

Le marché de la mode en 2023 : Quel bilan ? Quelles perspectives pour 2024 ?

15 février 2024



Sommaire

1. Quel bilan pour 2023 ?
2. Quelle dynamique pour les ventes en ligne ?
3. Les enseignes les plus fréquentées
4. Les grandes mutations à l'origine de la crise du milieu de gamme
5. Les perspectives pour 2024

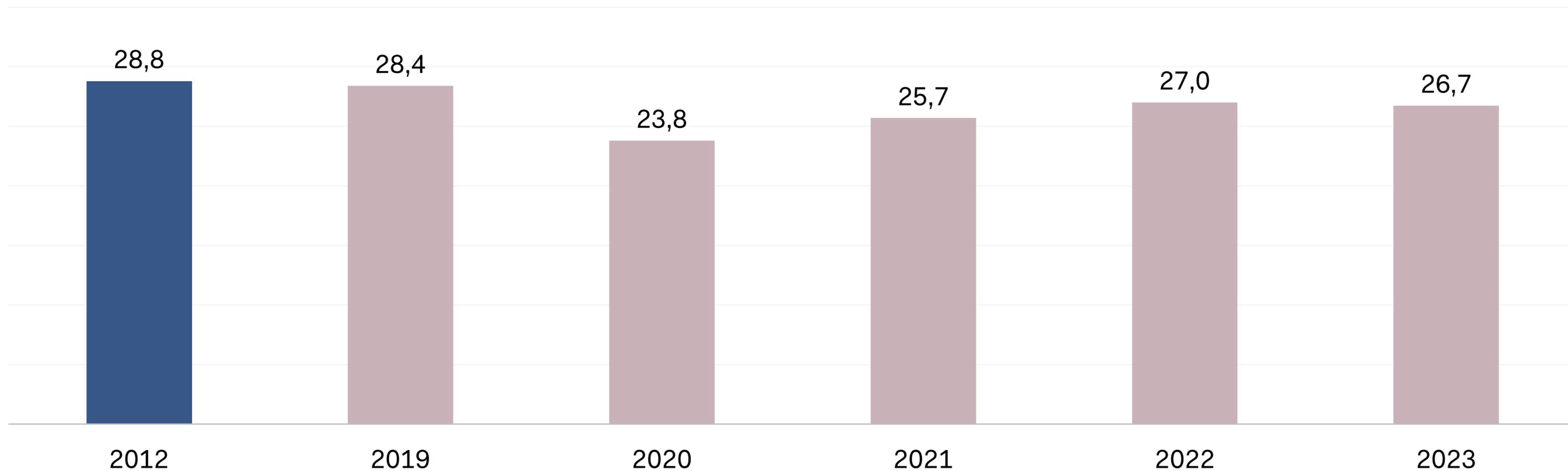
Partie 1

1. Quel bilan pour 2023 ?
2. Quelle dynamique pour les ventes en ligne ?
3. Les enseignes les plus fréquentées
4. Les grandes mutations à l'origine de la crise du milieu de gamme
5. Les perspectives pour 2024

France : évolution de la consommation

Total habillement (hors accessoires) en milliards d'euros

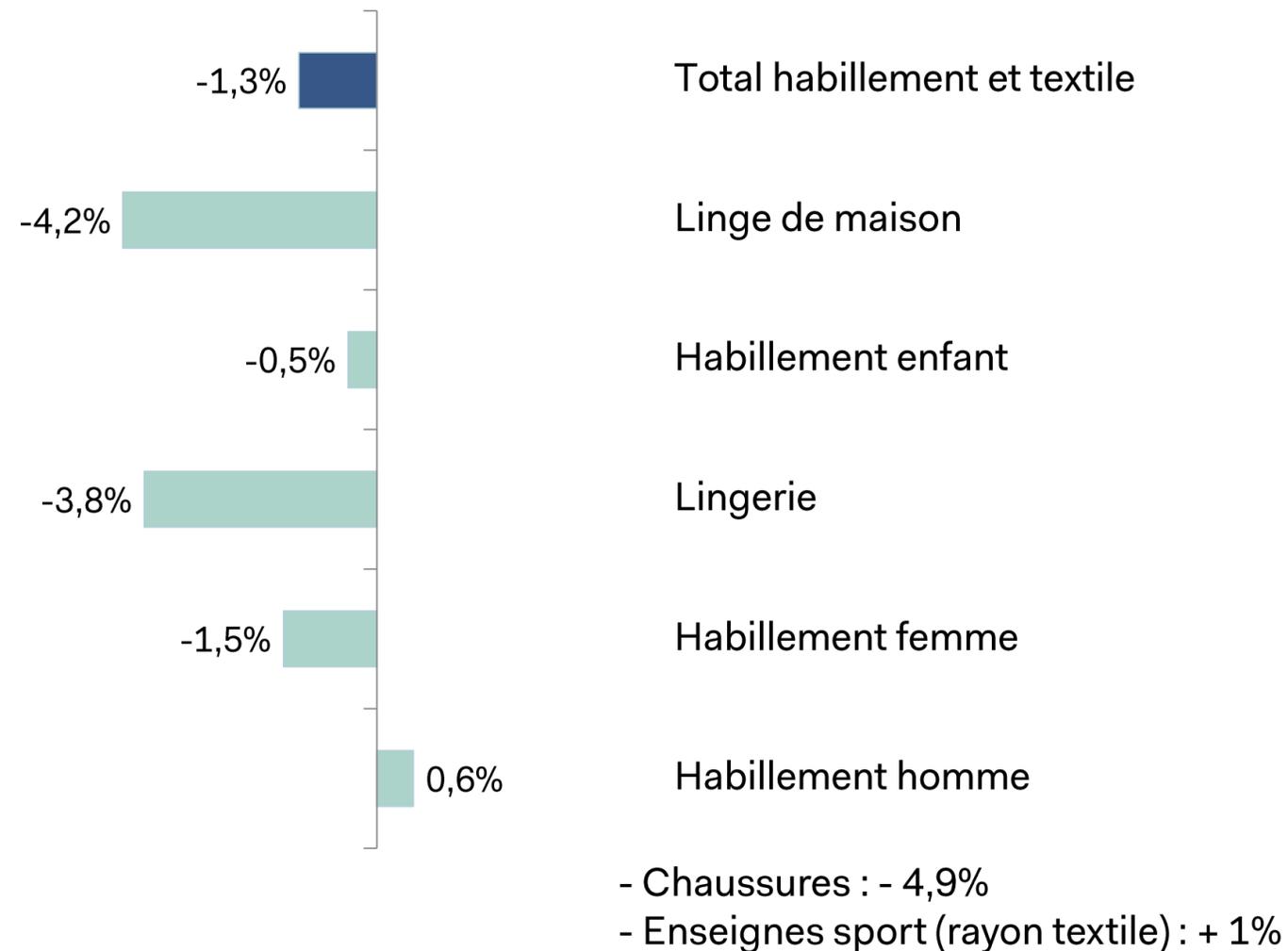
Le marché de l'habillement a totalisé environ 27 milliards d'euros en 2023



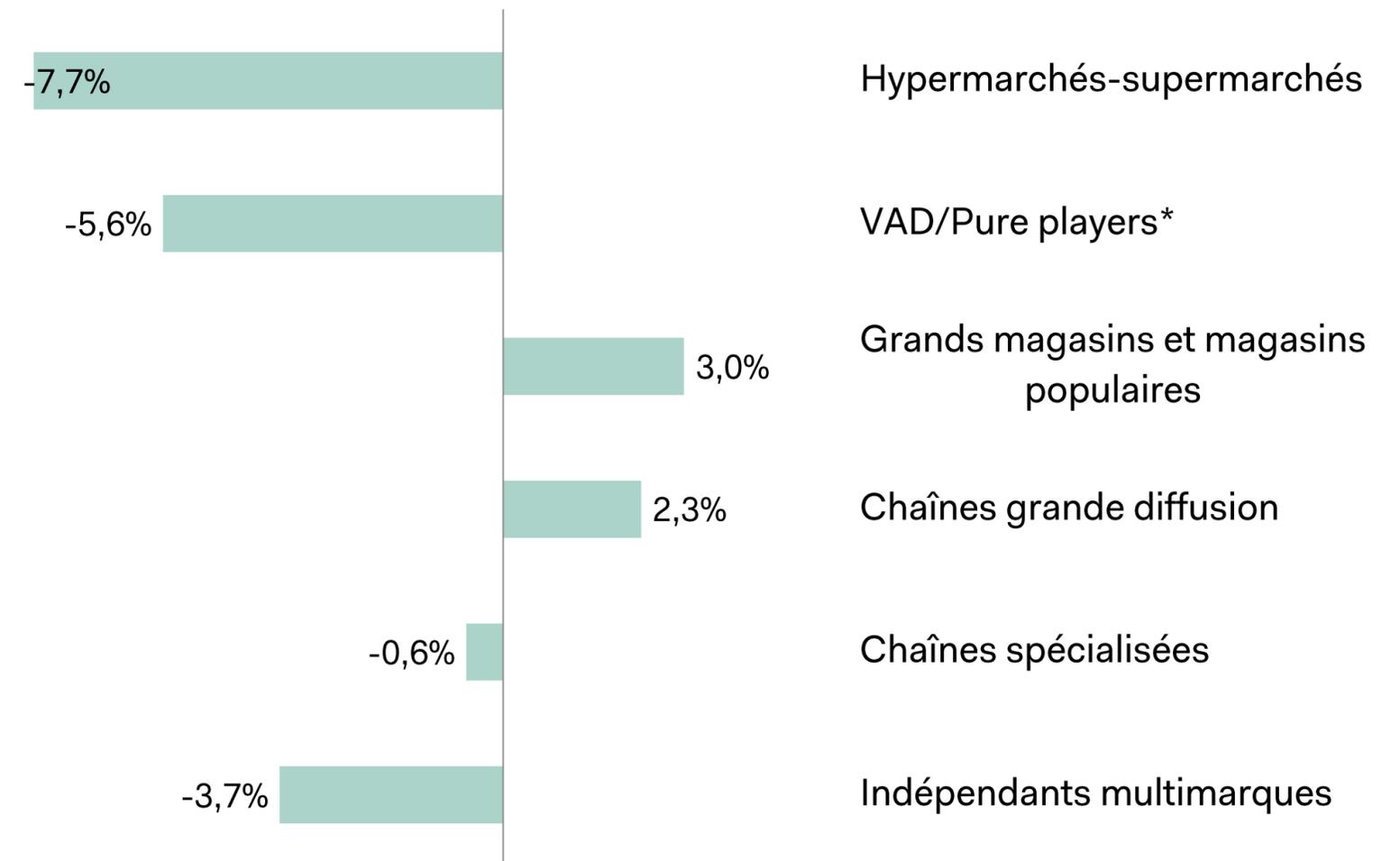
France : repli de 1,3 % des ventes en valeur en 2023

