

VIAVOICE

ALLIANCE DU COMMERCE

LES FRANÇAIS ET LES COMMERCES DE MODE

RÉSULTATS D'ENQUÊTE
Janvier 2025

Viavoice

9, rue Huysmans Paris 6^e

01 40 54 13 90

Mäider Beffa, Directrice associée

Florian Moreau, Directeur d'études

NOTE TECHNIQUE

LES FRANÇAIS ET LES COMMERCE DE MODE

Enquête Viavoice réalisée pour l'Alliance du Commerce portant sur l'appréciation et les attentes des Français vis-à-vis des commerces de mode

Enquête réalisée en ligne du **11 au 16 décembre 2024**



Échantillon de **1000 personnes** représentatif de la **population française** âgée de **18 ans et plus**.

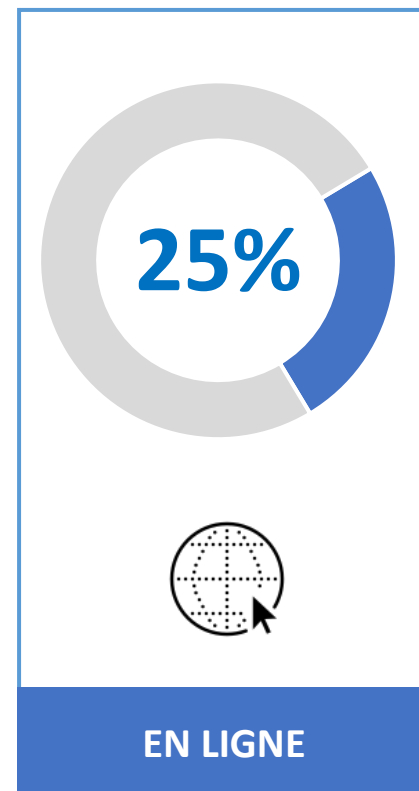
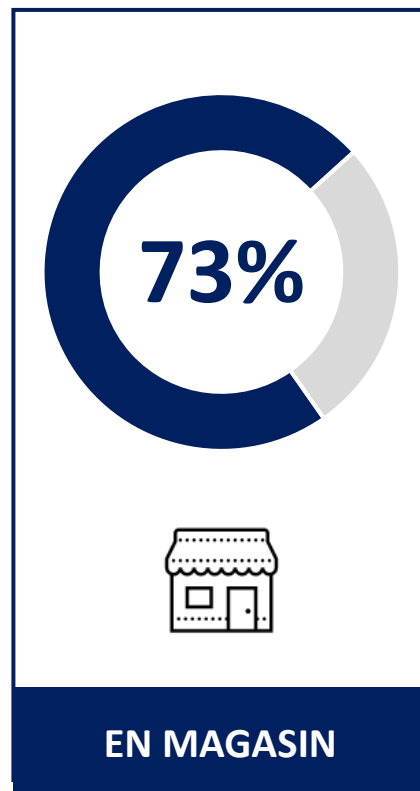
ECHANTILLON

Représentativité assurée par la **méthode des quotas** appliquée aux critères suivants : sexe, âge, profession, région et catégorie d'agglomération.

PRÈS DES TROIS QUARTS DES FRANÇAIS PRIVILÉGIENT LES MAGASINS PHYSIQUES AU COMMERCE EN LIGNE, UNE PROPORTION D'AUTANT PLUS ÉLEVÉE AUPRÈS DES PLUS ÂGÉS

Vous personnellement, réalisez-vous vos achats plutôt ...

