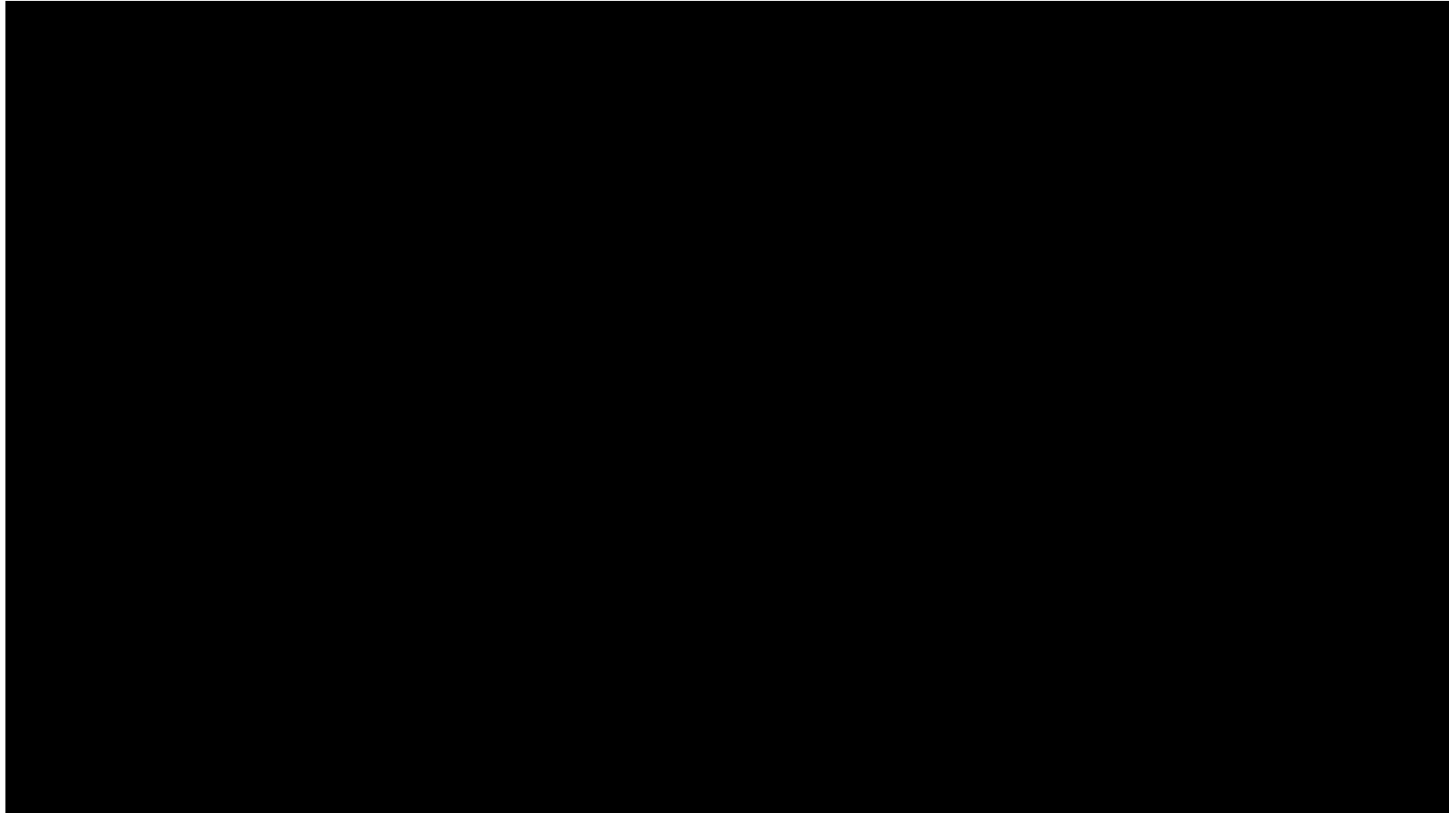
— FIGURES —

103 STORES YEAR END 2015



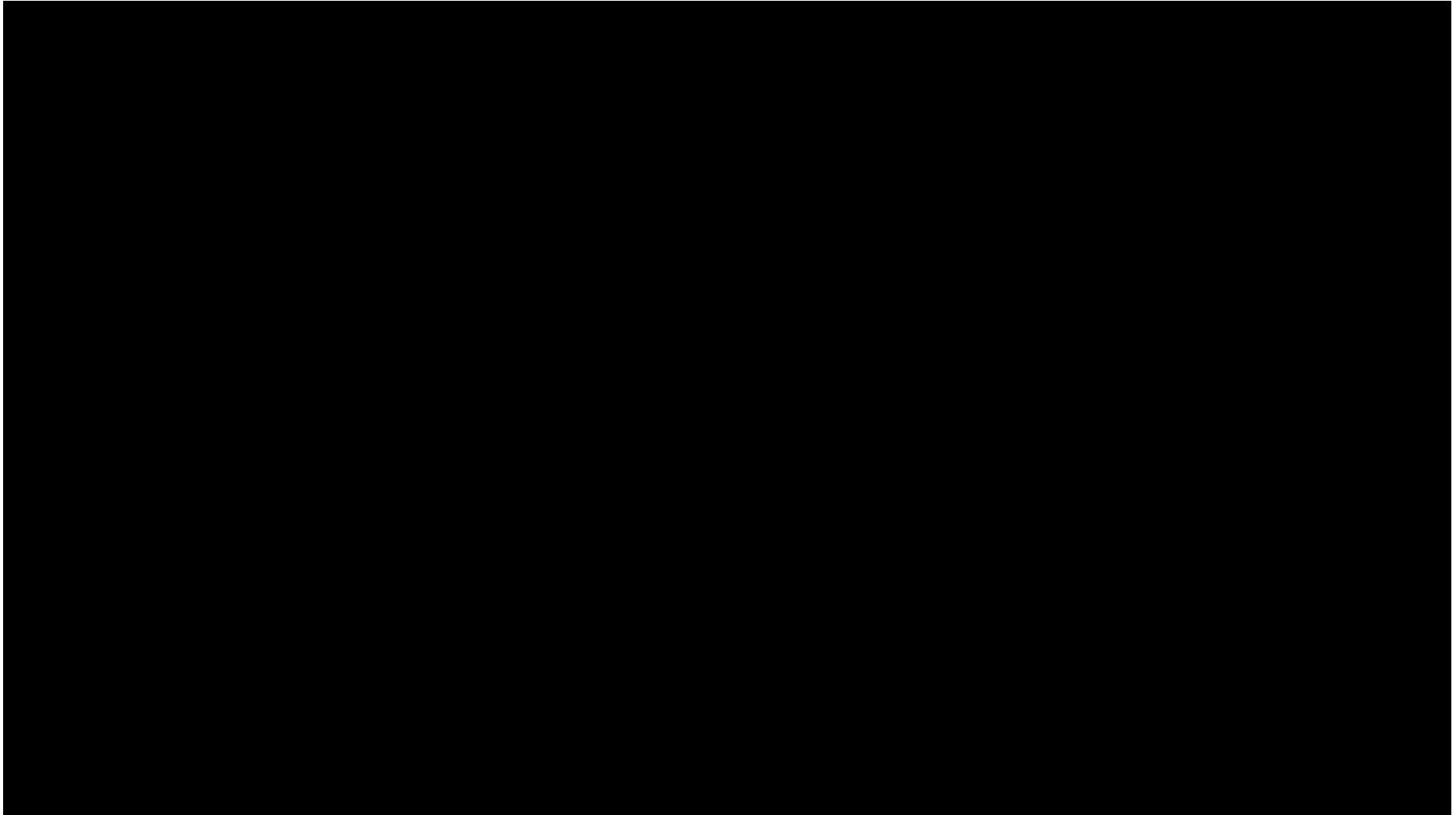
OUR JOURNEY

DEMNA GVASALIA'S FIRST WOMEN SHOW 2016 FOR BALENCIAGA



OUR JOURNEY

DEMNA GVASALIA'S MEN SHOW 2017 FOR BALENCIAGA



OUR JOURNEY

MEDIA RUNAWAY

And Just Like That, Balenciaga Is Back

Talking to artistic director Demna Gvasalia about his provocative first collection for one of fashion's most influential brands.

By CATHY HORYN

Photographs by Mark Borthwick



OUR JOURNEY

BALENCIAGA AMONG THE MOST SEARCHED BRANDS SINCE 2017

- 1** **GUCCI**
The No.1 searched for brand on Lyst added 8 million people to its Instagram following in 2017, driving impressive consumer engagement through highly desirable yet accessible products.
- 2** **BALENCIAGA**
White-hot and gaining momentum, Demna Gvasalia's understanding of the style codes that appeal to Gen-Z and Millennial consumers continues to distinguish him from his peers.
- 3** **VETEMENTS**
The brand's collaboration strategy has grown consumer awareness, while maintaining product scarcity and limiting runway shows keeps demand high for its fleamarket-chic product.
- 4** **VALENTINO**
Pierpaolo Piccioli's significance as a creative visionary and aesthetic leader in his own right is rising, while the house continues to reap the commercial benefits of its rockstud product line.
- 5** **OFF-WHITE**
Though Virgil Abloh is far from the new kid on the block, Off-White's ascent into the upper echelons of consumer awareness has vindicated his polarising aesthetic output.
- 6** **GIVENCHY**
Logo-slides sustained consumer interest while the brand experienced a change in creative leadership. Clare Waight Keller's proven track record with accessories is likely to broaden commercial appeal further.
- 7** **MONCLER**
With its puffer jackets now ubiquitous in European and American cities, the outerwear brand is widely distributed and worn by moneyed tourists and the hip-hop community alike.
- 8** **STONE ISLAND**
Drake's decision to extensively wear Stone Island on stage during his world tour, as well as leaked images of its collaboration with Skepta, have continued to drive consumer demand.
- 9** **BALMAIN**
Olivier Rousteing's collaboration with Victoria's Secret pushed Balmain into the ranking for the first time in Q4, as the brand continues to build out its customer base and product lines.
- 10** **YEEZY**
Although the rapper largely retired from the public eye in 2017, Kanye West's Yeezy collaboration with Adidas remains in the ranking and is now a significant sneaker player in its own right.