Evolutions des chiffres d'affaires des distributeurs : 2023/2022

Marchés



Circuits de distribution

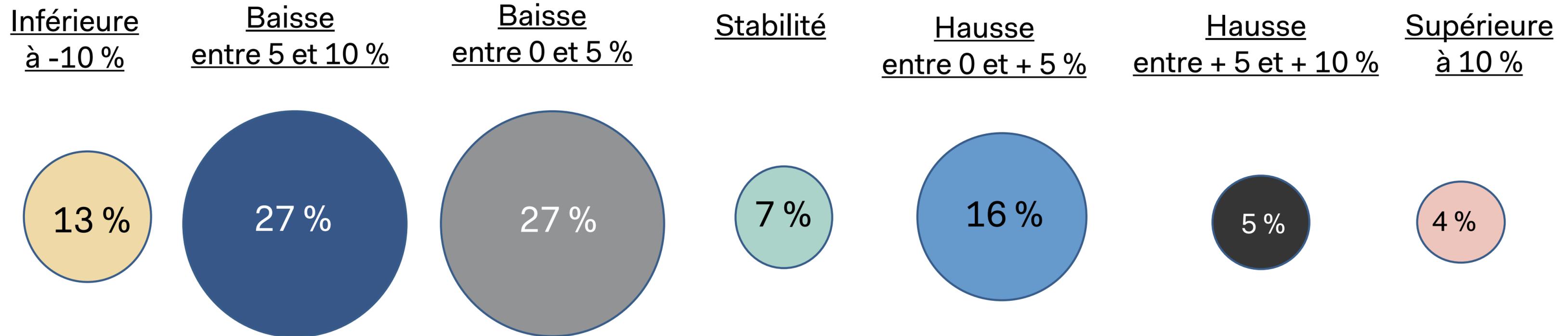


Source : IFM Panel *Source : FEVAD

Source sport : grandes enseignes multisports, Union Sport & Cycle

France : recul de 4 % des ventes en volume en 2023

Comment ont évolué vos ventes en volume par rapport à 2022 ?

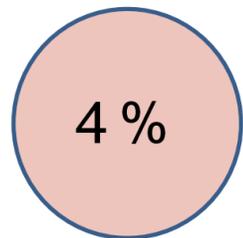


Évolution moyenne en 2023 : - 4 %

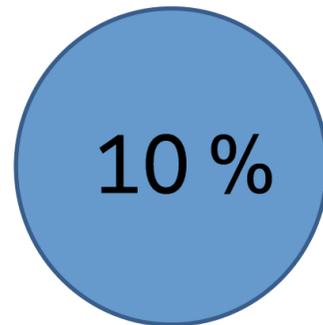
France : comment vont évoluer vos prix de vente en magasin en 2024 ? ⁷

