

## LA MODE D'OCCASION S'INVITE DANS LE DRESSING DES FRANÇAISES, PHENOMENE DE MODE, TENDANCE ECOLOGIQUE OU ECONOMIQUE ?

Si les françaises plébiscitent les bonnes affaires pour acheter leurs vêtements, les soldes (40% des achats de l'année) ne sont plus les seules à obtenir leurs faveurs, nombreuses sont celles qui cumulent les opportunités tout au long de l'année avec les ventes privées et les promotions temporaires/anniversaires (34% des achats annuels).

Certaines pratiques de nos Seniors sont revisitées comme « la mode d'occasion » et reviennent sur le devant de la scène, redynamisées par les nouvelles applications que lui offre le digital. Aujourd'hui 28% des Françaises ont déjà acheté des vêtements d'occasion. Ce phénomène touche toutes les classes d'âge et tous les types de profils même si les raisons de le faire peuvent varier selon les populations. Si toutes s'accordent à dire que c'est une opportunité pour acheter des vêtements moins chers notamment des vêtements de marque (opinion partagée par près de 50% d'entre elles) près de 40% y voient une bonne occasion de renouveler plus vite leur garde-robe. Les CSP+ y trouveront également un aspect écologique et éco-responsable quand les milléniales y verront davantage l'opportunité d'y dénicher la perle rare.

Les acheteuses de seconde main dépensent déjà 29% de leur budget d'habillement via ce canal qui devrait prendre un essor important dans les prochaines années. En effet, c'est le mode d'achat qui progressera le plus dans les prochaines années, +46% d'acheteuses (soit 41% des femmes), au détriment des ventes plus traditionnelles en boutique ou dans les grandes enseignes.

Cet engouement s'explique notamment par une nouvelle prise de conscience du « gaspi » vestimentaire. En effet, nos placards regorgent de vêtements que nous ne portons plus : 93% des femmes ont des vêtements qu'elles n'ont pas portés depuis un an (en moyenne une quinzaine de pièces/personne qui représentent environ 1/4 de la garde-robe). Selon

l'étude, cela représenterait plus de 5 milliards\* d'euros de vêtements qui dorment dans les penderies des françaises.

Pour désengorger les placards, **83% des femmes interrogées disent avoir jeté des vêtements au cours de l'année** (elles déclarent en jeter en moyenne 7 par an). La plupart du temps, elles le font pour de bonnes raisons parce qu'ils étaient usés ou tachés mais aussi parfois pour des questions plus futiles : **27% ne les aiment plus et 16% ne les trouvent plus suffisamment à la mode.**

Plutôt que de jeter, **31% des françaises déclarent avoir vendu des anciens vêtements** au cours de l'année, d'ailleurs 50% des vendeuses sont-elles mêmes acheteuses d'occasion. La bonne nouvelle c'est que cette tendance va s'accroître l'année prochaine avec 41% des femmes qui pensent acheter de la seconde main sur internet et 51% qui s'improviseront vendeuses, tendance qui est encore plus présente chez **les milléniales avec 46% de futures acheteuses et 66% de futures vendeuses.** Un changement de mentalité qui devrait avoir un impact positif sur notre planète, l'industrie de l'habillement étant la 2<sup>e</sup> source de pollution dans le monde.

NB : Toutes les données chiffrées sont issues d'une étude réalisée par l'institut d'études Audirep en Juin 2018 auprès d'un échantillon représentatif de 1000 femmes françaises de 18-65 ans

#### A propos d'Audirep

Audirep est un Institut d'Etudes Marketing créé en 1995. Sa philosophie : créer de la valeur ajoutée aux études de marché et rendre leurs résultats opérationnels. Des compétences multi secteurs (Services, Transport, BFA, Grande Consommation, CHD), et une expertise reconnue sur les problématiques de construction d'offre, d'optimisation du prix, de la stratégie de fidélisation, d'analyses de parcours clients (en point de vente ou sites web marchands) ou de relation clients (baromètres de satisfaction).

Contact Audirep - Laurence Hua 01 70 19 23 12 - l.hua@audirep.fr [www.audirep.fr](http://www.audirep.fr)