Lyst index 2017

BALENCIAGA

- 1** **GUCCI**
Ce trimestre, Gucci a lancé une collection de maille en collaboration avec Comme des Garçons et a annoncé la sortie prochaine d'une nouvelle collection de bijoux. En outre, Alessandro Michele co-présidera la MET Gala 2019.
- 2** **OFF-WHITE**
Dans la catégorie baskets, la collection The Ten Nike x Off-White a été la collaboration la plus remarquée en 2018 ; les nouveaux coloris Volt et Black Cone pour les AF1 ont fait leur apparition au 4e trimestre. Une deuxième collaboration pour Dover Street Market est sortie en décembre.
- 3** **BALENCIAGA**
Après une apparition très remarquée aux pieds de Michelle Obama, les cuisardes dorées de Balenciaga n'ont pas fini de faire des étincelles sur Internet. Cardi B a quant à elle adopté la silhouette du nouveau tailleur signé par la marque, preuve à l'appui sur Instagram.
- 4** **MONCLER**
Avec son projet Genius et sa deuxième collaboration avec Poldo Dog Couture, la marque Moncler n'a pas manqué une occasion de faire parler d'elle sur les réseaux sociaux. En novembre, elle a d'ailleurs fait la une des journaux après avoir été bannie par un lycée britannique.
- 5** **FENDI**
Arborant le motif FF associé avec le logo Fila/Fendi, la très attendue collection capsule a frappé un grand coup dans les boutiques en ligne sélectionnées. Des événements de lancement dans 9 villes du monde ont mis Instagram en émoi.
- 6** **VERSACE**
Michael Kora, désormais Capri Holdings, a finalisé le rachat de Versace en décembre. La marque a présenté sa pré-collection à la date symbolique de l'anniversaire de son défunt fondateur, Gianni, qui aurait soufflé ses 72 bougies.
- 7** **STONE ISLAND**
Si Stone Island a lancé une collection irisée de quatre pièces en octobre dernier, les t-shirts à logo et vêtements d'extérieur fonctionnels emblématiques de la marque continuent de générer de la demande à travers le globe cette saison.
- 8** **VETEMENTS**
Vêtements a poursuivi son partenariat avec Reebok en dévoilant la sortie de son tout dernier modèle de baskets Inerapump Fury. L'appui de Tilda Swinton sur la tapis rouge n'a pas manqué de créer l'engouement sur les réseaux sociaux.
- 9** **VALENTINO**
Pierpaolo Piccioli de chez Valentino a remporté le prix du créateur de l'année aux Fashion Awards, tandis que la cape verte de Jennifer Lopez et la robe de mariée de Gwyneth Paltrow ont fait le buzz sur les réseaux sociaux.