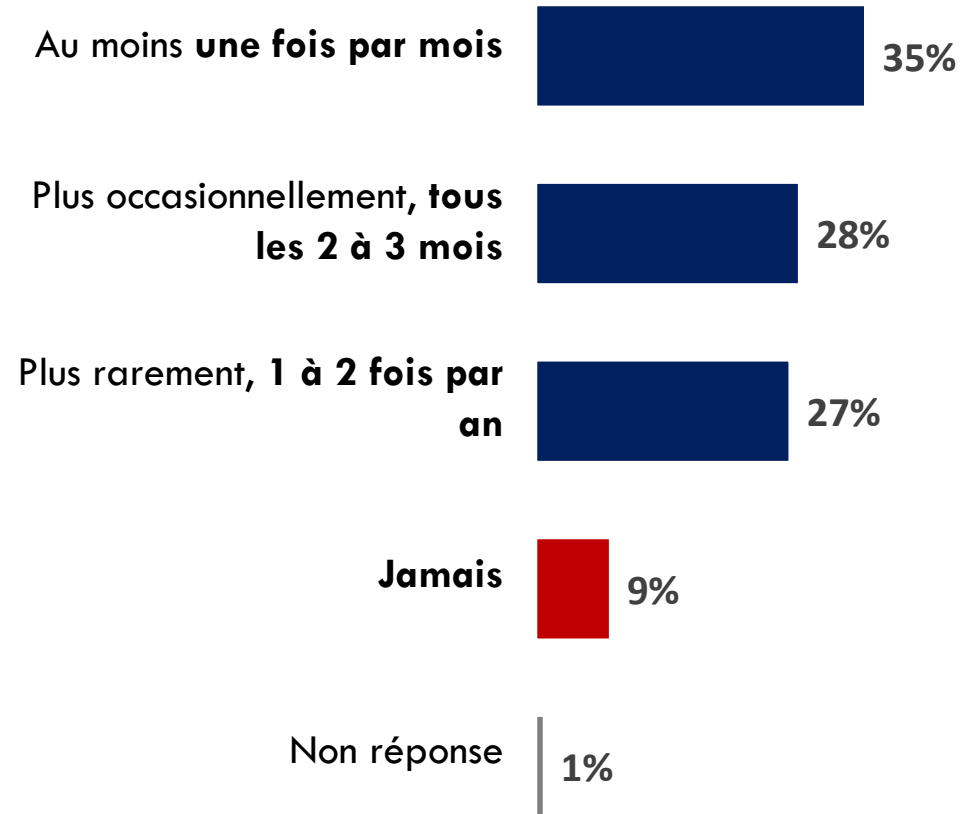
Base : à tous (1000 personnes)



PLUS DU TIERS DES FRANÇAIS FRÉQUENTE LES COMMERCES DE MODE AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS

Dans le cadre de vos habitudes, fréquentez-vous les commerces de mode ?

Base : à tous (1000 personnes)



LES JEUNES SONT PLUS NOMBREUX QUE LA MOYENNE A FRÉQUENTER AU MOINS UNE FOIS PAR MOIS LES COMMERCES DE MODE

Dans le cadre de vos habitudes, fréquentez-vous les commerces de mode ?

Base : à tous (1000 personnes)



51%

**des jeunes de moins de 35 ans
fréquentent les commerces de mode
au moins une fois par mois**

Contre 35% des Français en moyenne

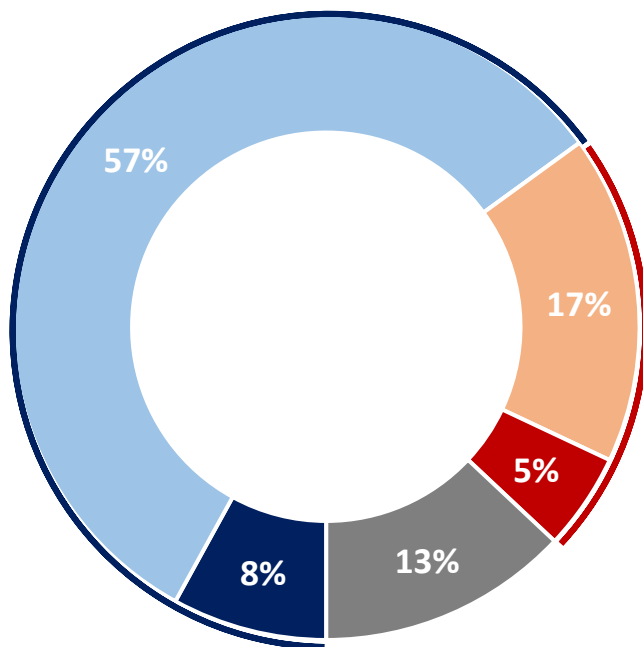
PLUS DES DEUX-TIERS DES FRANÇAIS ONT UNE BONNE OPINION DES COMMERCES DE MODE, UNE PROPORTION PLUS IMPORTANTE AUPRÈS DES CLIENTS RÉGULIERS

