

institut FRANÇAIS de la MODE

# → Fashion Reboot

(01 déc. 2022)  
Repenser la mode



institut FRANÇAIS de la MODE

# Quelles perspectives économiques internationales pour 2023

Denis Ferrand, DG Rexecode

Rexecode

# La sanction du post-mortem des prévisions

Fallait pas l'inviter...

Pétrole	Légère baisse (75 \$). <b>HAUSSE jusqu'à 120 \$</b>
Inflation	<b>En hausse</b> (2,8 % US ; 1,8 % ZE) Mais en fait 7,8 et 8,5
Euro	Tendance à l'appréciation 
Taux 10 ans (fin 2022)	US : 1,8 de fait : 3,8 % Allemagne : -0,1 de fait : 1,9 % 

## Taux de croissance du PIB

	2021	2022	
<b>Monde</b>	5,9	4,4 2,7	
Etats-Unis	6,0	3,6 1,6	
Zone Euro	5,3	3,9 3,3	
France	6,8	3,5 2,6	
Hors OCDE	6,4	5,0 2,8	

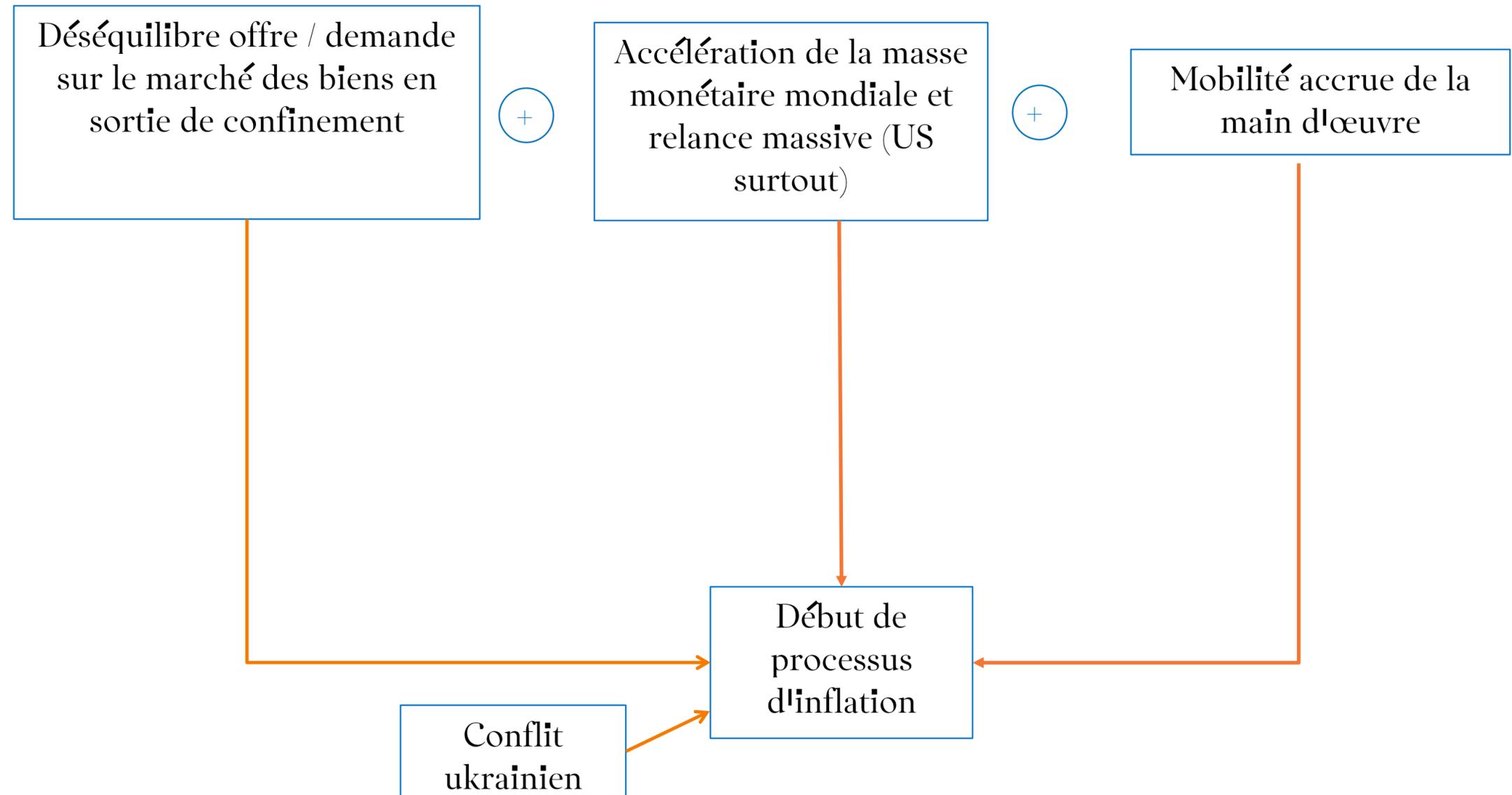
# Une grille de lecture des années récentes

Une économie mondiale fondamentalement bouleversée

1. 2020 S1
  - Très fortes contraintes sur la production
  - Une demande contrainte mais dont les conditions sont préservées (liquidité pour les entreprises, revenus de transferts pour les ménages)
2. 2020 S2 et 2021
  - Rebond en  $V_1$  disparate selon les secteurs
  - Tensions sur l'offre
  - Dérapage des prix
3. 2022
  - Fin du rebond de l'activité
  - Réduction de l'offre de gaz
  - Extension de l'inflation

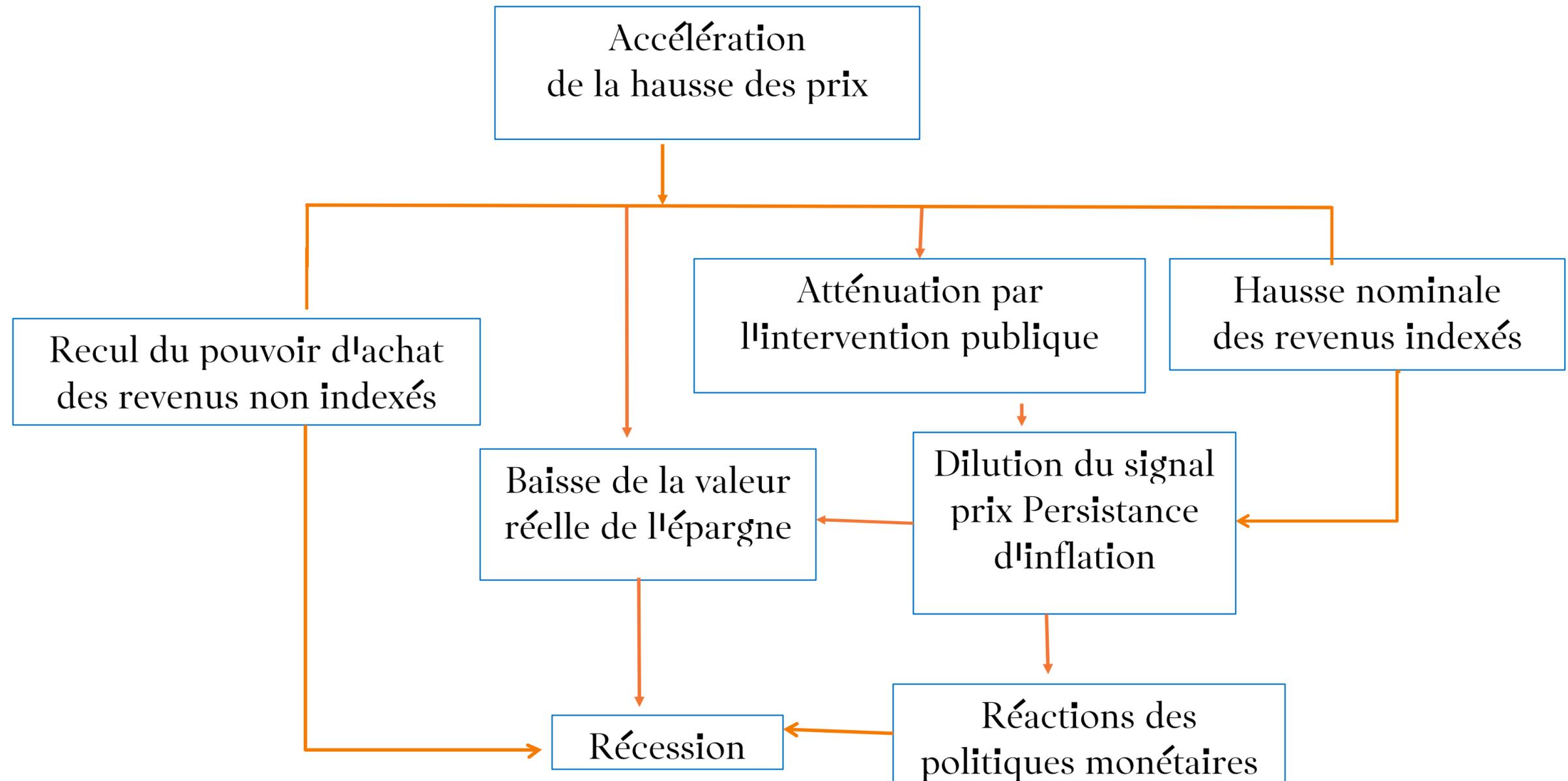
# Le retour de l'inflation : une combinaison de conditions permissives et d'un détonateur

Trois barils de poudre et un détonateur



# De l'inflation à la récession

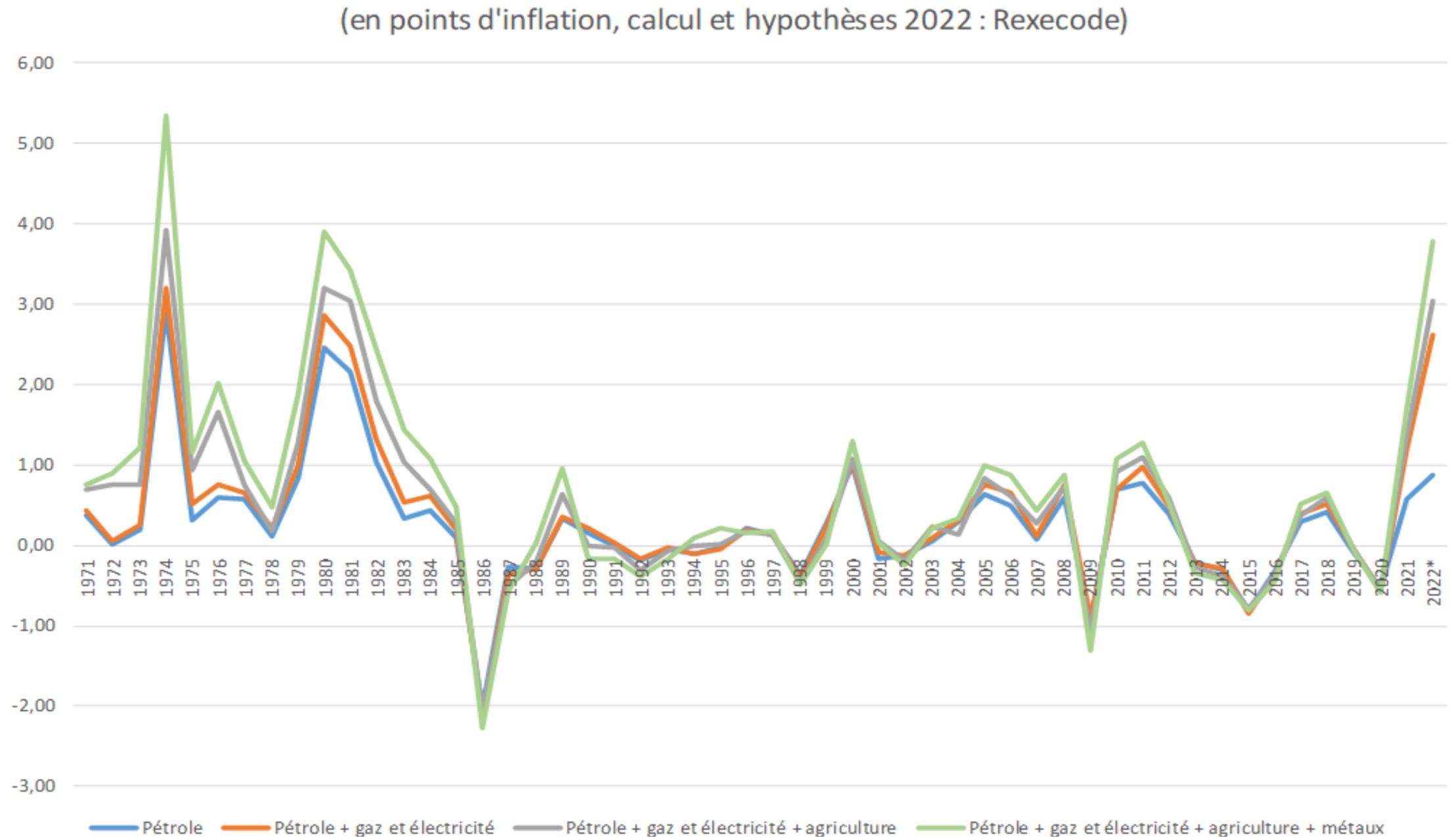
Un schéma de la formation du couple inflation / récession



# L'inflation en Europe en général et en France en particulier est un prélèvement de pouvoir d'achat pour l'ensemble de l'économie

## France

Contribution de l'énergie, des produits agricoles et de la métallurgie à l'inflation d'ensemble



# La hausse des prix de l'énergie exerce un prélèvement, ceteris paribus, de 460 € /hab en France en 2022, 745 en zone euro

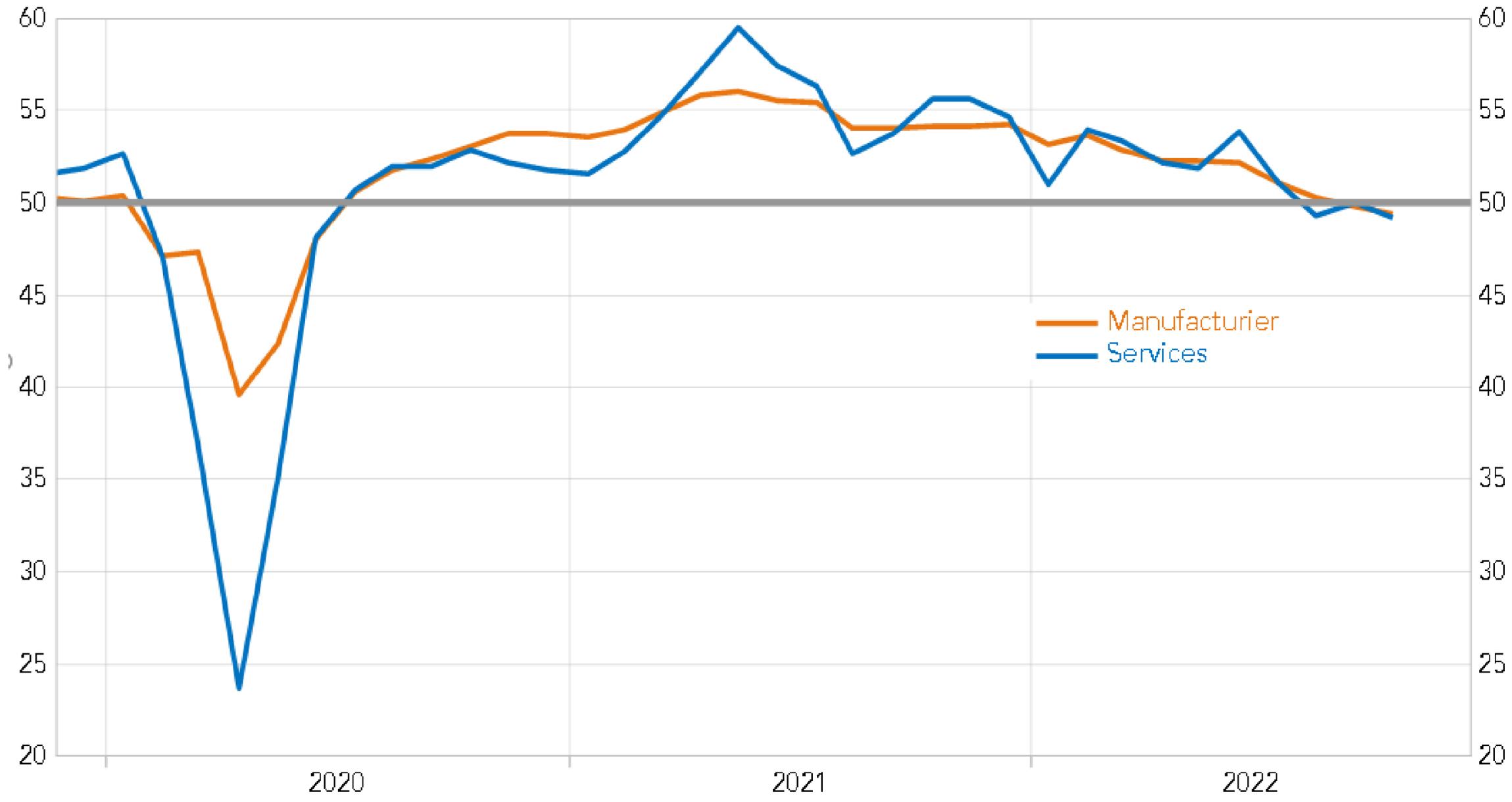
## Zone euro

Une évaluation de l'ampleur du choc de pouvoir d'achat associé à la hausse des prix de l'énergie en 2022

	Hausse des prix de l'énergie (acquis en oct 2022)	Hausse de l'ensemble des prix à la conso (acquis en oct 2022)	Prélèvement de pouvoir d'achat associé à la hausse de <b>l'ensemble des prix</b> à la consommation en 2022 (10 premiers mois)			Prélèvement de pouvoir d'achat associé à la hausse des prix à la consommation de <b>l'énergie</b> en 2022 (10 premiers mois)		
	en % par rapport à 2021		en % du RDB des ménages	en € par habitant	en % du RDB des ménages	en % du RDB des ménages	en € par habitant	en % du RDB des ménages
<b>Zone euro</b>	<b>38,3</b>	<b>8,4</b>	<b>513,0</b>	<b>1498,2</b>	<b>7,1</b>	<b>254,7</b>	<b>744,0</b>	<b>3,5</b>
Belgique	62,1	10,5	25,4	2205,9	9,0	16,1	1397,2	5,7
Allemagne	36,3	8,8	150,1	1805,1	6,9	74,9	900,7	3,5
Espagne	29,1	8,4	55,1	1163,5	7,4	22,4	474,2	3,0
<b>France</b>	<b>24,0</b>	<b>5,8</b>	<b>73,0</b>	<b>1084,8</b>	<b>4,7</b>	<b>30,9</b>	<b>459,5</b>	<b>2,0</b>
Italie	50,8	8,6	87,4	1464,8	7,6	50,3	842,9	4,4
Pays Bas	78,4	12,3	43,4	2494,1	10,4	31,2	<b>1793,8</b>	7,5
Estonie	64,8	19,3	2,8	2076,4	17,6	1,5	1109,2	<b>9,4</b>

# Ralentissement acté de l'économie mondiale. Il se prolonge et s'accroît.

Monde  
Indices PMI



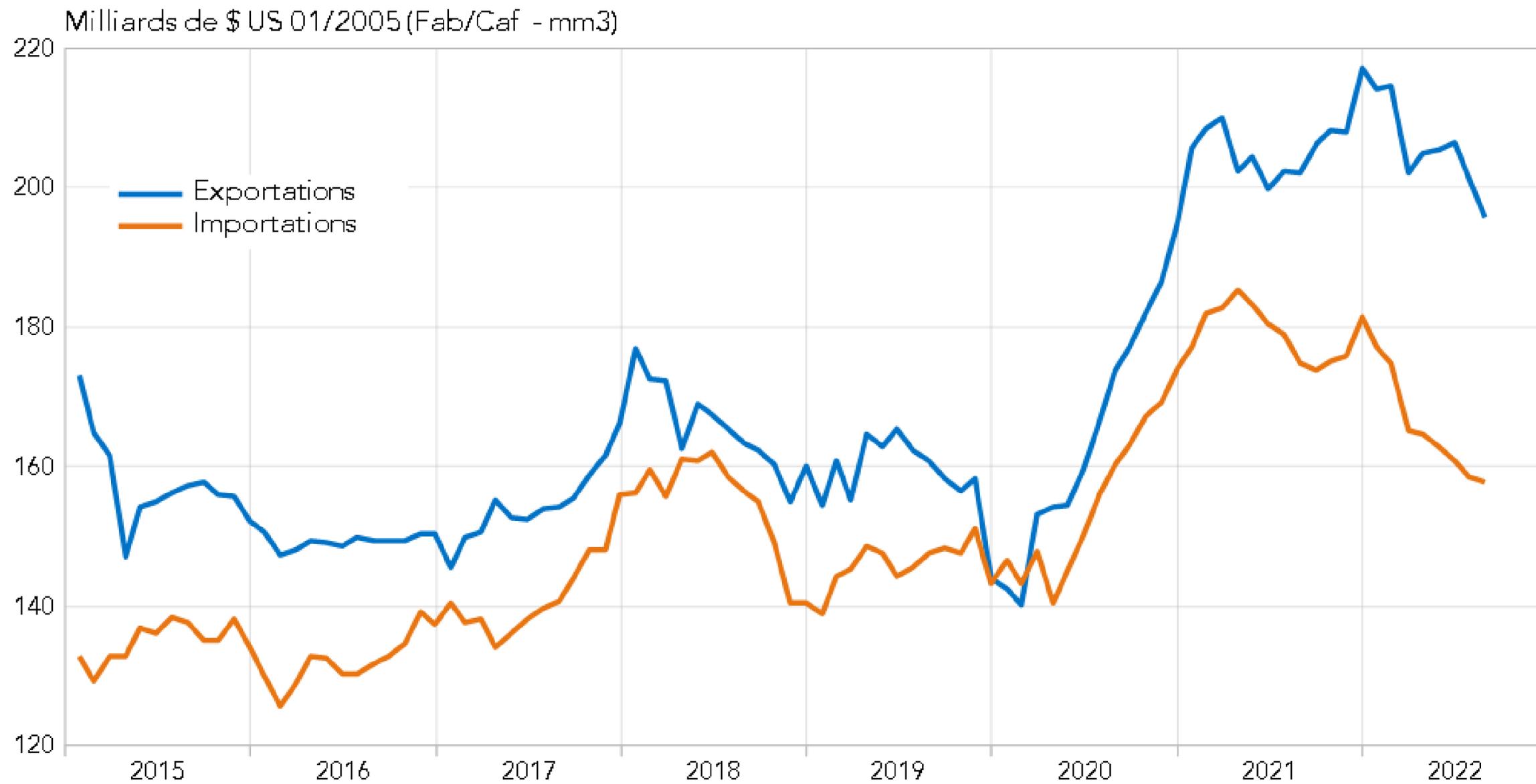
Source : IHS Merkit, via Refinitiv

© Rexecode

Avec le recul de ses importations en volume, l'impulsion transmise par la Chine à la croissance mondiale est négative.

