

*IfM*

INSTITUT  
FRANÇAIS  
DE LA MODE

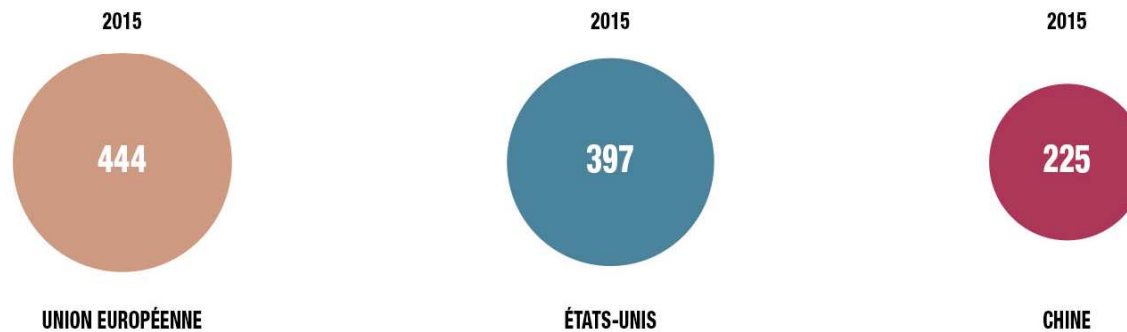


# MODE **ET** INTERNET OU EN SOMMES-NOUS ?

# CONSOMMATION HABILLEMENT-CHAUSSURES

## Milliards de dollars

LA CHINE DEVRAIT DEVENIR LE PREMIER MARCHÉ MONDIAL DANS LE COURANT DES ANNÉES 20



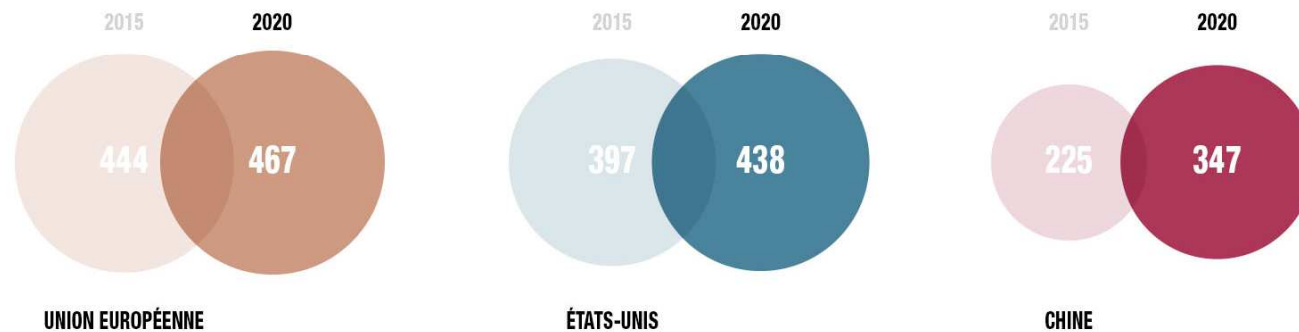
Source : OCDE, Li and Fung, prévisions IFM.