Lyst index Q4 2018



- 1** **OFF-WHITE**
Off-White s'est allié à MR PORTER pour créer une nouvelle collection inédite. 4 000 personnes se sont inscrites sur liste d'attente dans l'espoir de se procurer la bouteille d'eau réutilisable imaginée par Virgil Abloh, en collaboration avec MatchaeFashion.com et Evlan. Le créateur a également conçu des pièces inédites pour le duo de rap français PNL.
- 2** **GUCCI**
Gucci a rendu hommage au vieux Hollywood avec sa campagne #GucciShowtime. La marque a mis en place « Gucci Changemakers », une initiative qui propose des bourses pour soutenir les communautés afro-américaines d'Amérique du Nord et a investi 10 millions de dollars dans un nouveau programme visant à la sensibilisation à la diversité et à l'inclusion.
- 3** **BALENCIAGA**
En février, Balenciaga s'est associé à Farfetch pour lancer une collection capsule exclusive, imaginée dans la perspective d'un avenir plus durable. Le procès contre ses porte-clés Arba Magique a pris fin, et la marque a ouvert une nouvelle boutique à Londres.
- 4** **VALENTINO**
Valentino a apporté une touche haute couture aux Birkenstocks et Naomi Campbell nous a gratifiés de l'une de ses rares apparitions sur les podiums, en clôture du défilé de la maison. La robe Valentino sur mesure portée par Brie Larson à l'occasion de l'avant-première de Captain Marvel a fait le buzz.
- 5** **FENDI**
Le chouchou en velours rose et le costume assorti de Fendi, porté par Jason Momoa lors des Oscars, ont fait le tour d'Internet. La marque a pleuré la disparition de son directeur artistique Karl Lagerfeld et a rendu hommage à ses 84 ans de carrière lors du défilé prêt-à-porter automne/hiver 2019.
- 6** **PRADA**
Gigi Hadid a été présentée comme la nouvelle égérie de Prada et Patrizio Bertelli, le PDG de la marque, a annoncé en mars que la maison cesserait dès à présent de proposer des rabais. Un nouveau conseil sur la diversité a été créé après que les porte-clés faisant apparaître des visages noirs ont été critiqués pour « blackface ».
- 7** **STONE ISLAND**
Stone Island a poursuivi sa collaboration avec Supreme et dévoilé la très attendue collection printemps/été 2019 en mars. La marque a lancé une collection capsule de sacs inédite, en collaboration avec la marque d'accessoires japonaise PORTER. Les articles ont été disponibles à la vente pendant 6 jours seulement et uniquement sur l'application Stone Island.
- 8** **VERSACE**
Versace a lancé sa nouvelle paire de baskets Cross Chainer ainsi que trois nouvelles collections de bijoux. La maison italienne a annoncé qu'elle organisera un événement dans une boutique récemment ouverte lors du défilé Pitti Uomo printemps/été 2020 à Florence, qui fêtera les trente ans de la mode masculine.
- 9** **VETEMENTS**
Des Lunettes de soleil en collaboration avec Oakley, des baskets Spike Runner 200 avec Reebok et un jean à rallure sportive avec Levi's ont stimulé la demande dans le monde entier.