Total habillement et textile

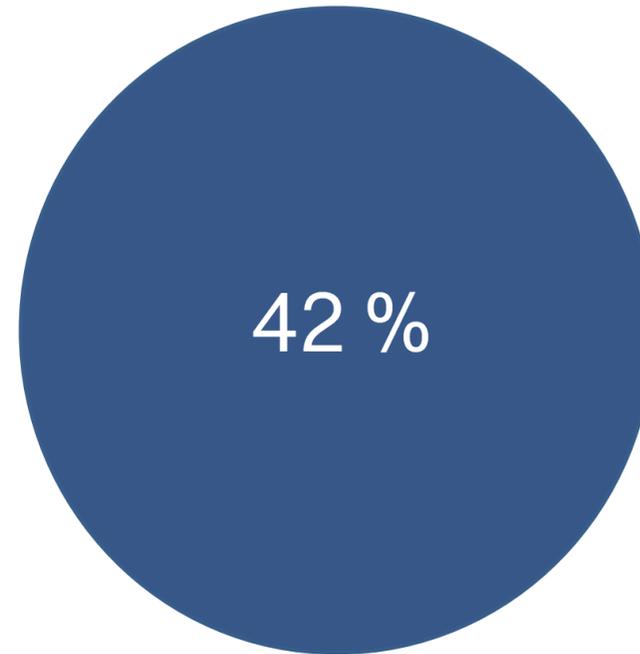
Baisse
entre 5 et 10 %



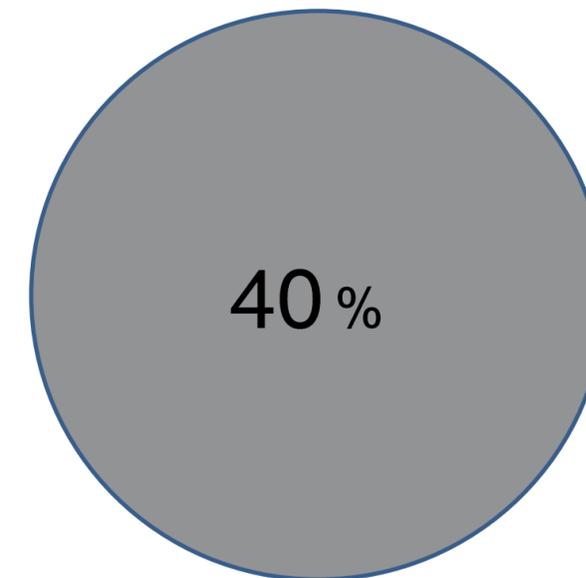
Baisse entre 0 et 5 %



Stabilité



Hausse entre 0 et + 5 %



Hausse
entre + 5 et + 10 %

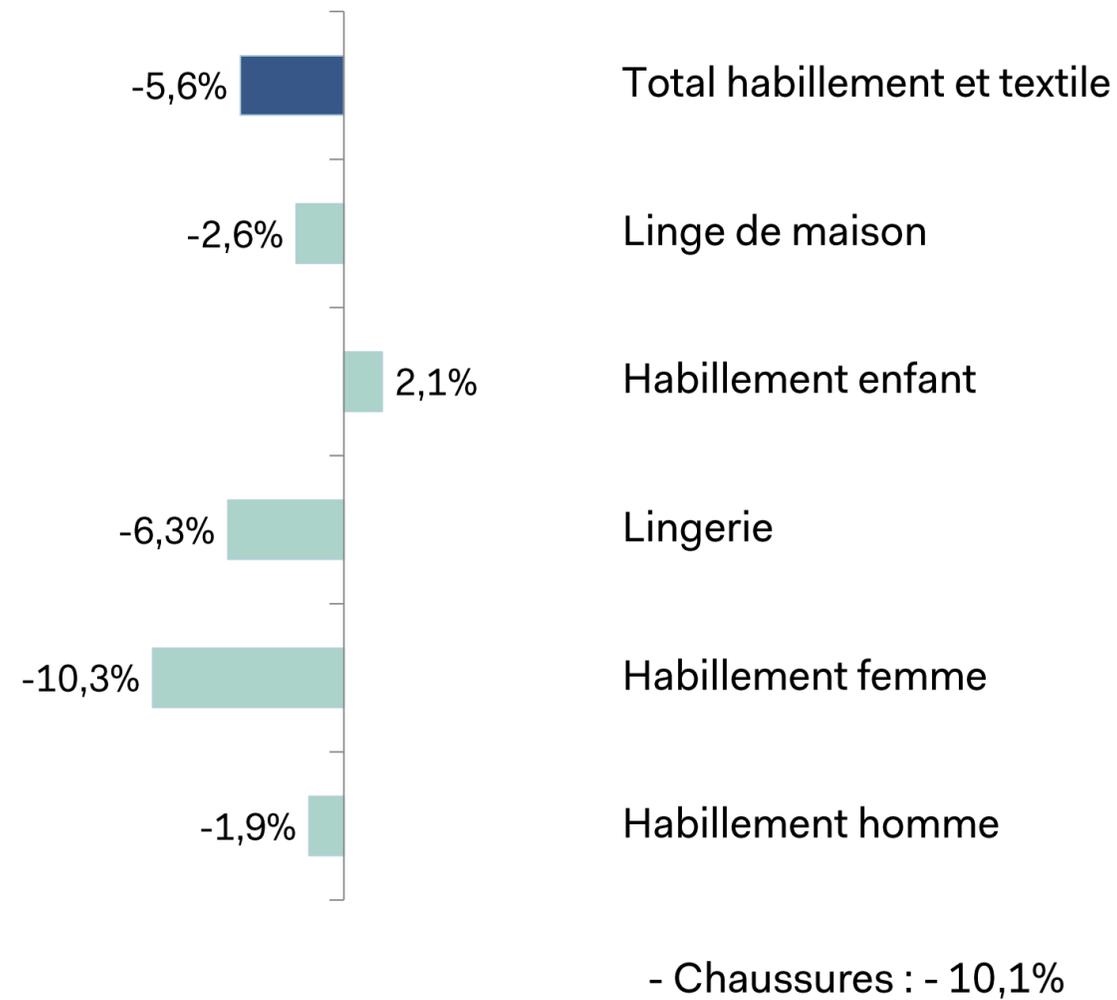


Évolution moyenne attendue en 2024 : + 1 %

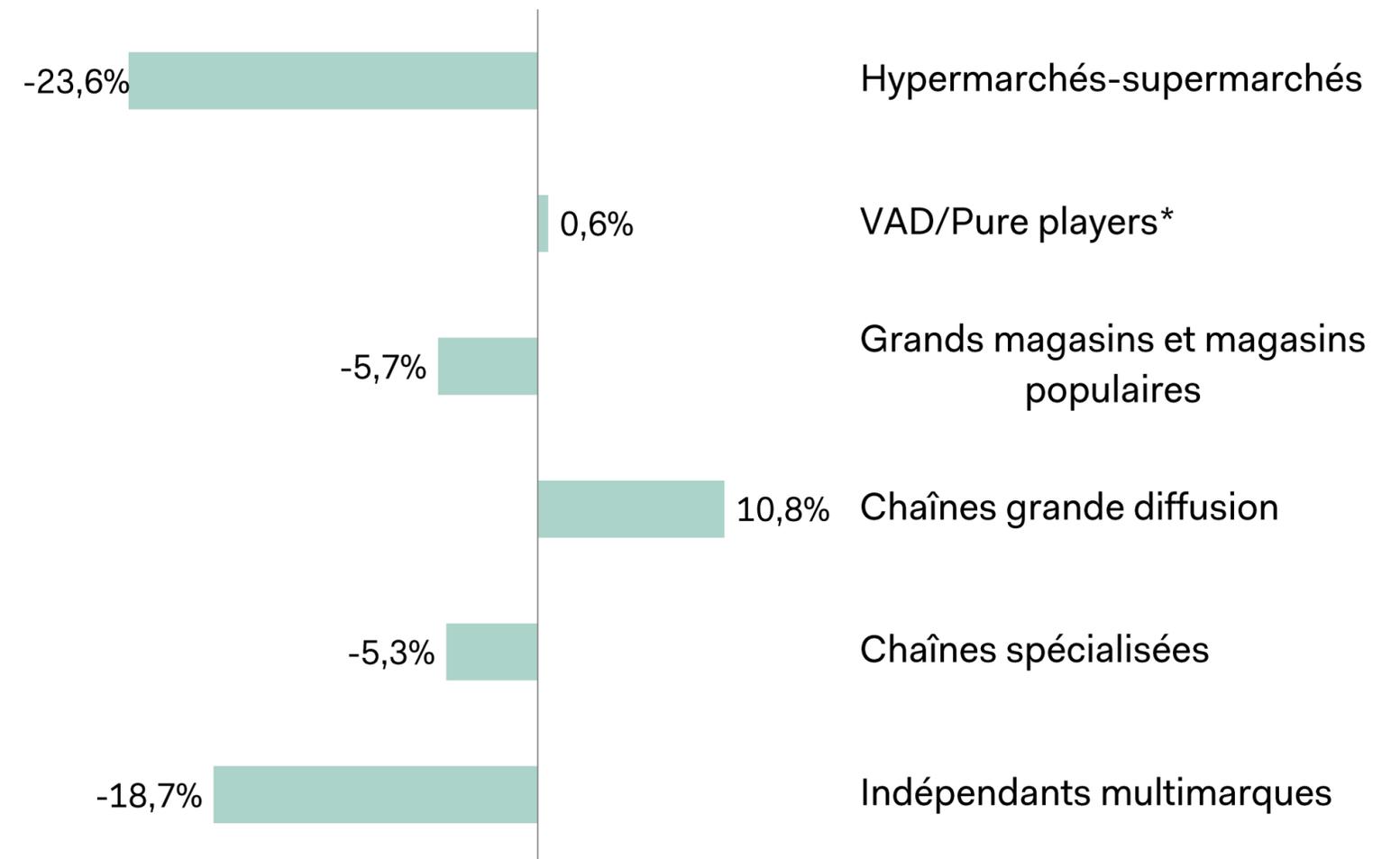
France : recul des ventes de 5,6 % en 2023 par rapport à 2019

