

Connectez-vous
L'INTÉGRALE DU FIGARO sur web et tablettes à partir de 12€/mois
Mise à jour 11:25

ACTUALITÉ
ACTUALITÉ

ÉCONOMIE
ÉCONOMIE

CULTURE
CULTURE

MADAME
MADAME

SPORT
SPORT

SERVICES
SERVICES

MON FIGARO
MON FIGARO

ÉCO-BOURSE

- > Conjoncture > Sicav, FCP
- > Marchés > Médias
- > Sociétés > Dérivés
- > Taux, Devises > Mat.Premières

PATRIMOINE

- > Immobilier > Assurance
- > Retraite > Placement
- > Impôts > Conso

L'ENTREPRISE

- > Vie de l'entreprise > Création et Gestion
- > Emploi > Formation

Formulaire de Recherche

Rechercher dans le Figaro

Exemples : Médias, Présidentielle, Auto, Golf, Immobilier

Articles

YOOX.COM
MODE & DESIGN

ÉCONOMIE > PATRIMOINE > Conso

A LIRE COMPARATEURS SIMULATEURS DEVIS

Argent > Vin > Guide Pratique

Les femmes achètent moins de vêtements depuis 2000

Mots clés : CONSOMMATION, VETEMENTS

Par Annelot Huijgen

Mis à jour le 31/08/2011 à 06:46 | publié le 30/08/2011 à 06:45 Réactions (9)



Les Françaises ne se laissent pas si facilement tenter par les offres agressives pour renouveler plus souvent ou agrandir leur garde-robe. Crédits photo : MIGUEL MEDINA/AFP

J'aime Envoyer

10

S'ABONNER au Figaro.fr

Malgré une baisse des prix moyenne de 13%, elles achètent moins en volume.

Les consommatrices avaient été prévenues: les prix des robes, tee-shirts et

Le Flash

- 11h12 Zone euro : chômage à 10% en juillet
- 11h04 Zone euro : l'inflation reste inchangée
- 10h47 Le taux de chômage allemand inchangé
- 10h44 Avoirs libyens: 7,6 mds dans les banques
- 10h41 Perquisition chez BP à Moscou
- 10h30 Aer Lingus: une rentabilité plus élevée
- 10h26 Le taux de chômage stable en Italie
- 09h49 Grève: Chérèque (CFDT) réticent

| Tout le Flash Économie 1/8

CAC 40 : 3.206,00 (+1,46%) Valeurs Bourse | mes outils | cotations | communiqués

Espace partenaires



jeans devaient grimper en 2011, suite à la flambée du coton. Pour pouvoir s'acheter autant de vêtements, elles se tournent vers les enseignes, premiers prix, observe l'Institut français de la mode (IFM). Lors des cinq premiers mois de l'année, les ventes de vêtements féminins (hors sous-vêtements) ont progressé de 0,5% en valeur sur un an. Hypermarchés et chaînes de périphérie (Klabi, Gemo...) en profitent: leurs ventes ont progressé respectivement de 7,3% et 2%.

Cette saison ne reflète cependant pas le mouvement de fond analysé par l'IFM dans une étude sur les évolutions du marché du prêt-à-porter féminin depuis 2000. Durant cette décennie, les prix ont en effet chuté, en moyenne, de 13%. Et pourtant, les ventes de vêtements féminins ont dans le même temps reculé de 2,2% en volume. En valeur, la baisse atteint 3%, calcule l'IFM, et le marché a atteint 11 milliards d'euros en 2010. Les Françaises ne se laissent pas si facilement tenter par les offres agressives pour renouveler plus souvent ou agrandir leur garde-robe.

Un budget réduit de 82 euros en dix ans

En intégrant les sous-vêtements, le marché du prêt-à-porter féminin s'est élevé à 14,9 milliards d'euros l'an passé. Ils représentent la moitié du marché de l'habillement, contre un tiers pour les hommes et 17% pour les enfants.

Rien d'étonnant à ce que les distributeurs se livrent une forte concurrence pour conquérir les placards des femmes. Certaines chaînes (H&M, Cache-Cache) ont multiplié leur nombre de boutiques par six depuis 2000.