Lyst index Q1 2019

OUR JOURNEY

HERO PRODUCTS



VILLE TOP HANDLE BAG



TRIPLE S



OUR JOURNEY

MY FOCUS



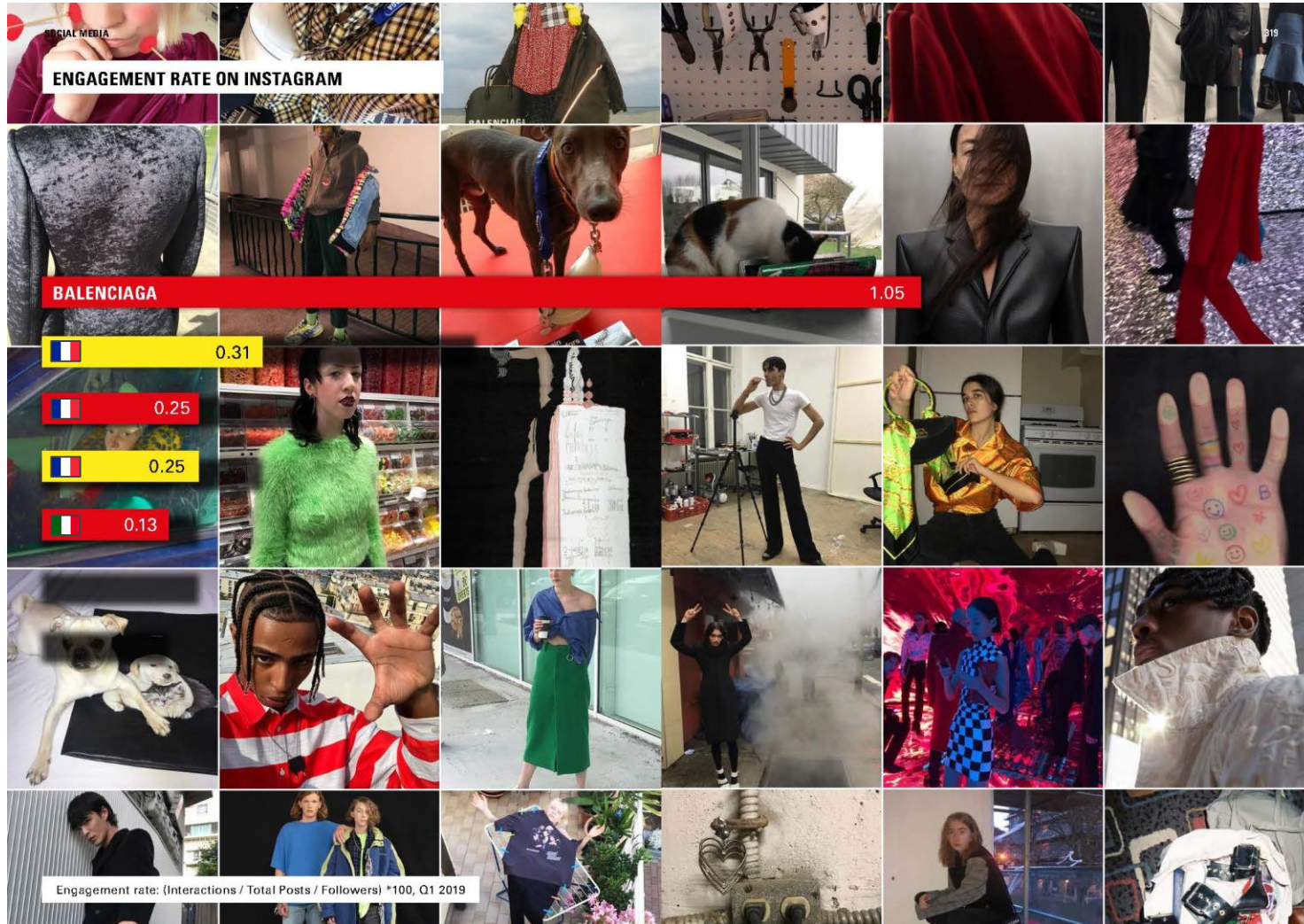
OUR JOURNEY

MY FOCUS



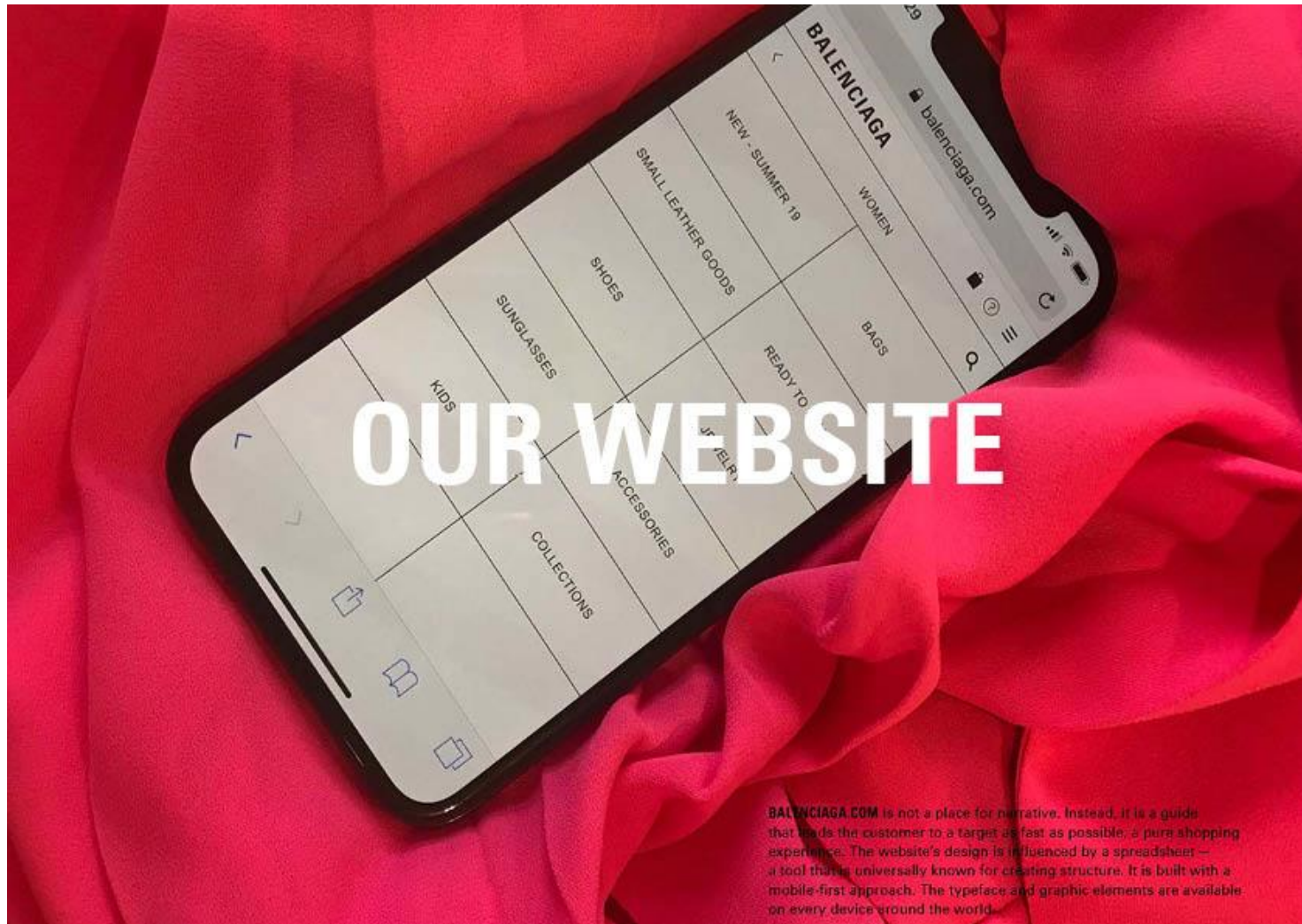
OUR JOURNEY

MY FOCUS



OUR JOURNEY

MY FOCUS



BALENCIAGA.COM is not a place for narrative. Instead, it is a guide that leads the customer to a target as fast as possible, a pure shopping experience. The website's design is influenced by a spreadsheet — a tool that is universally known for creating structure. It is built with a mobile-first approach. The typeface and graphic elements are available on every device around the world.