Evolutions des chiffres d'affaires des distributeurs : 2023/2019

Marchés



Circuits de distribution



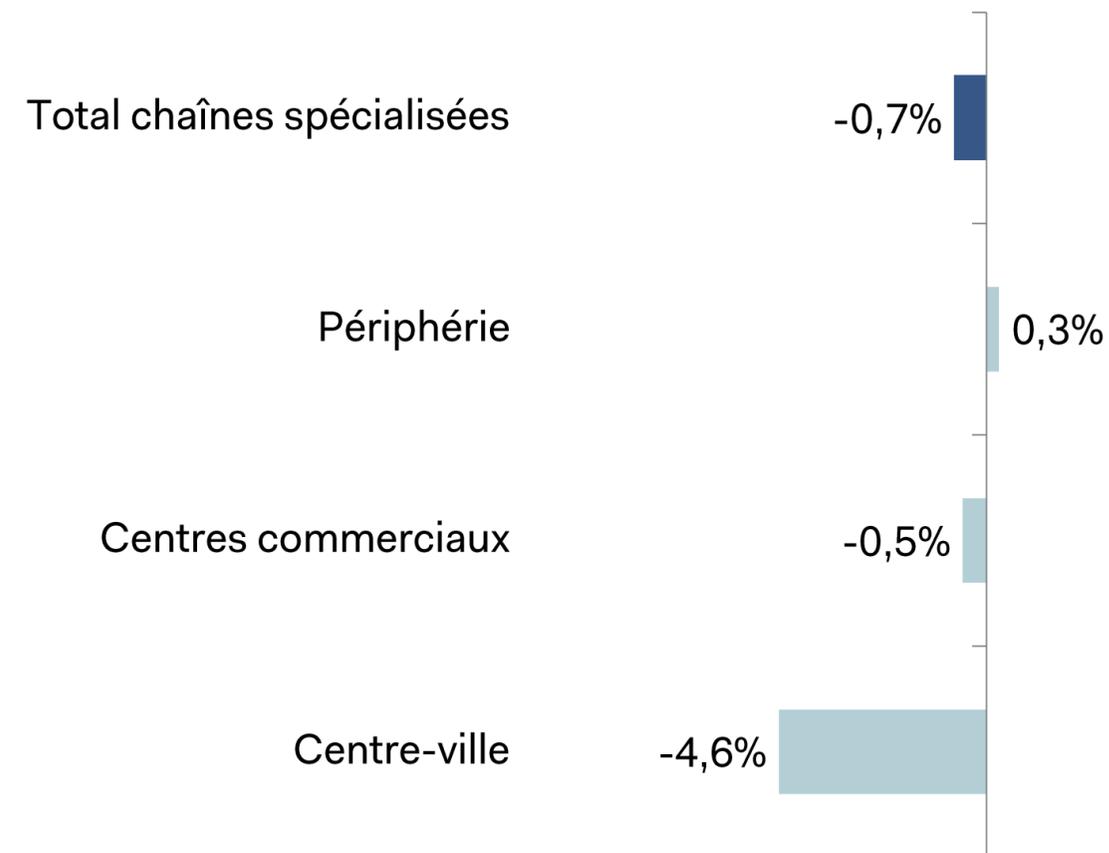
Source : IFM Panel *Source : FEVAD

Source sport : grandes enseignes multisports, Union Sport & Cycle

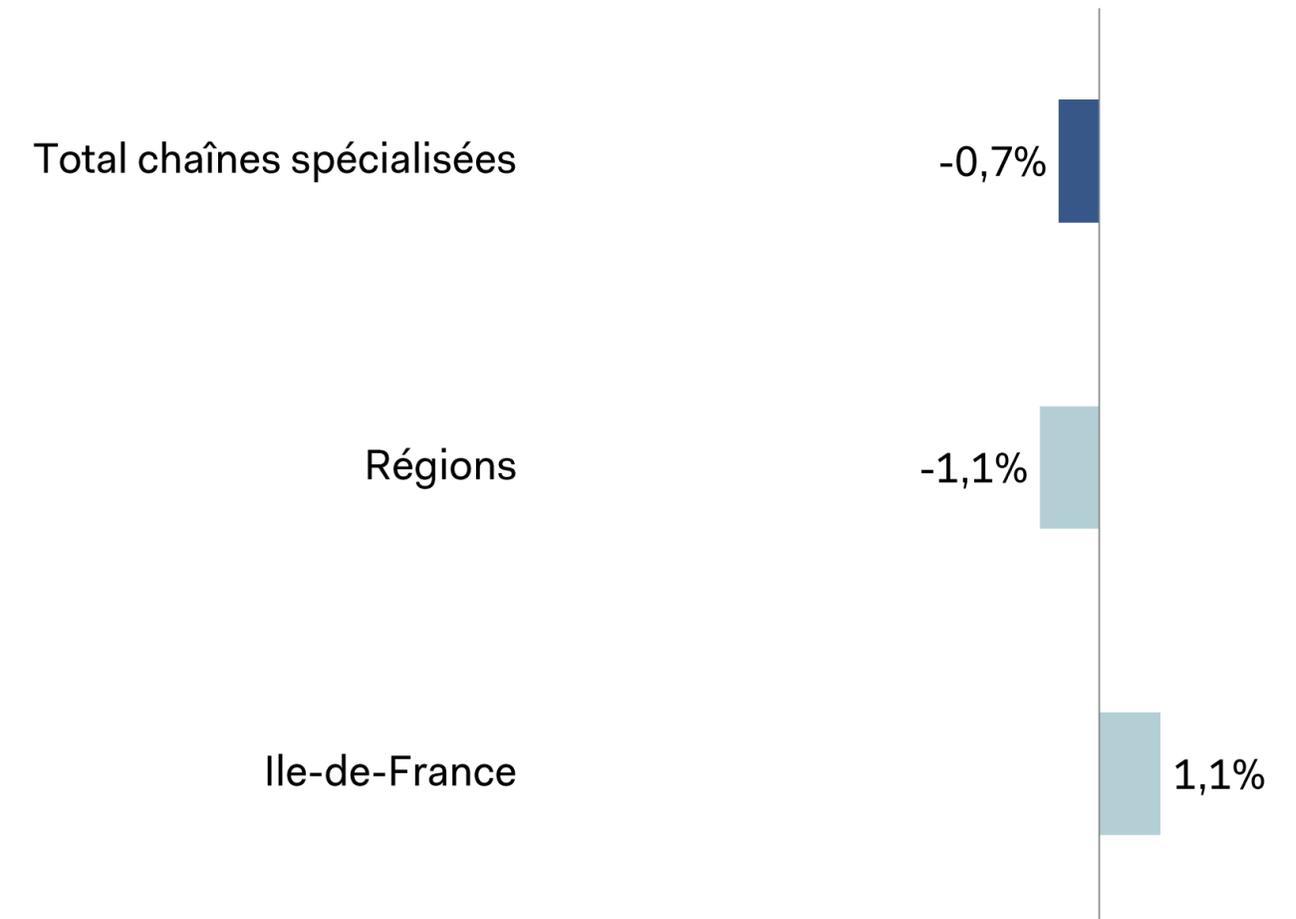
France : recul de 4,6 % du chiffre d'affaires des chaînes en centre-ville

Evolutions du chiffre d'affaires des chaînes spécialisées : 2023/2022

Articles d'habillement et textile, maroquinerie, accessoires et chaussures

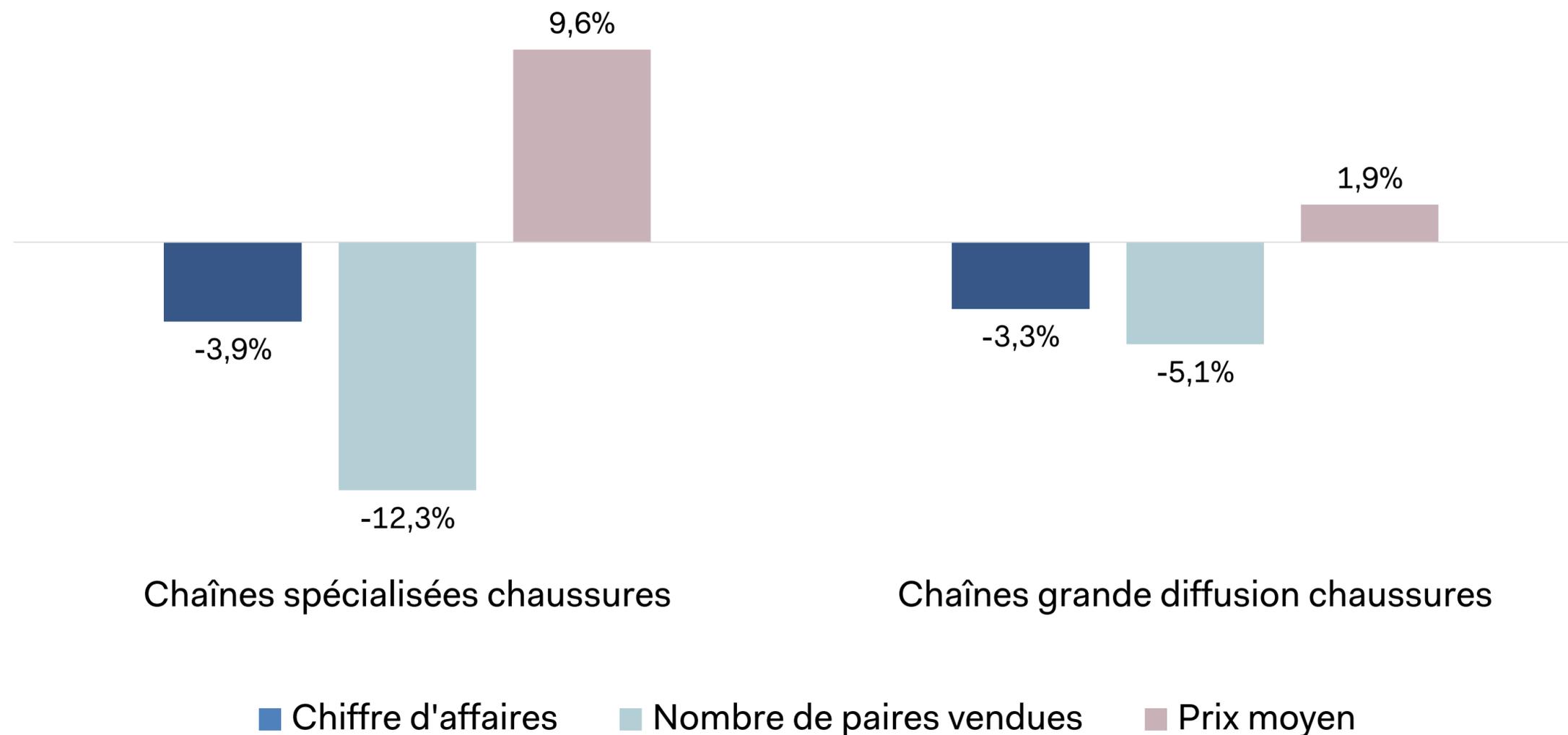


Articles d'habillement et textile, maroquinerie, accessoires et chaussures



France : baisse de 12,3 % du nombre de paires vendues par les chaînes spécialisées chaussures