De manière générale concernant les commerces de mode, en avez-vous...

Base : à tous (1000 personnes)

- Une très bonne opinion
- Une opinion plutôt bonne
- Une opinion plutôt mauvaise
- Une très mauvaise opinion
- Non réponse

Sous-total
Bonne opinion
65%



Sous-total
Mauvaise opinion
22%

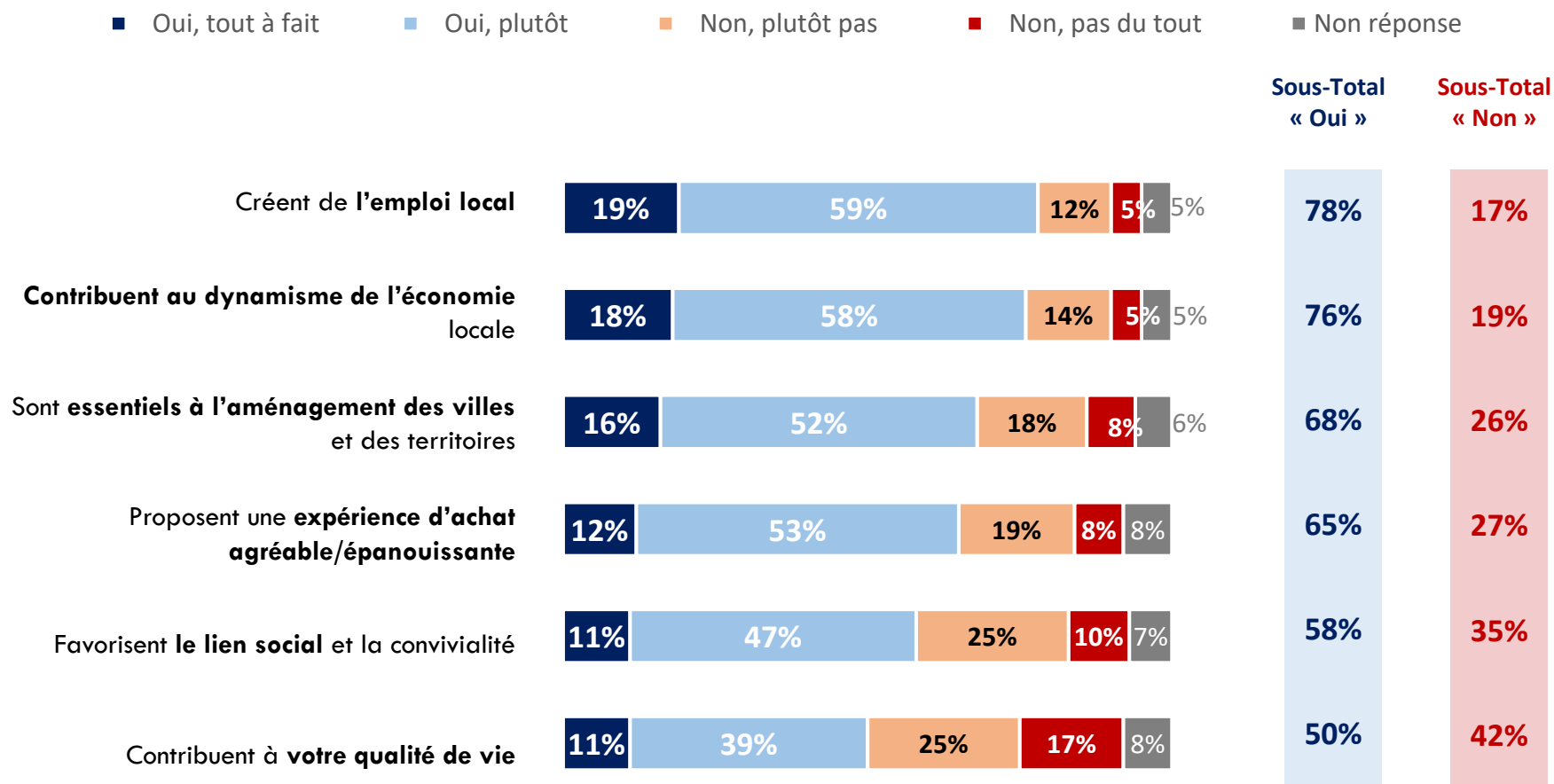
Clients réguliers
(au moins une fois par mois)

