

Conférence de presse FEVAD

Communiqué de l'Institut Français de la Mode

24 septembre 2019

Depuis les années 60, la part des vêtements dans le budget des ménages décline

Même si elle reste la plus importante des dépenses de mode, la part des dépenses de vêtements dans le budget des ménages a tendance à diminuer. La part des parfums et cosmétiques, en revanche, a connu une dynamique soutenue depuis les années 60.

Les ventes de mode en ligne ont progressé en 2018

Selon les données d'IFM-Panel (Panel distributeurs de l'IFM), les ventes en ligne d'habillement et textiles ont bénéficié d'une croissance de 5,7 % en 2018 ; selon les différents circuits de distribution, ce sont les chaînes spécialisées (centre-ville, centre commercial) et les grands magasins et magasins populaires qui ont bénéficié de la meilleure dynamique sur internet : + 11,4 % par rapport à 2017.

Les dernières tendances 2019 de la consommation : recul de l'activité des magasins mais progression de leur activité commerciale *on line*

À fin juillet 2019, les chiffres d'affaires habillement et textiles des distributeurs ont enregistré un repli de 1,3 % par rapport à janvier-juillet 2018. Dans un contexte difficile, les ventes en ligne d'habillement et textiles poursuivent néanmoins leur croissance, quoiqu'à un rythme légèrement moins soutenu que l'année dernière. Pour les sept premiers mois de l'année 2019, elles sont en hausse de 4,2 % en valeur par rapport à la même période de 2018. Le chiffre d'affaires des magasins a, en revanche, accusé un recul de 2,6 %.

La dynamique du on line n'est pas suffisante pour compenser le recul des ventes en magasin

La dynamique des ventes en ligne (+ 4,2 %) n'est pas suffisante pour compenser le recul des ventes en magasin (- 2,6 %).