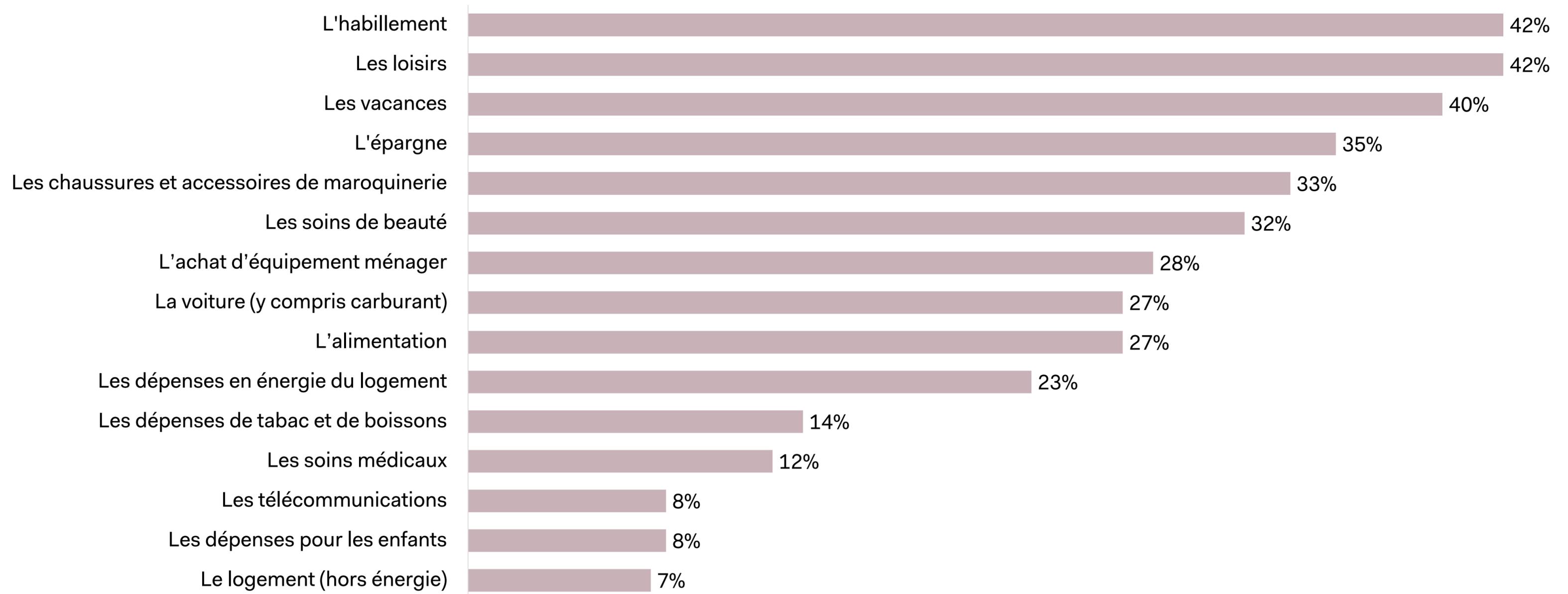
Evolutions du chiffre d'affaires des chaînes spécialisées chaussures : 2023/2022



France : l'habillement en tête des restrictions budgétaires

Etes-vous obligé de vous imposer des restrictions sur certains postes de votre budget ?

42 % des consommateurs se sont imposés des restrictions dans leurs achats de vêtements

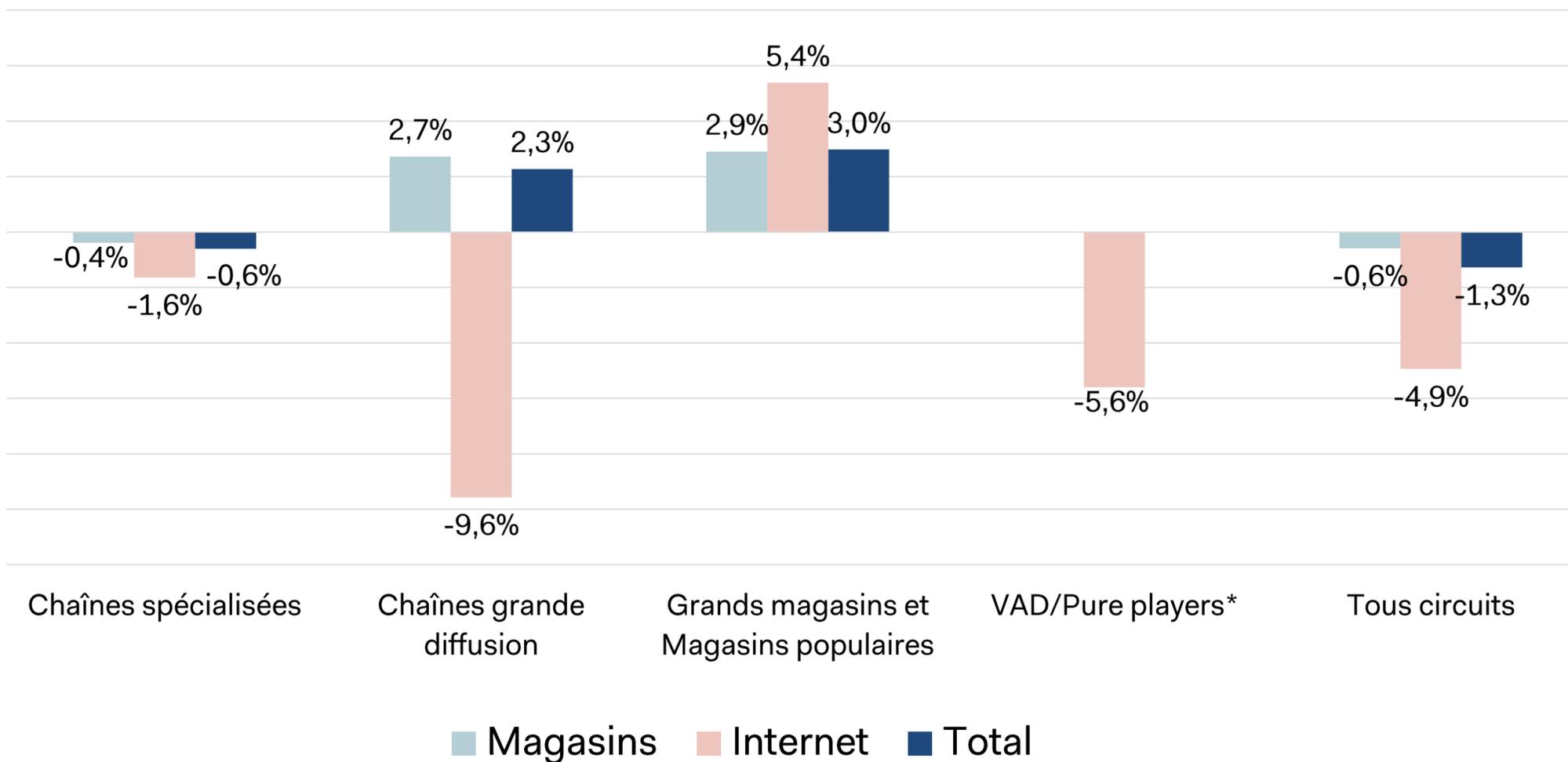


Partie 2

1. Quel bilan pour 2023 ?
- 2. Quelle dynamique pour les ventes en ligne ?**
3. Les enseignes les plus fréquentées
4. Les grandes mutations à l'origine de la crise du milieu de gamme
5. Les perspectives pour 2024

France : recul de 4,9 % des ventes en ligne en 2023

Evolutions des ventes en ligne/magasins d'habillement et textile 2023/2022

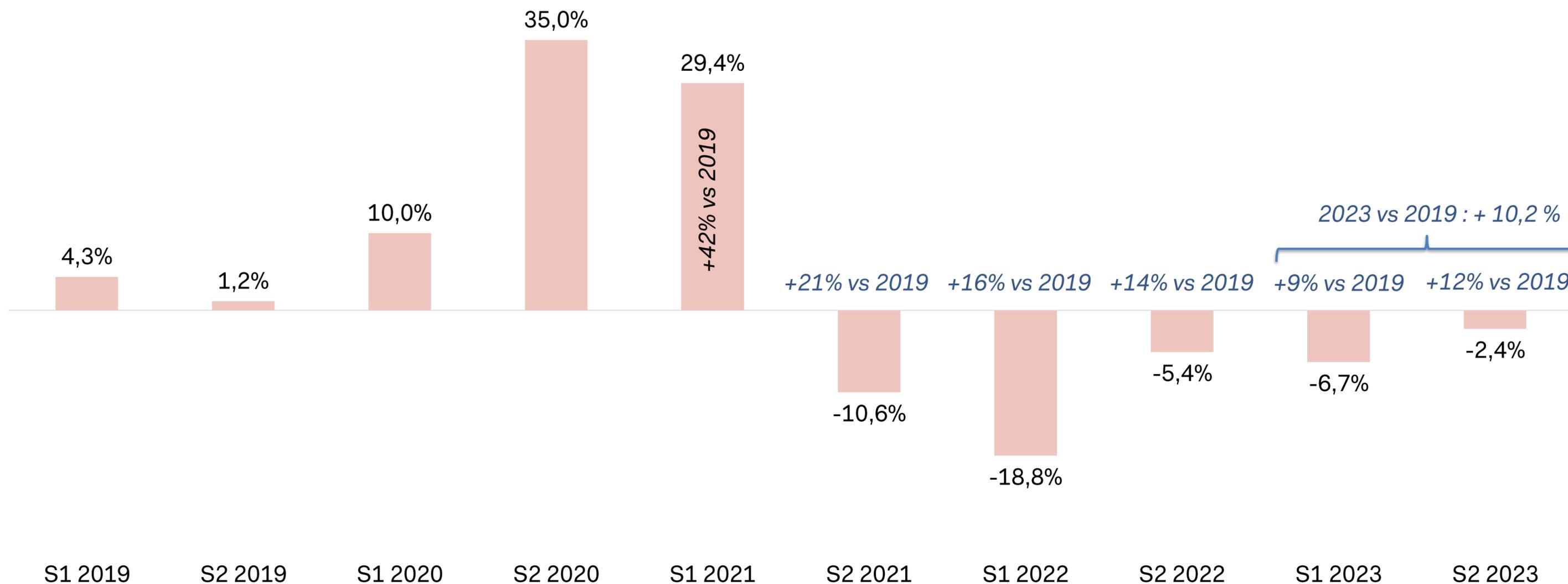


- Après une hausse de 6 % en 2021, le « on line » a connu un recul de 13 % en 2022.
- Le retrait s'est poursuivi en 2023 (- 4,9 %).