Bonne opinion
80%

LE RÔLE SOCIÉTAL DES COMMERCES DE MODE EST FORTEMENT RECONNU, NOTAMMENT EN TERMES DE CRÉATION D'EMPLOI ET DE CONTRIBUTION À L'ÉCONOMIE LOCALE

Concernant les affirmations suivantes diriez-vous que les commerces de mode ...

Base : à tous (1000 personnes)

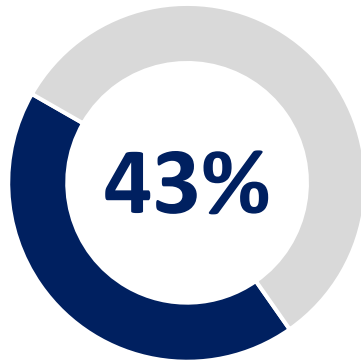


LES COMMERCES DE MODE INSPIRENT UNE MAJORITÉ D'ÉVOCATIONS POSITIVES, MARQUÉES PAR LE PLAISIR DE L'EXPÉRIENCE D'ACHAT. LA DIMENSION PRIX EST LE PRINCIPAL ÉLÉMENT NÉGATIF CITÉ.

Lorsque vous pensez aux commerces de mode, quels sont tous les mots, les sentiments ou les impressions qui vous viennent à l'esprit ?

Base : à tous (1000 personnes) - Question ouverte, total supérieur à 100%

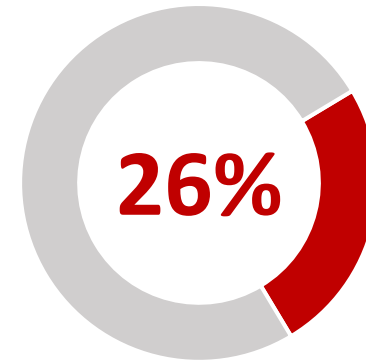
EVOCATIONS POSITIVES



**PLAISIR – DÉTENTE – QUALITÉ – ESTHÉTIQUE –
TENDANCES – VARIÉTÉ/CHOIX**

« Le shopping c'est un moment de détente »
« Plaisir et bien-être »
« Se faire plaisir avec une nouvelle tenue »
« La beauté de vitrines »
« Des produits de qualité », « Des produits tendances »