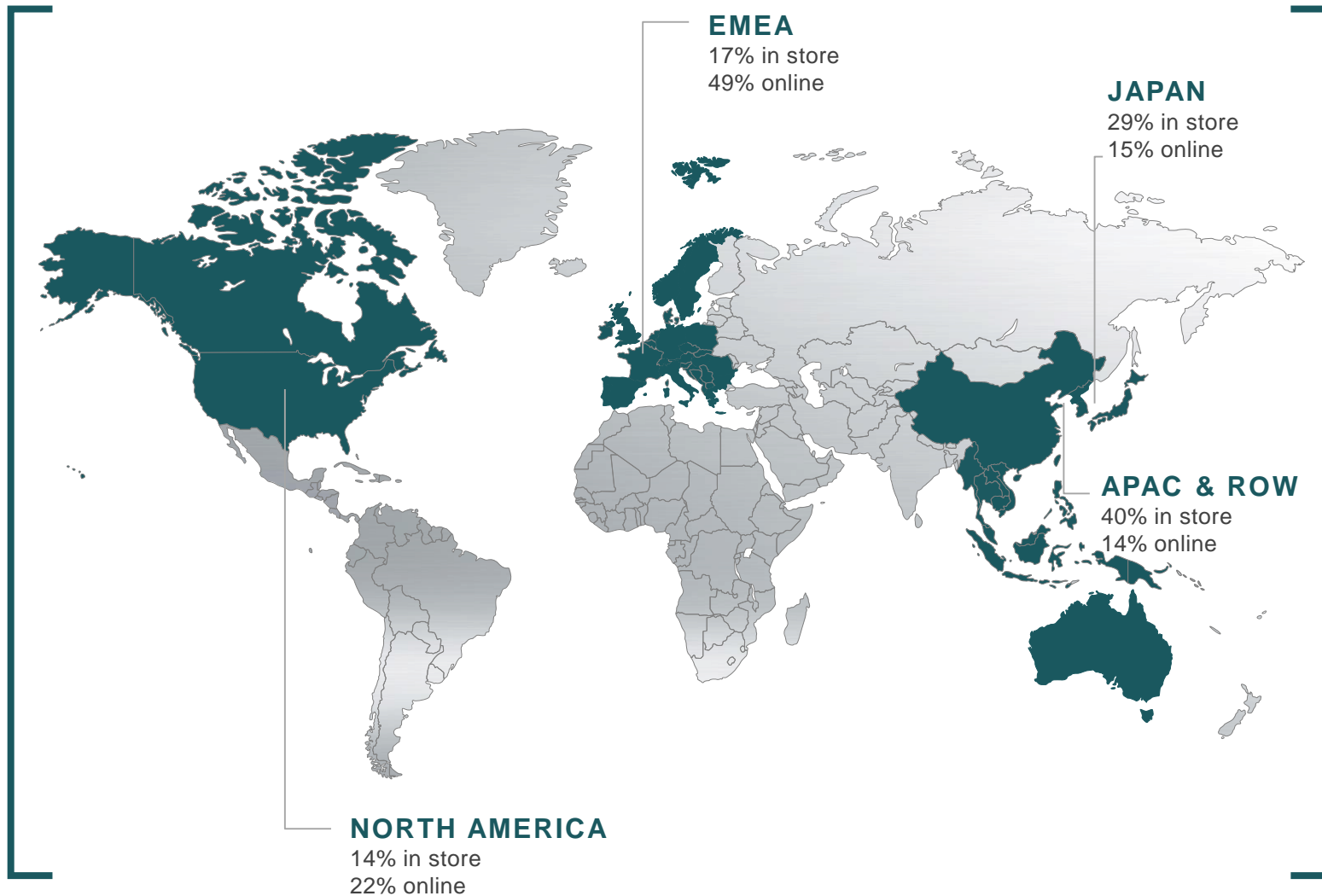
OUR JOURNEY

MY FOCUS



OUR JOURNEY

CLIENTS DEMOGRAPHICS



FIGURES

RETAIL CLIENTS

- 68% under 35
- 63% women vs. 37% men

ONLINE CLIENTS

- 5.5% online database purchasing in store
- Purchasing on 3 tools: Desktop (37% AC and 38% orders), mobile (58% AC and 58% orders) and tablet (5% AC and 4% orders)
- 71% under 35
- 47% women vs. 48% men (5% NA)