France : les ventes en ligne de 2023 sont supérieures de 10,2 % à celles de 2019

Evolutions semestrielles des ventes en ligne d'habillement et textile

Variations du chiffre d'affaires par rapport au même semestre de l'année précédente



France : part des ventes en ligne dans le chiffre d'affaires habillement et textile des circuits de distribution

Il existe un potentiel de croissance pour la part des ventes en ligne

Le « On line » est passé, en moyenne, de 6 à 8 % du CA des chaînes spécialisées de 2019 à 2023

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Chaînes spécialisées | 7,3 % | 13,6 % | 16,2 % | 12,6 % | 12,6 % |
| Chaînes grande diffusion | 3,2 % | 6,5 % | 5,9 % | 4,3 % | 4,2 % |
| Grands magasins et Magasins populaires (Monoprix) | 4,1 % | 9,1 % | 5,8 % | 4,3 % | 3,4% |
| Total Retailers | 5,9 % | 10,9 % | 11,9 % | 8,2 % | 8,0 % |

France : part des ventes en ligne dans le chiffre d'affaires habillement et textile des circuits de distribution

Il existe un potentiel de croissance pour la part des ventes en ligne

Le « On line » est passé, en moyenne, de 6 à 8 % du CA des chaînes spécialisées de 2019 à 2023

| | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Chaînes spécialisées | 7,3 % | 13,6 % | 16,2 % | 12,6 % | 12,6 % |
| Chaînes grande diffusion | 3,2 % | 6,5 % | 5,9 % | 4,3 % | 4,2 % |
| Grands magasins et Magasins populaires (Monoprix) | 4,1 % | 9,1 % | 5,8 % | 4,3 % | 3,4% |
| Total Retailers | 5,9 % | 10,9 % | 11,9 % | 8,2 % | 8,0 % |
| Total marché (VAD/ Pure players inclus*) | 14,7 % | 21,2 % | 20,7 % | 18,0 % | 17,0 % |

A eux trois, Amazon, Shein et Temu totalisent 4 % du marché¹⁷

Estimation du chiffre d'affaires de trois acteurs clés des ventes en ligne

amazon

SHEIN

TEMU

Estimation du chiffre d'affaires
Habillement : 1,3 Milliard d'euros

19 % des ventes en ligne

4 % de la consommation d'habillement

Part des ventes en ligne 2023 (Amazon,
Shein, Temu inclus) : 21 %

Partie 3

1. Quel bilan pour 2023 ?
2. Quelle dynamique pour les ventes en ligne ?
- 3. Les enseignes les plus fréquentées**
4. Les grandes mutations à l'origine de la crise du milieu de gamme
5. Les perspectives pour 2024

TOP 15 des enseignes les plus fréquentées : Sport et spécialistes de l'alimentaire sont bien représentés

Parmi ces enseignes, dans quels magasins faites-vous la plus grande partie de vos achats de mode ?

| | | | | | | | | |
|---|---|--------|----|---|--------|----|---|--------|
| 1 |  | 27,1 % | 6 |  | 13,4 % | 11 |  | 10,8 % |
| 2 |  | 21,1 % | 7 |  | 12,5 % | 12 |  | 10,3 % |
| 3 |  | 18,8 % | 8 |  | 12,1 % | 13 |  | 9,7 % |
| 4 |  | 15,2 % | 9 |  | 11,9 % | 14 |  | 9,0 % |
| 5 |  | 13,6 % | 10 |  | 11,1 % | 15 |  | 8,8 % |

TOP 15 des enseignes les plus fréquentées : spécificités régionales

Parmi ces enseignes, dans quels magasins faites-vous la plus grande partie de vos achats de mode ?



C&A, Primark, Uniqlo absents du Top Régions

Intersport, Leclerc, Jules absents du Top Ile-de-France

TOP 15 des sites internet les plus fréquentés : les pure players font la course en tête²¹

Parmi ces sites de ventes en ligne, sur lesquels faites-vous la plus grande partie de vos achats de mode ?

| | | | | | | | | |
|---|---|--------|----|--|--------|----|--|--------|
| 1 |  | 30,2 % | 6 |  la mode à petits prix | 16,8 % | 11 |  | 10,6 % |
| 2 |  | 22,8 % | 7 |  | 16,6 % | 12 |  | 9,8 % |
| 3 |  | 21,4 % | 8 |  | 15,6 % | 13 |  | 8,0 % |
| 4 |  | 19,6 % | 9 |  | 12,5 % | 14 |  LE PRÊT-À-VIVRE | 6,9 % |
| 5 |  | 17,0 % | 10 |  | 12,0 % | 15 |  | 6,8 % |

Partie 4

1. Quel bilan pour 2023 ?
2. Quelle dynamique pour les ventes en ligne ?
3. Les enseignes les plus fréquentées
4. Les grandes mutations à l'origine de la crise du milieu de gamme
5. Les perspectives pour 2024

Crise du milieu de gamme : la conjonction de plusieurs facteurs

Fondamentaux :

- Pouvoir d'achat des consommateurs fragilisé
- Éléments aggravants : crise sanitaire et inflation
- >> Arbitrages de consommation défavorables à la mode

Tournant 2016 :

- Le parc des chaînes spécialisées atteint un pic en 2016
- 2013 : véritable montée en puissance des ventes en ligne
- Part des ventes en ligne ne totalisaient que 2,4 % du marché en 2006

Multiplication du nombre des acteurs:

- Années 1990 : Zara et H & M
- Années 2000 : Uniqlo
- Année 2010 : Primark
- Année 2020 : Ultra fast-fashion

Repère du prix :

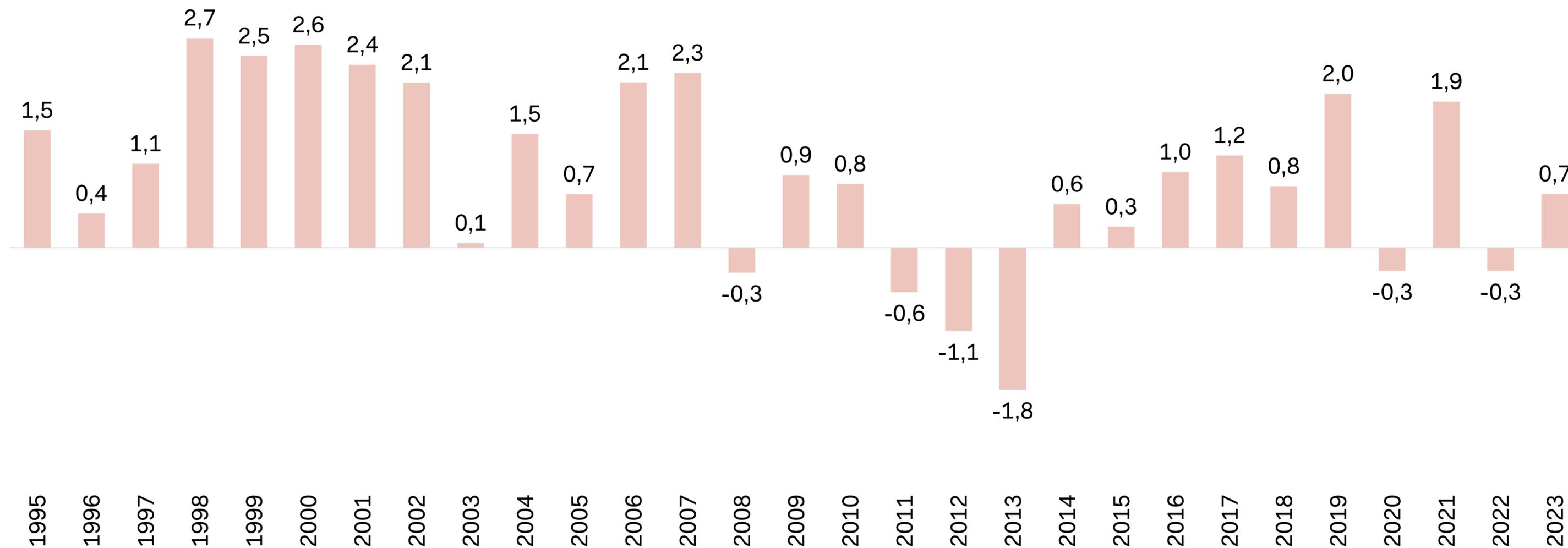
- Crise sanitaire et inflation ont renforcé l'attractivité des premiers prix
- Les prix bas pèsent davantage (Shein, Lidl, etc. + seconde main)
- Le rapport qualité-prix du milieu de gamme a perdu de son attractivité