## Chine

Commerce extérieur en volume

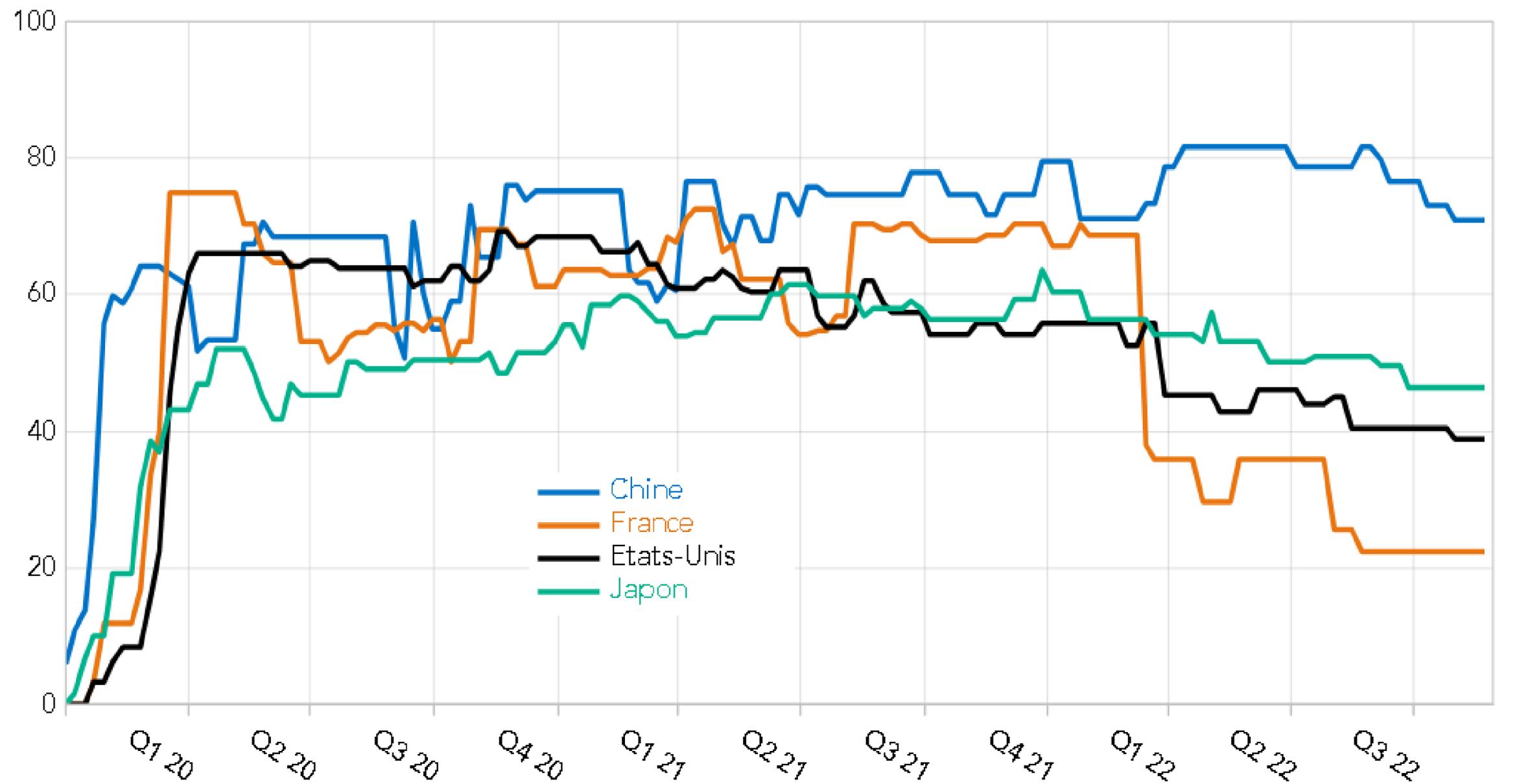


Source : China General Administration of Customs

© Rexecode

# Aucun relâchement significatif des restrictions liées au Covid en vue en Chine.

Indice de sévérité des mesures gouvernementales de restriction de mobilité face au Covid 19



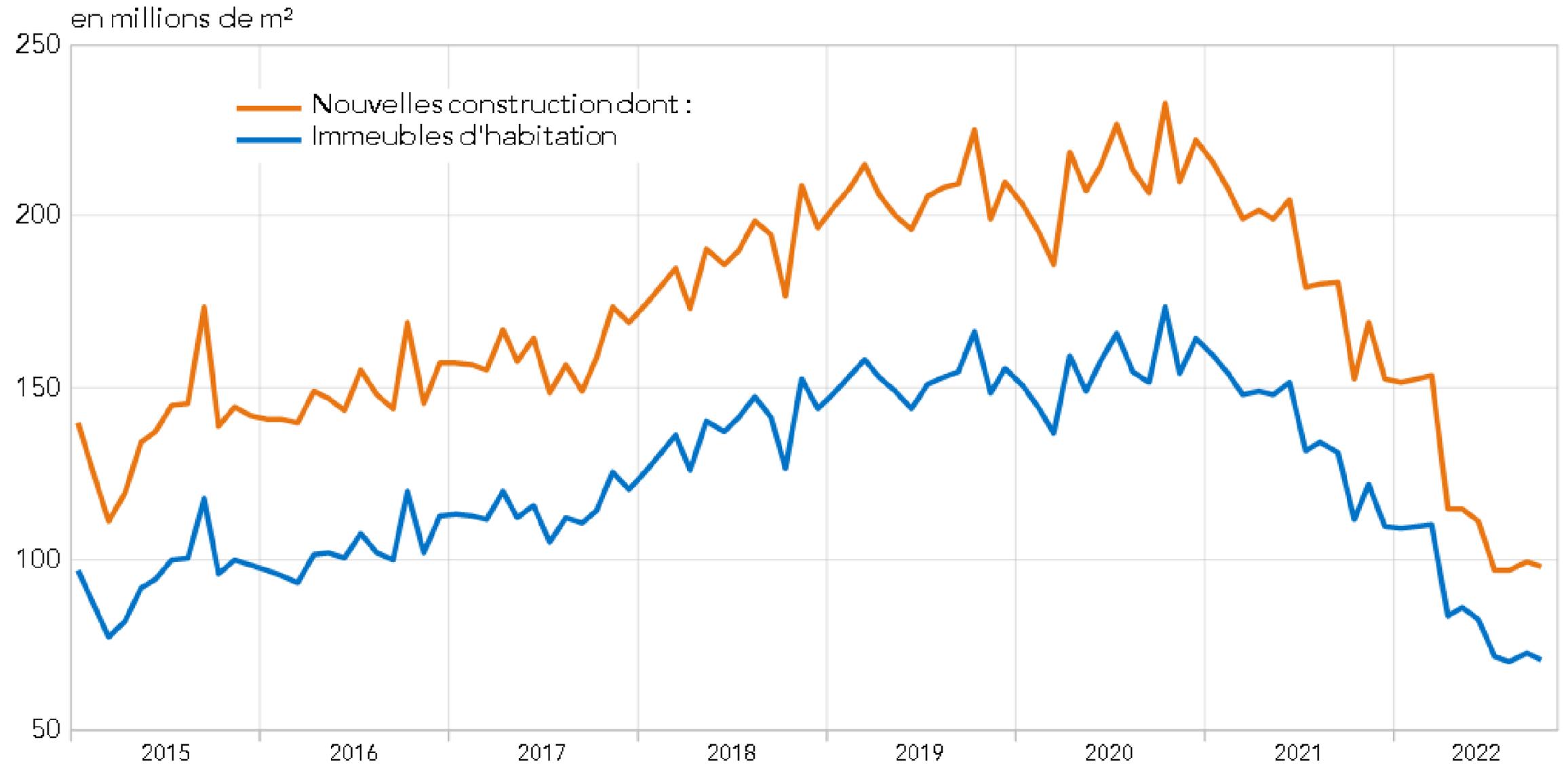
Source :Oxford University

© Rexecode

# Sa demande interne est également plombée par la crise du secteur de l'immobilier.

## Chine

Nouvelles constructions de logements

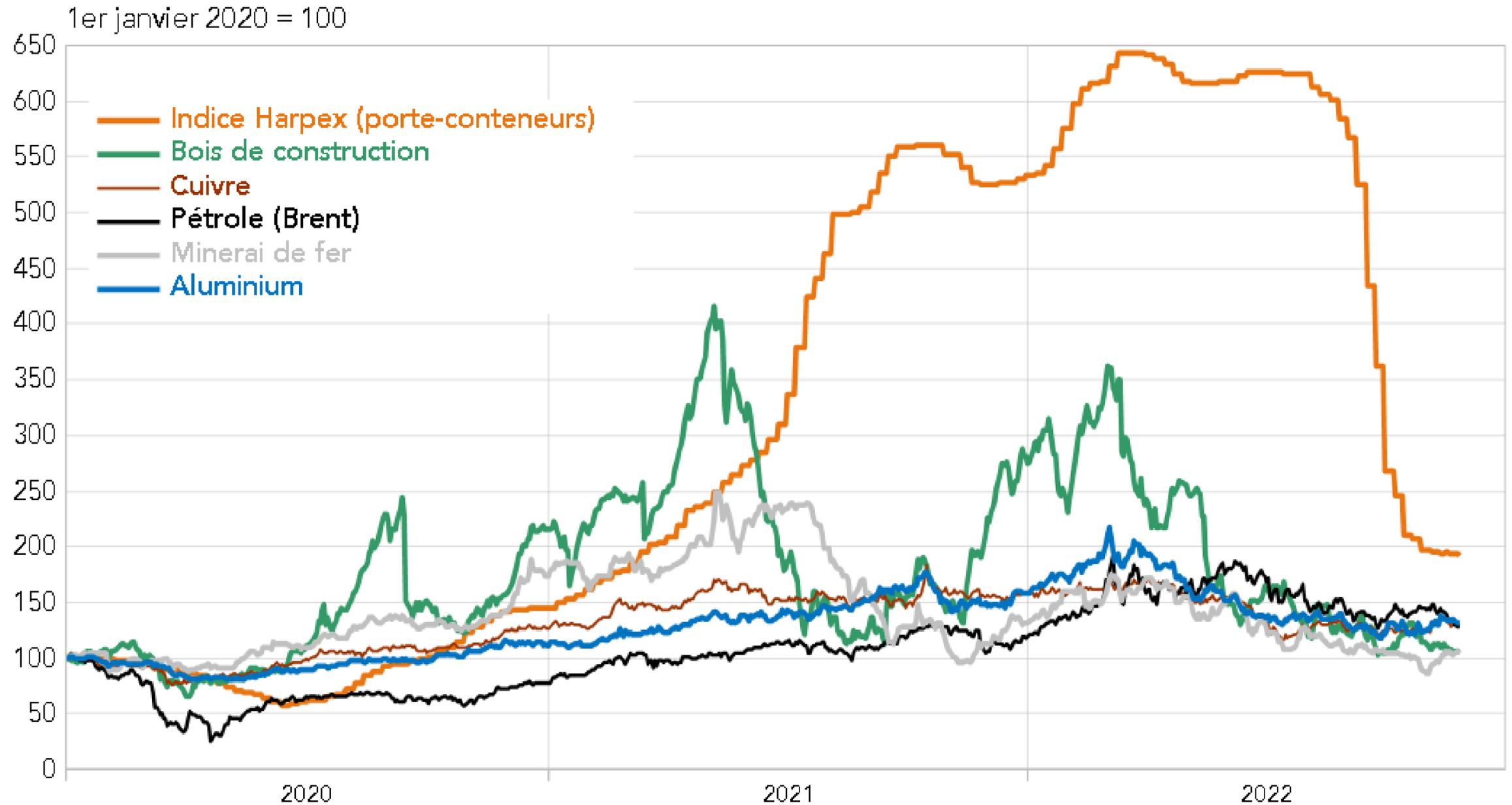


Source : NBS, Calculs Rexecode

© Rexecode

# Les tensions sur les cours de nombreuses matières premières se sont allégées avec le ralentissement.

Cours des matières premières et minéraux, du pétrole, indice Harpex et cours du bois de construction



Sources : Rexecode, Harper Petersen & Co., LME

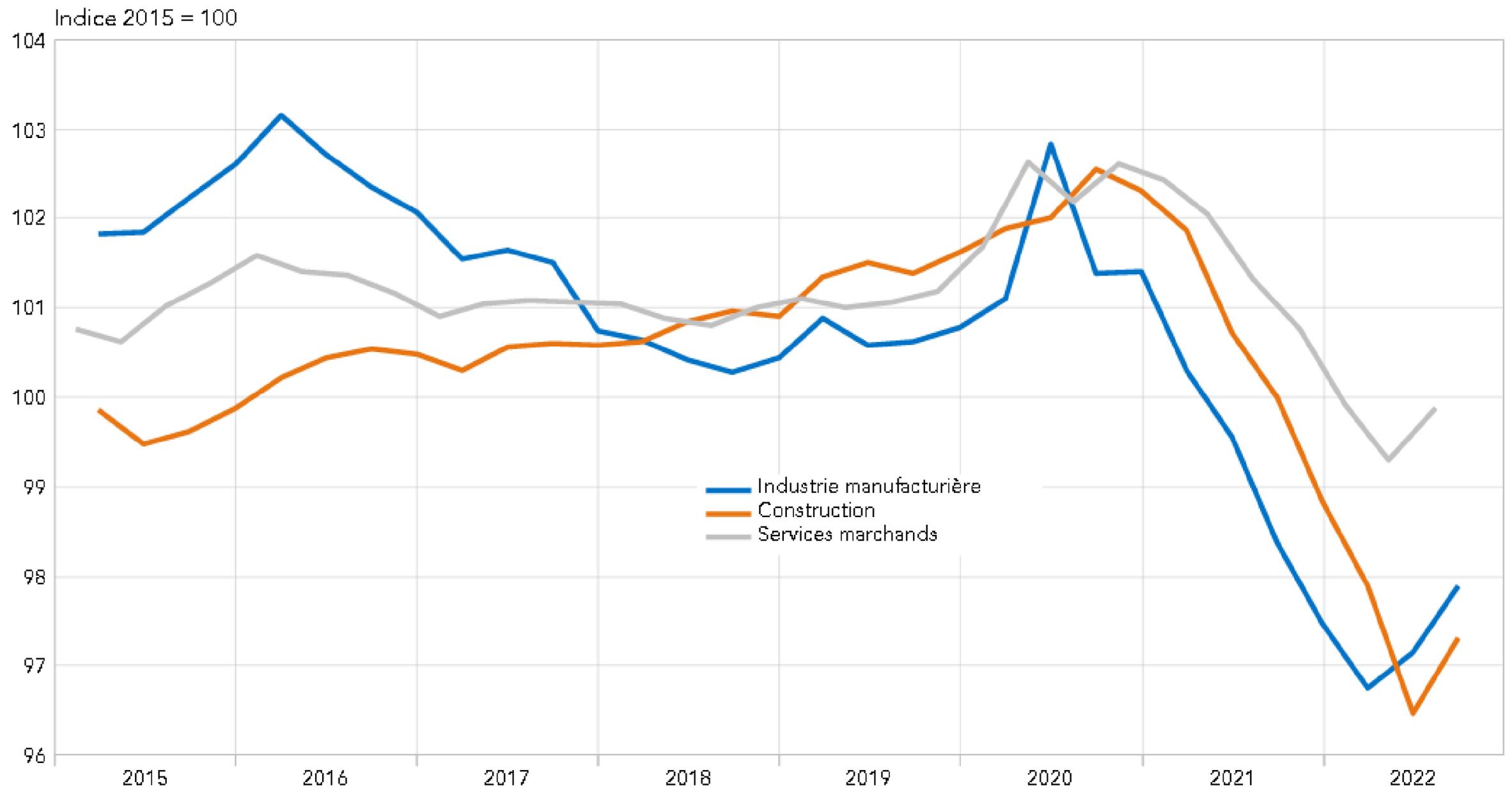
© Rexecode

Rexecode

# Les transmissions en aval des précédents chocs de coût en amont sont restées partielles jusqu'à présent, ici en France.

## France

Indice de prix relatifs.  
Prix de la production /  
prix des consommations  
intermédiaires



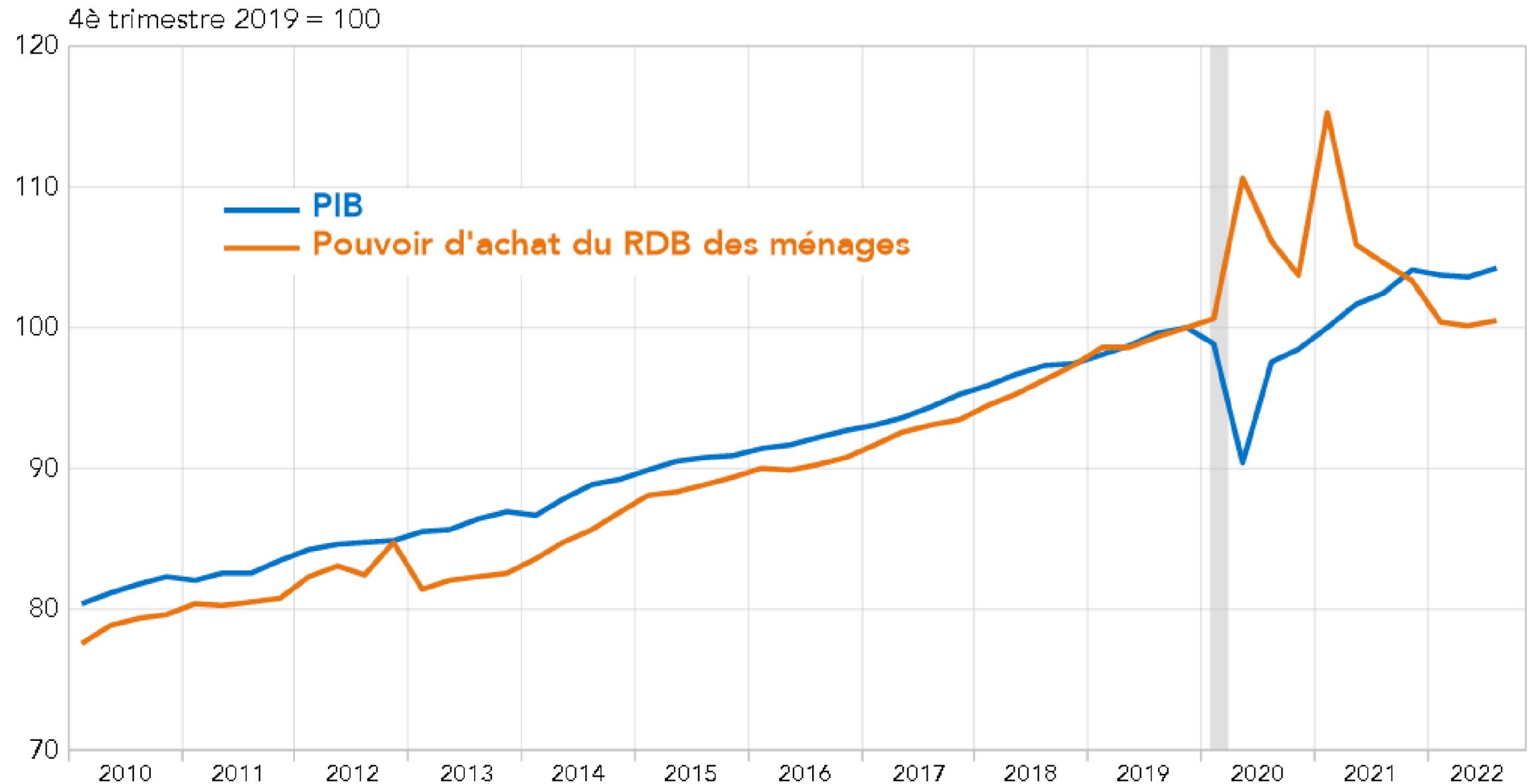
Source : Insee, comptes nationaux trimestriels via Refinitiv

© Rexecode

# Les déterminants de l'inflation ont changé de sens. L'excédent de revenus par rapport à la production se dégonfle aux Etats-Unis.