FY 2018
Figures based on client country of residence



A NEW CLIENT CENTRIC MINDSET

3 STRATEGIC PILLARS

CREATION

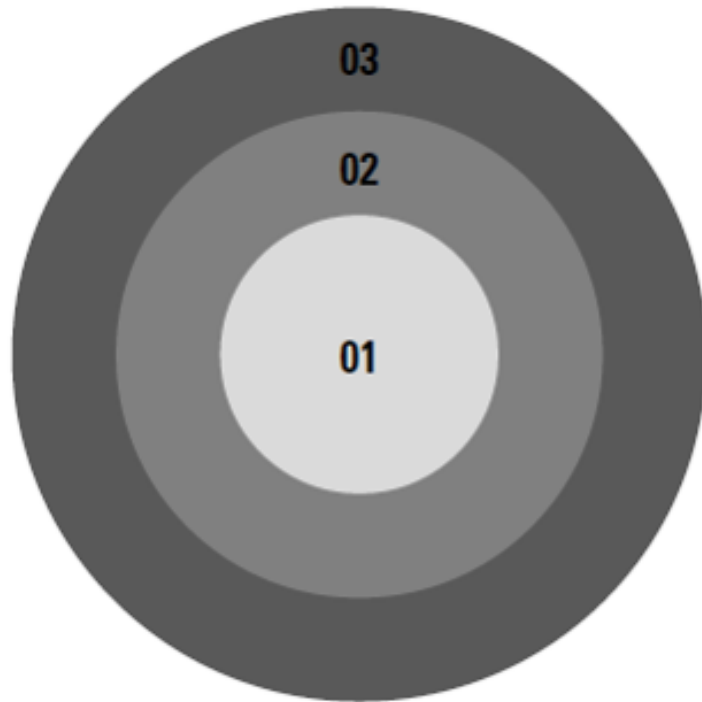
DIGITAL

CLIENT
JOURNEY



A NEW CLIENT CENTRIC MINDSET

CLIENT JOURNEY



1. IN-STORE CLIENT JOURNEY

2. RETENTION CLIENT JOURNEY

3. OMNICHANNEL CLIENT JOURNEY



ONLINE DISTRIBUTION



1. **BALENCIAGA.COM**

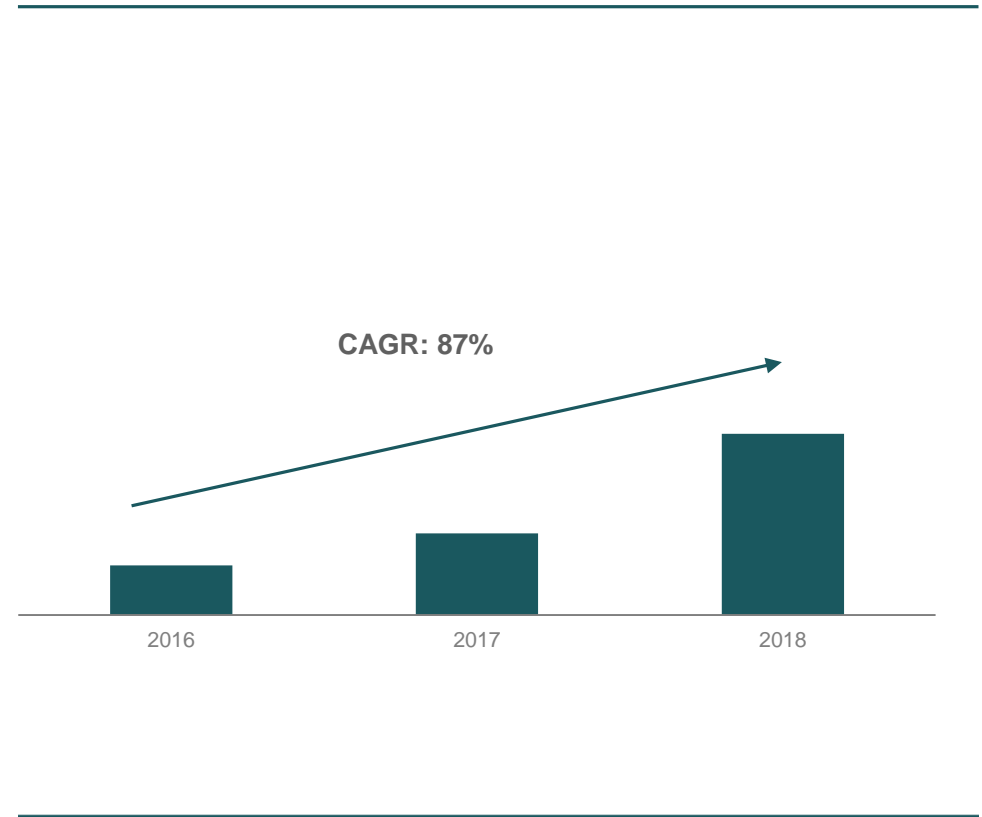
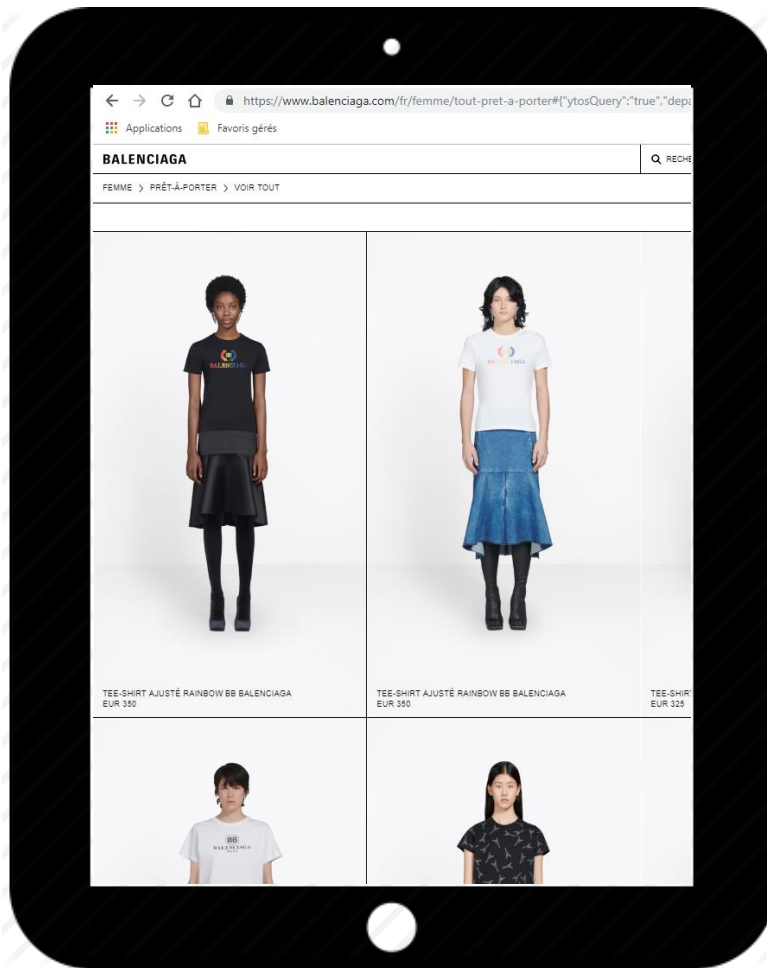
2. **E - CONCESSIONS**