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

# CONSOMMATION HABILLEMENT-CHAUSSURES

## Milliards de dollars

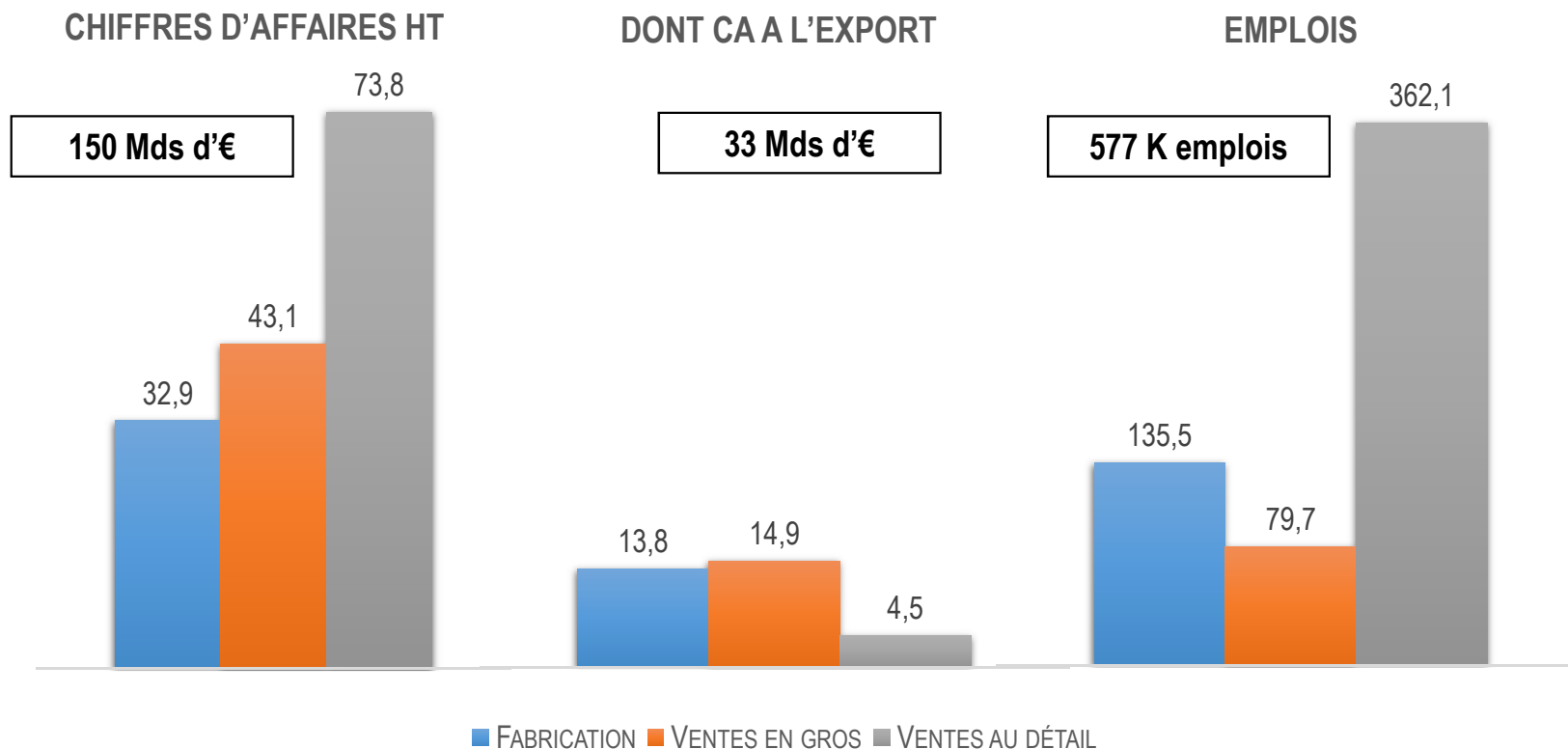
LA CHINE DEVRAIT DEVENIR LE PREMIER MARCHÉ MONDIAL DANS LE COURANT DES ANNÉES 20



Source : OCDE, Li and Fung, prévisions IFM.

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

# CHIFFRES CLES DES INDUSTRIES DE LA MODE\*



\* Vêtements, chaussures et cuir, maroquinerie, horlogerie et bijoux, optique, cosmétiques et parfums

Sources : INSEE ESANE, INSEE Comptes nationaux du commerce

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE, CONFERENCE FEVAD, 19/09/2017