## Etats-Unis

PIB et pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages

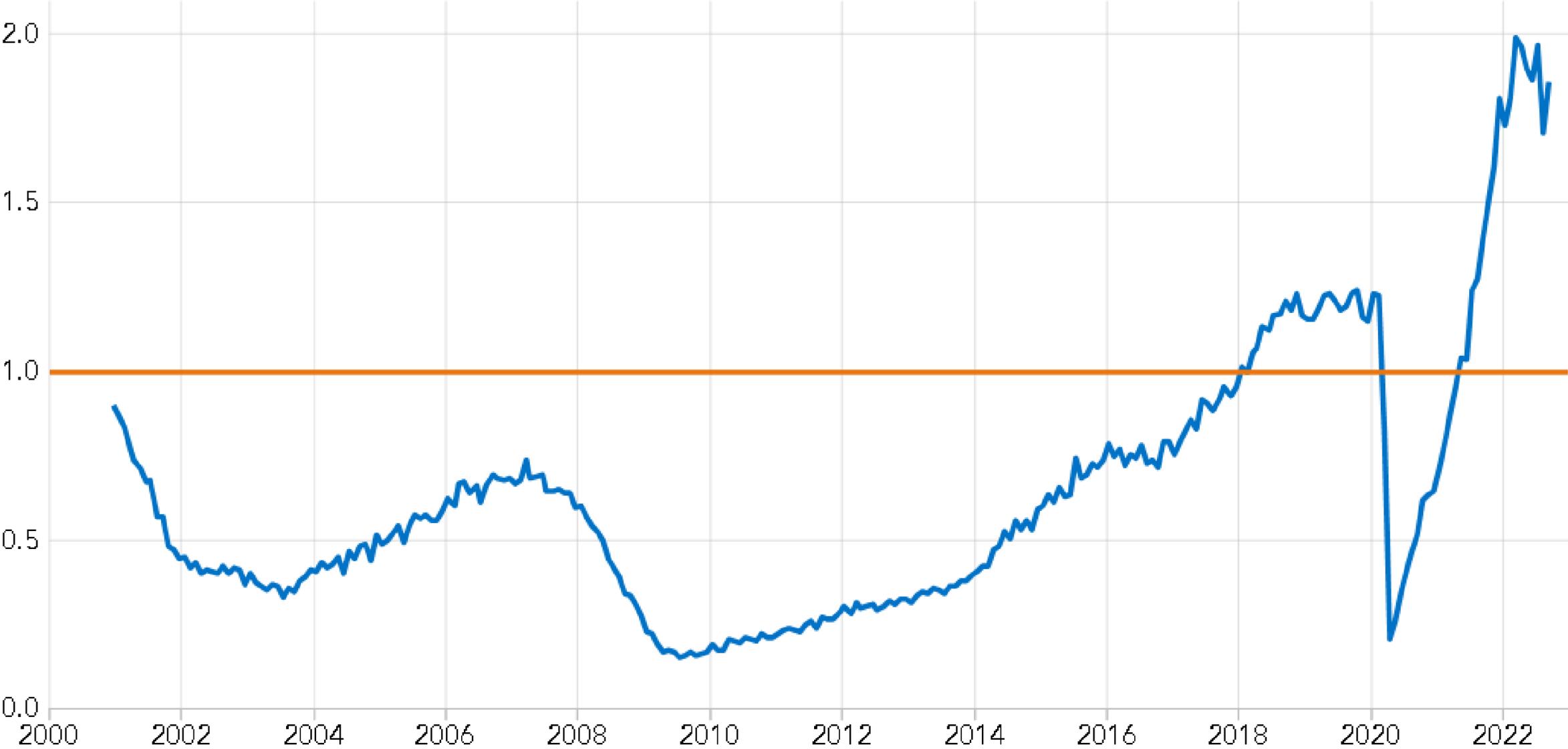


Source : BEA

© Rexecode

# Le processus de refroidissement va toutefois encore prendre du temps.

Etats-Unis  
Postes ouverts au recrutement par chômeur

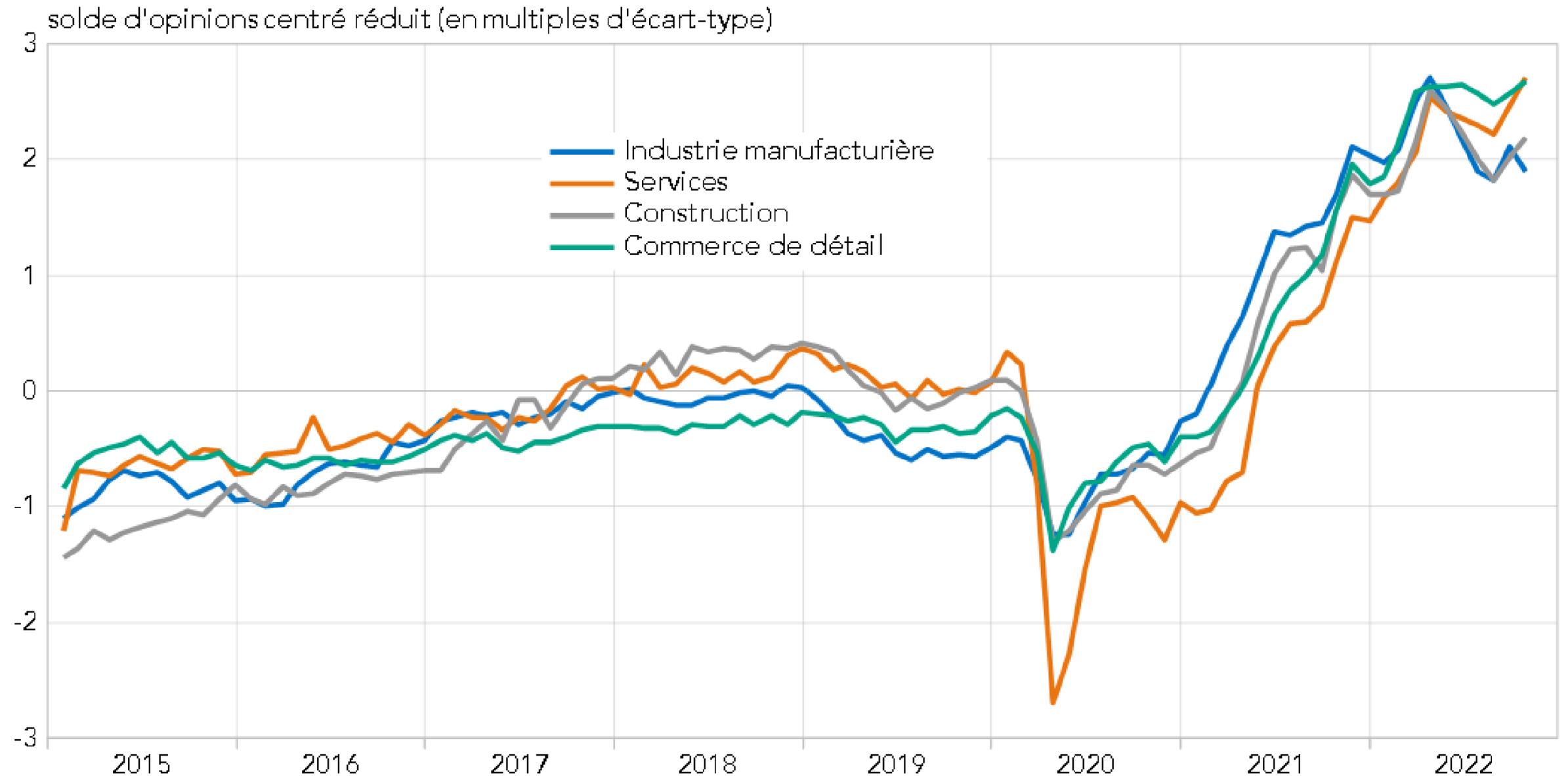


Source : Bureau of Labor Statistics, U.S. Department of Labor, via Refinitiv

# En zone euro, les premiers signes de modération des anticipations de prix n'ont pas fait long feu.

## Zone euro

Enquêtes de conjoncture,  
Perspectives personnelles  
de prix



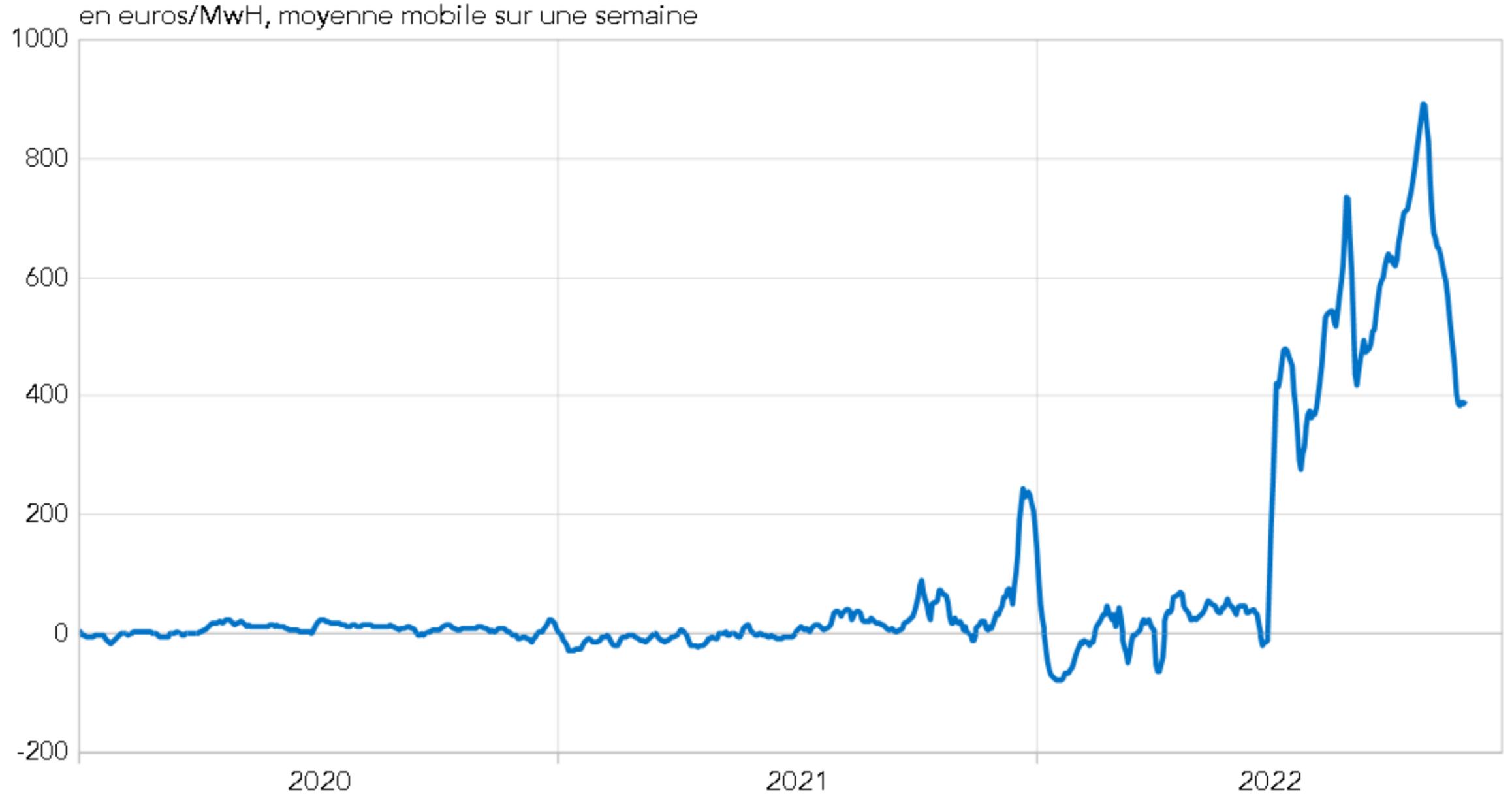
Source : Enquêtes de conjoncture harmonisées par la Commission Européenne, via Refinitiv

© Rexecode

# La perception d'un risque sur les approvisionnements énergétiques cet hiver demeure particulièrement aigüe.

## France

Ecart entre le prix à terme 3 mois et le prix spot de l'électricité



Source : PowerNext, Refinitiv, European Energy Exchange

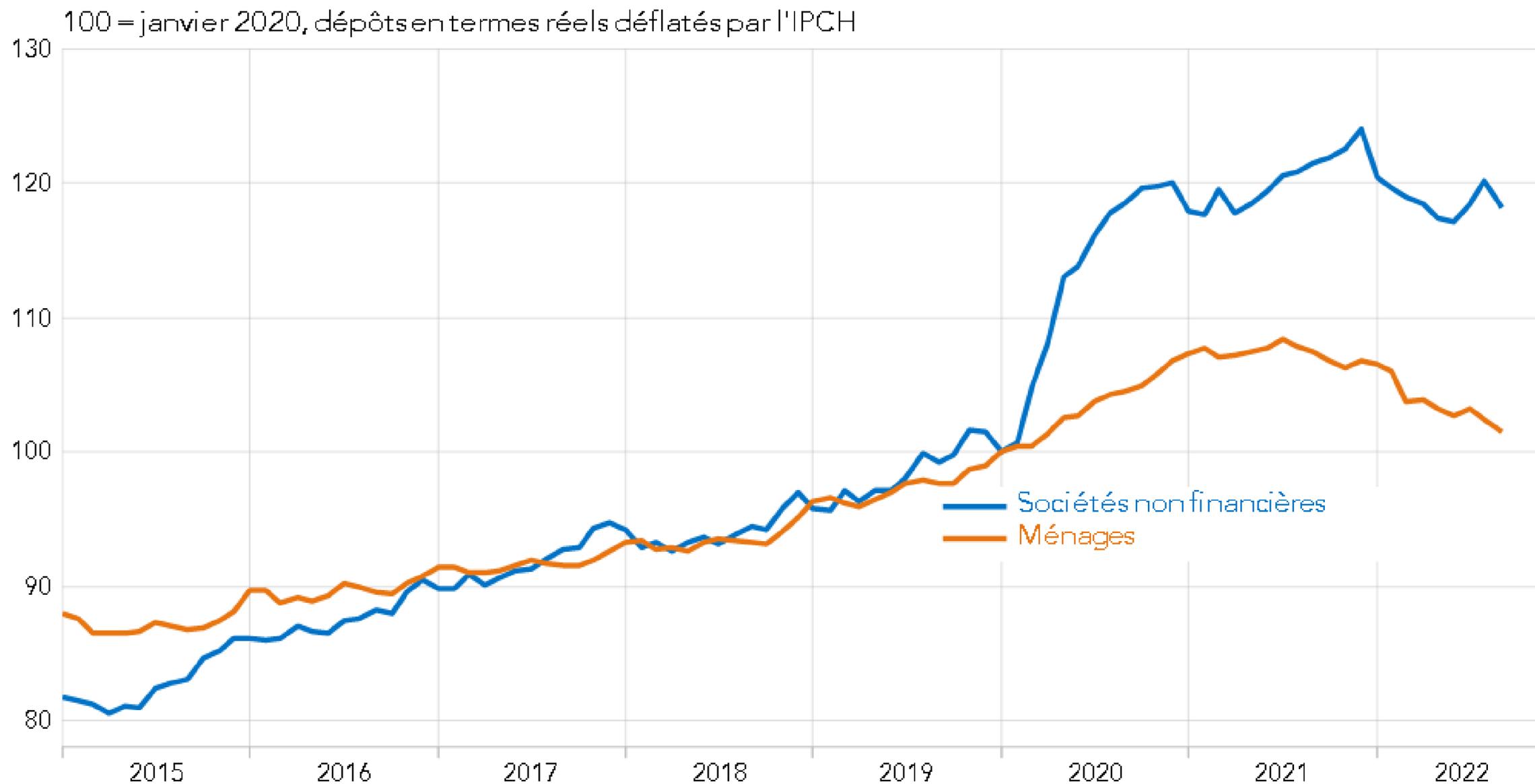
Rexacode

Rexecode

# La valeur réelle des dépôts des ménages recule, ce qui pourrait les inciter à augmenter leur effort d'épargne.

## Zone euro

Dépôts des sociétés non financières et des ménages auprès des établissements de crédits, dépôts exprimés en termes réels



Source : BCE

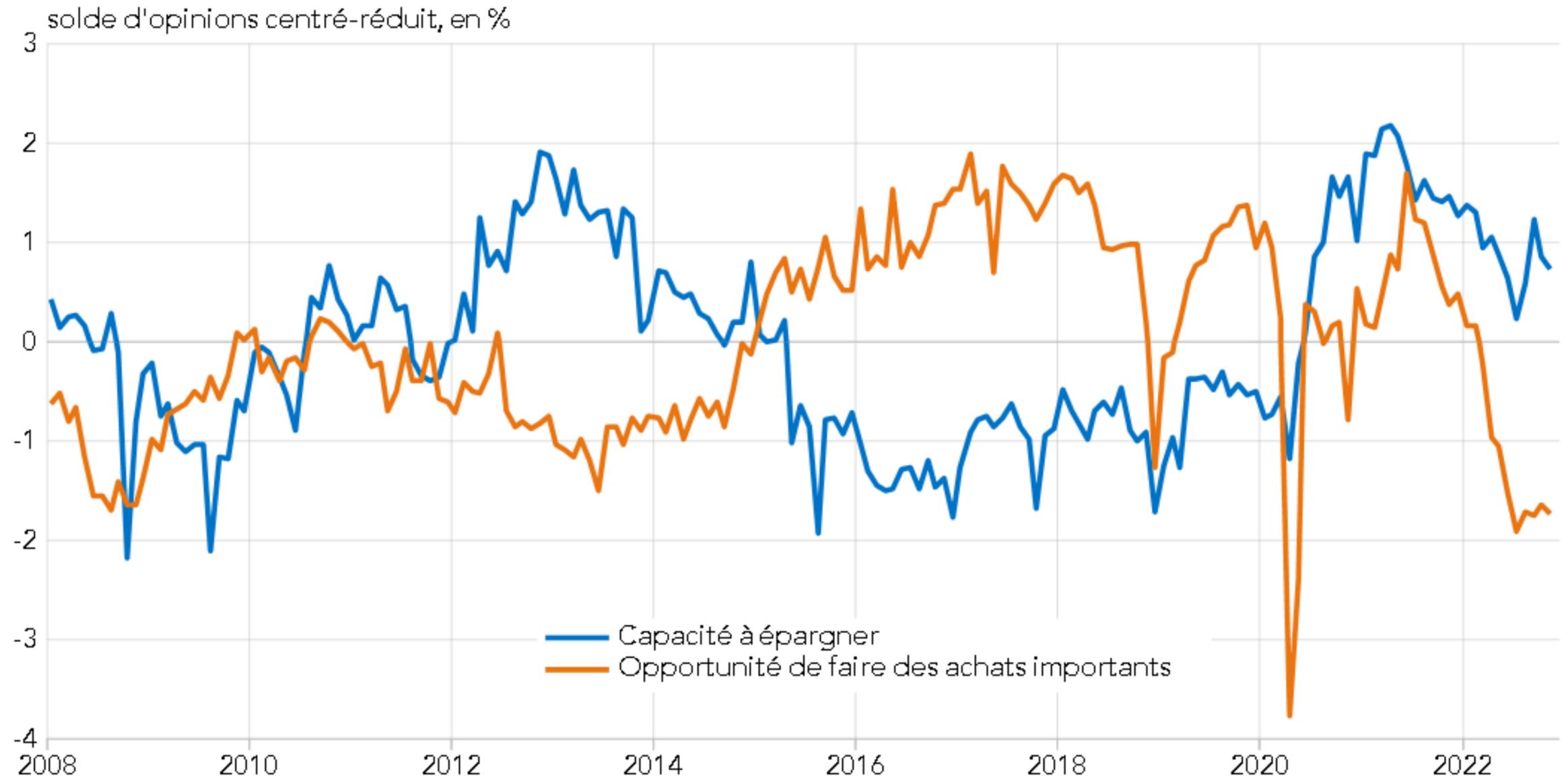
© Rexecode

Rexecode

# En France, les ménages sont peu déterminés à réaliser des achats importants et plus enclins à épargner.

## France

Enquête auprès des ménages, opportunités d'épargner et à effectuer des achats importants



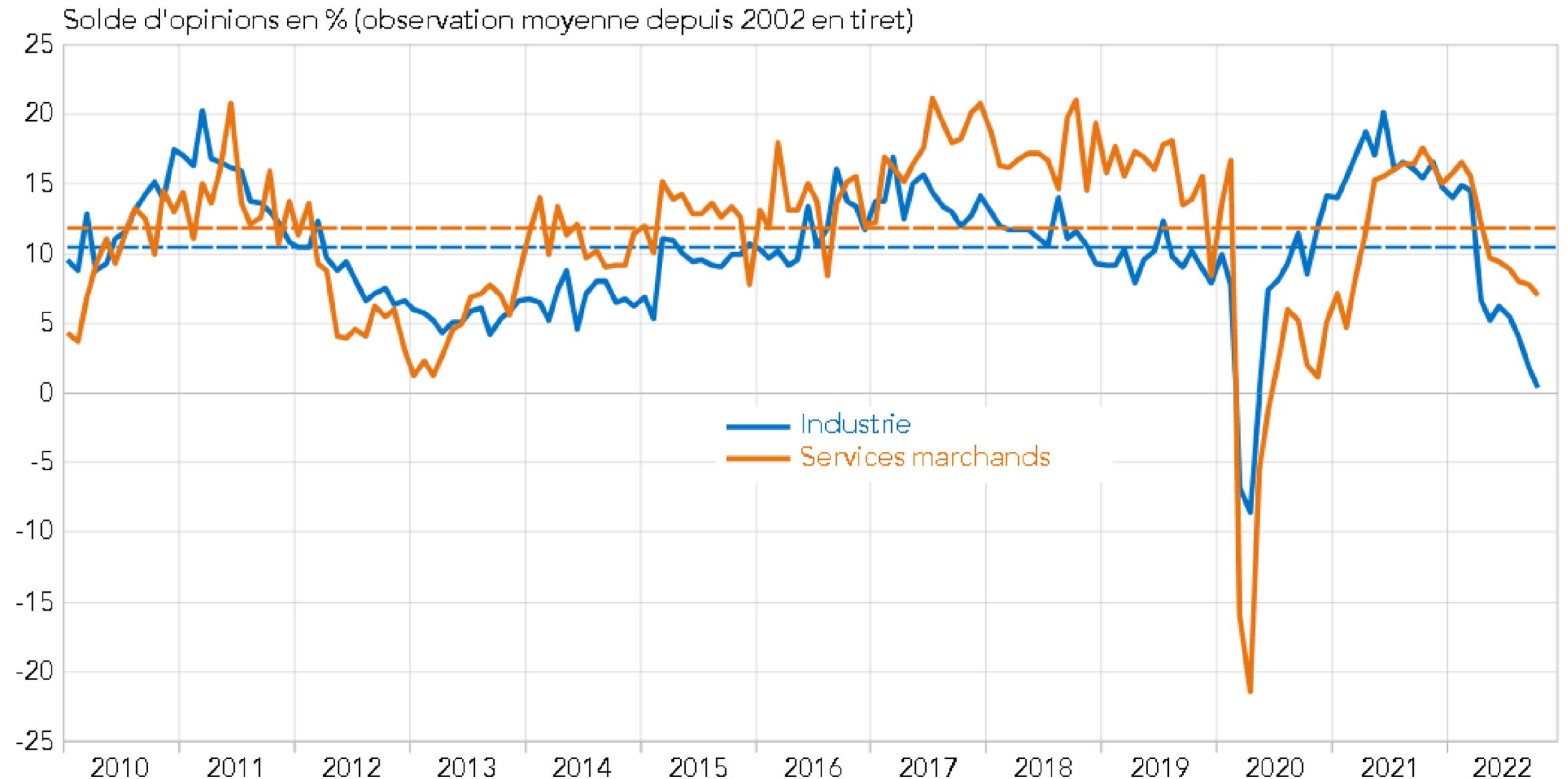
Source : Enquête mensuelle de conjoncture auprès des ménages, INSEE, via Refinitiv

© Rexecode

# Un point de vigilance : les trésoreries des entreprises sont jugées bien moins favorablement depuis quelques mois.

## France

Opinions sur la situation de trésorerie dans l'industrie et les services



Source : Banque de France, enquête de conjoncture, via Refinitiv

© Rexecode

# En résumé

---

- L'économie fait face à des chocs d'offre négatifs surtout en Europe (contraintes sur la production, inflation importée, réduction des bilans...).
- Des circonstances exceptionnelles (covid, géopolitique) et des politiques économiques extrêmes (accentuation des déficits publics, politiques monétaires « en retard ») ont éloigné les économies d'un sentier d'équilibre.
- Les écarts vont se résorber mais au prix d'une récession et il faudra au moins deux ans, voire plus, pour revenir à une « tendance normale »
- Les déterminants « conjoncturels » de l'inflation pèsent moins, les plus « structurels » vont se renforcer. Oublié le 1 à 2 % d'inflation, plutôt 2 à 5 %

# En résumé

---

Les perturbations des années récentes ajoutent des menaces aux changements de tendances déjà en cours :

- Ralentissement démographique
- Affaiblissement des gains de productivité
- Nécessité d'accélérer la décarbonation (coûts)
- Conditions de financement plus difficiles
- Transition numérique (a priori désinflationniste)
- Accent croissant sur les enjeux de sécurisation des approvisionnements : le « tout, partout, tout le temps, tout de suite » a probablement vécu.

# Comment gérer cette période ?

---

- La protection avant le rendement
- Privilégier les actifs réels
- Être patient car après toute récession vient une reprise
- Repenser ses structures d'achat
- Réapprendre des réflexes cultivés dans les périodes d'inflation : réactivité pour les prix et les coûts, souplesse dans les délais de négociation salariale
- Être souple en matière de financement. Les transformations structurelles se financent par du haut de bilan.
- ... et toutes les solutions que vous avez déjà trouvées en vous.

# Les prévisions 2023 ... si l'invitation tient encore

Pétrole	En baisse (80 \$)
Inflation	En baisse aux US (3,5 %) ; stable en ZE
Euro	Tendance à l'appréciation
Taux 10 ans (fin 2023)	US : 3,8 Allemagne : 3,0

## Taux de croissance du PIB

	2022	2023
Monde	2,7	1,9
Etats-Unis	1,6	0,6
Zone Euro	3,3	-0,2
France	2,6	0,0
Hors OCDE	4,1	4,2
Chine	3,0	4,0

# L'évolution du marché de la mode au cours des 10 dernières années : quels enseignements?

Gildas Minvielle,

Directeur de l'Observatoire économique, IFM

# Sommaire

1. État des lieux du marché  
La mode à quel prix ?
2. Ventes en ligne, écoresponsabilité,  
seconde-main,... la nouvelle donne.
3. Sourcing : le proche-import  
s'impose-t-il ?
4. Quelles perspectives pour 2023 ?

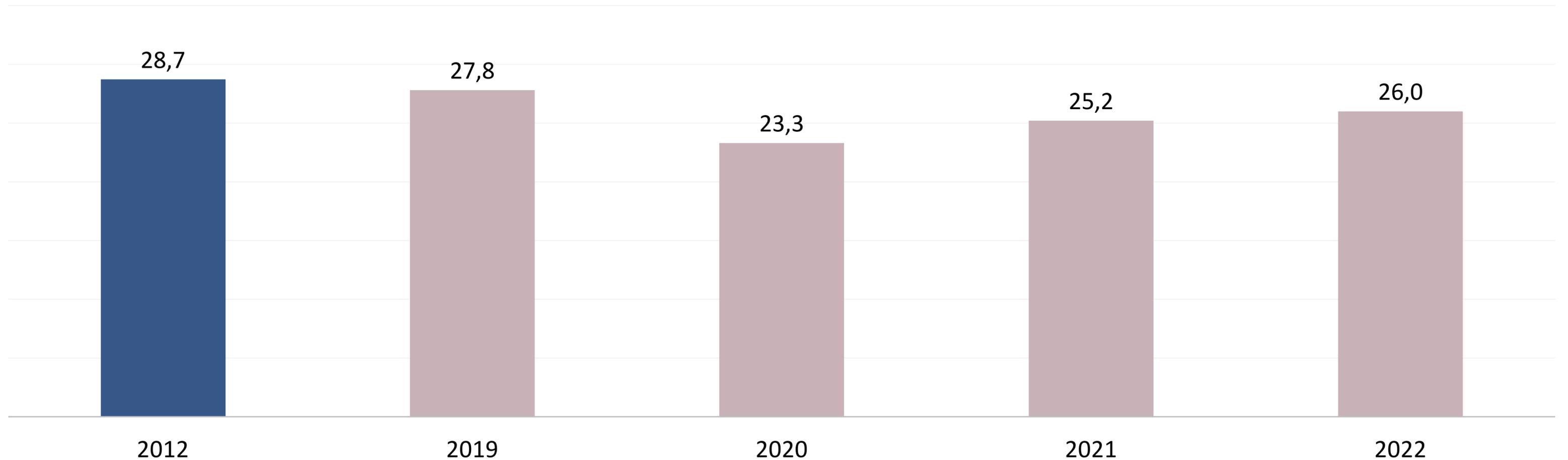
# Partie 1

1. État des lieux du marché  
La mode à quel prix ?
2. Ventes en ligne, écoresponsabilité, seconde-main, ... la nouvelle donne.
3. Sourcing : le proche-import s'impose-t-il ?
4. Quelles perspectives pour 2023 ?