Ces enseignes, qui renouvellent toutes les six semaines leurs collections à prix accessibles pour inciter les clientes à revenir en magasin, n'ont pas totalement réussi à transformer les Françaises en adeptes de la fast fashion. Plutôt que de dépenser plus souvent à plus petits prix, elles préfèrent réduire leur budget total. Une consommatrice a consacré en moyenne 407 euros pour se vêtir l'an dernier, soit 82 euros de moins qu'en 2000. Au risque de nuire au mythe de la Française icône de l'élégance, l'IFM note que son budget vestimentaire est plus réduit que ceux de ses voisins. En 2009, elle a déboursé près de 200 euros de moins qu'une Allemande!

Ces dernières années, les Françaises ont été aidées dans leur chasse au prix malin par les distributeurs, qui ont répercuté la baisse des coûts de production et profité de la suppression des quotas d'importation de vêtements «made in China». Par ailleurs, les consommatrices profitent de plus en plus des soldes et promotions. En dix ans, la part des achats en soldes et promotions est passée d'un quart à un tiers du marché féminin.

Cette tendance devrait se poursuivre: «la multiplication de la fréquence des soldes (avec l'instauration des soldes flottants en 2008, NDLR) contribue à renforcer chez le consommateur un sentiment de suspicion sur les prix», constate l'IFM. Cela conduit les clientes à concentrer leurs achats sur les périodes de rabais. Par ailleurs, elles vont de plus en plus sur Internet pour faire du lèche-vitrines. Depuis 2006, la part de marché des sites d'e-commerce est passée de 2,3% à 8,7%.



Les articles les + lus

1. Les femmes achètent moins de vêtements depuis 2000
2. Tarifs SNCF : «Nous souhaitons plus de transparence»
3. Sur Internet, des bons de réduction nouvelle génération
4. Les centres commerciaux s'installent en centre-ville
5. L'allocation rentrée scolaire versée à 4,6 millions d'enfants



Assurance santé

Audic avec CPLUSUR.COM Santé

D'après de nombreuses femmes, pas étonnant vu ce que l'on leur vend . Répondre
Des chiffons et des robes de gitanes, des vêtements qui ont été élaborés et fabriqués en Asie .
Allez en Italie et vous verrez la différence. C'est un peu plus classe.
Les Françaises sont prêtes à acheter mais pas n'importe quoi . . .

Le 31/08/2011 à 10:15 Alerter



cruello

C'est bon pour la balance des paiements avec la Chine.

Le 31/08/2011 à 10:08 Alerter



patrice guillory

des soldes à parfois moins quatre-vingt pour cent sans perdre d'argent, facile de comprendre que les fringues sont vendus cinq fois trop chère. il est temps de réfléchir, ne soyez plus des pigeons

Le 31/08/2011 à 09:44 Alerter



edelweiss7

Considérant la qualité médiocre et la courte durée de vie des vêtements vendus, sans parler des produits chimiques qu'on met dans leurs tissus, un retour du sur mesure pourrait se faire!

Le 31/08/2011 à 09:32 Alerter



mado008

Vu la qualité des "guenilles" que tous les magasins franchisés voudraient nous faire porter ils ne faut pas qu'ils s'étonnent que cela ne nous donne pas envie de les acheter !

Le 31/08/2011 à 09:31 Alerter

Répondre



Marta11

On pourrait aussi parler de la baisse constante de la qualité dans les marques à petits prix : cotons infâmes, couleurs mal définies, stylisme mal pensé, formes mal ajustées....Quand j'entre dans ce genre de magasin, je me dis que je ne prendrais même pas ces vêtements s'ils m'étaient offerts gratuitement. Or, les enseignes de meilleure qualité sont, elles, de plus en plus cher.

Le 31/08/2011 à 08:56 Alerter

Répondre



e.god.2.0

Il existe un excellent article sur le net à propos des déboires de wall-mart, Victime du système.

Le 31/08/2011 à 08:19 Alerter

Répondre



DARIUS47

C'est là une bonne chose, car ils se plus confectionnés en France. La France n'a même plus d'industrie textile sur son territoire.

Le 31/08/2011 à 08:06 Alerter

À la une

Les femmes achètent moins de vêtements depuis 2000

Réactions (9)



Malgré une baisse des prix moyenne de 13 %, elles achètent moins en volume.

La nouvelle vie des ampoules sur le