# **MODE ET INTERNET**

**LA CONSOMMATION DE MODE EN LIGNE**

**LE PROFIL DES CONSOMMATEURS**

**LES ACTEURS**

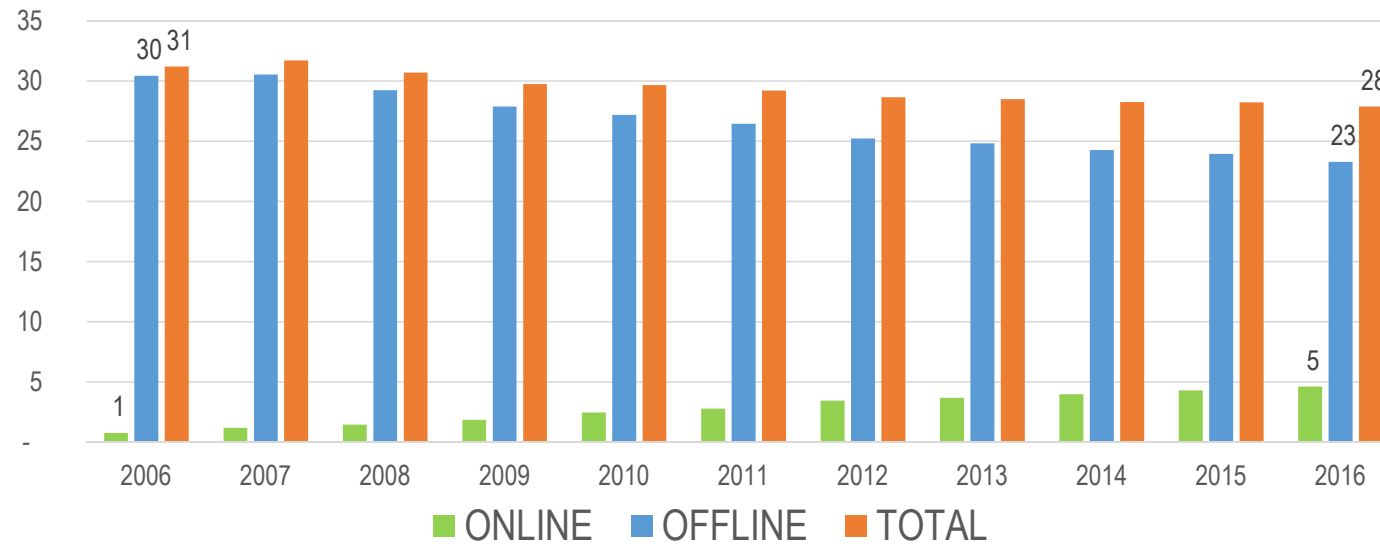


## LA CONSOMMATION DE MODE EN LIGNE

# MONTEE EN PUISSANCE DU COMMERCE EN LIGNE

LA CROISSANCE DU COMMERCE EN LIGNE NE COMPENSE PAS  
L'EROSION DES VENTES DES MAGASINS

CONSOMMATION D'HABILLEMENT EN MILLIARDS D'€





## **PART DES PRIX BARRES SUR LE NET : 58,0%**

Après une stabilité observée en 2015, le poids des prix barrés dans le CA total habillement marque une légère hausse en 2016 (40,6 % contre 40,2% l'année précédente).

Sur la Toile, la part des prix barrés dans le CA diminue également sous l'effet d'un fort recul des soldes (22,9 % contre 24,2% l'année précédente), de même pour les promotions (35,1% contre 35,9% en 2015)

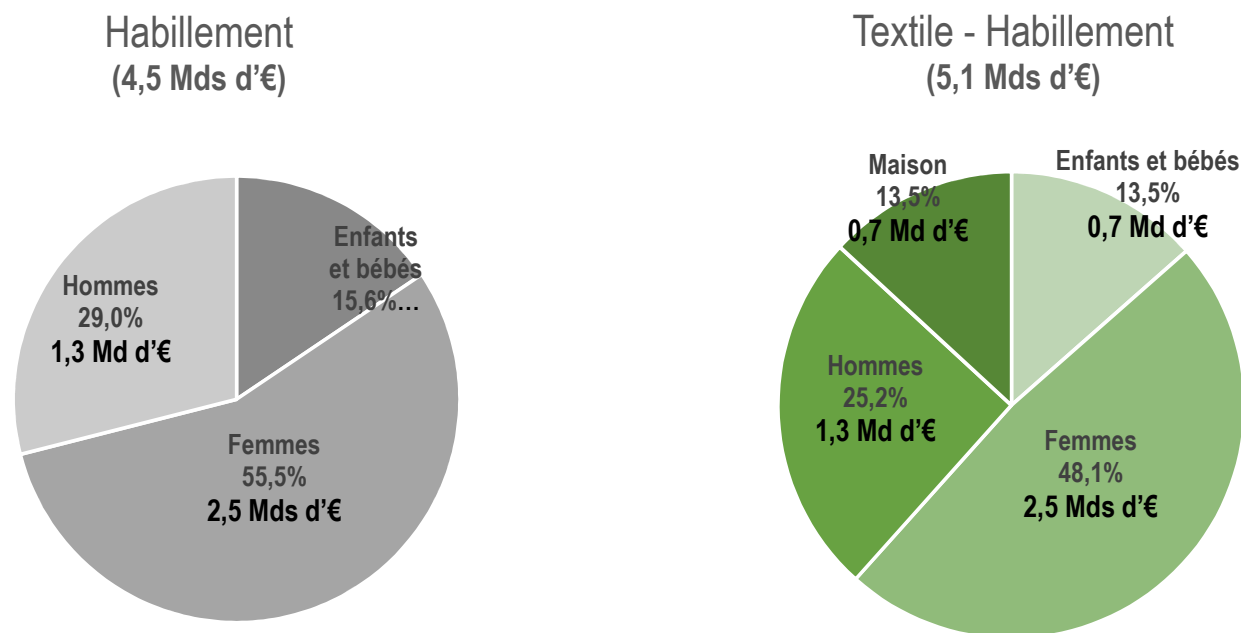
<b>EN % DU CA TOTAL HABILLEMENT JANVIER-DÉCEMBRE 2016</b>	<b>Tous circuits TOTAL</b>	<b>Tous circuits INTERNET</b>
<b>SOLDES</b>	<b>17,3 %</b>	<b>22,9 %</b>
<b>PROMOTIONS</b>	<b>23,3 %</b>	<b>35,1 %</b>
<b>TOTAL PRIX DISCOUNTÉS</b>	<b>40,6 %</b>	<b>58,0 %</b>