3. **E - TAILERS**



ONLINE DISTRIBUTION

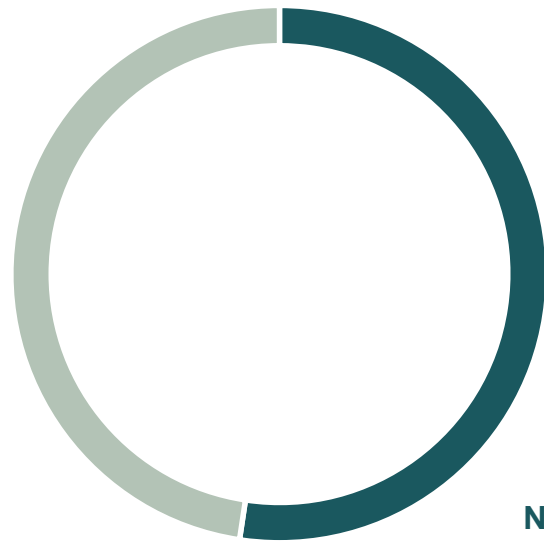
BALENCIAGA.COM



ONLINE DISTRIBUTION

E-CONCESSIONS

c. 50 % of TOTAL ONLINE SALES for 2018



**NET-A-PORTER &
FARFETCH
C. 50%**

NET-A-PORTER

FARFETCH



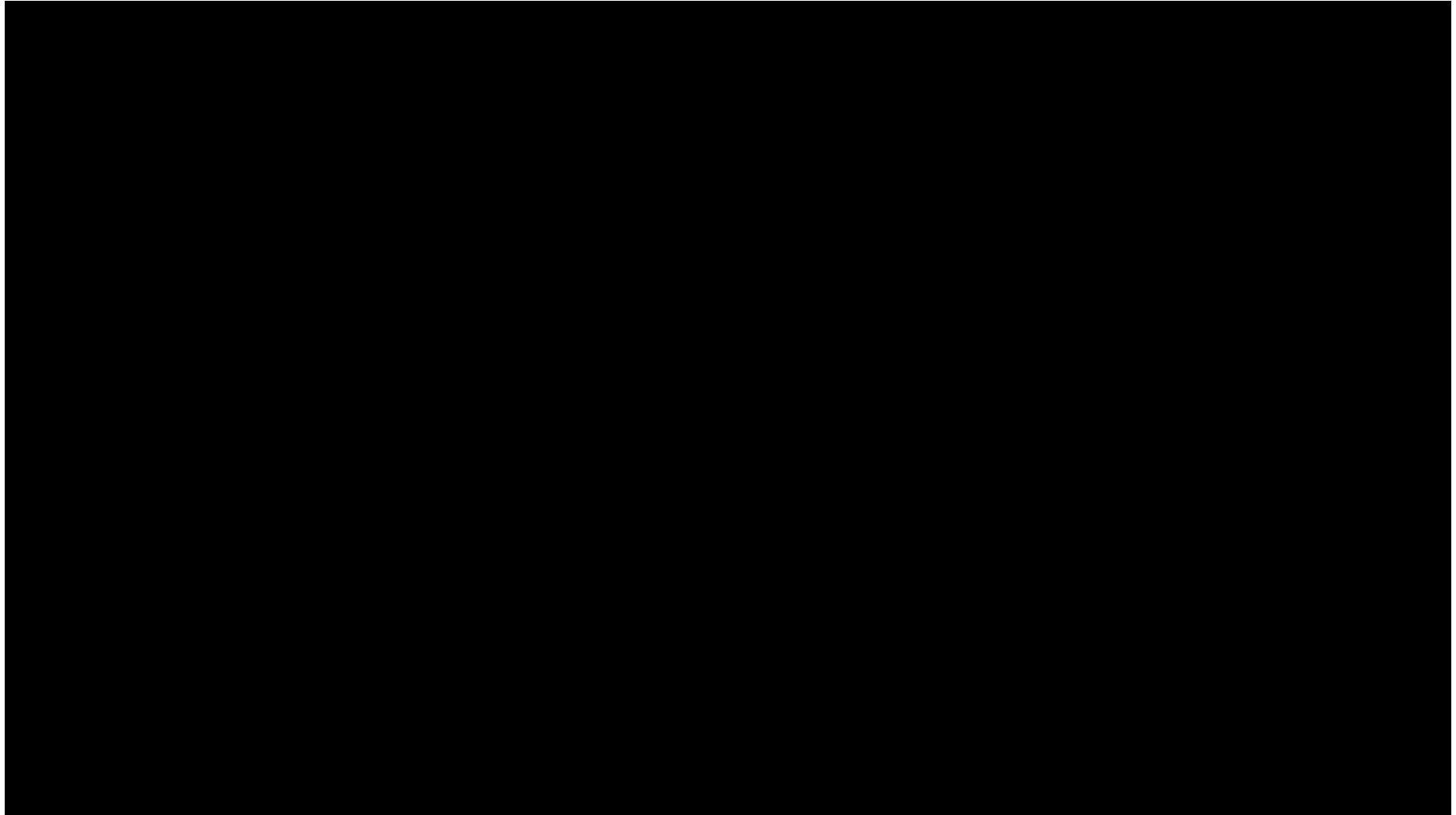
ONLINE DISTRIBUTION

CAPSULE COLLABORATIONS: NET-A-PORTER 2018



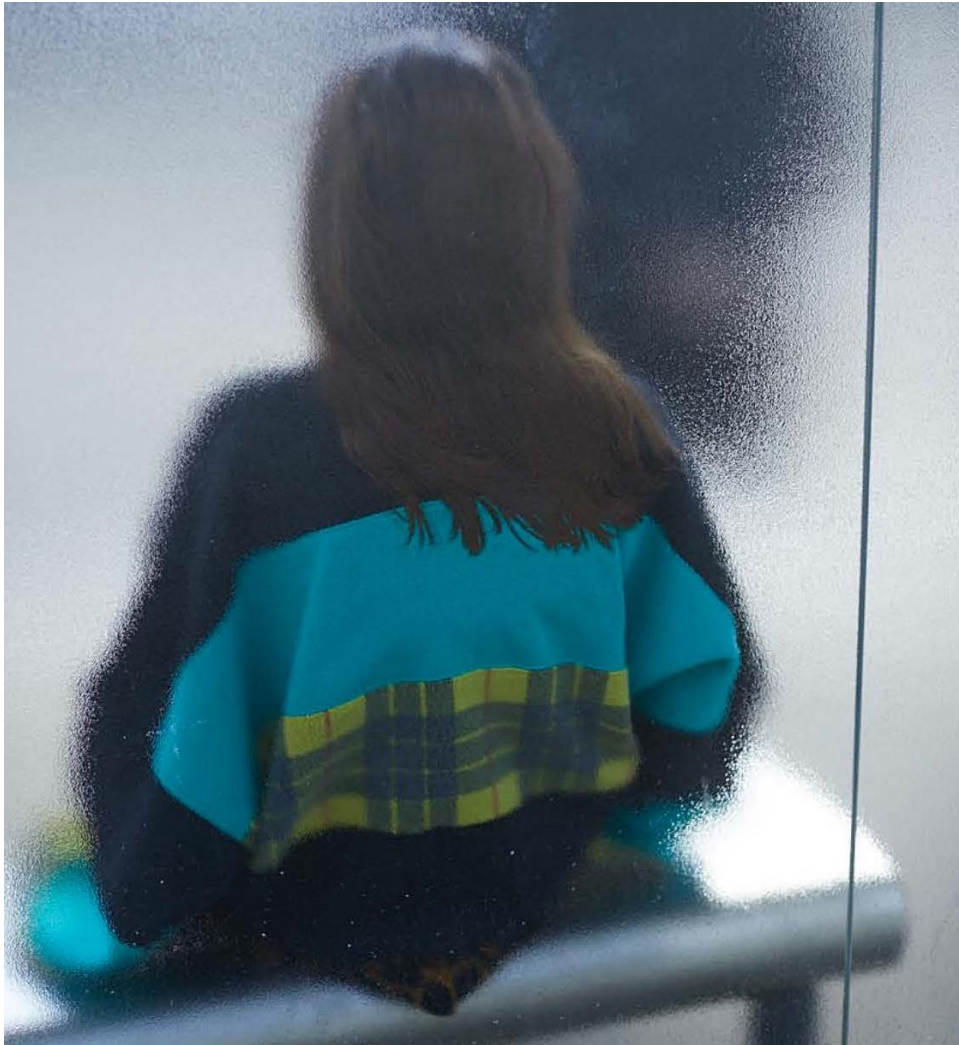
ONLINE DISTRIBUTION

CAPSULE COLLABORATIONS: FARFETCH 2019