Une évolution du pouvoir d'achat qui ne soutient pas la consommation

France : évolution du pouvoir d'achat en pourcentages

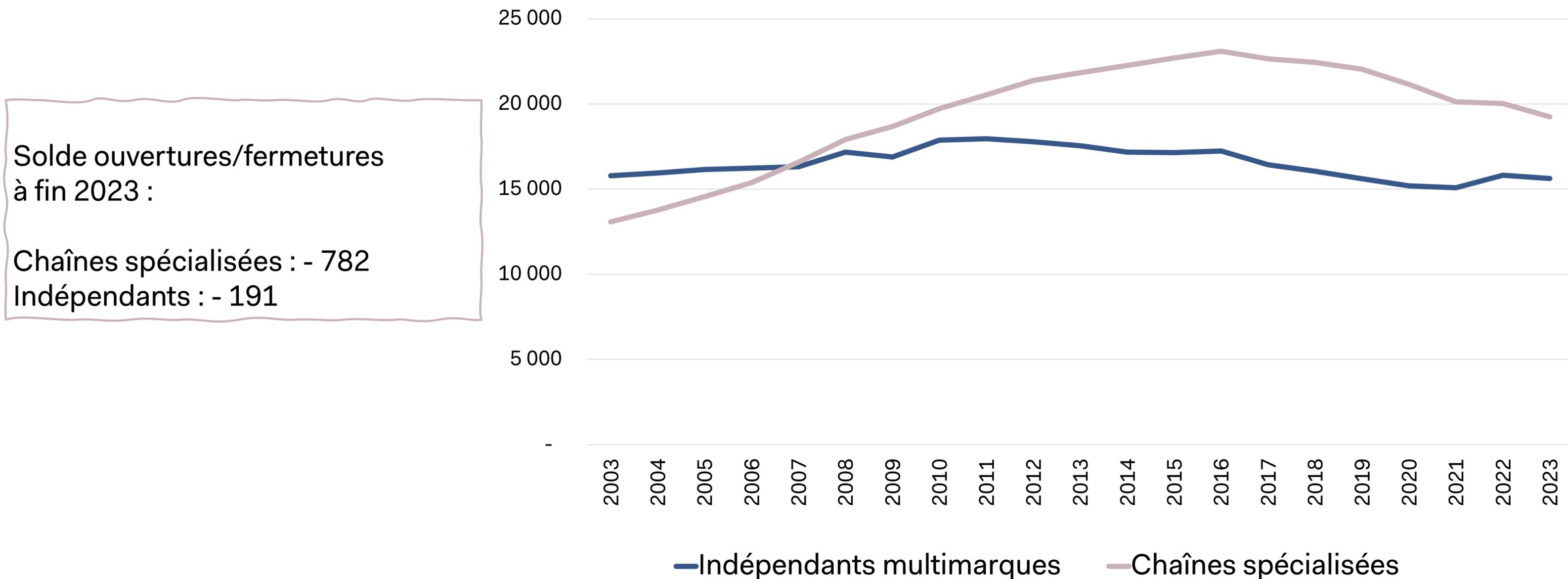
1995-2007 : taux de croissance annuel moyen : + 1.7 %

2008-2023 : taux de croissance annuel moyen : + 0.4 %



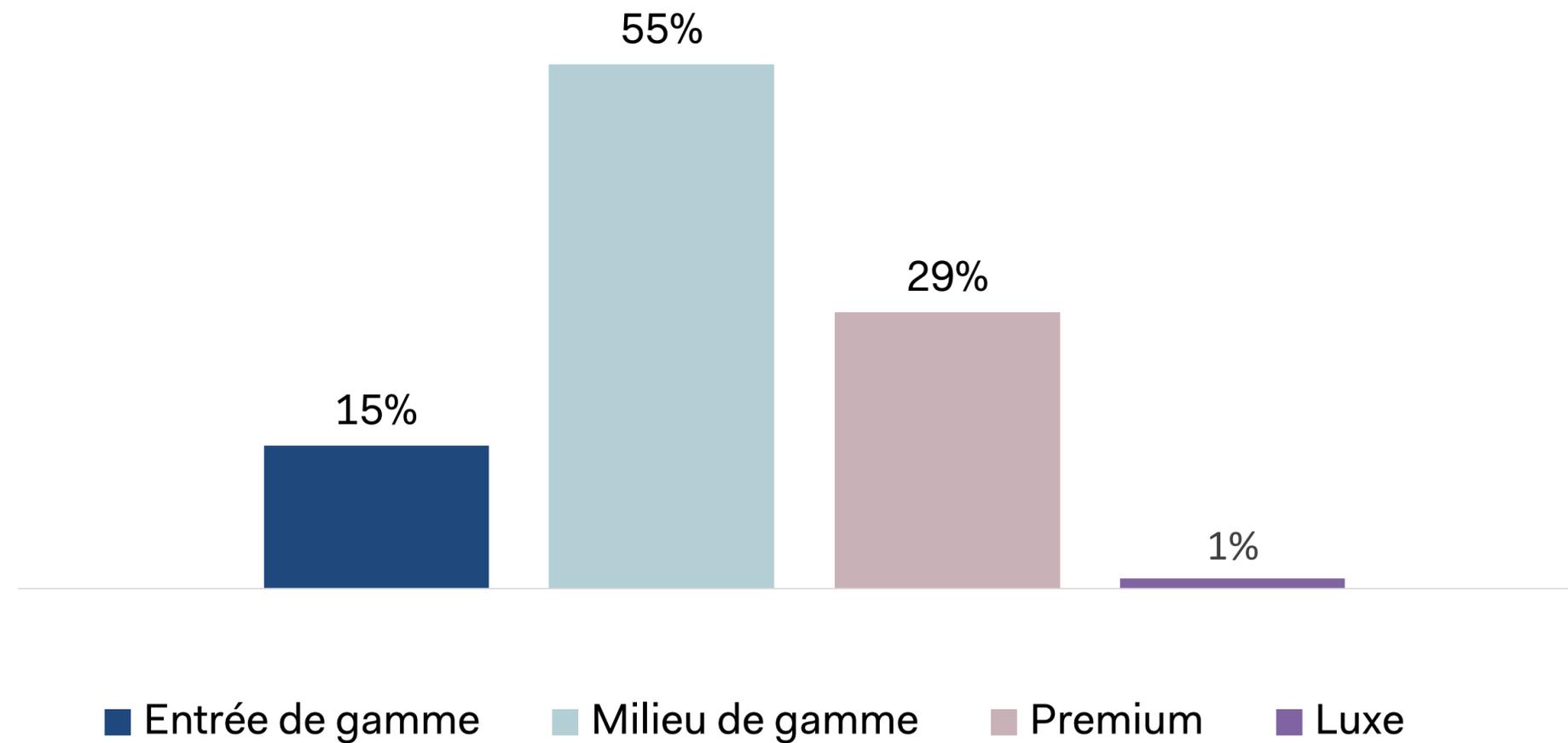
Trop d'ouvertures chez les spécialistes habillement jusqu'en 2016 ?

France : évolution du nombre de points de vente des magasins spécialisés



Les enseignes milieu de gamme représentent plus de la moitié du parc des chaînes spécialisées en 2023²⁶

France : répartition du nombre de magasins des chaînes spécialisées habillement par gamme de prix



Le milieu de gamme est trois fois plus cher que l'ultra fast-fashion

France : prix de vente d'un jean droit denim (5 poches)