## LE PROFIL DES CONSOMMATEURS

# FRANCE - LES FEMMES SUR-CONSOMMATRICES DE MODE SUR INTERNET

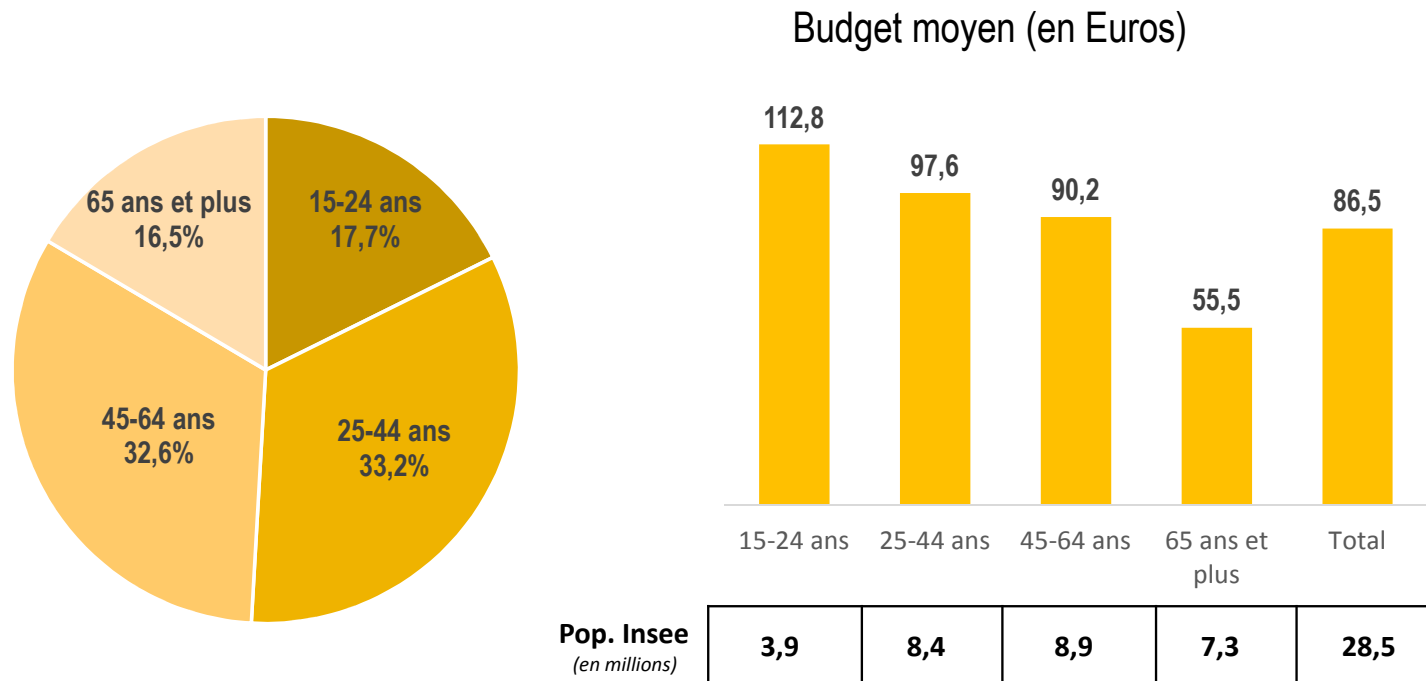
PART DE MARCHÉ DES RAYONS DANS LES ACHATS DE VETEMENTS EN LIGNE EN 2016 - % DES VALEURS



