Habillement : les jeunes femmes de moins de 25 ans continuent de privilégier la fast-fashion, malgré les critiques

Par **Emma Confrère**

Publié le 7 mars à 12h05

Avec des vêtements à très bas prix, souvent expédiés gratuitement jusqu'en France, Shein est la marque préférée des femmes de moins de 25 ans depuis 2022. *CHRISTOPHE ARCHAMBAULT / AFP*

Avec plus de 1000 euros dépensés l'an dernier dans la mode, les jeunes consommatrices préfèrent renouveler régulièrement leur garde-robe, au détriment de la qualité des vêtements et des conditions de travail des entreprises.

Les jeunes femmes françaises entre 18 et 25 ans s'intéressent particulièrement à la mode. En 2024, elles ont dépensé en moyenne 1280 euros sur l'année, rien que pour leurs vêtements, contre 1087 euros en 2022, selon une étude de l'application de shopping Joko. Avec une telle somme, ces consommatrices pourraient s'orienter vers des marques de milieu de gamme, de meilleure qualité que celles de la fast fashion. Mais elles semblent avoir toujours l'envie *«d'un renouvellement plus fréquent de leur garde-robe»* et privilégient les enseignes à petits prix.

Une entreprise controversée tire particulièrement son épingle du jeu : la chinoise Shein. Avec des vêtements à très bas prix, souvent expédiés gratuitement jusqu'en France, elle est la

marque préférée des femmes de moins de 25 ans depuis 2022. Et ce, même si les conditions de travail de ses salariés ont plusieurs fois été pointées du doigt, tout comme la faible qualité de ses produits. Derrière Shein, la marque de seconde main Vinted conserve, elle, sa deuxième place depuis trois ans.

Un «critère prix» déterminant

Dans le détail, la seconde main, toutes plateformes confondues, occupe la troisième catégorie de produits mode où les femmes de 18-25 ans dépensent le plus, avec une hausse de 10% des ventes en valeur depuis 2023. *«Vinted s'impose comme un acteur clé, mais le marché de la revente ne signifie pas pour autant un désintérêt pour la fast fashion»*, relève l'application Joko, qui a réalisé son étude auprès de ses 700.000 utilisateurs, tous âges confondus. Elle précise ainsi *«que 71% des clientes Vinted de 18-25 ans étaient aussi clientes Shein en 2024 [...] un signe clair que, si l'occasion séduit, le critère prix reste déterminant dans leurs choix»*. Zara, Zalando, Decathlon, H&M, Primark et Kiabi figurent également parmi les achats les plus récurrents enregistrés sur l'application, créée en 2018.

Une autre marque s'est aussi largement distinguée l'an dernier. Uniqlo enregistre ainsi la plus forte progression de ventes auprès des 18-25 ans (+68% en 2023), *«confirmant son attractivité croissante sur un segment pourtant dominé par des acteurs ultra-accessibles»*. Ses campagnes de communication sur les réseaux sociaux, en particulier diffusées par des influenceuses, ont certainement permis d'attirer de nouvelles clientes dans ses boutiques. Toujours en quête de prix plus attractifs, les jeunes consommatrices concentrent davantage leurs achats mode sur les temps forts commerciaux, comme les soldes d'été, la rentrée ou encore le *«black friday»* lors du mois de novembre. En 2024, les femmes de 18-24 ans ont ainsi consacré 17% de leur budget à la mode, soit 5 points de plus que la moyenne des femmes plus âgées.