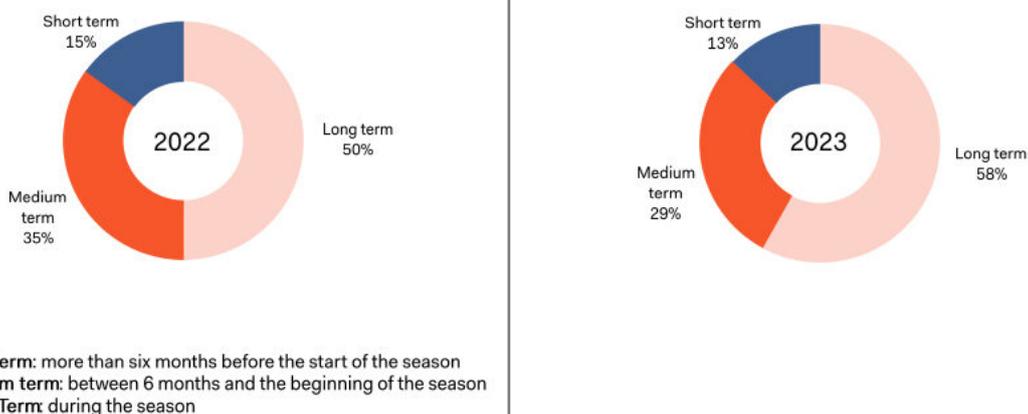


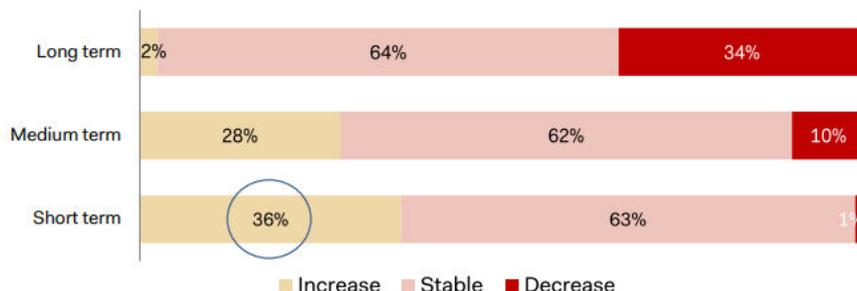
Sourcing: 36% des marques françaises miseront sur les commandes à court terme en 2024

L'approvisionnement d'habillement réalisé en cours de saison a chuté l'an passé à 13%, contre 15% en 2022, au profit des commandes à long terme. Ce qui n'empêche pas les donneurs d'ordres français d'être 36% à vouloir renforcer les commandes de court terme en 2024, selon l'[Institut Français de la Mode](#).



18

How will the breakdown of your sourcing change in 2024?



Composition des approvisionnements en 2022 et 2023, et intentions d'achat pour 2024 - Chaire IFM-Première Vision

Les données de la chaire IFM/[Première Vision](#), présentées à l'occasion du salon Première Vision Paris le 6 février, témoignent de l'exercice difficile dont vient de sortir l'habillement tricolore. Entre 2022 et 2023, la part du

long terme (commandes passées plus de six mois avant la saison), est passée de 50% à 58%. Ceci au dépend des commandes à moyen terme (passées dans les six mois avant la saison), qui ont chuté de 35 à 29%, et des commandes à court terme (commandes passées en cours de saison).

Pourtant, début 2023, 33% des donneurs d'ordres interrogés [souhaitaient doper leurs commandes de court terme sur l'exercice](#). Une volonté qui s'est heurtée aux réalités du marché. “Nous sommes dans un contexte où les prix sont restés élevés, et où les marques ont travaillé leurs marges en misant sur un approvisionnement asiatique à long terme”, explique [Gildas Minvielle](#), directeur de l'Observatoire Économique de l'IFM.

L'expert a par ailleurs une autre raison. Face aux mauvaises ventes françaises d'habillement, les donneurs d'ordres ont naturellement eu moins recours au réassort: ces commandes de court terme dont l'objectif est spécifiquement de regarnir la collection en cours avec des commandes au fil de la saison.