SOURCE : ENQUETE CONSOMMATEURS IFM

# CONSOMMATION PAR ÂGE : LES ACHATS DES FEMMES EN LIGNE

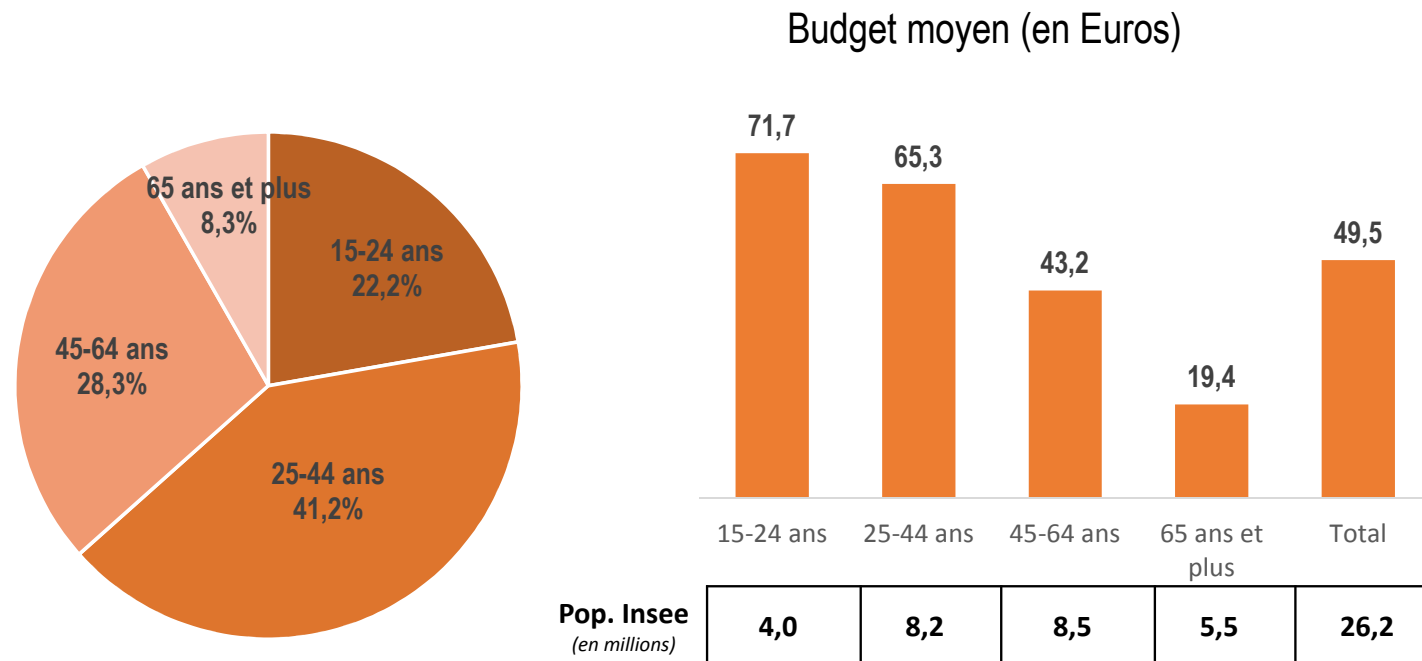
PART DES ACHATS EN LIGNE DANS LES DEPENSES D'HABILLEMENT FÉMININS SELON L'ÂGE EN 2016



SOURCE : ENQUETE CONSOMMATEURS IFM - VETEMENTS (HORS ACCESSOIRES ET CHAUSSURES)

# CONSOMMATION PAR ÂGE : LES ACHATS DES HOMMES EN LIGNE

PART DES ACHATS EN LIGNE DANS LES DEPENSES D'HABILLEMENT MASCULINS SELON L'AGE EN 2016



SOURCE : ENQUETE CONSOMMATEURS IFM - VETEMENTS (HORS ACCESSOIRES ET CHAUSSURES)

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE, CONFERENCE FEVAD, 19/09/2017

