



Agence de **communication digitale 360°**

Suivez l'actualité et les dernières tendances du web sur notre

[blog](#)

# LES CHIFFRES CLÉS DU SECTEUR DE LA MODE EN 2021-2022

Frappé de plein fouet par la crise du coronavirus, le **marché de la mode** encaisse en 2020 un net recul des ventes en France et à l'international.

Pourtant, la mode demeure tout de même le **premier marché sur Internet** en termes de nombre d'acheteurs. En 2020, selon la Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), 51 % des produits et services achetés sur le web font partie du secteur de l'habillement.

La part du e-commerce dans le commerce global de la mode représente 14,7 % pour un total de 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires ; une statistique qui ne cesse d'augmenter.

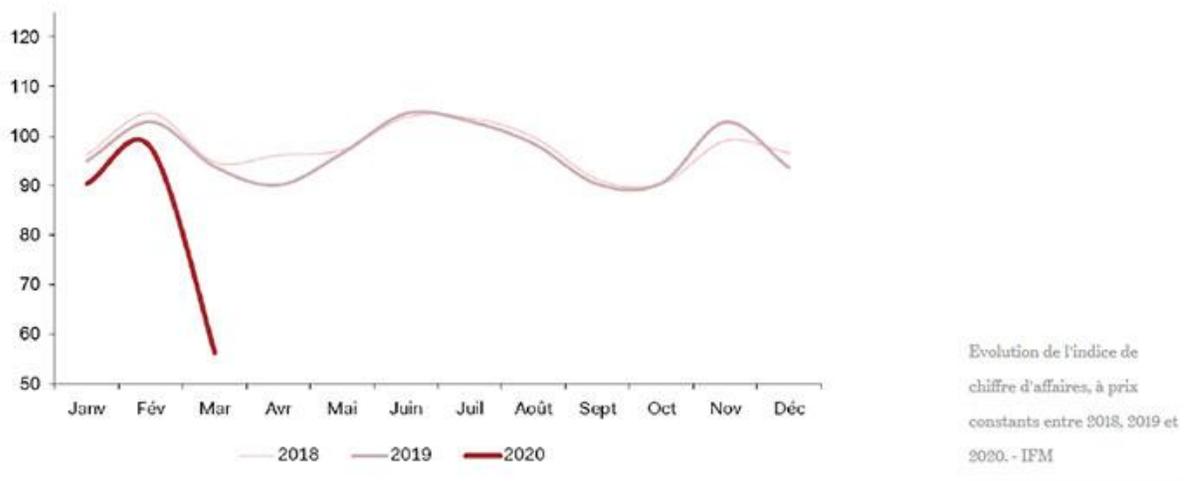
Afin d'en savoir plus sur les évolutions du secteur, et l'importance croissante du web pour ses acteurs, voici donc quelques **chiffres clés du marché de la mode en 2021-2022**.

## État des lieux du marché de la mode en France et à l'International en 2021-2022

Jusqu'à la crise sanitaire de 2020, l'industrie de la mode et de l'habillement se portait bien. Ainsi, selon les prédictions de Kantar, cabinet de conseil spécialisé en étude des marchés, le marché mondial devrait enregistrer une croissance annuelle de 3,9 % jusqu'à 2025.

C'était sans compter sur la COVID-19 qui a entraîné une chute drastique des ventes d'articles de mode, toutes catégories de produit confondues.

En France, les projections positives ont dès lors dû être revues à la baisse : l'IFM (Institut Français de la Mode) table désormais sur une baisse du chiffre d'affaires évaluée entre -12 % et -17 % sur l'année 2020, en fonction de la vitesse de reprise de la consommation.



Toujours selon l'IFM, de manière générale, la part consacrée aux vêtements baisse dans le budget global des français depuis les années 60. Les premiers impactés par ces comportements d'achat sont les magasins physiques :

- Bilan 2020, les boutiques encaissaient une diminution de leur chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente (- 32,3 % de consommation d'articles par rapport à 2019, magasins populaires inclus) ; tandis que les ventes en ligne continuaient de grimper.
- Au sein des chaînes spécialisées, les réseaux de grande diffusion (- 9,6 % de consommation d'articles d'habillement-textiles) ont mieux résisté que les chaînes du luxe accessible.