EVOCATIONS NÉGATIVES



**PRIX – SURCONSOMMATION – MANQUE DE
QUALITÉ**

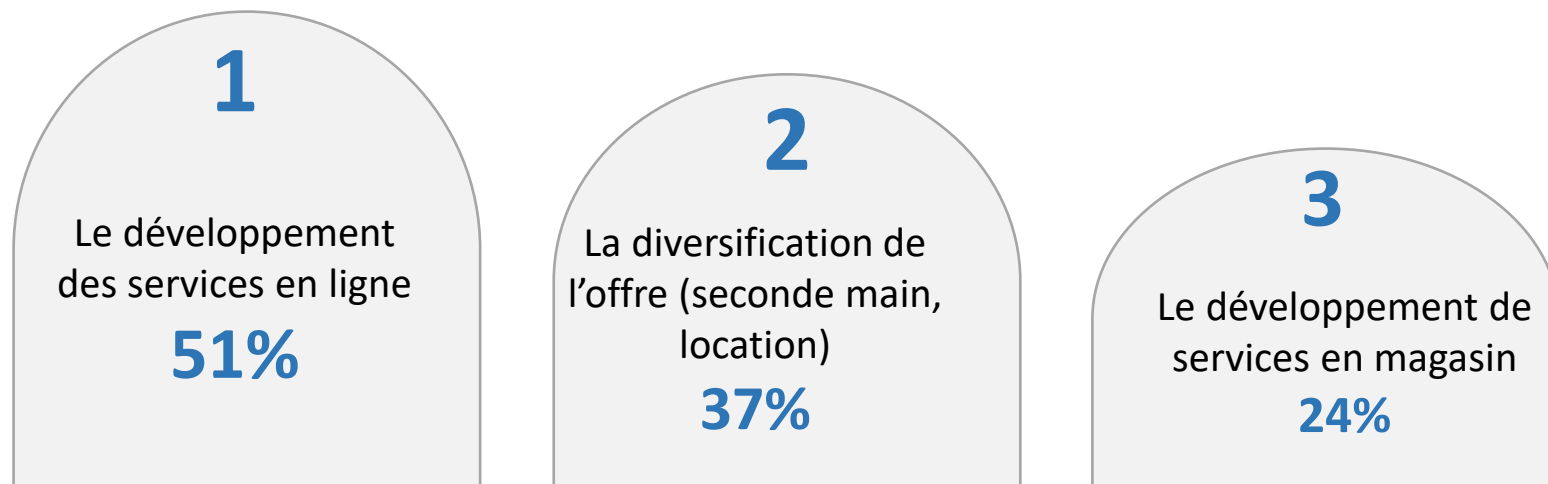
« Les prix ont augmenté »
« Articles trop chers dus à l'inflation »
« Produits pas toujours de qualité »
« Fast fashion, surabondance »

LE DÉVELOPPEMENT DES SERVICES EN LIGNE ET LA DIVERSIFICATION DES OFFRES SONT LES PRINCIPALES ÉVOLUTIONS POSITIVES PERÇUES

Quelles sont pour vous les principales évolutions des commerces de mode lors des dernières années ?

Base : à tous (1000 personnes)