## CLIENTS DU LUXE : DES CONSOMMATEURS DE POIDS SUR INTERNET

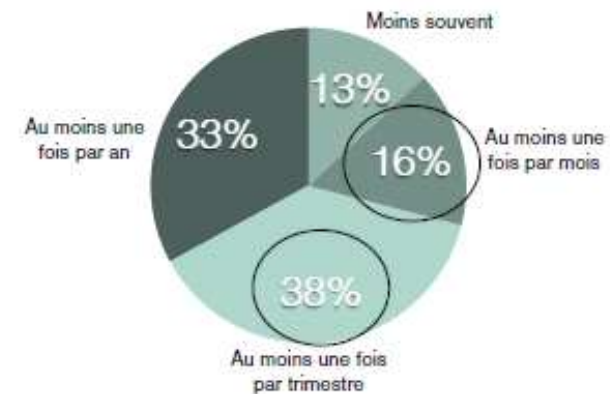
Un client sur quatre dépense déjà plus de 1000€ en ligne

Quel est le montant de vos dépenses annuelles de mode et accessoires de luxe sur Internet?



Plus de la moitié des clients achètent au moins une fois par trimestre

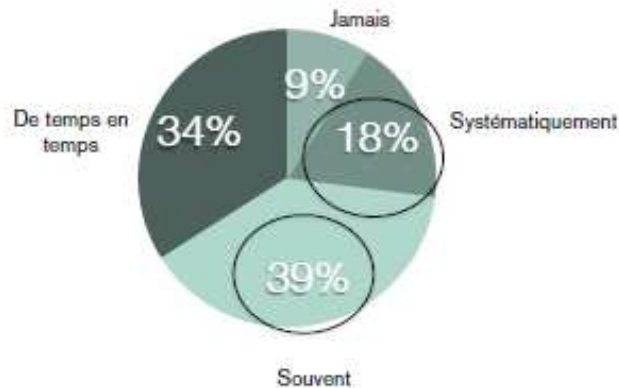
À quelle fréquence achetez-vous des vêtements ou accessoires de luxe sur Internet?



# FORTE INTEGRATION DU DIGITAL DANS LES PARCOURS D'ACHATS DU LUXE

## Une large majorité des clients prépare ses achats en ligne

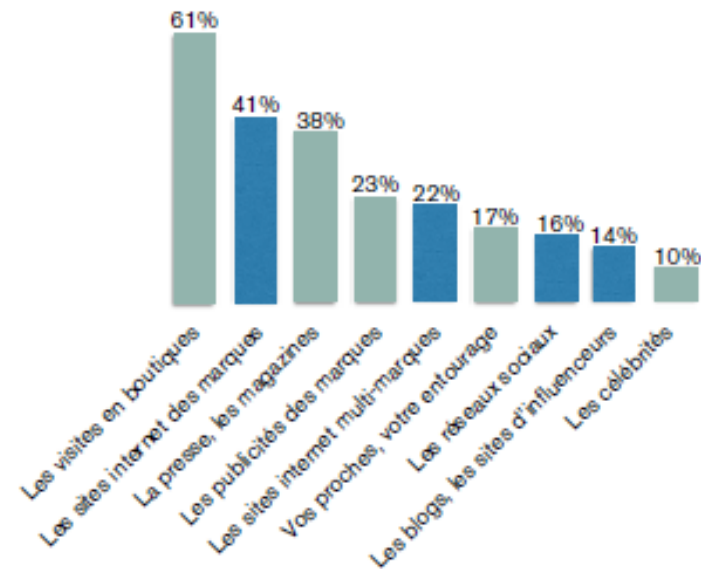
Avant de procéder à vos achats de vêtements et d'accessoires de luxe en magasin, préparez-vous vos achats en visitant les sites de marques, de distributeurs?



Source : Baromètre du luxe en ligne – IFM pour Matchesfashion.com

## Le digital très présent dans les sources d'information

Quelles sont vos principales sources d'information et d'inspiration sur la mode et le luxe?