## La mode en 2021-2022 : l'après-crise sanitaire



Selon Fashion network, la Fevad annonce que "la mode, qui figure depuis longtemps parmi les produits les plus commandés sur Internet, fait partie des secteurs dont les ventes ont le plus pâti de la crise Covid".

Effectivement, les chiffres sont parlants. En mars 2020, les ventes d'e-commerce dans le secteur de la mode ont largement diminué. On note que l'activité a baissé de 30 % la première semaine du confinement et ne se redresse qu'à partir de mi-avril. Une statistique qui laisse entendre que la mode n'est pas vue par les Français comme un achat indispensable en temps de crise.

## Panorama du marché de la mode sur le web en 2021-2022

Malgré l'impact de la crise sur l'état du marché, le secteur de la mode semble encore avoir de beaux jours devant lui, et plus particulièrement sur le web. Les ventes en ligne enregistrées par les distributeurs textile-habillement ont affiché une nouvelle hausse en 2021 (+5,8%), après la croissance exceptionnelle connue en 2020 (+22%). Bilan 2021 une stabilisation de la part digitale des ventes à 21 % du marché, soit une légère diminution des ventes par rapport à 2020, car les ventes physiques ont regagné 10 %.

## Les acteurs de la mode sur Internet en 2021-2022

Le journal du net revient sur une étude du groupe Xerfi, sur le marché de la mode en France, qui dissocie les différentes typologies de vente en ligne en France :

- *click and mortar* ;
- *véadistes* ;
- *pure player*.

Les ***click and mortar*** ont le poids le plus important dans l'e-commerce de la mode. Qui sont-ils ? Ce sont les entreprises qui combinent la distribution en magasin et la vente par Internet. Selon Xerfi et l'IFM, en 2016, elles représentaient un peu plus de 38 % de la vente en ligne.

Pourtant, leur chiffre d'affaires réalisé par ce biais dépasse rarement les 10 % de leur total annuel. Par exemple, dans la mode sportive, Décathlon ne réalise que 4 % de son CA sur Internet en 2017 et Intersport prévoit seulement 5 % en 2020.

Les ***véadistes*** arrivent juste derrière avec une part de 35,9 % dans le marché de la mode en ligne. Ce sont les enseignes qui, dans le passé, vendaient uniquement à distance par

le biais de catalogue. Dans l'ensemble, ils ont dû se battre face à la concurrence des *pure players* et ont du mal à tirer leur épingle du jeu. Les 3 Suisses ont enregistré une baisse de leur CA de 87 % entre 2004 et 2016. La Redoute, par contre, a largement remonté la pente grâce à son rachat par les Galeries Lafayette en 2018.

Pourtant, les *pure players* arrivent derniers dans le classement. Les entreprises qui œuvrent uniquement sur la toile ne détiennent que 26 % de la part du marché.

Les leaders du classement restent difficiles à établir, car peu d'entreprises dévoilent leur stratégie et leurs résultats. Le journal du net propose de donner une tendance en se basant sur leurs audiences. Voici le top 3 des e-commerçants :

- Amazon, avec plus de 100 000 visiteurs en France par mois ;
- Cdiscount ;
- et eBay avec entre 30 000 et 100 000 visiteurs.

Concernant les sites spécialisés :

- l'entreprise Veepee (anciennement Vente-privée) est largement en tête avec près de 30 millions de visites par mois ;
- elle est suivie de Showroomprivé avec environ 14 millions ;
- puis, la Redoute avec 12,5 millions ;
- Décathlon ;
- et Zalando.

## Top 5 eCommerce | Fashion

Classement des entreprises en fonction du CA net réalisé en France en 2017



eCommerceDB est la plateforme d'analyse du marché du commerce électronique développée par Statista. Elle offre une base de données comparatives des revenus et KPIs pour plus de 5 000 e-commerçants mondiaux.