# France : évolutions de la consommation

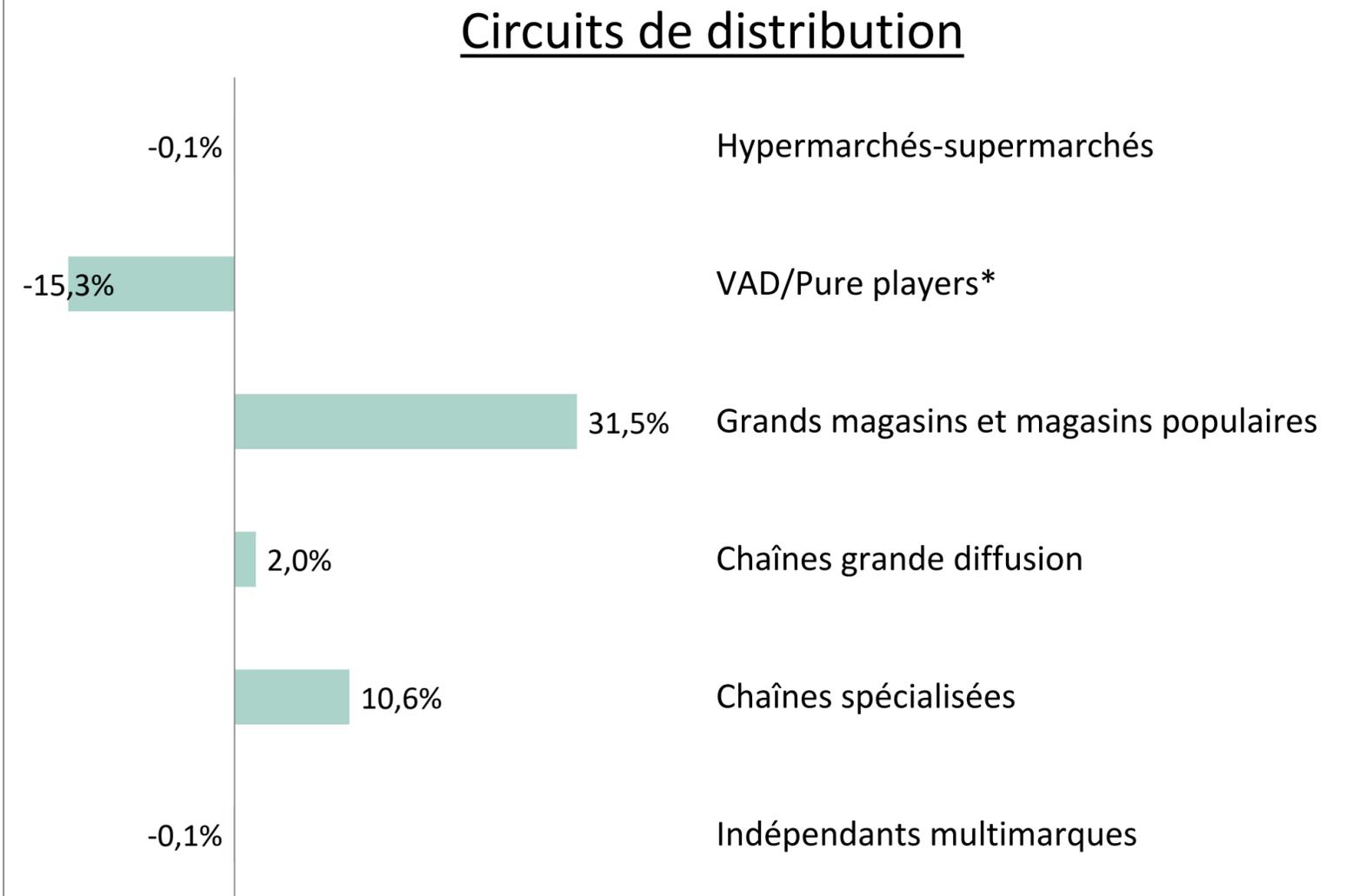
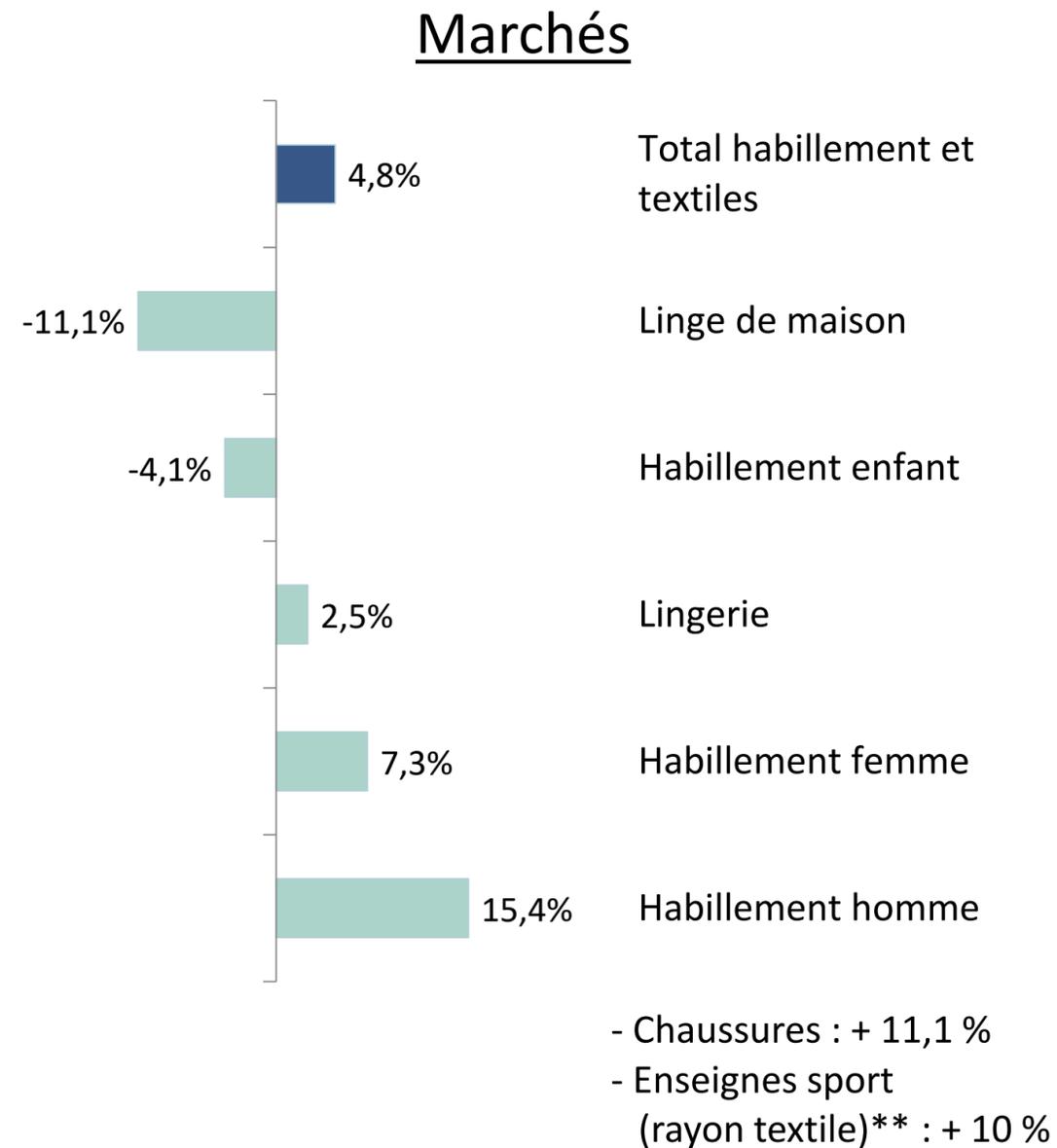
Total habillement (hors accessoires) en milliards d'euros

Le marché de l'habillement devrait totaliser environ 26 milliards d'euros en 2022



# France : évolutions des chiffres d'affaires des distributeurs

Total habillement et textiles ; janvier-septembre 2022/2021

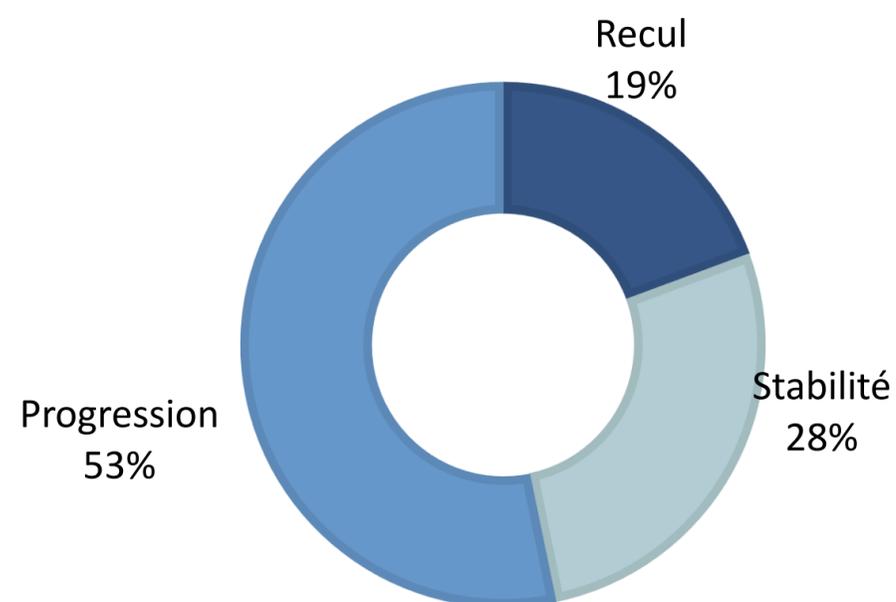


Source : IFM Panel \*Source : FEVAD

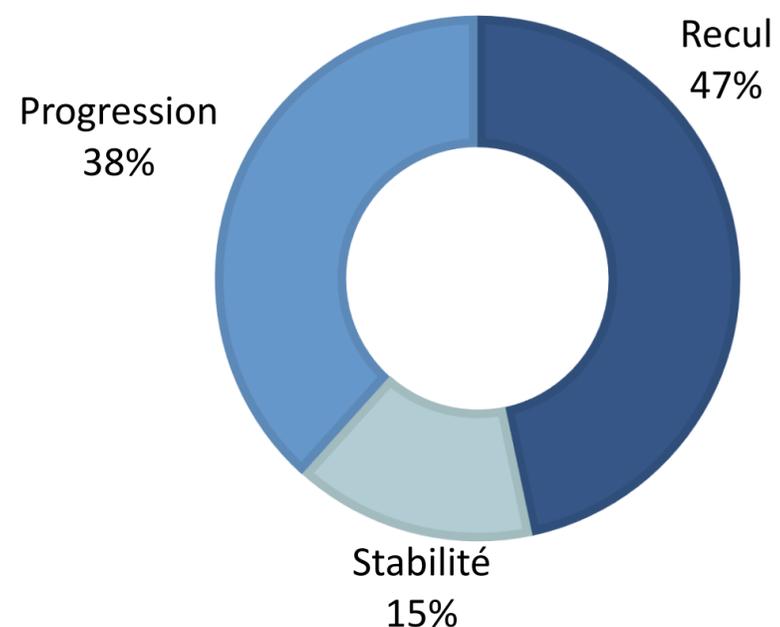
\*\*Source : grandes enseignes multisports, panel Union Sport & Cycle, 10 mois 2022

# France : comment réagit votre clientèle depuis le début de l'année 2022 ?

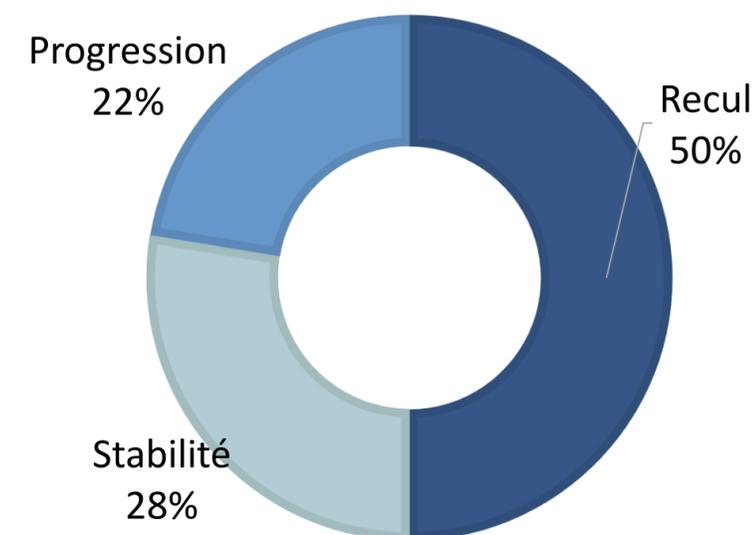
Panier moyen



Fréquentation



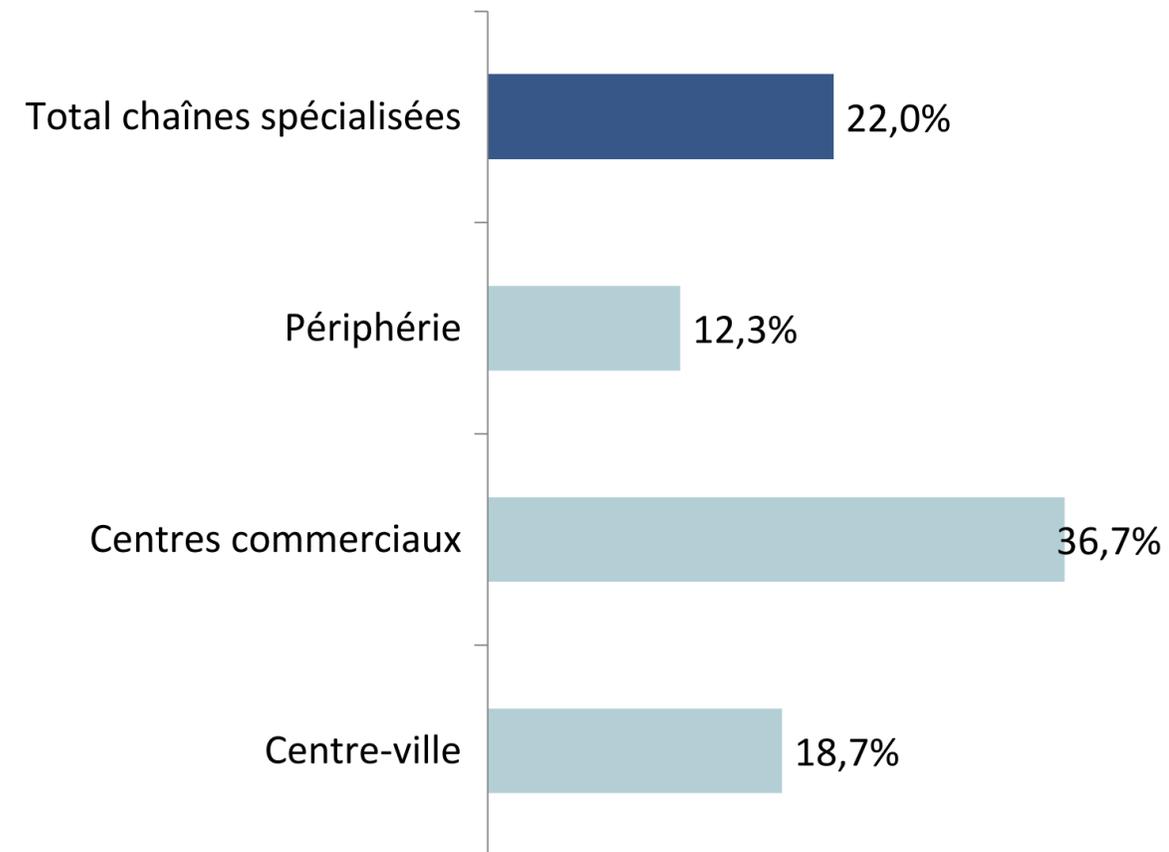
Taux de transformation



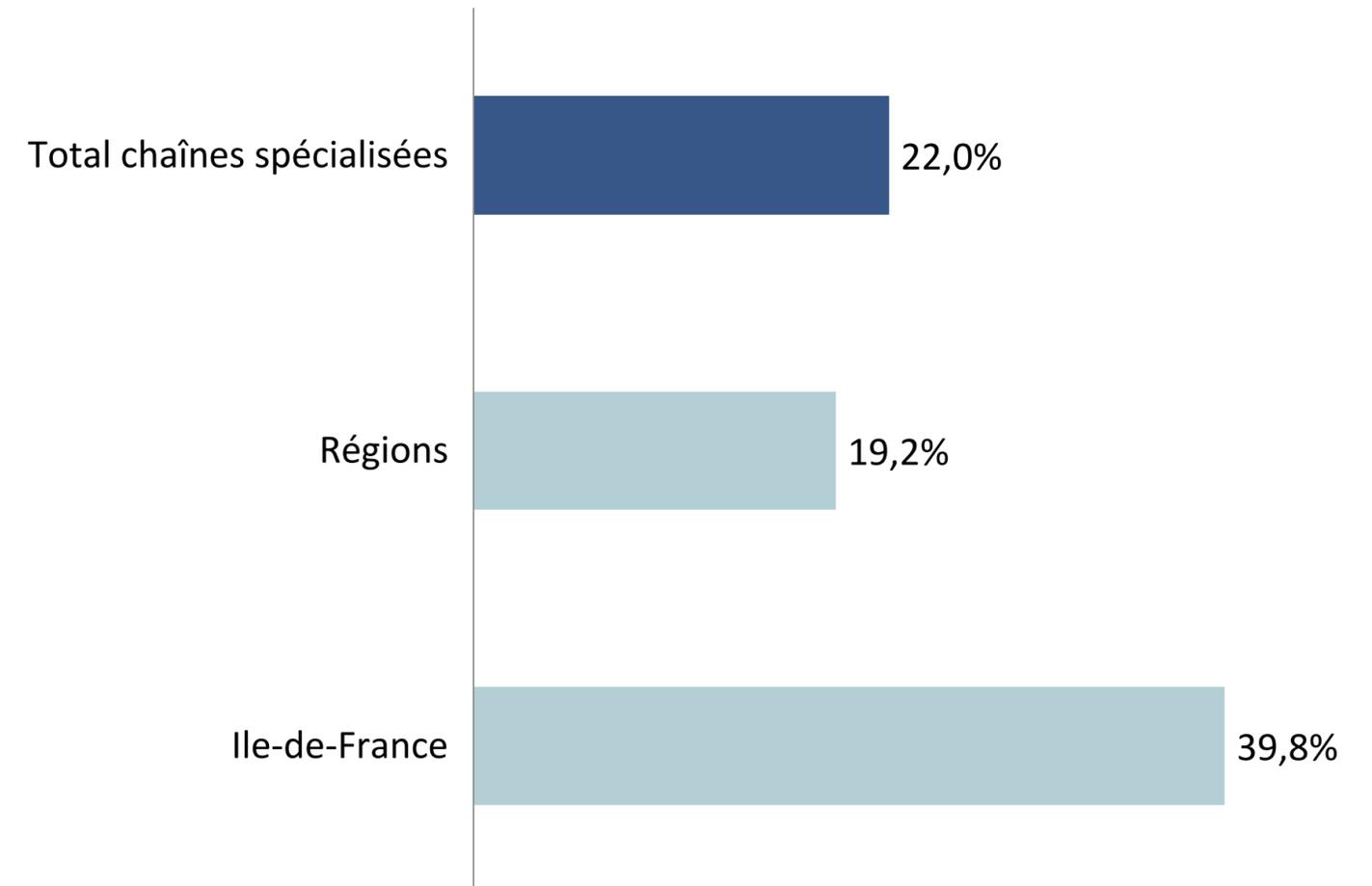
# France : évolutions des chiffres d'affaires

Focus chaînes spécialisées ; janvier-septembre 2022/2021

## Articles d'habillement et textiles, maroquinerie, accessoires et chaussures



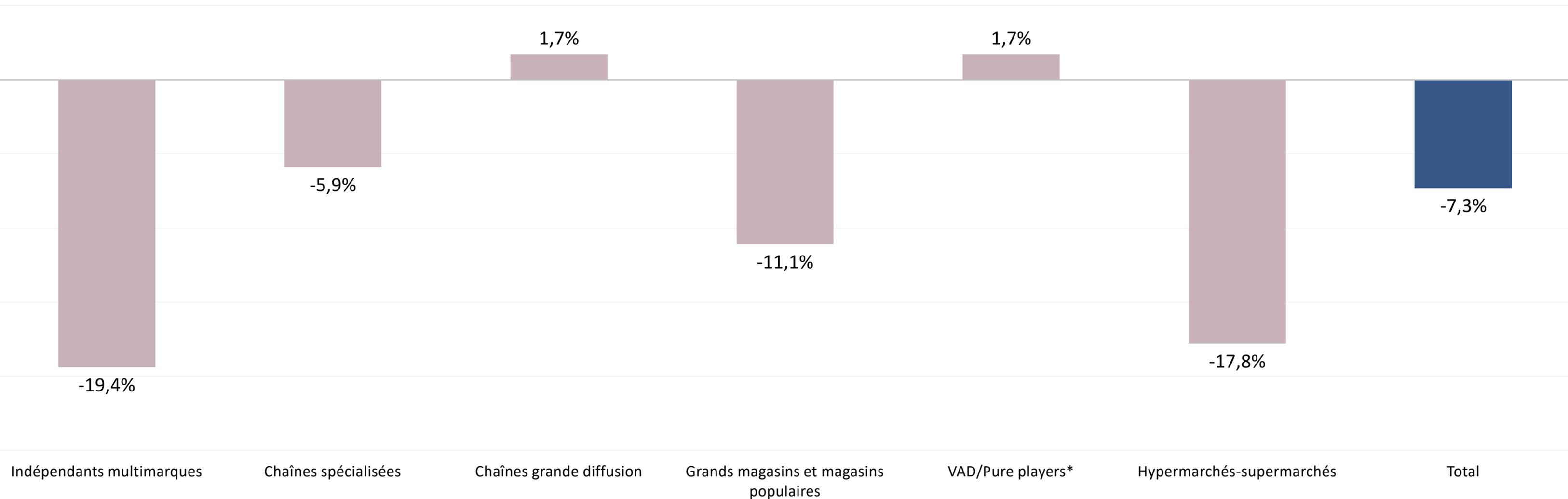
## Articles d'habillement et textiles, maroquinerie, accessoires et chaussures



# France : évolutions des chiffres d'affaires des distributeurs

Total habillement et textiles ; janvier-septembre 2022/2019

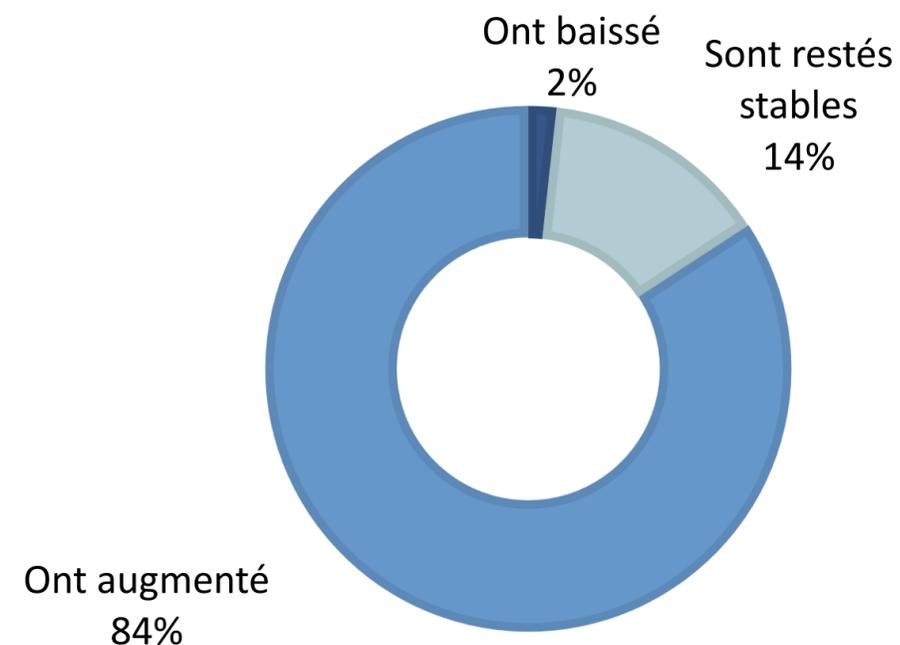
Le marché n'a pas retrouvé le niveau de 2019



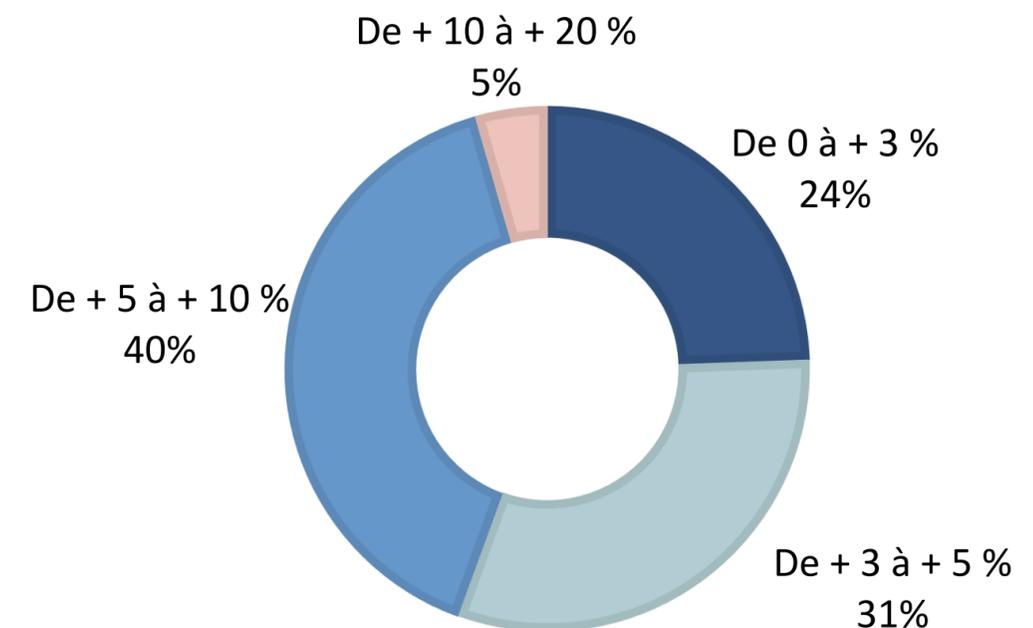
# France : en moyenne les prix ont progressé de 6 % en 2022

Total habillement et textiles

En 2022, hors soldes et promotions, vos prix...