Une réalité qui pose la question de ce qui attend le marché en 2024. Cette année encore, 36% des marques et distributeurs consultés veulent doper le court terme, et 63% veulent le stabiliser (seuls 1% veulent le réduire). Côté commandes à moyen terme, ils sont 28% à vouloir les renforcer, contre 62% comptant les stabiliser, et 10% les réduire.

Des intentions qui contrastent avec celles concernant les commandes à long terme. Seuls 2% des répondants entendent renforcer celles-ci. Ils sont en

revanche 64% à vouloir les stabiliser, et 34% à vouloir les réduire. Des orientations qui ne doivent pas faire oublier que le long terme n'en représente pas moins la majorité de l'approvisionnement des entreprises consultées. "L'Asie a donc quand même de beaux jours devant elle", pour Gildas Minvielle.

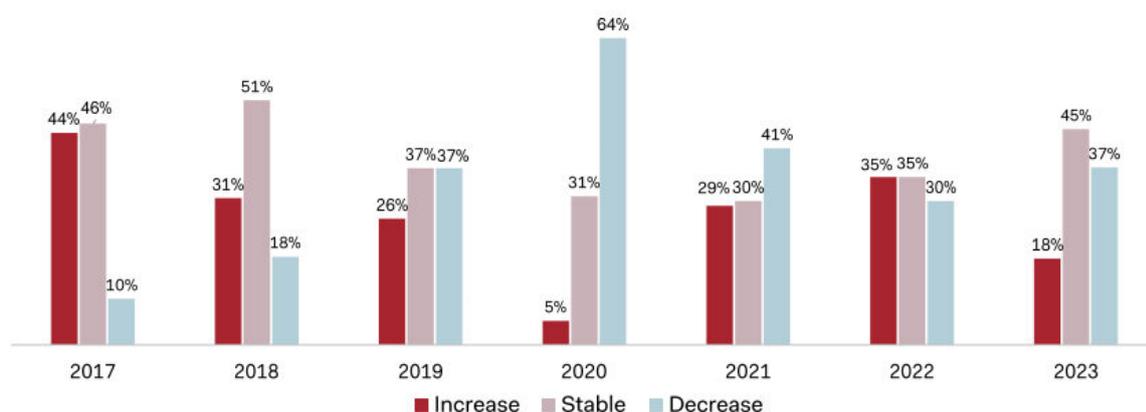
Des importations au plus bas

En 2023, seules 18% des entreprises répondantes ont augmenté leurs importations. Soit le chiffre le plus bas en sept ans, si l'on excepte le singulier exercice 2020. Ainsi, en 2023, la tendance était à la stabilisation (45% du panel), voire la réduction (37%) des importations d'habillement. Des chiffres qui contrastent particulièrement avec ceux de l'exercice 2022, sur lequel hausse, stabilité et recul affichaient des niveaux voisins (respectivement 35, 35 et 30%).

Pour 2024, se pose la question des destinations d'approvisionnement vers lesquelles se tourner. Chez le premier fournisseur, la Chine, 54% des répondants veulent réduire leurs commandes, contre 5% souhaitant les augmenter, laissant 41% misant sur la stabilité. Situation qui contraste avec le premier challenger de l'[Empire](#) du Milieu, le Bangladesh, qui affiche des intentions plus équilibrées entre hausse (30%), baisse (30%) et stabilité (40%).

How has the volume of your clothing imports changed?

Import stabilization in 2023



Source: IFM Survey November 2023. % of respondents

institut FRANÇAIS de la MODE

Evolution du sourcing des acteurs français de l'habillement de 2017 à 2023 - Chaire IFM- Première Vision

Du côté du Vietnam, de l'[Inde](#), du Maroc, de la Tunisie, et de la Turquie, c'est la stabilité qui domine, avec des intentions allant de 46 à 55%, tandis que les intentions de recul des commandes vont de 9 à 16%.

Côté Europe, 35% des répondants souhaitent doper leurs commandes au Portugal, et 55% entendent les stabiliser. Côté Italie, c'est la stabilité qui domine avec 74% des entreprises consultées, même si 23% évoquent leur volonté de renforcer les commandes. Quid du Made in France ? La stabilité devrait primer cette année (67%), avec seulement 21% des répondants souhaitant renforcer leur approvisionnement dans l'Hexagone.