@Statista\_FR

Source : eCommerceDB



Statista, grâce aux chiffres de sa plateforme eCommerceDB, a déterminé un top 5 des sites e-commerce mode qui ont réalisé les chiffres d'affaires les plus importants en France ces dernières années. Il confirme les tendances citées plus haut :

- Vente-privee.com est bien en tête avec plus d'un milliard d'euros de CA ;
- Showroomprivé ;
- Zalando ;
- Asos ;
- La Redoute est effectivement présente à la 5e position.

Pourquoi Veepee est largement devant les autres ?

Les ventes de vêtements restent soumises au budget des ménages, car cette catégorie

de dépense ne serait pas vue comme prioritaire ; une tendance confirmée par le recul des achats d'articles de mode durant toute la période de crise traversée en 2020. Les soldes et les promotions exercées sur le web jouent un rôle essentiel dans les ventes des e-commerces. En effet, selon l'IFM, 58 % des ventes totales sont réalisées sur des produits à prix barrés.

## **Les millenials toujours premiers consommateurs d'articles de mode en 2021-2022**



Les millennials, autrement appelés génération Y, regroupent les jeunes nés entre 1984 et 1996. C'est une tranche importante des clients du secteur de l'habillement sur Internet.

Selon l'étude de Kantar, ils consacrent 19,5 % de leur budget total à ce poste de dépense. En comparaison, les seniors en dépensent seulement 10 %.

Les transactions mode sur le web pour les jeunes continuent d'augmenter, avec une

progression de 17 % les trois premiers mois de 2019.

Le top 5 des sites e-commerce de mode chez les moins de 35 ans sont :

- Zalando ;
- Veepee ;
- Amazon ;
- H&M ;
- Showroomprivé.

L'autre caractéristique concrète de cette clientèle est son comportement plus volatile en comparaison avec les personnes plus âgées :

- ils fréquentent environ 7 marques différentes ;
- ils se servent moins des cartes de fidélité ;
- ils achètent beaucoup d'articles soldés ;
- ils affectionnent les vêtements de seconde main, 47 % des achats de Vinted sont effectués par des millennials.

Le marché de la mode semble avoir un bel avenir sur Internet. Les marques prennent de plus en plus conscience que leur présence sur la toile est indispensable. De l'autre côté, les clients, à majorité jeunes, montrent bien que cette nouvelle manière de consommer est déjà bien ancrée.

Si vous souhaitez en savoir plus sur les stratégies à adopter pour ancrer votre marque de prêt à porter, chaussures, sacs ou accessoires, notre agence [Alioze](#) est spécialisée dans la [communication mode](#).

Retrouvez aussi notre article sur les [chiffres clés du secteur de la mode en 2020](#)

**Découvrez aussi :**

- [Les chiffres clés du secteur de la beauté](#)
- [Les chiffres clés du secteur du luxe](#)
- [Les chiffres clés du secteur du tourisme](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la food](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la santé](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'immobilier](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'horlogerie](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'éducation et de l'enseignement](#)
- [Les chiffres clés du secteur des avocats](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la culture](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'automobile](#)
- [Les chiffres clés du secteur des vins et spiritueux](#)
- [Les chiffres clés du secteur des enfants et de la jeunesse](#)
- [Les chiffres clés du secteur de l'hôtellerie](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la joaillerie](#)
- [Les chiffres clés du secteur de la restauration](#)

**Sources :**

- journaldunet.com :
  - [E-commerce de mode : qui se partage la manne ?](#)
- ecommercemag.fr :
  - [Les ventes de mode en ligne progressent grâce aux millennials](#)
  - [Le Top 3 des secteurs de l'e-commerce par univers produits](#)

- fr.fashionnetwork.com :
  - [E-commerce : la mode a particulièrement pâti du confinement, selon la Fevad](#)
  - [Le marché mondial de l'habillement va progresser de 3.9 % par an d'ici 2025](#)
  - [L'IFM dresse trois scénarios 2020 pour le secteur mode en France](#)
- fr.statista.com :
  - [Graphique: Top 5 eCommerce : catégorie mode et habillement](#)
- fevad.com :
  - [Communiqué de Presse FEVAD 2019](#)
  - [KANTAR : Comment les jeunes achètent ils la mode sur Internet](#)
  - [Chiffres clés eCommerce 2020](#)