ONLINE DISTRIBUTION

E-TAILERS



**MATCHES
FASHION.COM**

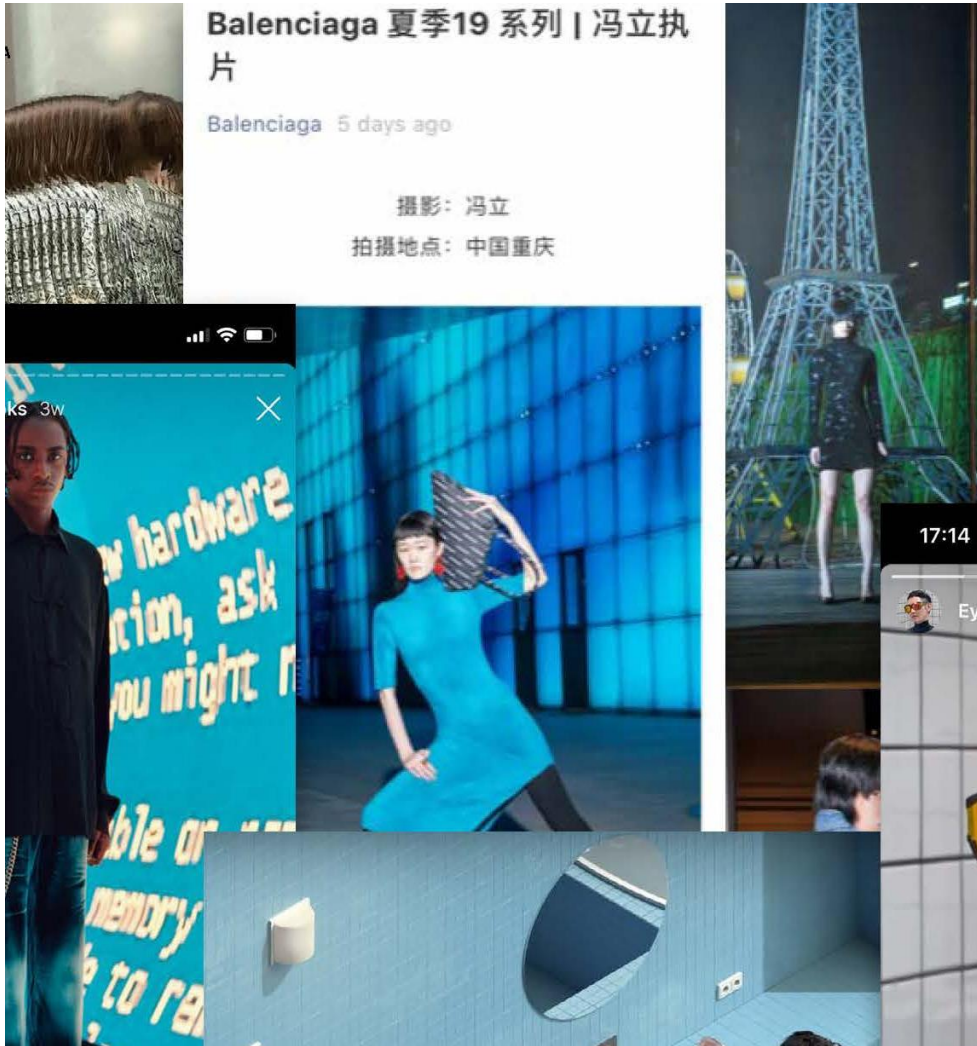
MYTHERESA

...



ONLINE DISTRIBUTION

CHINA SPECIFIC ECOSYSTEM



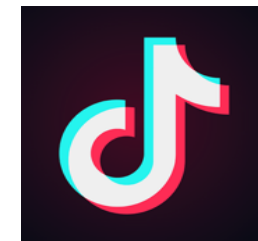
WECHAT



WEIBO



WECHAT MINI

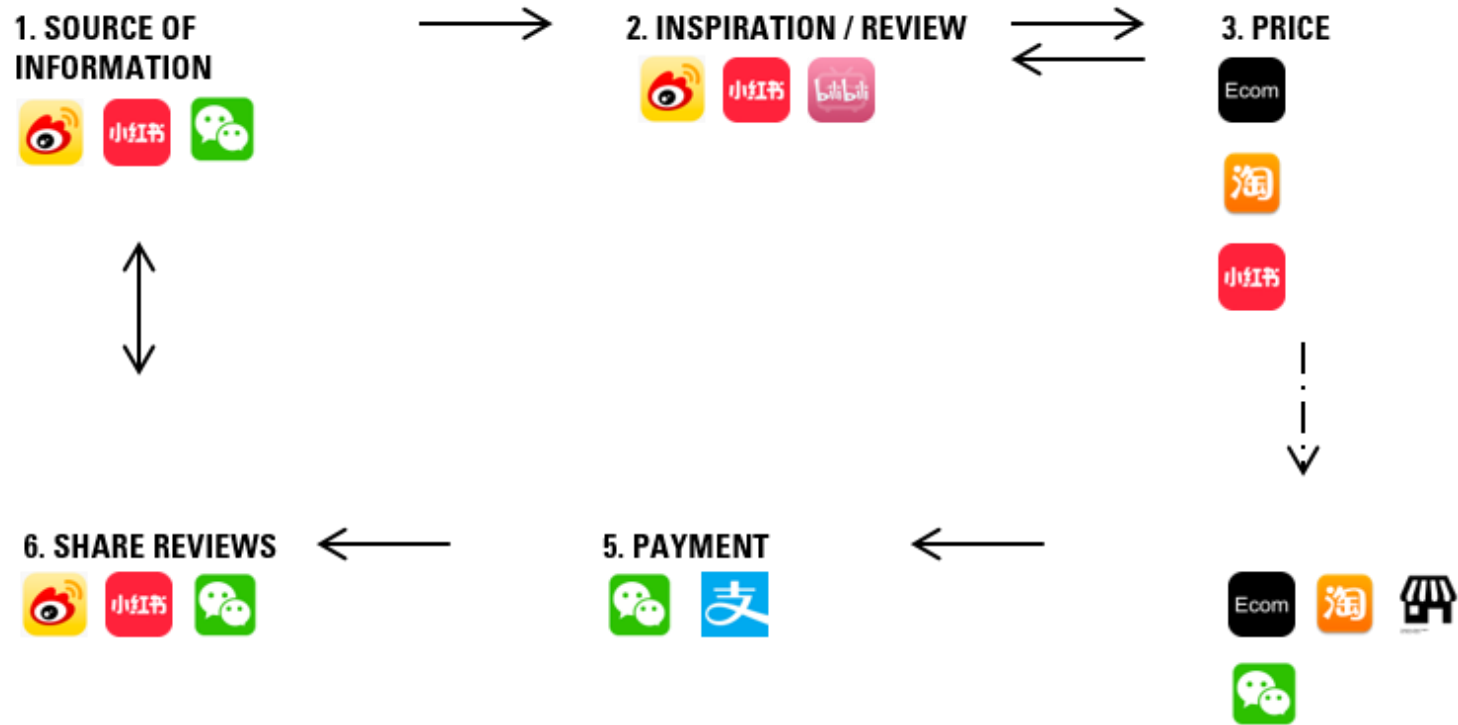


DOUYIN TIKTOK



ONLINE DISTRIBUTION

CHINESE APPS: A TYPICAL PURCHASE JOURNEY



A NEW LUXURY DIGITAL ECOSYSTEM

CREATION

DIGITAL

CLIENT
JOURNEY