TOP 3 DES ÉVOLUTIONS POSITIVES PERÇUES

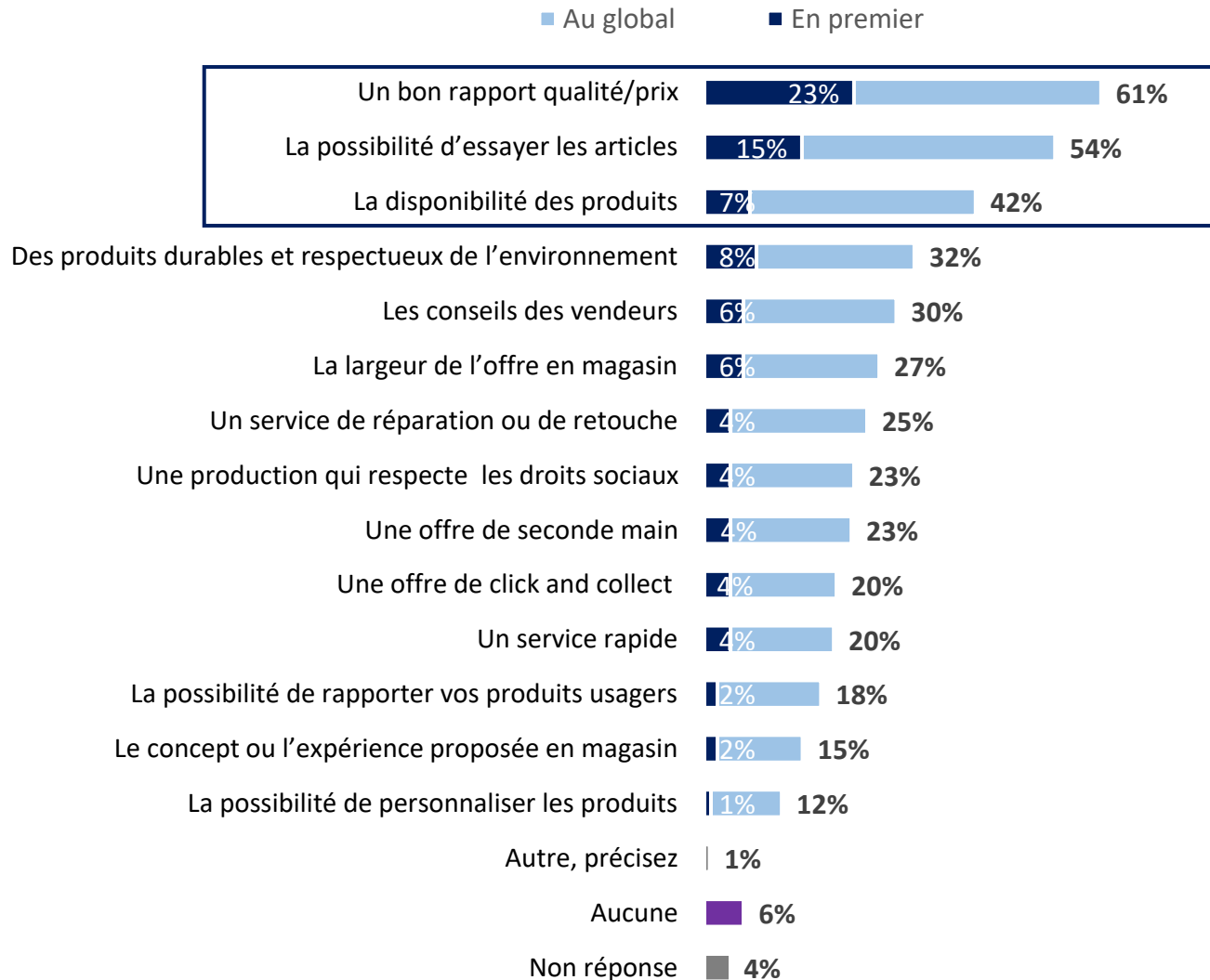


4^{ème} item positif : Une plus grande prise en compte des enjeux environnementaux **21%**

UN BON RAPPORT QUALITÉ/PRIX, LA POSSIBILITÉ D'ESSAYER LES ARTICLES OU ENCORE LA DISPONIBILITÉ DES PRODUITS SONT LES PRINCIPALES ATTENTES DES FRANÇAIS À L'ÉGARD DES COMMERCES DE MODE

Quelles sont vos principales attentes à l'égard des commerces de mode ?