Ultra fast Fashion



Grande diffusion



Milieu de Gamme



Premium



13 €



25 €



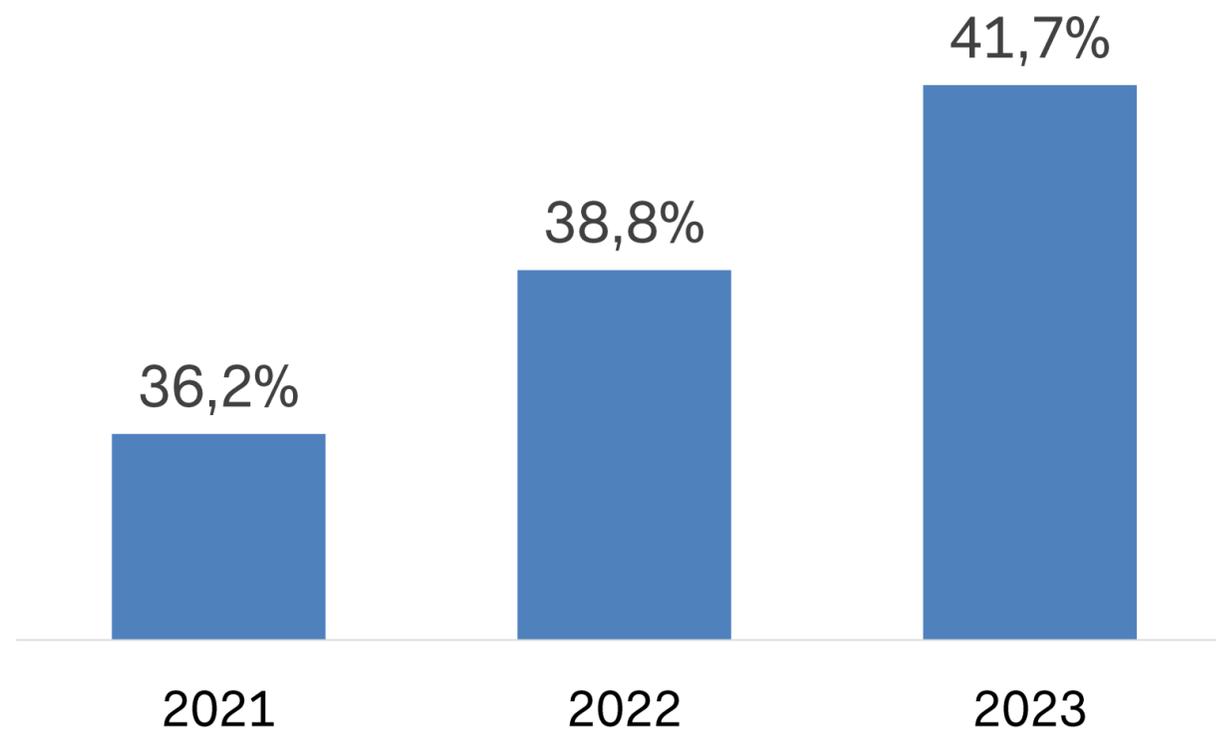
40 €



148 €

La montée en puissance de la seconde main fragilise le milieu de gamme ²⁸

Part des consommateurs ayant acheté des articles de mode d'occasion



Estimation IFM 2023
du marché de la seconde-main
en France :
6 milliards d'euros*

* vêtements, chaussures, maroquinerie

64 % des consommateurs de moins de
35 ans ont acheté des articles de mode
d'occasion en 2023

Partie 5

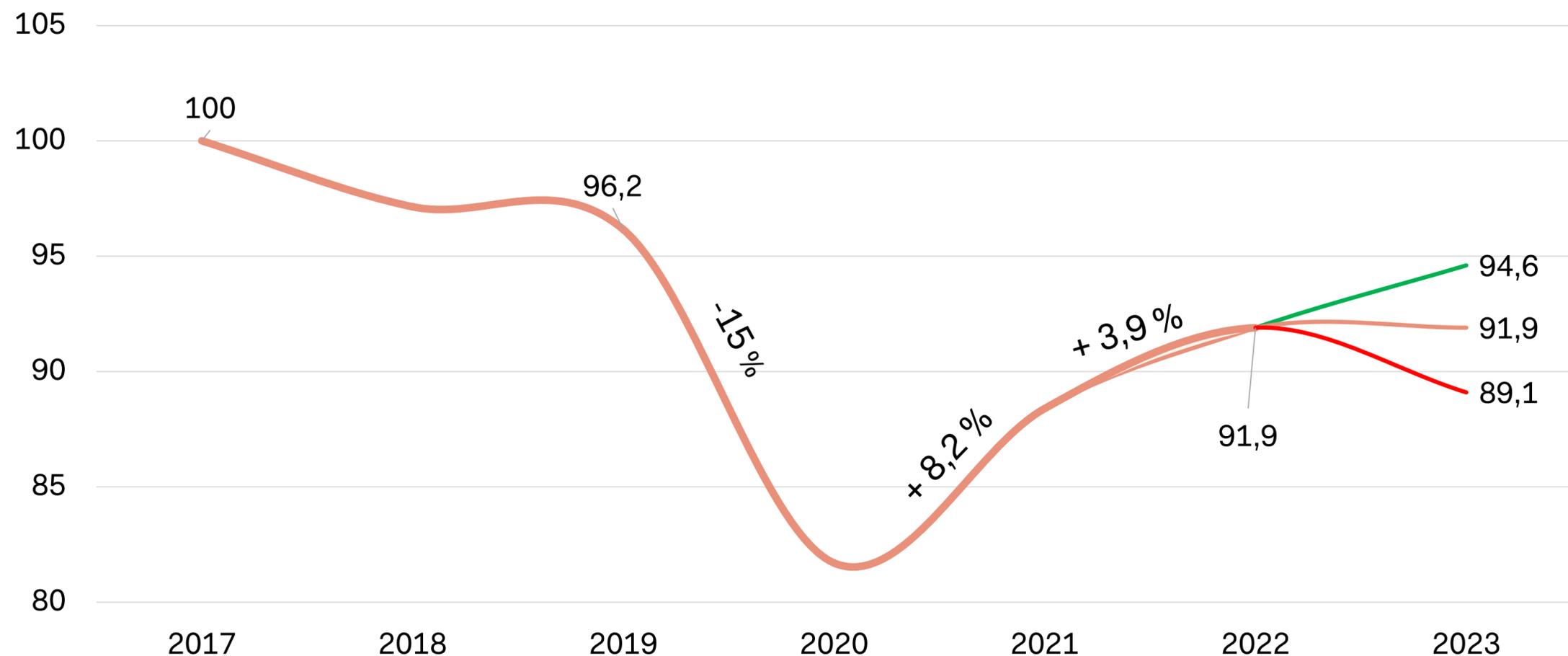
1. Quel bilan pour 2023 ?
2. Quelle dynamique pour les ventes en ligne ?
3. Les enseignes les plus fréquentées
4. Les grandes mutations à l'origine de la crise du milieu de gamme
5. Les perspectives pour 2024

France : prévisions 2023

Consommation d'habillement et textile

Slide 16 Février 2023

2017=100



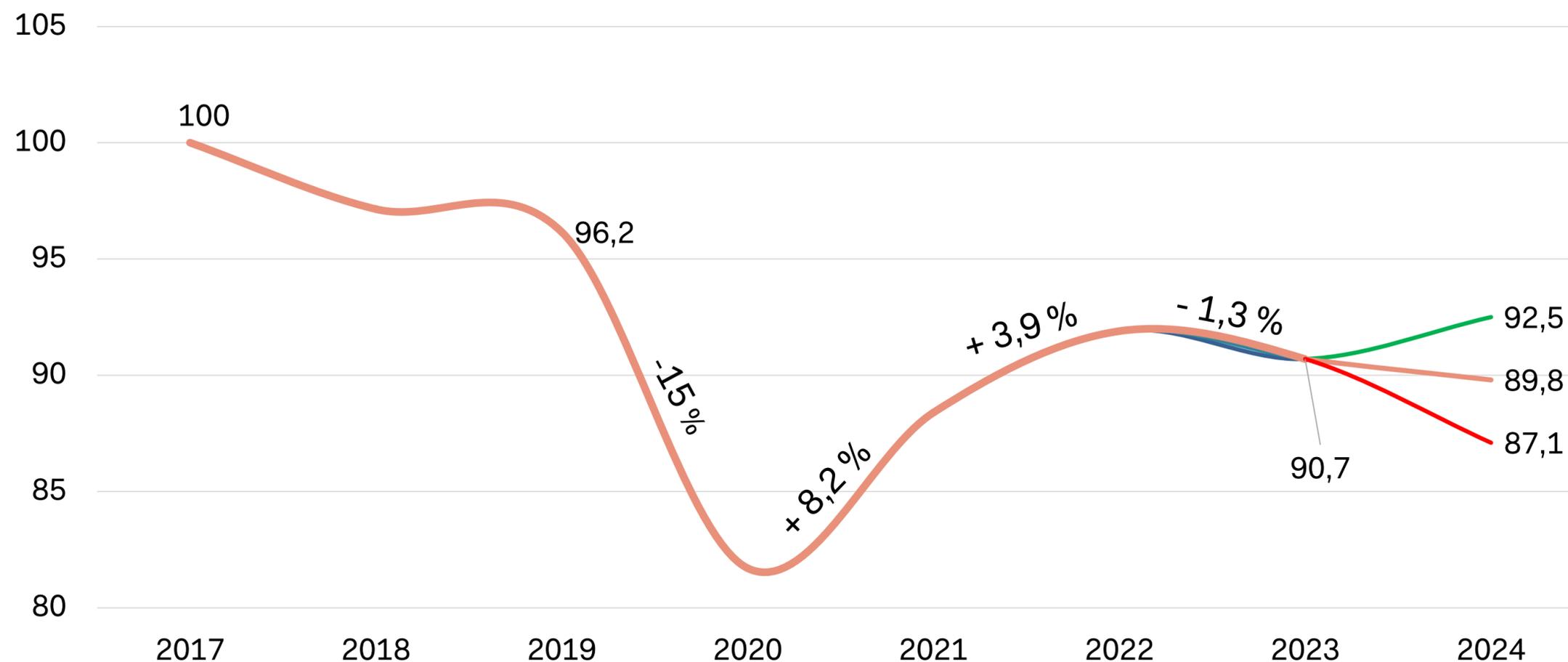
| Scénarios | 2023/2022 |
|------------|-----------|
| Optimiste | + 3 % |
| Médian | = |
| Pessimiste | - 3 % |

Prévisions basées sur un modèle ARIMA (variables utilisées PIB et consommation totale)

France : prévisions 2024

Consommation d'habillement et textile

2017=100



| Scénarios | 2024/2023 |
|------------|-----------|
| Optimiste | + 2 % |
| Médian | - 1 % |
| Pessimiste | - 4 % |

Prévisions basées sur un modèle ARIMA (variable utilisée consommation totale)



SCAN ME