En 2022, vos prix ont augmenté dans quelle proportion ?



Part des soldes et promotions : 42 %

# Comment vont évoluer vos prix de vente en magasin en 2023 ?

Total habillement et textiles

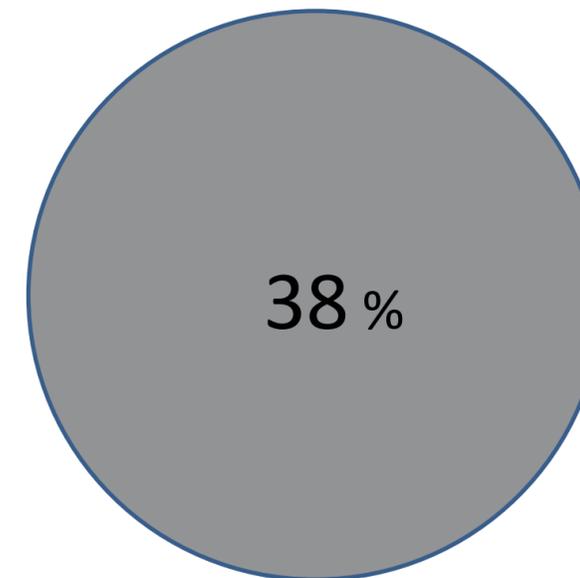
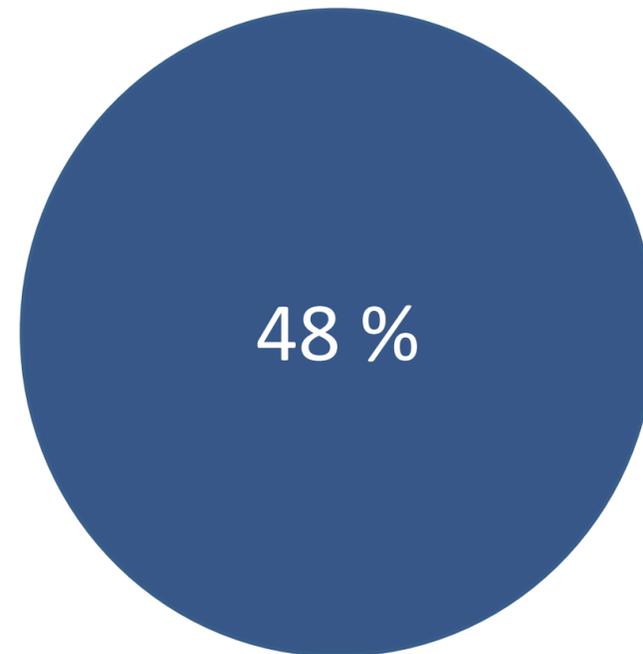
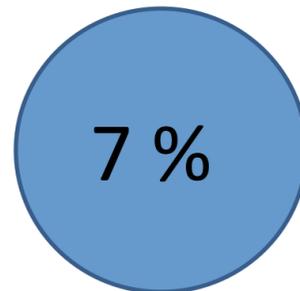
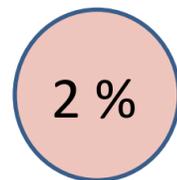
Baisse entre 0 et 5 %

Stabilité

Hausse entre 0 et +5 %

Hausse entre + 5 et + 10 %

Hausse entre + 10 et + 20 %

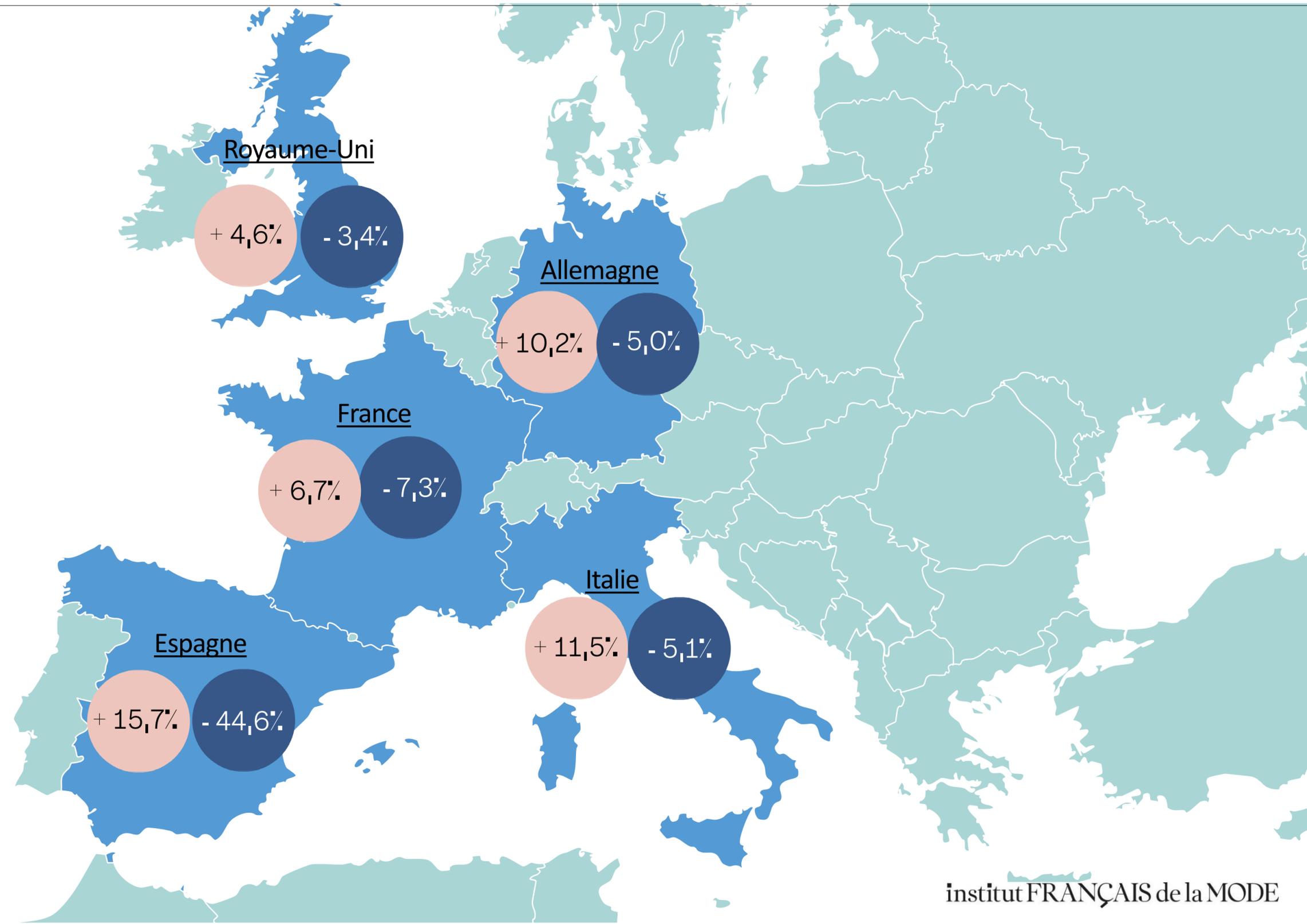
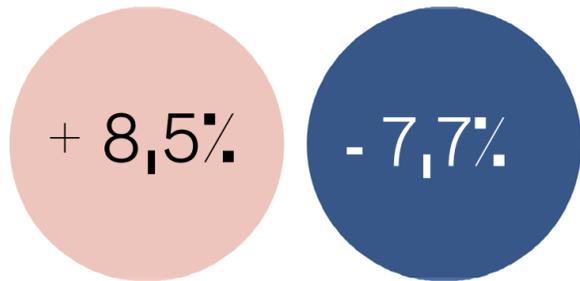


Évolution moyenne : + 5 %

# Évolution de la consommation d'habillement de l'UE

- 2022/2021
- 2022/2019

Moyenne des 5 pays :



Source F, I, E : IFM Panel, organismes nationaux, 9 mois 2022.  
A, R-U : Estimation Euromonitor 2022.

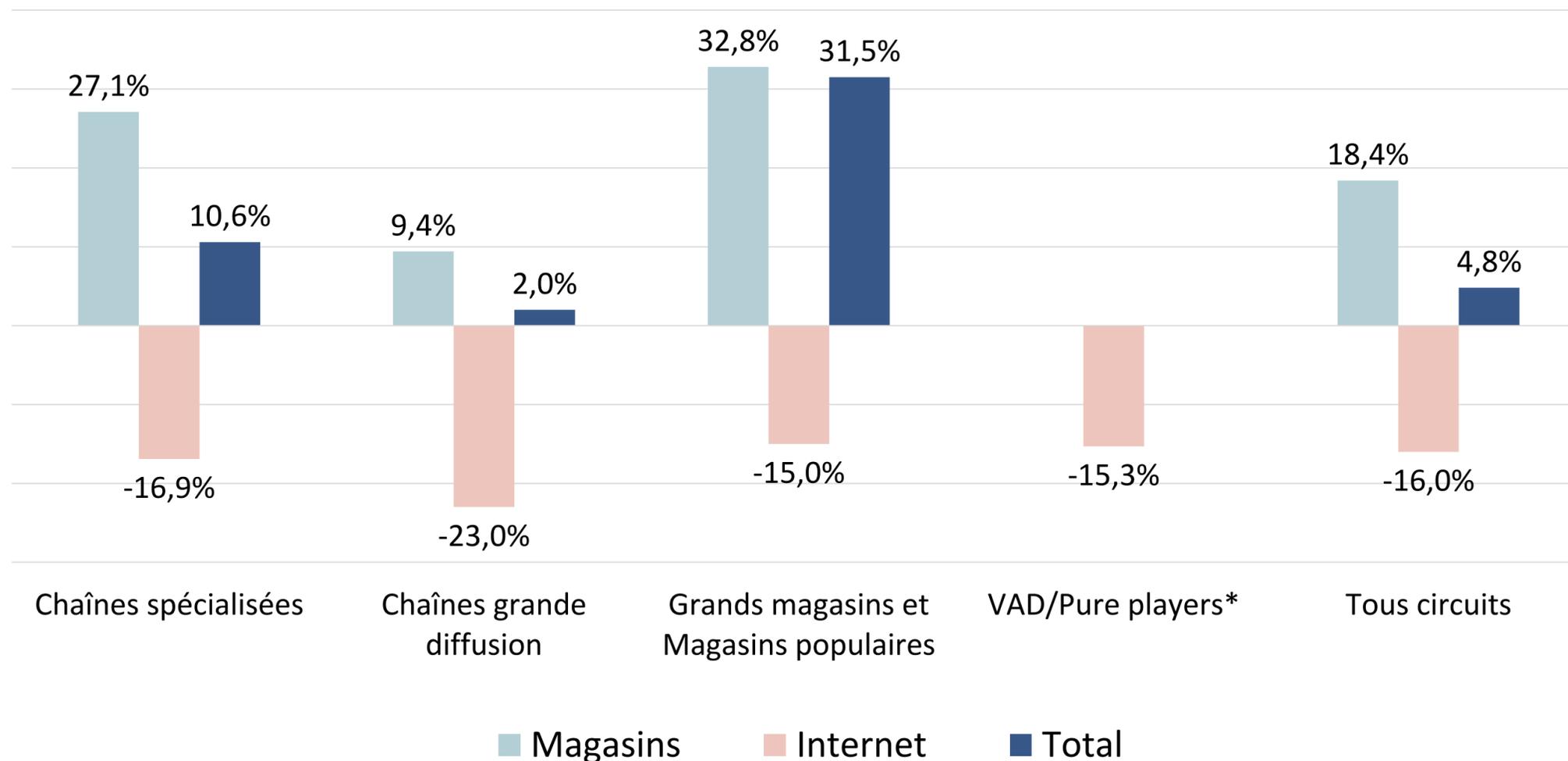
# Partie 2

1. État des lieux du marché  
La mode à quel prix ?
2. **Ventes en ligne, écoresponsabilité, seconde-main, ... la nouvelle donne.**
3. Sourcing : le proche-import  
s'impose-t-il ?
4. Quelles perspectives pour 2023 ?

# France : évolutions des chiffres d'affaires des distributeurs

Total habillement et textiles ; janvier-septembre 2022/2021

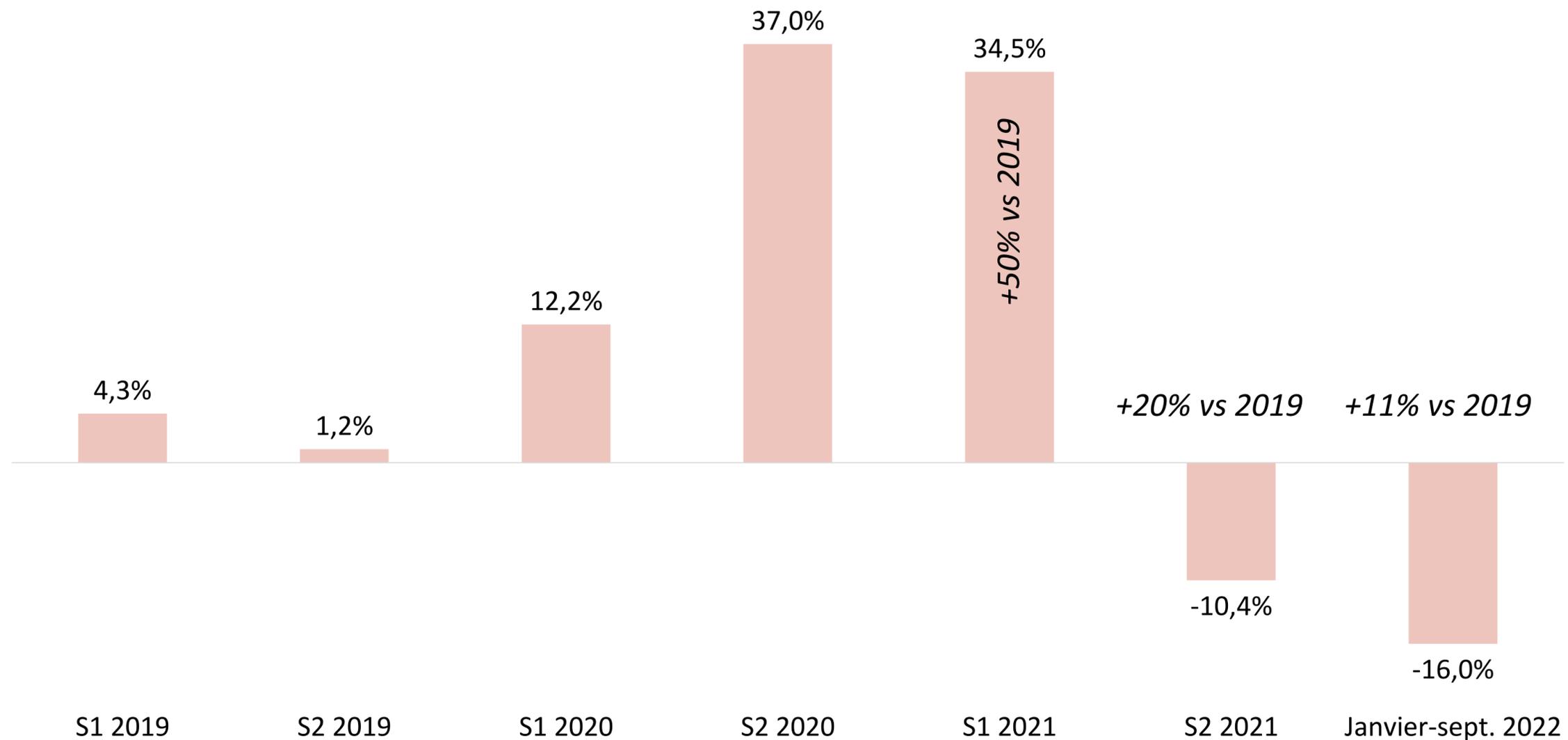
On line vs Off line



- Après une hausse de 22 % en 2020 et de 6 % en 2021, La dynamique du « on line » ne s'est pas poursuivie en 2022
- Le « on line » est passé, en moyenne, de 7 à 12 % du CA des chaînes spécialisées de 2019 à 2022

# Évolutions semestrielles des ventes habillement et textiles sur internet

Variation du chiffre d'affaires par rapport à la même période de l'année précédente



# La seconde-main

## Du côté de l'offre

Quel type d'actions menez-vous ?	Déjà en place	En projet
Don de vêtements d'occasion à des associations/organismes de réinsertion	69%	3%
Collecte de vêtements d'occasion	59%	35%
Vente de vêtements d'occasion dans vos circuits (E-commerce, magasins)	38%	24%
Vente de vêtements « up-cyclés » en collection	36%	12%
Vente de vêtements d'occasion à des entreprises de recyclage textile	21%	21%
Vente de vêtements d'occasion à des friperies ou autres revendeurs	16%	13%
Développement d'ateliers de réparation ou d'up-cycling en magasin	13%	13%
Service de location de vêtements	9%	9%

# La seconde-main

## Du côté de l'offre

Quel type d'actions menez-vous ?	Déjà en place	En projet
Don de vêtements d'occasion à des associations/organismes de réinsertion	69%	3%
Collecte de vêtements d'occasion	59%	35%
Vente de vêtements d'occasion dans vos circuits (E-commerce, magasins)	38%	24%
Vente de vêtements « up-cyclés » en collection	36%	12%
Vente de vêtements d'occasion à des entreprises de recyclage textile	21%	21%
Vente de vêtements d'occasion à des friperies ou autres revendeurs	16%	13%
Développement d'ateliers de réparation ou d'up-cycling en magasin	13%	13%
Service de location de vêtements	9%	9%

# La mode éco-responsable

## Du côté de la demande

44 % des consommateurs ont acheté au cours des 12 derniers mois un produit de mode éco-responsable

Qu'est-ce qui vous préoccupe le plus en matière de mode éco-responsable ?	
L'utilisation de produits toxiques pour la peau (colorants, traitements chimiques)	42%
La pollution générée par la fabrication de vêtements	38%
Les salaires bas et les conditions de travail des ouvriers	37%
L'utilisation de matières qui génèrent de la souffrance animale	31%
La pollution générée par le transport	29%
La protection des emplois liés au textile en France	29%
Le non-recyclage des vêtements en fin de vie	28%
Le respect de la diversité (origines, cultures, égalité homme/femme...) par la marque	16%

# La mode éco-responsable

## Du côté de la demande

44 % des consommateurs ont acheté au cours des 12 derniers mois un produit de mode éco-responsable

Qu'est-ce qui vous préoccupe le plus en matière de mode éco-responsable ?	
L'utilisation de produits toxiques pour la peau (colorants, traitements chimiques)	42%
La pollution générée par la fabrication de vêtements	38%
Les salaires bas et les conditions de travail des ouvriers	37%
L'utilisation de matières qui génèrent de la souffrance animale	31%
La pollution générée par le transport	29%
La protection des emplois liés au textile en France	29%
Le non-recyclage des vêtements en fin de vie	28%
Le respect de la diversité (origines, cultures, égalité homme/femme...) par la marque	16%

# La mode éco-responsable

## Du côté de l'offre

Les 3 domaines d'investissement prioritaire pour 2023 :

1. Le digital, 2. Les actions en matière de développement durable, 3. L'attractivité des points de vente

En ce qui concerne les matières éco-responsables, quelles actions prioritaires avez-vous menées en 2022 ?	
Augmentation de l'utilisation de matières éco-responsables labellisées	48%
Amélioration de la traçabilité des matières (meilleure connaissance de l'origine de la matière lors des achats)	48%
Utilisation de matières recyclées	46%
Utilisation de matières bio	29%
Pas d'action particulière sur les matières en 2022	10%
Renoncement à l'utilisation de certaines matières (fourrure, mohair, angora...)	8%

# La mode éco-responsable

## Du côté de l'offre

Les 3 domaines d'investissement prioritaire pour 2023 :

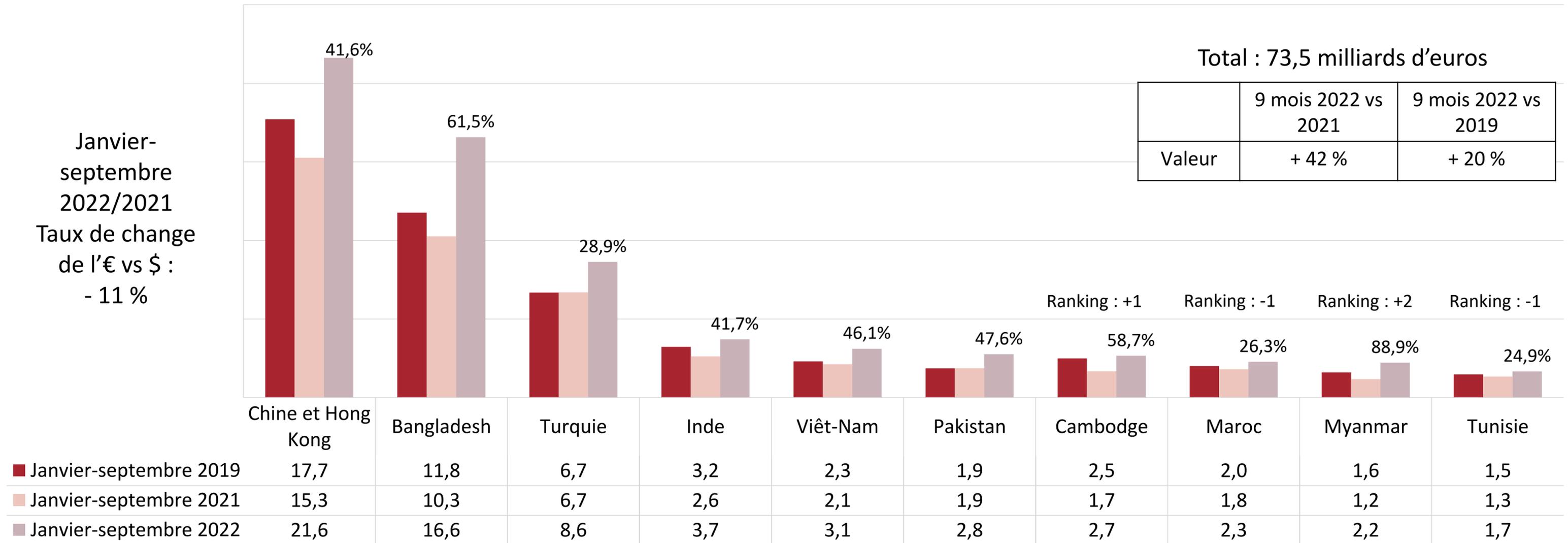
1. Le digital, 2. Les actions en matière de développement durable, 3. L'attractivité des points de vente

En ce qui concerne les matières éco-responsables, quelles actions prioritaires avez-vous menées en 2022 ?	
Augmentation de l'utilisation de matières éco-responsables labellisées	48%
Amélioration de la traçabilité des matières (meilleure connaissance de l'origine de la matière lors des achats)	48%
Utilisation de matières recyclées	46%
Utilisation de matières bio	29%
Pas d'action particulière sur les matières en 2022	10%
Renoncement à l'utilisation de certaines matières (fourrure, mohair, angora...)	8%

# Partie 3

1. État des lieux du marché  
La mode à quel prix ?
2. Ventes en ligne, écoresponsabilité, seconde-main, ... la nouvelle donne.
3. **Sourcing : le proche-import s'impose-t-il ?**
4. Quelles perspectives pour 2023 ?