*IfM*

INSTITUT  
FRANÇAIS  
DE LA MODE

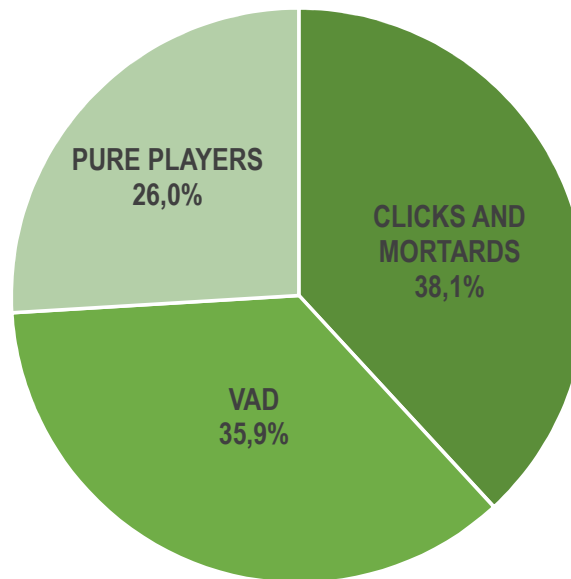


## LES ACTEURS



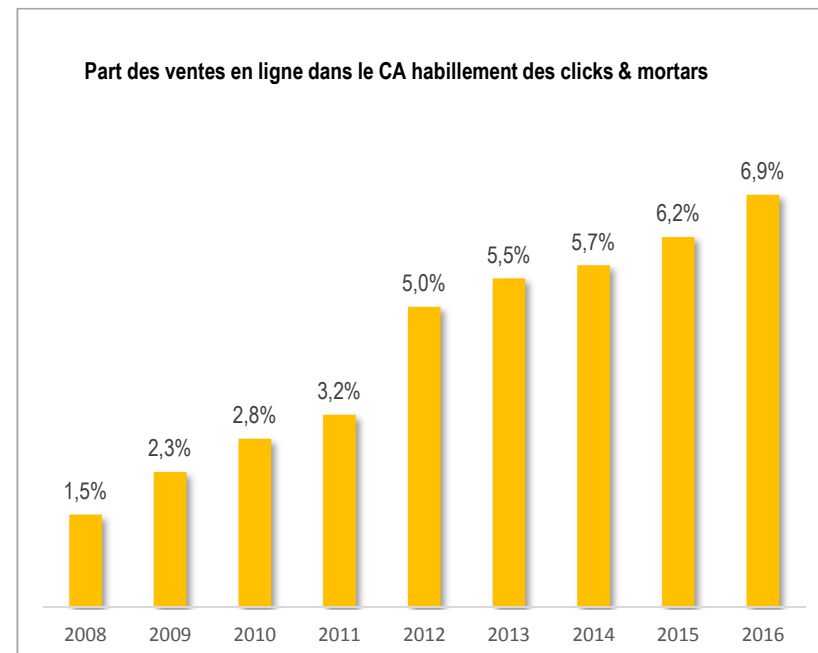
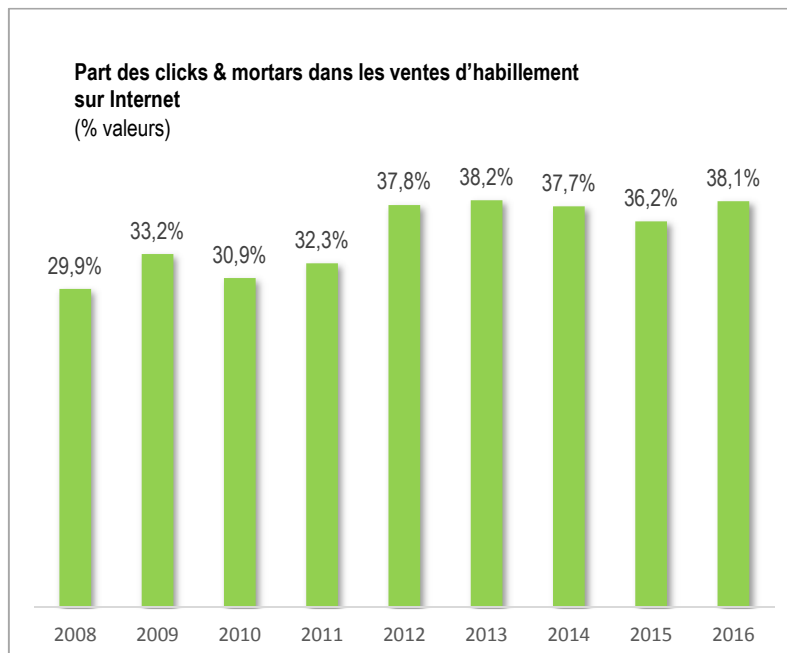
# FRANCE - REPARTITION DES VENTES EN LIGNE SELON LES ACTEURS – LES CLICKS AND MORTAR S'IMPOSENT