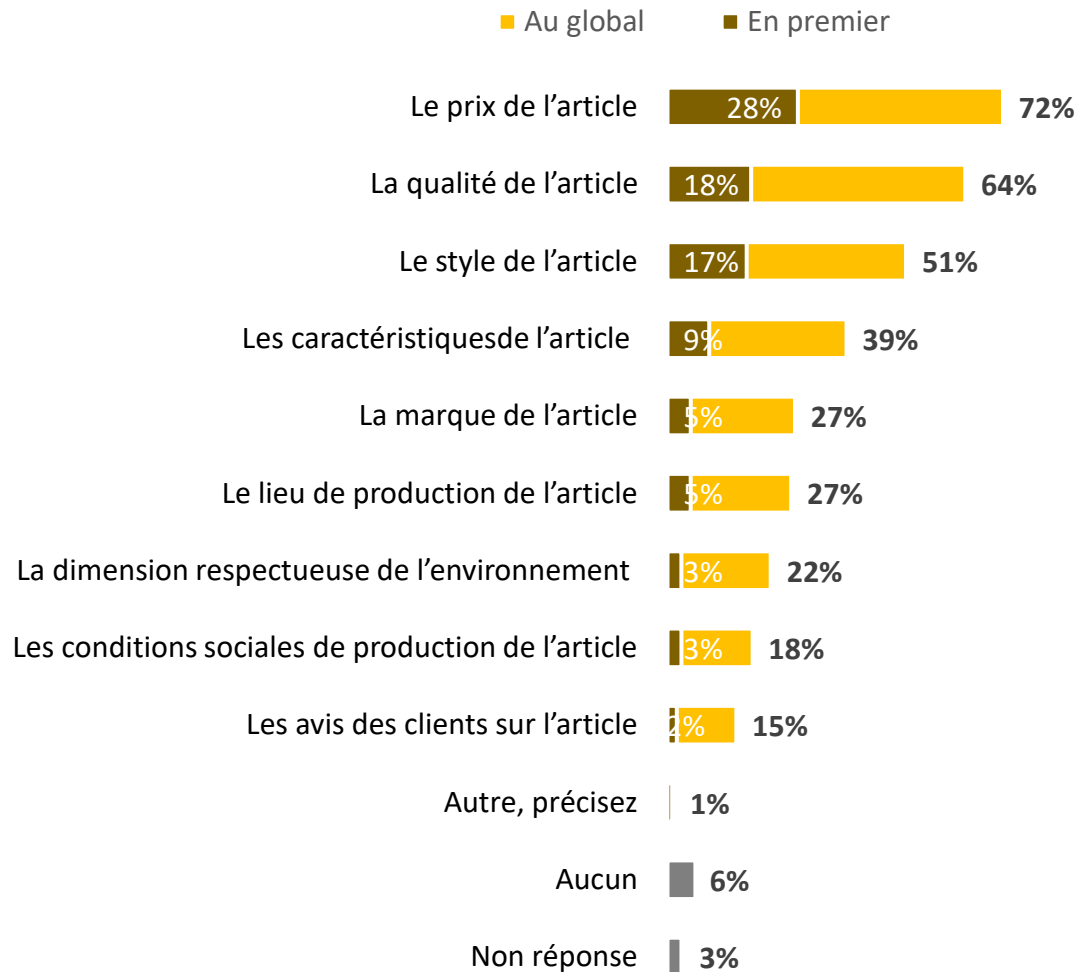
Base : à tous (1000 personnes)



LE PRIX, LA QUALITÉ ET LE STYLE DE L'ARTICLE SONT LES TROIS PREMIERS CRITÈRES D'ACHAT D'ARTICLES DE MODE POUR UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS

Parmi les critères suivants, quels sont ceux qui déterminent le plus vos achats d'articles de mode ?