# UE 27 : importations d'habillement en milliards d'euros

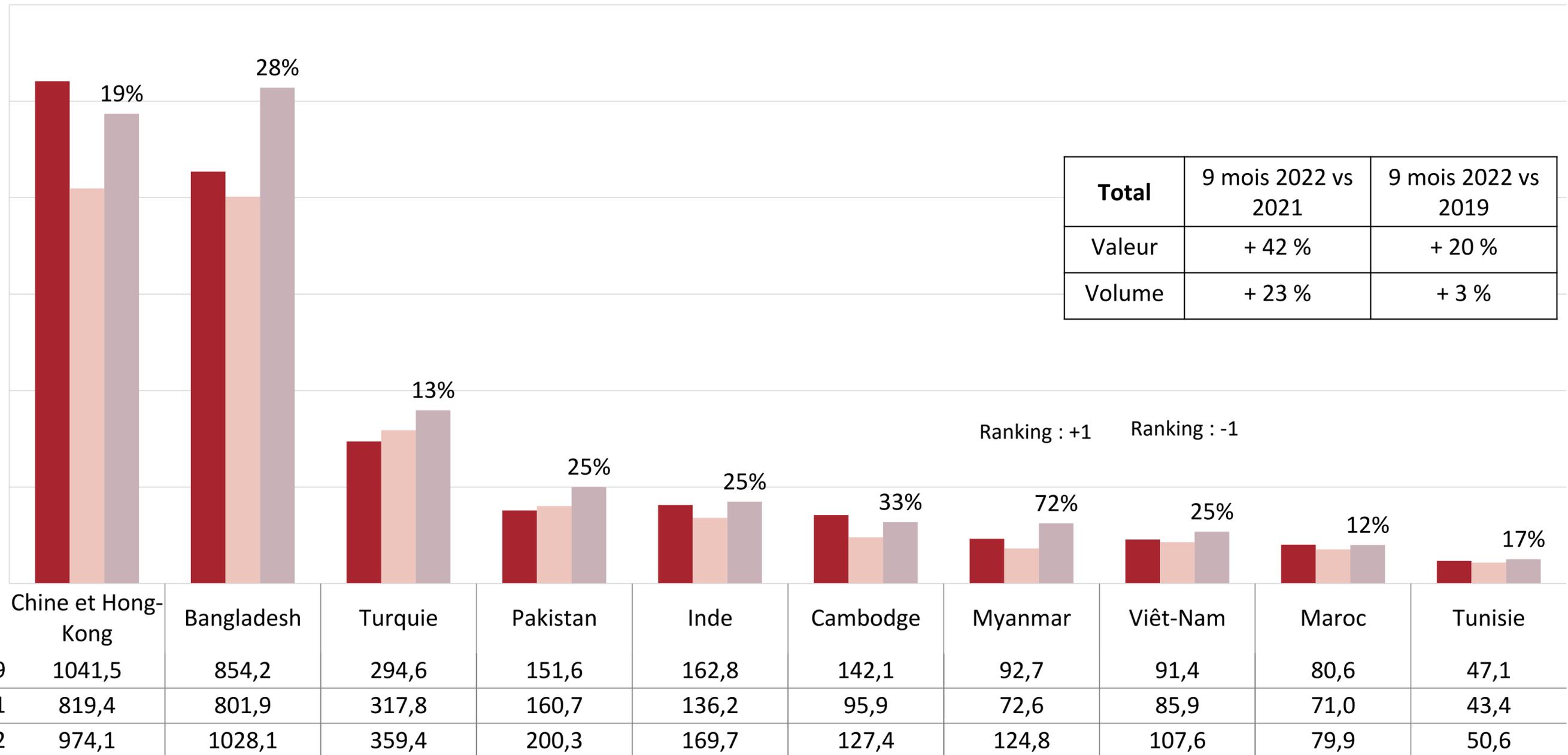


Part de l'Asie : 75,8 %, dont Chine 29,4 %  
Part de l'Asie en 2019 : 70,9 %, dont Chine 29,2 %

Part des pays méditerranéens : 17,7 %, dont Turquie 11,8 %  
Part des pays méditerranéens en 2019 : 17,4 %, dont Turquie 11,0 %

# UE 27 : importations d'habillement en milliers de tonnes

Janvier-  
septembre  
2022/2021  
Taux de change  
de l'€ vs \$ :  
- 11 %



# Comment va évoluer la répartition géographique de vos approvisionnements en 2023 ?

Renforcement du sourcing de proximité

	Développement	Stabilité	Réduction	Total
Europe (Est et Ouest)	39%	61%	0%	100%
Méditerranée (Turquie, Maghreb)	48%	39%	13%	100%
Asie	2%	33%	65%	100%
Dont Chine	3%	24%	73%	100%

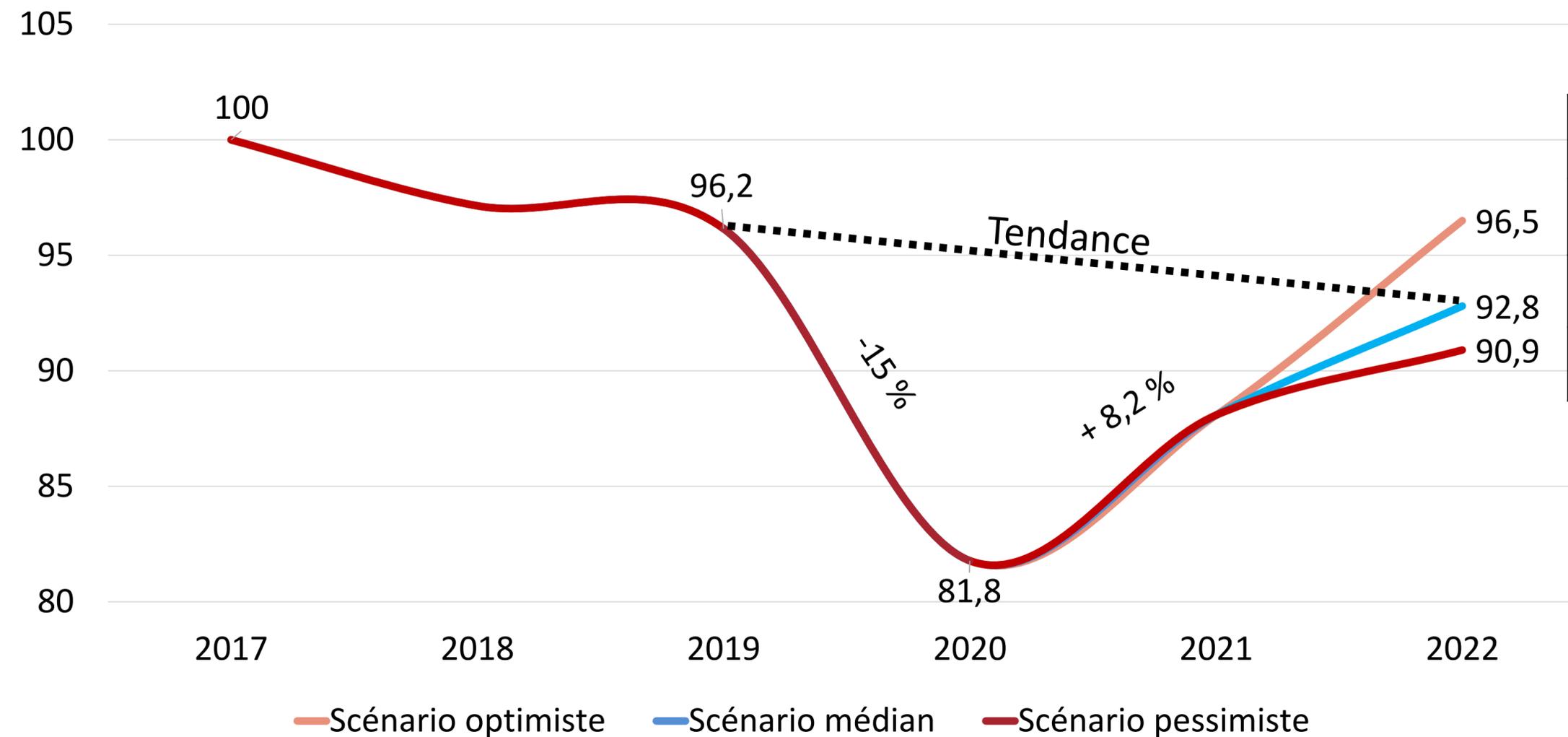
# Partie 4

1. État des lieux du marché  
La mode à quel prix ?
2. Ventas en ligne, écoresponsabilité,  
seconde-main,... la nouvelle donne.
3. Sourcing : le proche-import  
s'impose-t-il ?
4. Quelles perspectives pour 2023 ?

# France : prévisions 2022

## Consommation d'habillement et textiles

2017=100



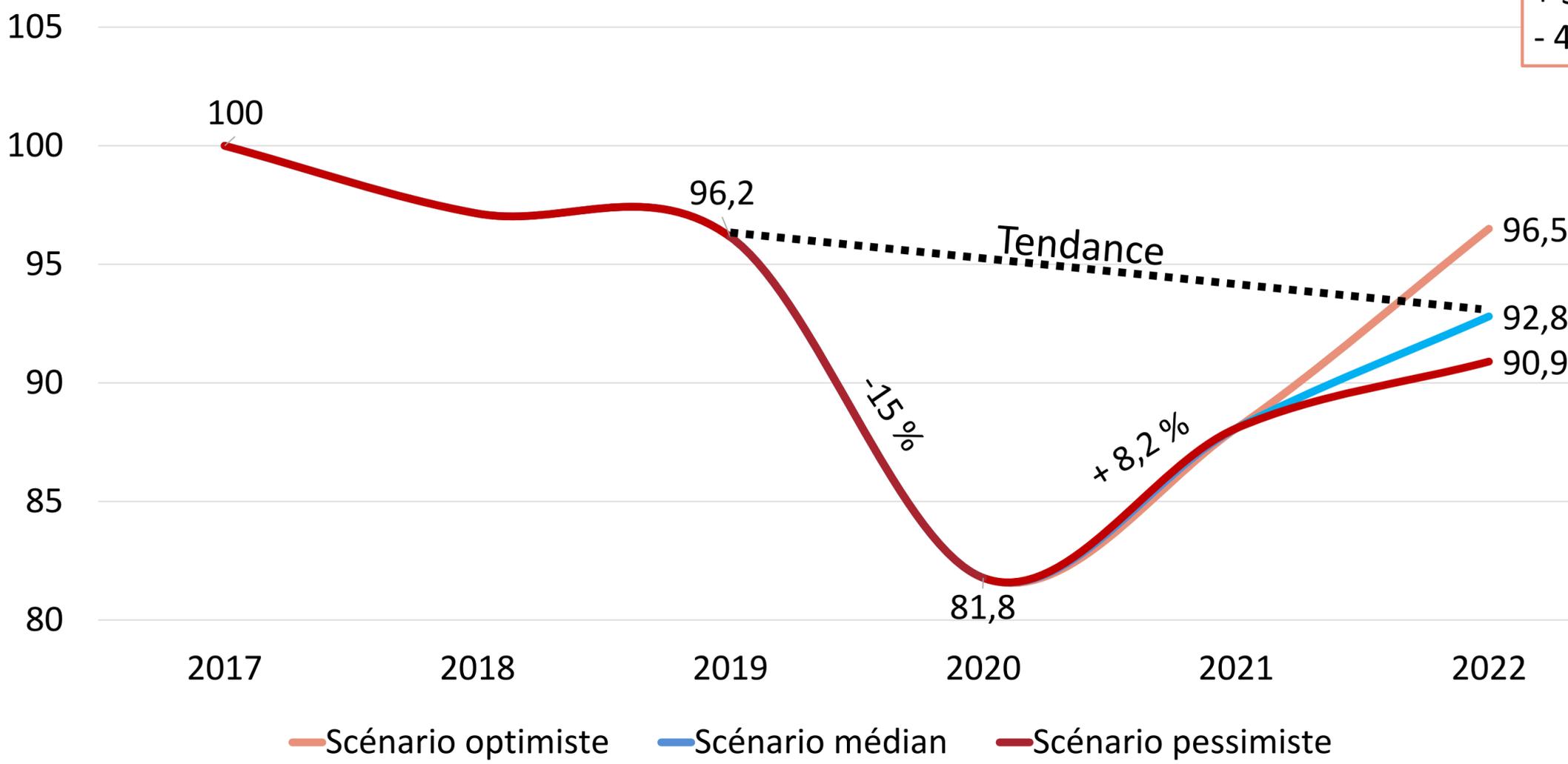
	2022/ 2021	2022/ 2019
« On retrouve 2019 »	+ 9 %	=
« On rejoint la tendance pré-Covid »	+ 5 %	- 3 %
« On se situe en dessous de la tendance pré-Covid »	+ 3 %	- 5 %

Dates des prévisions : juin 2022

# France : prévisions 2022

## Consommation d'habillement et textiles

2017=100



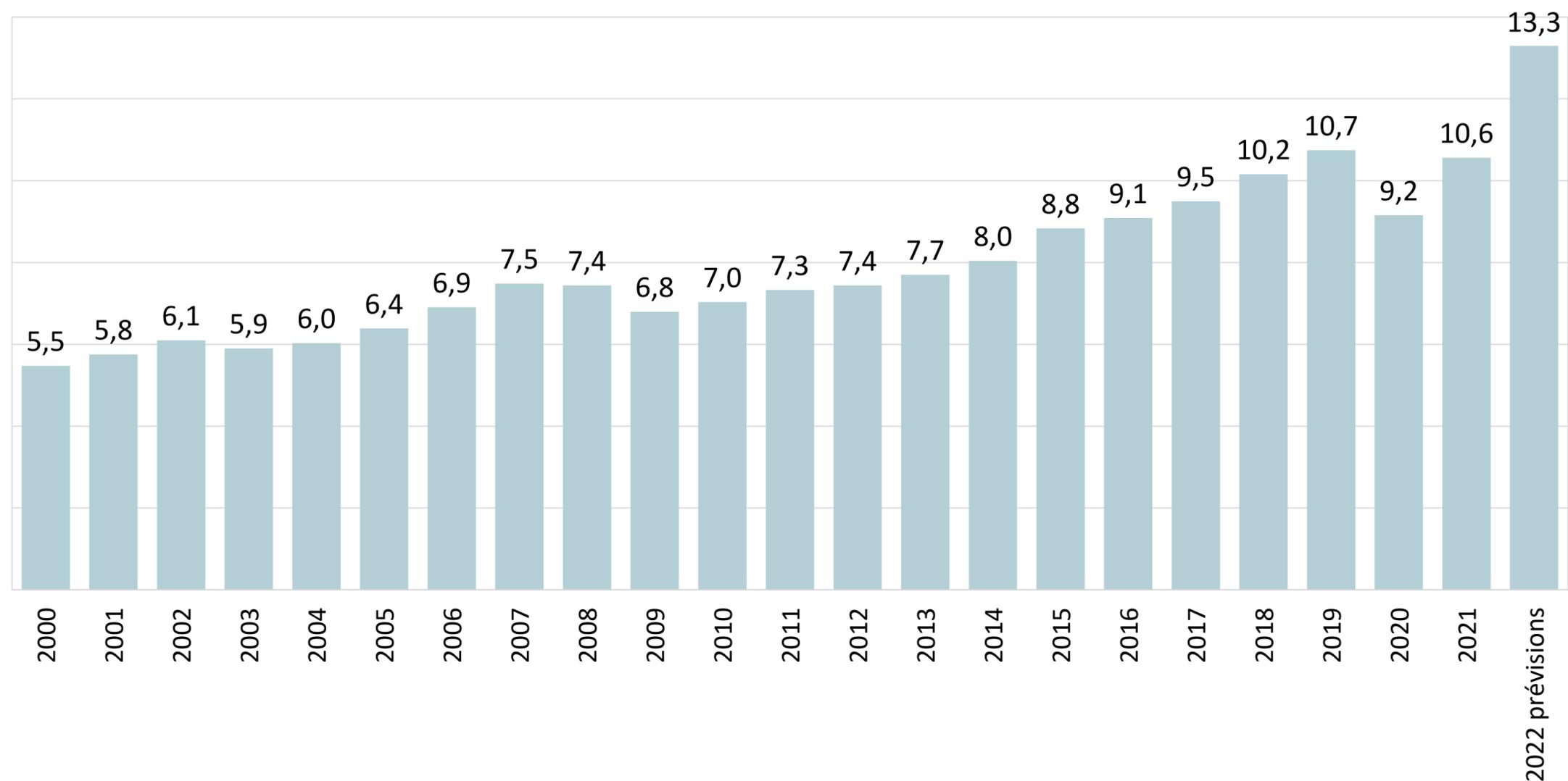
Prévisions Fashion Reboot 2022 :  
 + 3,3 % par rapport à 2021  
 - 4,9 % par rapport à 2019

	2022/ 2021	2022/ 2019
« On retrouve 2019 »	+ 9 %	=
« On rejoint la tendance pré-Covid »	+ 5%	- 3 %
« On se situe en dessous de la tendance pré-Covid »	+ 3 %	- 5 %

# Exportations françaises d'habillement

Milliards d'euros

Hausse des exportations de 5 % par an de 2010 à 2022  
(+ 7 % par an entre 2019 et 2022)



Janvier-septembre 2022/2021 :

Total : + 25,9 %

Asie : + 34,9 %

Chine : + 16,7 %

Japon : + 77,3 %

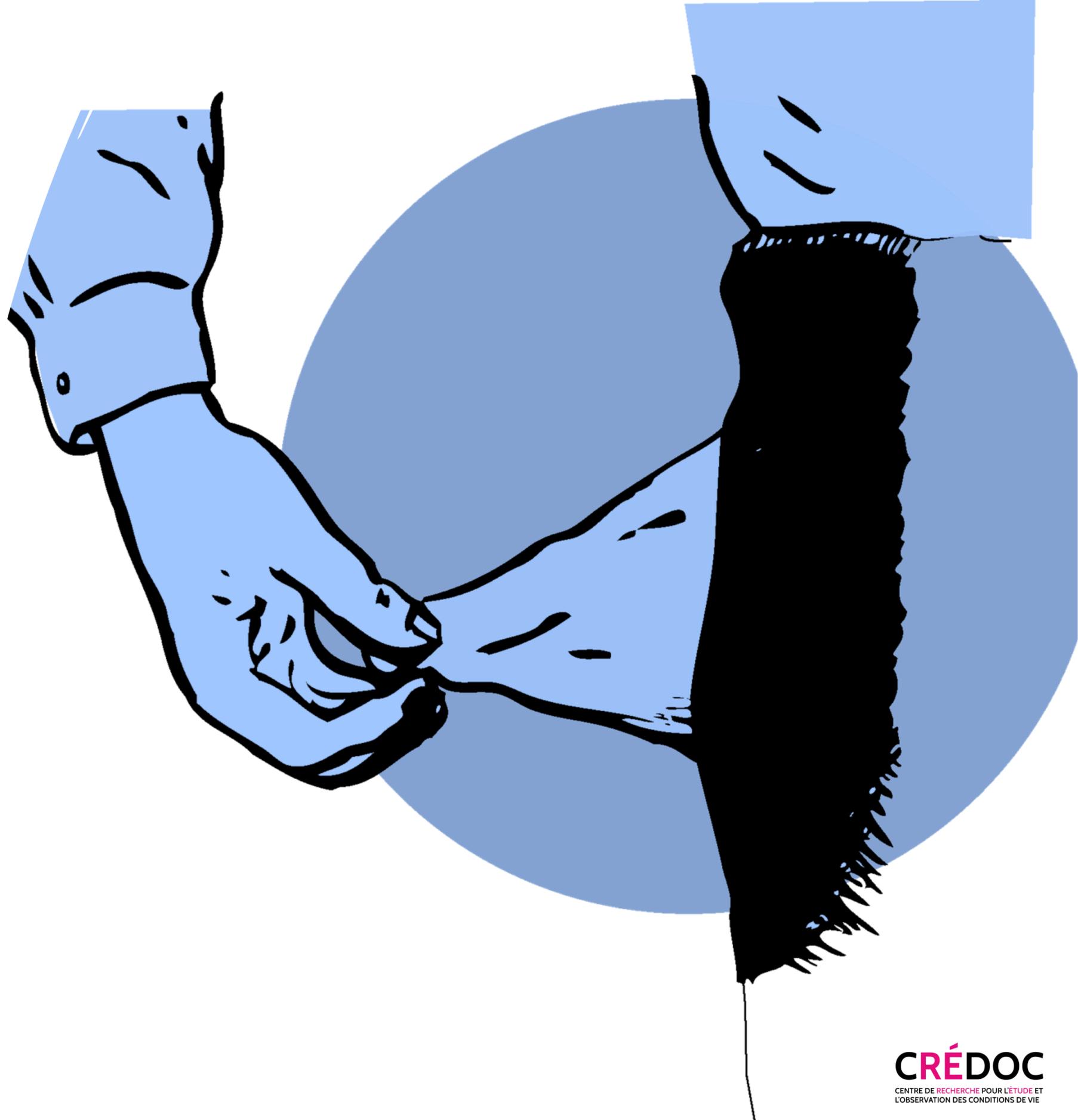
Etats-Unis : + 81,2 %

institut  
FRANÇAIS  
de la  
MODE

# Le consommateur : quelles évolutions ? Quels arbitrages ?

Franck Lehuédé, Directeur d'études Crédoc

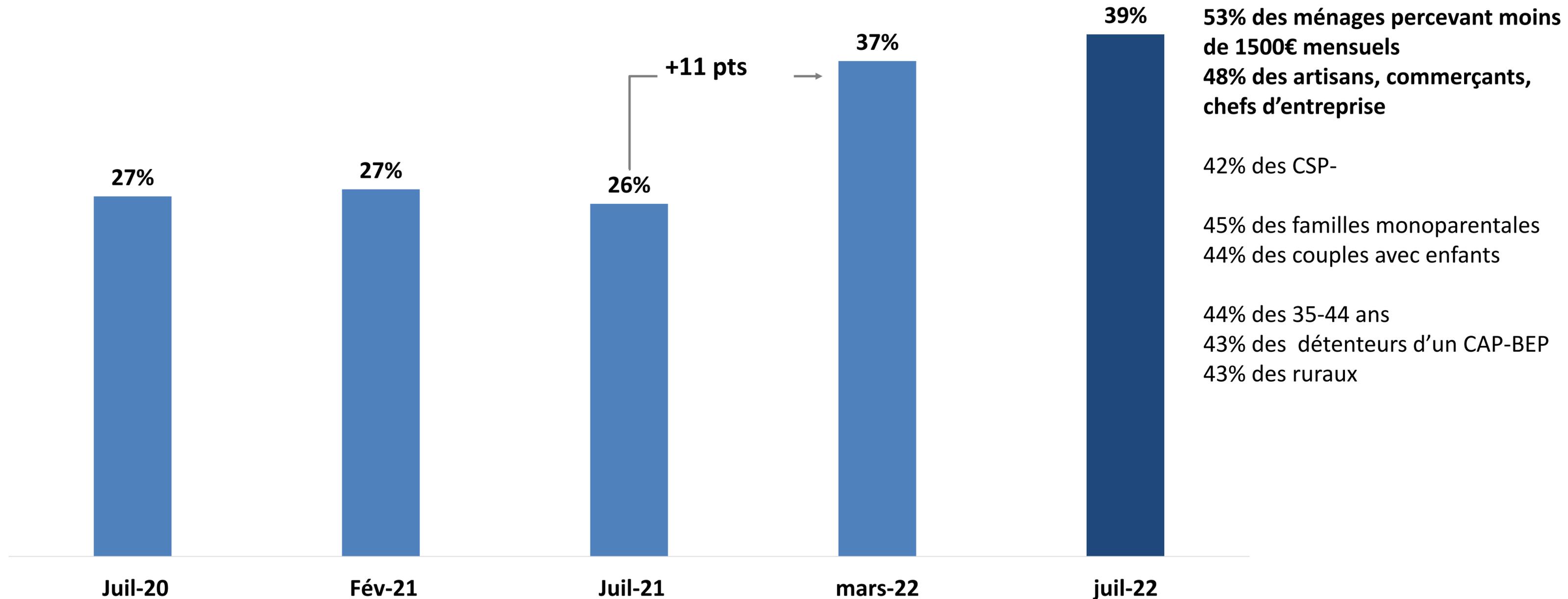
**Le pouvoir  
d'achat  
préoccupation  
principale des  
Français**