PARTS DE MARCHE EN VALEUR EN % DU TOTAL DES VENTES EN LIGNE D'HABILLEMENT EN 2016



SOURCE : ENQUETE CONSOMMATEURS IFM

# FRANCE - LES CLICKS & MORTARS



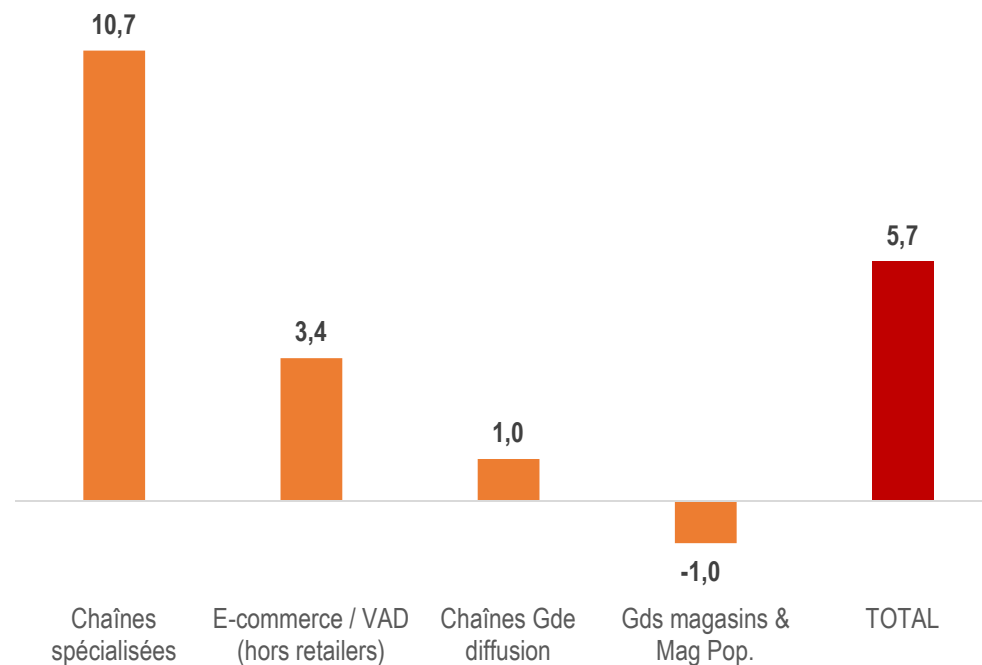
SOURCE : ENQUETE CONSOMMATEURS IFM

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE, CONFERENCE FEVAD, 19/09/2017

# POURSUITE DE LA HAUSSE DES VENTES EN LIGNE CHEZ LES RETAILERS...MAIS LE CLICK AND RESERVE BROUILLE LES PISTES

<b>ETATS-UNIS</b> <b>PART DES ACHATS EN LIGNE DANS LE CA</b>	<b>2016</b>
GRANDS MAGASINS (Nordstrom, Macy's, Neiman Marcus..)	15,7 %
NATIONAL CHAINS (Sears, JC Penney, Kohl's...)	9,8 %
SPECIALTY STORES (The Limited, J Crew, Gap, Victoria's Secret...)	20,4 %

# FRANCE – EVOLUTION DES VENTES TEXTILE-HABILLEMENT SUR INTERNET 7 MOIS 2017/7 MOIS 2016 SOURCE IFM-PANEL



SOURCE : PANEL DISTRIBUTEURS IFM

# Nous SUIVRE

Internet

Appli IFM Iphone /Android

LinkedIn

Twitter @IFMPARIS

Facebook

iTunes U

Blog LeMonde.fr

France Culture Plus

Tumblr

Pinterest

Sound Cloud

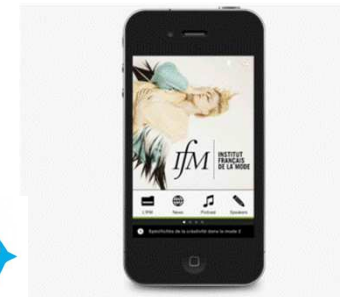
Vimeo

Dailymotion

Youtube

Instagram

Google +



Dailymotion