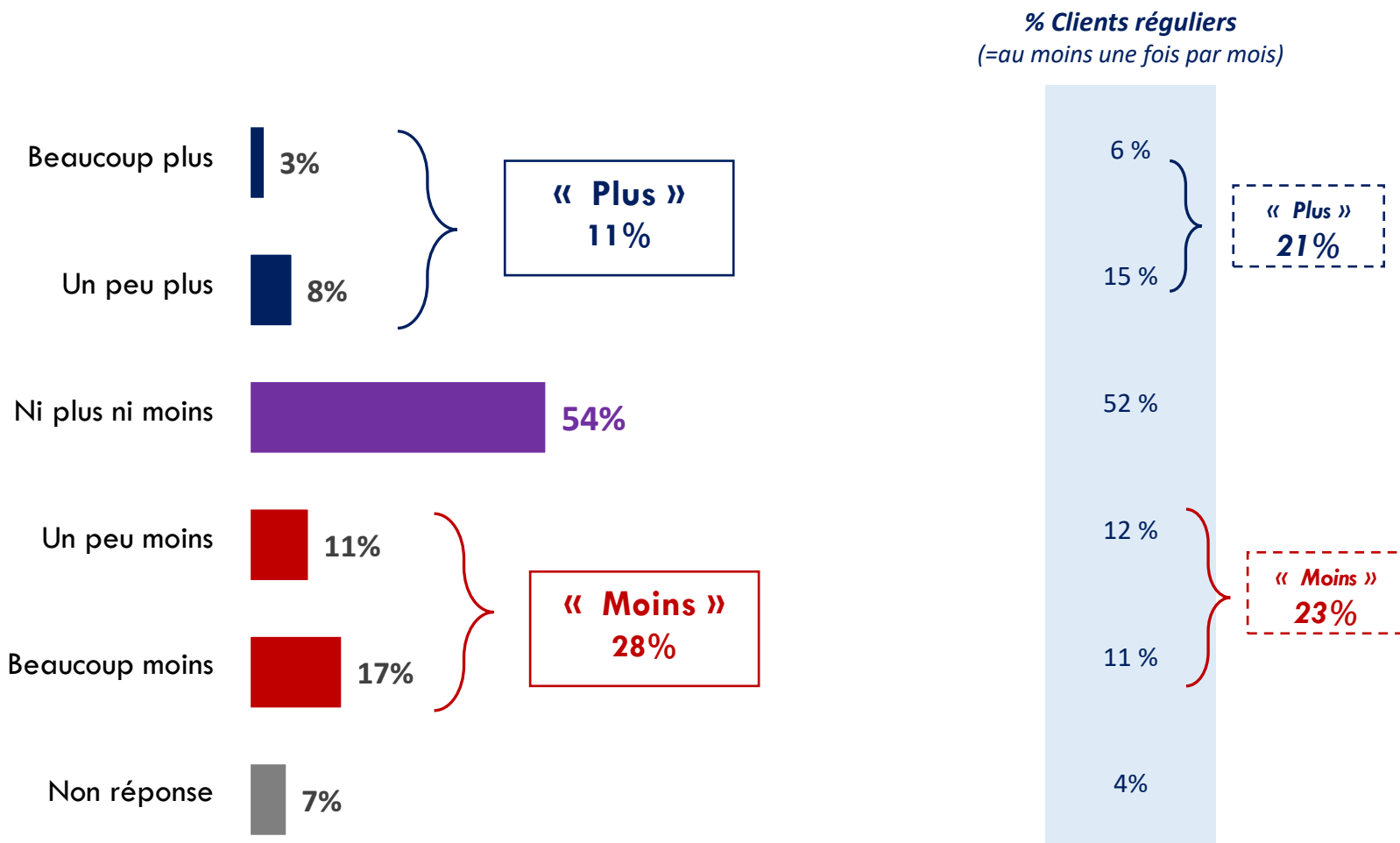
Base : à tous (1000 personnes)



PLUS D'UN FRANÇAIS SUR DEUX DÉCLARE ENVISAGER DE **MAINTENIR SON BUDGET** POUR LES PRODUITS DE MODE DANS LES MOIS À VENIR. MAIS DANS LE CONTEXTE D'INFLATION, PLUS DU QUART PENSE RÉDUIRE SES DÉPENSES SUR CETTE CATÉGORIE.

Pensez-vous dépenser plus ou moins dans les prochains mois pour des produits de mode ?

Base : à tous (1000 personnes)



VI VOICE

**Études conseil stratégique
pour l'avenir des entreprises et des institutions**

Les récentes études d'opinion Viavoice sont consultables sur
www.institut-viavoice.com

9, rue Huysmans, 75 006 Paris. + 33 (0)1 40 54 13 90. Viavoice est
une SAS indépendante.

Retrouvez toutes nos actualités :