# Par rapport à mars, près de 4 Français sur 10 estiment que leur situation financière s'est dégradée

Diriez-vous que la situation financière de votre foyer a changé depuis les 3 derniers mois ? – Réponse: Oui, elle s'est dégradée

Base : 2000 individus de 18 ans et plus, Online

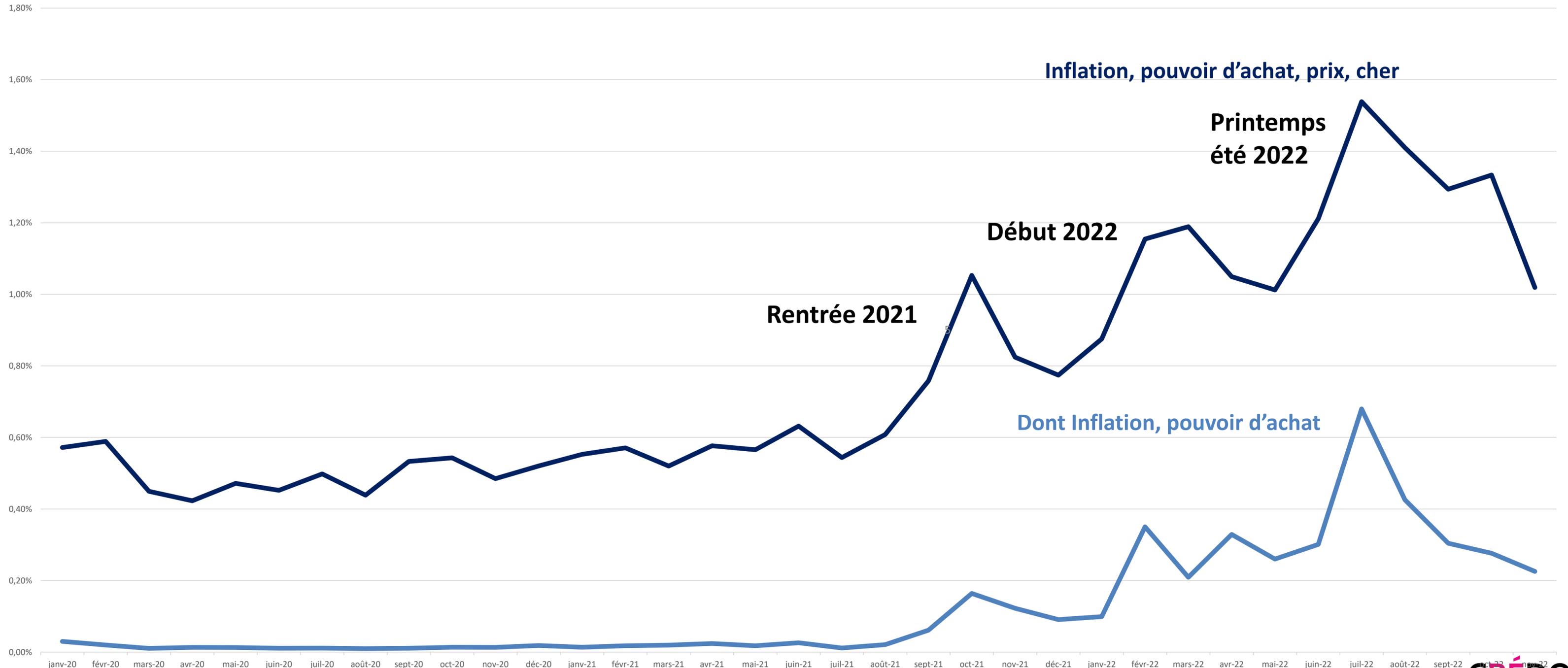


Jusqu'en mars 2022 : Diriez-vous que la situation financière de votre foyer a changé depuis les 1eres mesures de confinement de mars 2020?

Source : Enquêtes Tendances de consommation, CREDOC

# L'inflation et le pouvoir d'achat thème en croissance sur les réseaux sociaux pendant 1 an – en régression depuis 4 mois

Moyenne mobile sur 5 jours des échanges sur twitter sur l'inflation, pouvoir d'achat



Source : Social listening CREDOC



**Un Français sur  
deux envisage de  
réduire ses  
dépenses de  
consommation**



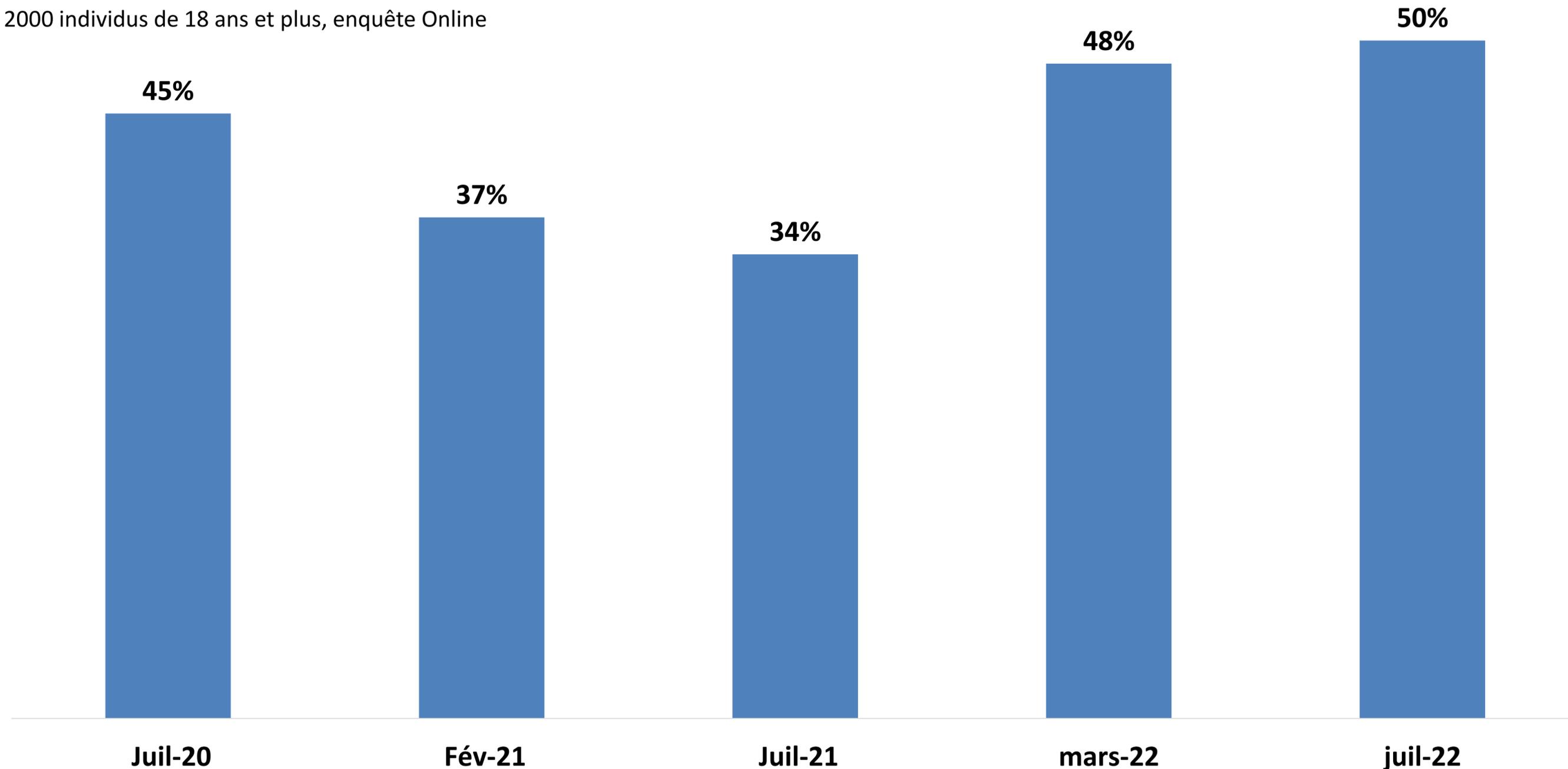


**65%** des Français  
ont modifié leurs  
comportements quotidiens  
suite à l'inflation

# 50% des Français envisagent de réduire leurs dépenses de consommation / ce qu'ils prévoyaient en début d'année

Dans les mois à venir, par rapport à ce que vous prévoyiez en début d'année, envisagez-vous de ... ?-  
**Réduire vos dépenses de consommation**

Base : 2000 individus de 18 ans et plus, enquête Online

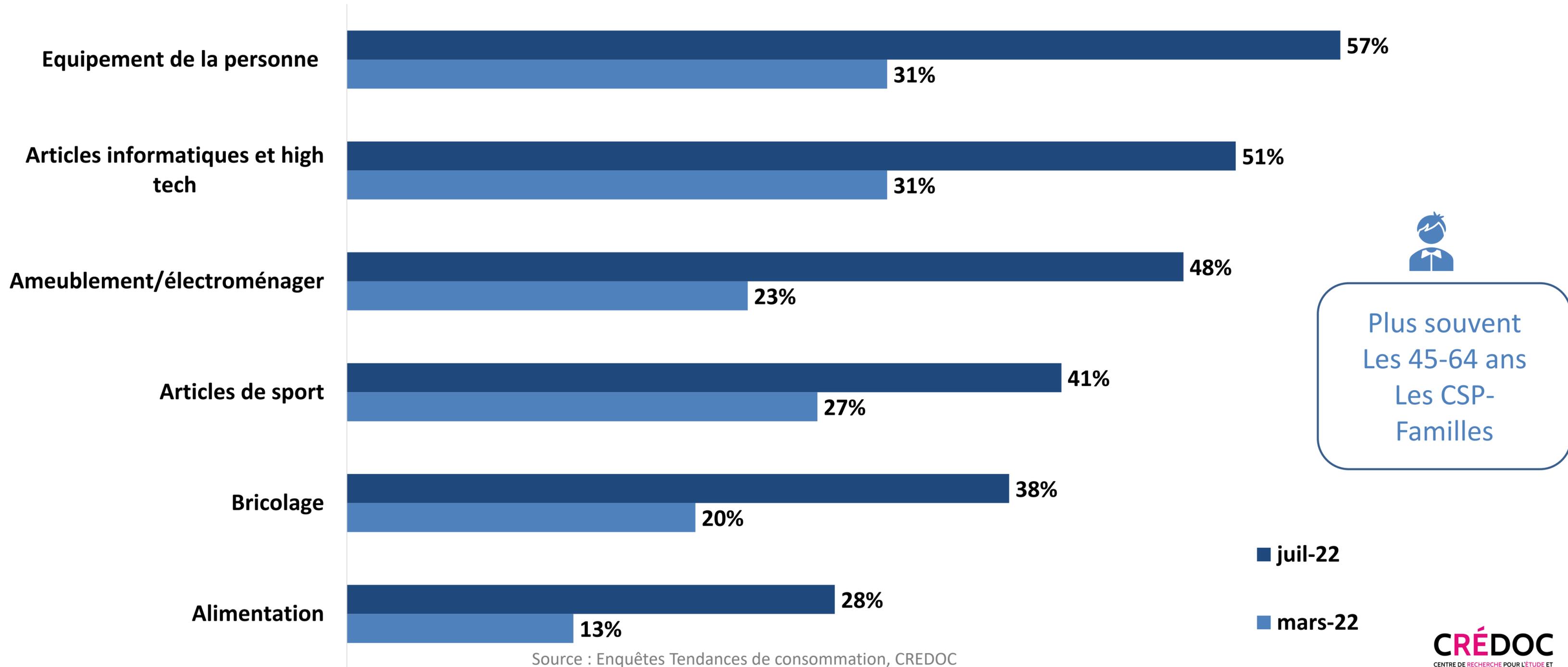


Source : Enquêtes Tendances de consommation, CREDOC

# En 4 mois, très forte hausse de la proportion de consommateurs envisageant de réduire leurs dépenses sur les biens de consommation

Y a-t-il des secteurs de consommation dans lesquels vous envisagez de réduire vos dépenses de consommation dans les 6 prochains mois ?

Base : 2000 individus de 18 ans et plus



# Près d'un Français sur cinq a fortement limité la fréquence à laquelle il fait ses courses

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022, diriez-vous que vous avez limité la fréquence à laquelle vous faites vos courses ?

Base : 2000 Individus de 18 ans et plus, Online



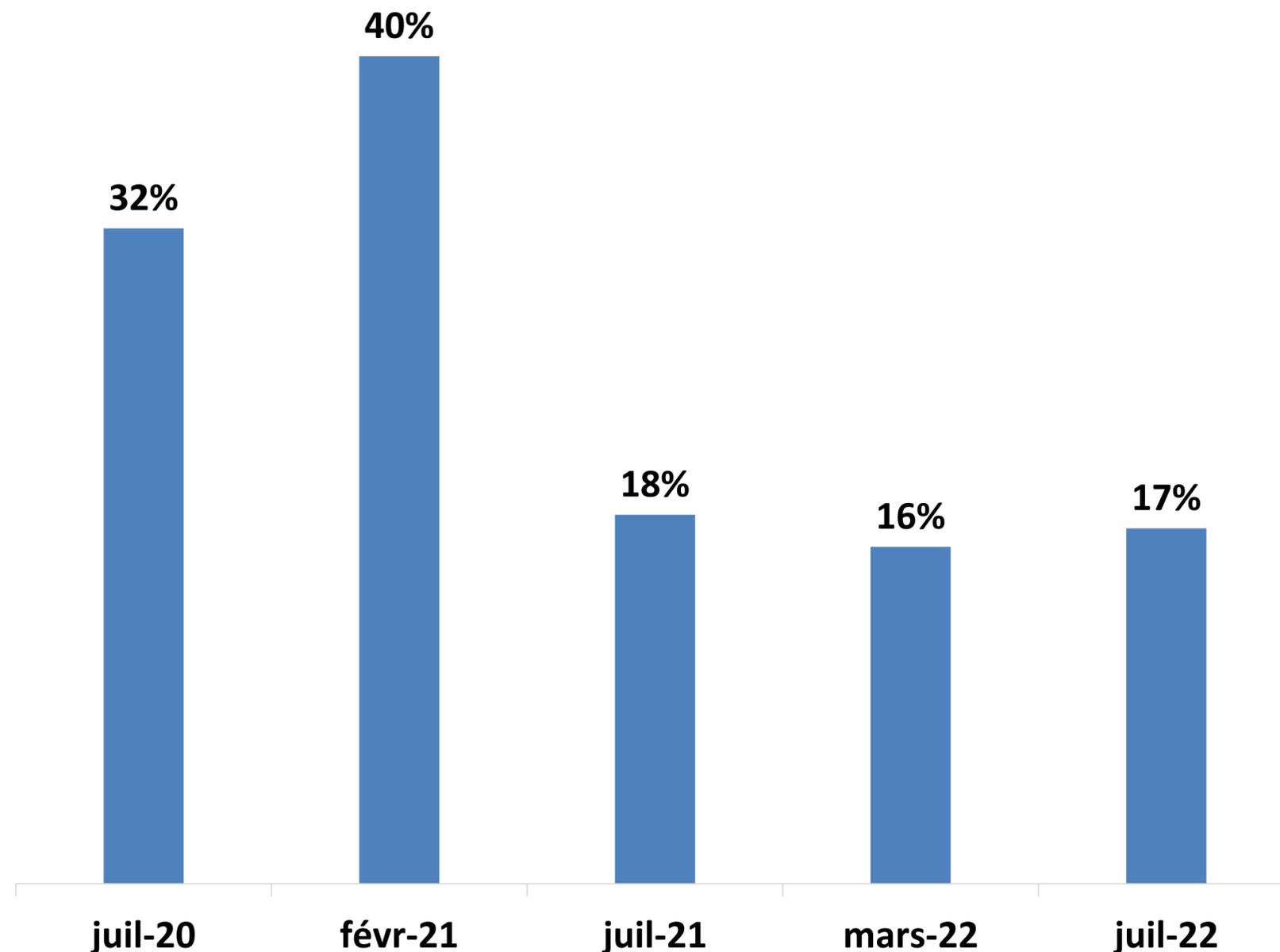
29% des ménages percevant entre 900 et 1500€ mensuels  
25% des ménages percevant moins de 900€ mensuels  
23% des agriculteurs, artisans, chefs d'entreprise  
22% des personnes seules  
20% des femmes

Source : Enquête Tendances de consommation, CREDOC, juillet 2022

# Un retour vers les pratiques commerciales d'avant le confinement bénéficie de la faible proportion d'actifs en télétravail

Pour les actifs, actuellement... Vous avez un ou plusieurs jours de télétravail par semaine

Base : 1 134 individus actifs de 18 ans et plus, Online



Source : Enquêtes Tendances de consommation, CREDOC



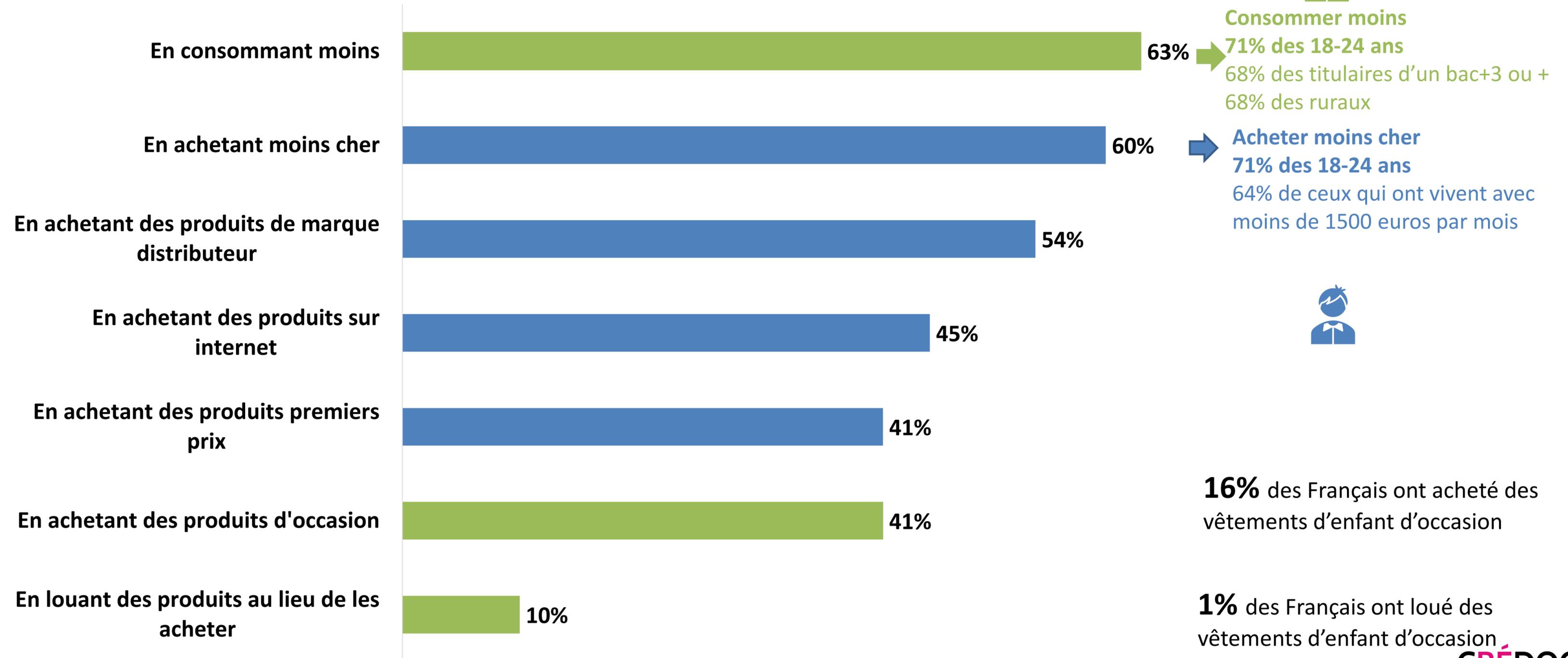
**Deux manières de  
contenir la hausse des  
dépenses de  
consommation : achat  
malin et sobriété**



# Deux principales manières de faire des économies : l'achat malin ou la sobriété

Depuis le début de l'année, avez-vous l'impression d'avoir fait des économies... ?

Base : 2000 individus de 18 ans ou plus, Online

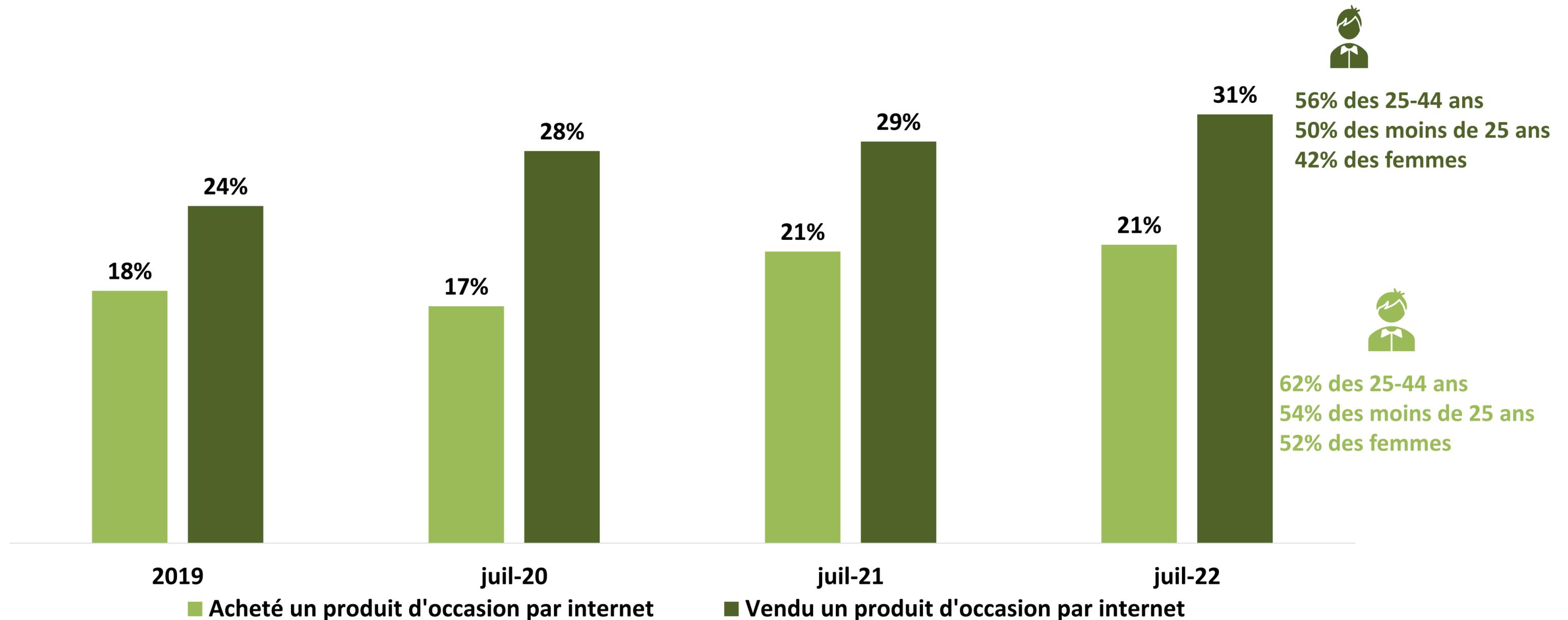


Source : Enquêtes Tendances de consommation, CREDOC, juillet 2022

# Progression de la part de Français ayant vendu des produits d'occasion sur Internet en 2021

Proportion d'individus ayant acheté ou vendu un produit d'occasion par internet l'année précédant l'enquête ?

Base : 2000 individus de 18 ans et plus, Online

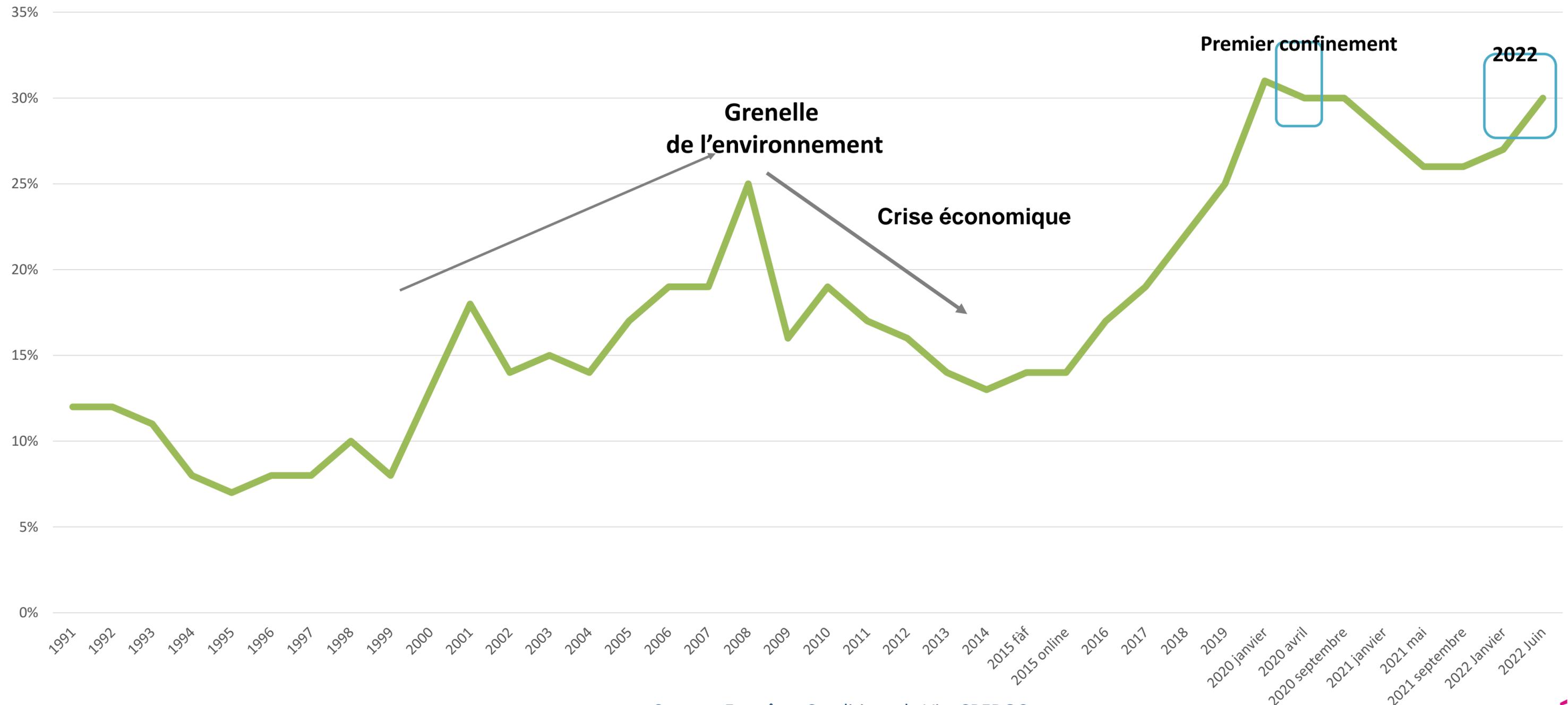


Source : Enquêtes Tendances de consommation, CREDOC

# Préoccupations environnementales à nouveau en hausse malgré le contexte inflationniste

Qu'est ce qui vous préoccupe le plus ? Réponse: la dégradation de l'environnement – en 1<sup>er</sup> et en second – En %

Base : 3000 individus de 18 ans et plus, Online

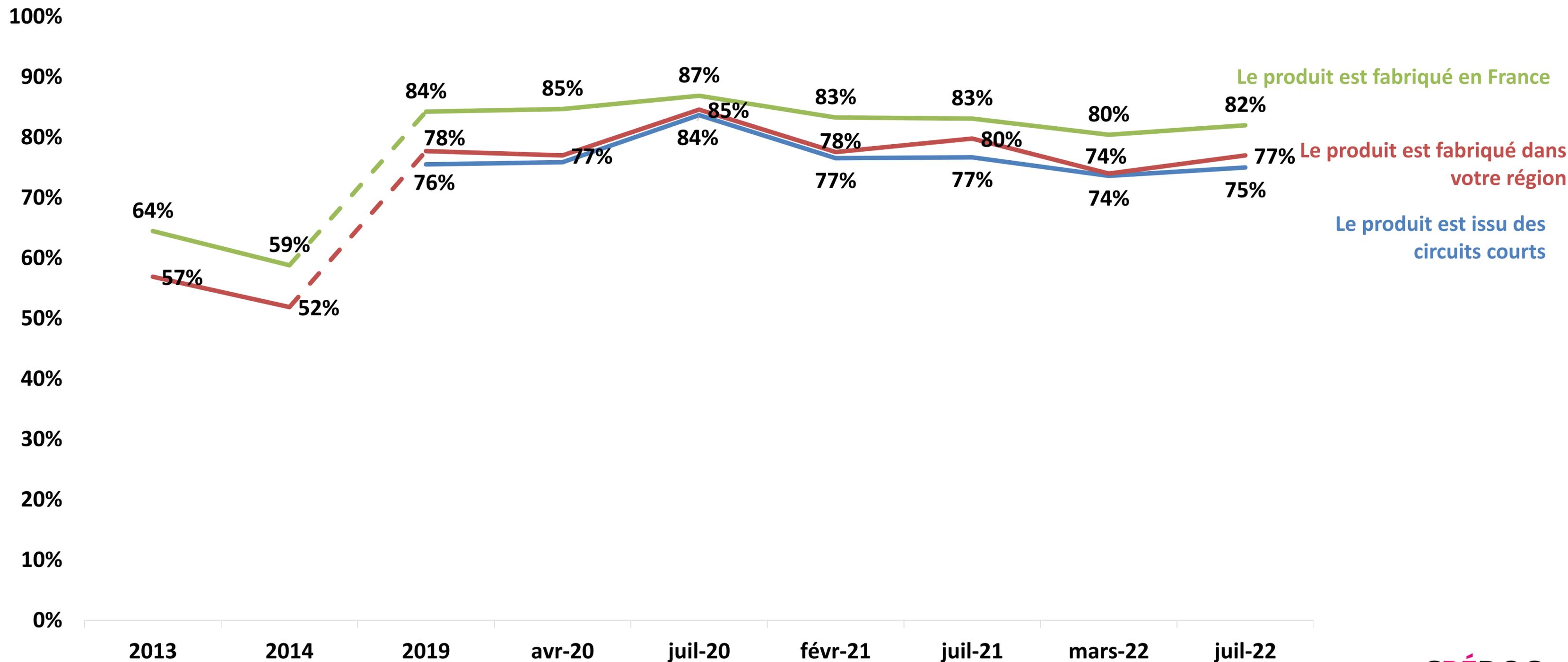


Source : Enquêtes Conditions de Vie, CREDOC

# Les motivations liées à l'origine en légère hausse

Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation, Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous personnellement, elles vous incitent à acheter... beaucoup et assez

Base : 2000 individus de 18 ans et plus, Online



Source : Enquêtes Tendances de consommation, CREDOC

**En guise de synthèse**



# Synthèse

**Le pouvoir d'achat, principale préoccupation des Français.**

**2/3 des Français ont modifié leurs comportements face à l'inflation; 50% envisagent encore de réduire leurs dépenses.**

**Des réductions de dépenses en forte hausse pour l'équipement de la personne, les TIC, l'ameublement, les articles de sport, le bricolage, l'alimentation. Les services sont également concernés.**

**Deux manières de contenir la hausse des dépenses de consommation: l'achat malin, la sobriété (notamment en consommant moins et en réduisant la fréquence de ses achats).**

**Le contexte inflationniste conforte la position des GMS, favorise la fréquentation des hard discounts et pénalise la fréquentation des commerces de proximité.**



# Le web 3.0 et le métavers

Denis Bonnay

 Université  
● Paris Nanterre

---

Fashion Reboot – Institut Français de la Mode  
1<sup>er</sup> décembre 2022

# Deux questions

---

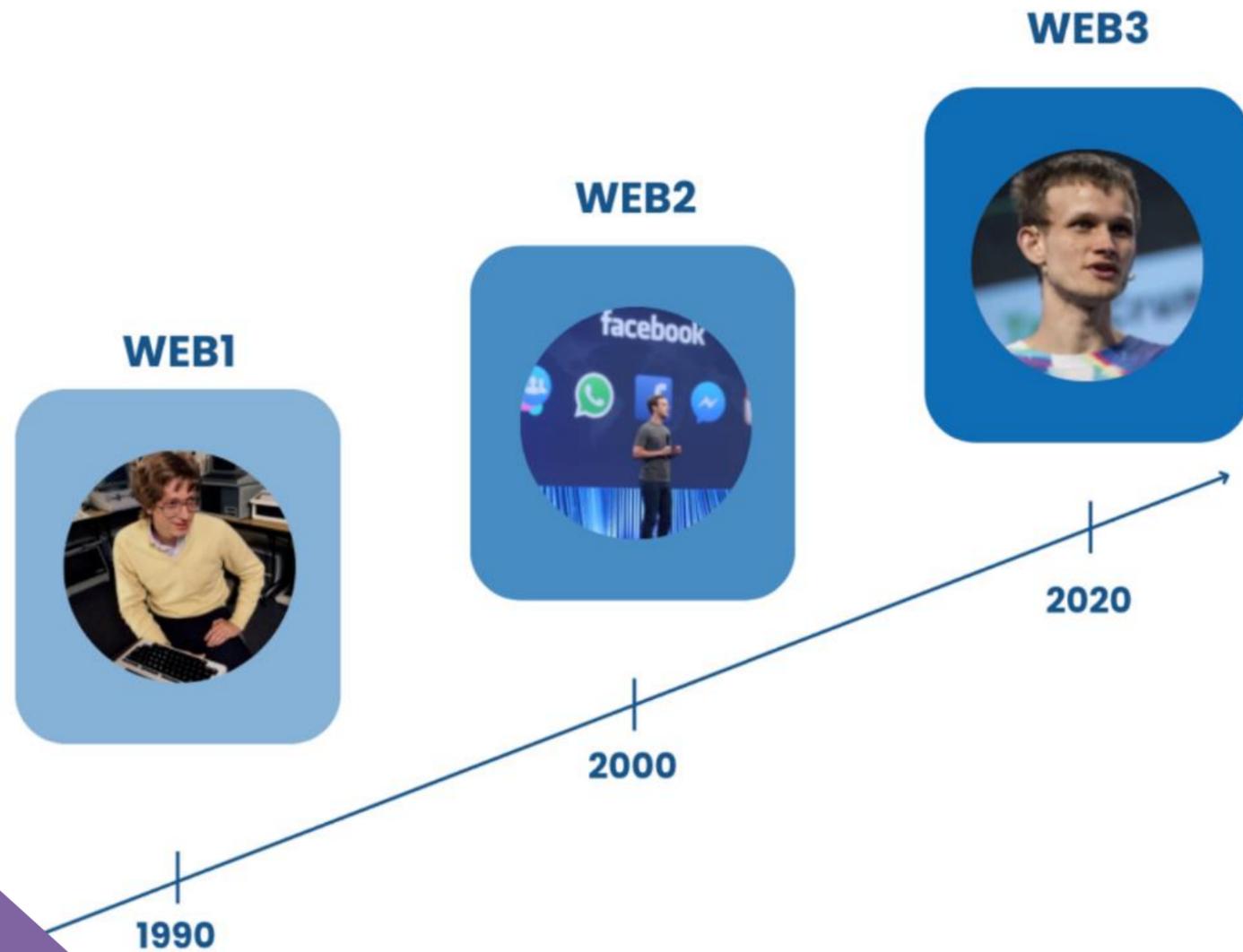
Q1 : De quoi le métavers est-il le nom



Q2 : Le métavers est-il une révolution ou une baudruche



# Le métavers là-dedans



**Web 1** : Pages html

**Web 2** : Réseaux sociaux

**Web 3** : Un ensemble de technologies

5G

IA

Web sémantique

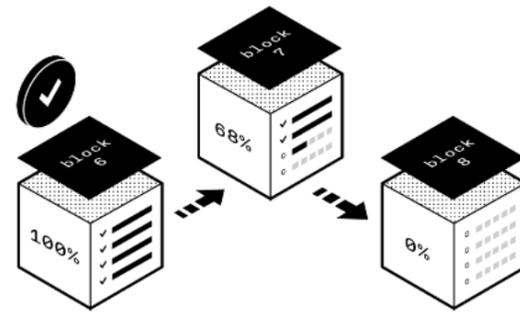
**MANIÈRE  
DE FAIRE  
UN MONDE**

**Blockchain**

**Univers digitaux**

**Réalité virtuelle**

# Ingrédients



Blockchain  
Univers digitaux  
Réalité virtuelle

# Promesse inachevée ?

---

**Singulier**  
**Complet**  
**Connecté**

**A nous**  
**Indépendant**  
**Immersif**

**Blockchain**  
**Univers digitaux**  
**Réalité virtuelle**

# La mode et le singulier



**Molly Martell**  
@MollyDMartell

Really, Zuck, you could have worn ANYTHING, and you chose this? All I needed to know.



Hey @Balenciaga, what's the dress code in the metaverse?

...



# La mode et le singulier

---



# Les nouveaux enjeux de la seconde main

Fanny Moizant, Fondatrice  
et Présidente Vestiaire Collective  
Thomas Delattre, Professeur IFM

# Un marché ayant triplé post covid



France (1)



Monde (2)

# Une consommation démocratisée

---

39%

des Français ont acheté de  
la mode 2<sup>nd</sup>e main en 2022

(15%)  
en 2010

# La revente, moteur d'un marché C2C & digital

47%

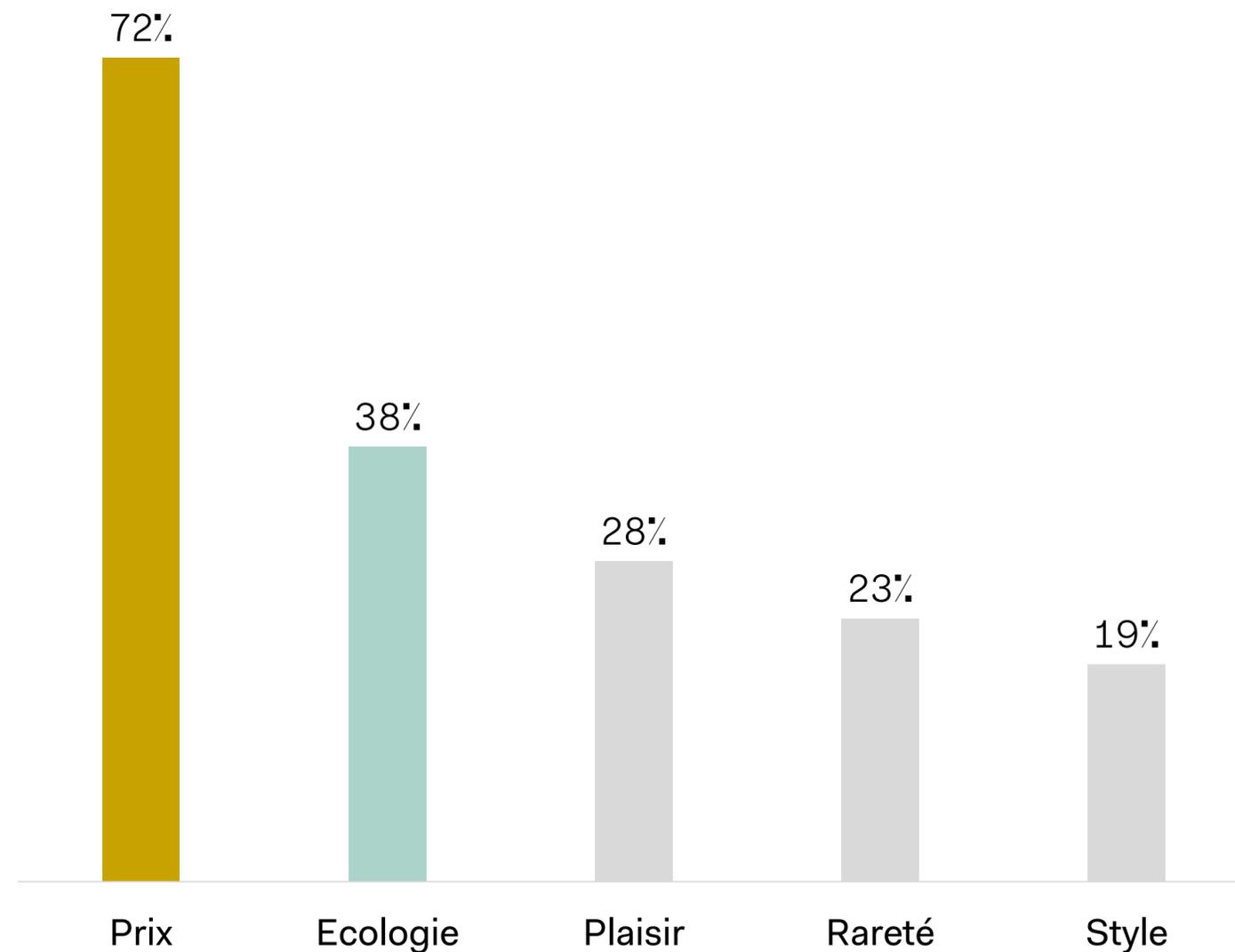
des Français ont  
vendu des articles de  
mode en 2022

41%

ont vendu  
online

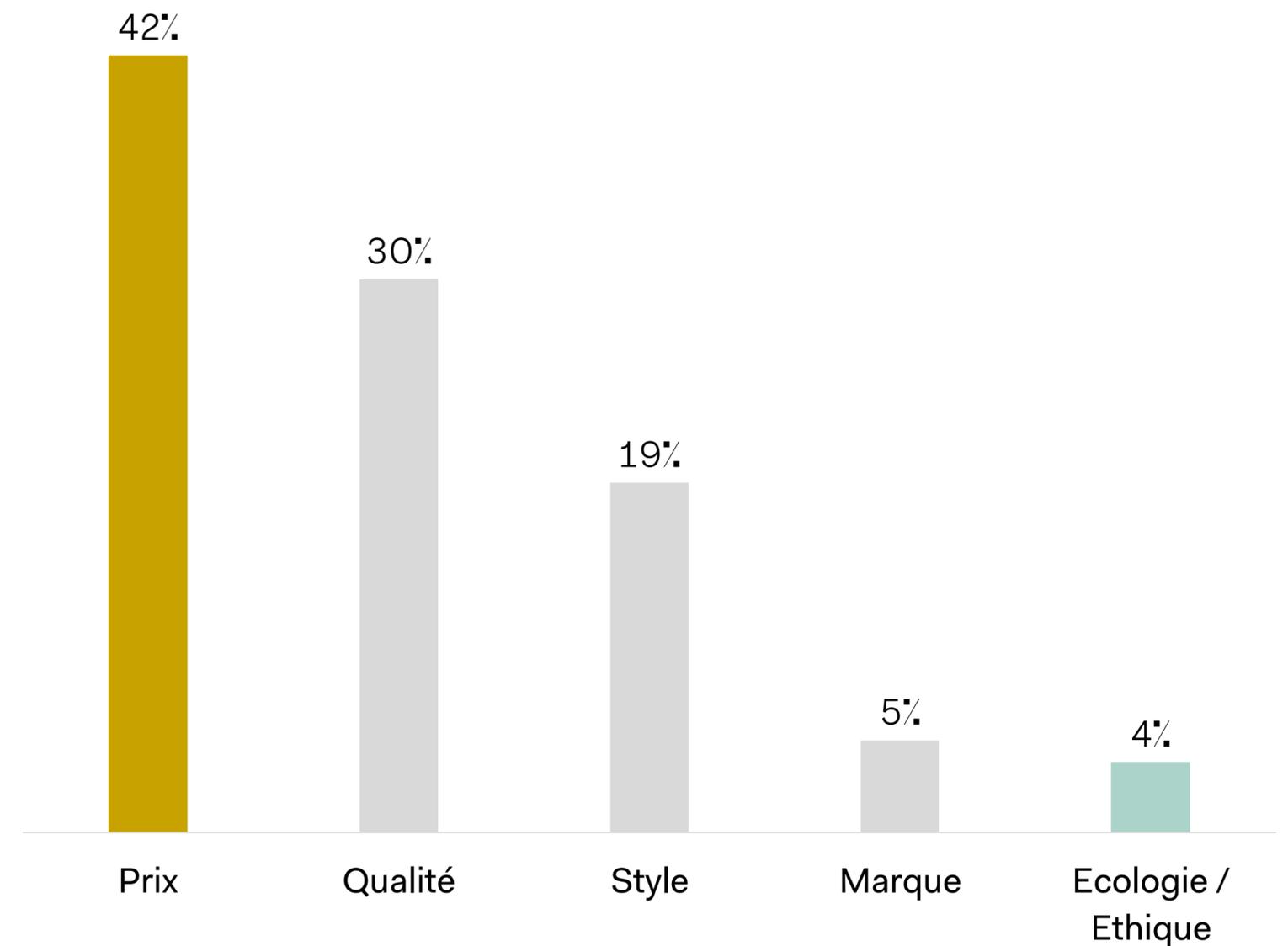
# 2<sup>nd</sup>e main : du prix à la sustainability

## Motivations achat mode 2<sup>nd</sup>e main



## Critère final d'achat de mode en général

(1 seule réponse possible)



# Mode durable : le manque d'information

---

70%

des consommateurs  
estiment ne pas avoir  
assez d'information  
sur la mode durable

institut  
FRANÇAIS  
de la  
MODE