



Rapport européen sur l'industrie de la mode en 2021

Les consommateurs sont-ils prêts à adopter des habitudes de consommation plus éthiques et éco-responsables ?

YouGov[®]

business.yougov.com

Sommaire

1. Méthodologie
2. Notion d'éthique : dans quels secteurs est-elle importante ?
3. Vêtements : quels critères d'achat ?
4. S'habiller éco-responsable
5. La seconde vie des vêtements
6. Focus France

Méthodologie

Méthodologie



Echantillon

- 2021: sondage effectué auprès de 11 483 personnes représentatives de la population nationale de chaque pays
- 2019 : sondage effectué auprès de 9 250 personnes représentatives de la population nationale de chaque pays



Méthodologie

- Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire de YouGov



Terrain

- 2021 : France, Allemagne, Autriche, Danemark, Finlande, Italie, Norvège, Espagne, Suède, Suisse
Du 10 septembre au 29 septembre 2021
- 2019 : France, Allemagne, Danemark, Finlande, Italie, Norvège, Espagne, Suède
Du 23 octobre au 6 novembre 2019

Notion d'éthique : dans quels secteurs est-elle importante ?

Seuls 12% des répondants mentionnent le secteur de la mode

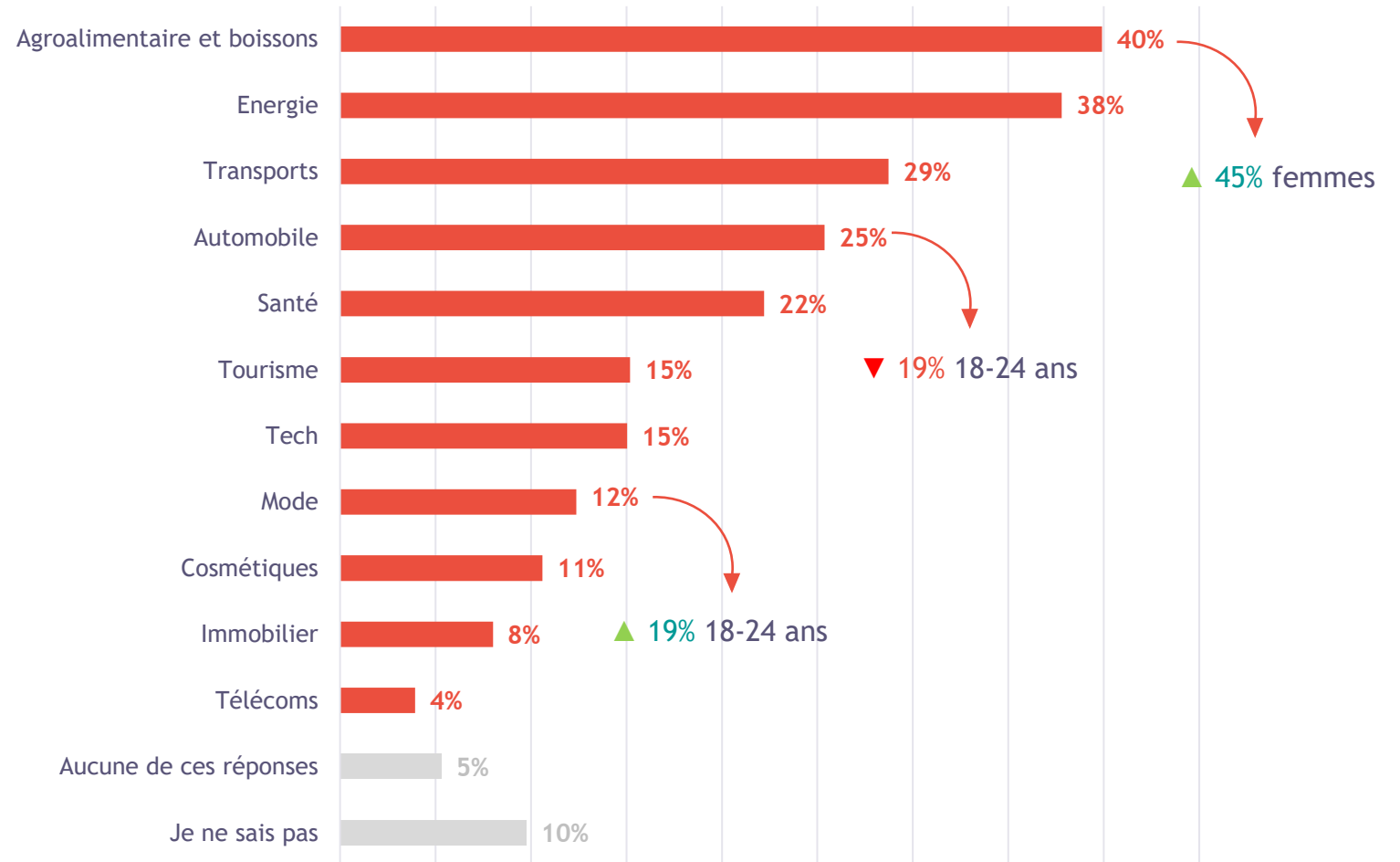


En Europe, l'éthique est perçue comme particulièrement importante dans le secteur de l'agroalimentaire et des boissons

Le secteur de la mode arrive en 8ème position avec un score de 12%, suivi des cosmétiques (11%), de l'immobilier (8%) et des télécoms (4%).



Classement | Secteurs dans lesquels le critère éthique est le plus important



Parmi la liste suivante, dans quel(s) secteur(s) le critère "éthique" est-il le plus important pour vous ? Veuillez sélectionner 3 réponses maximum
Base : adultes de 10 pays (n=11 483)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inérieur à la moyenne globale



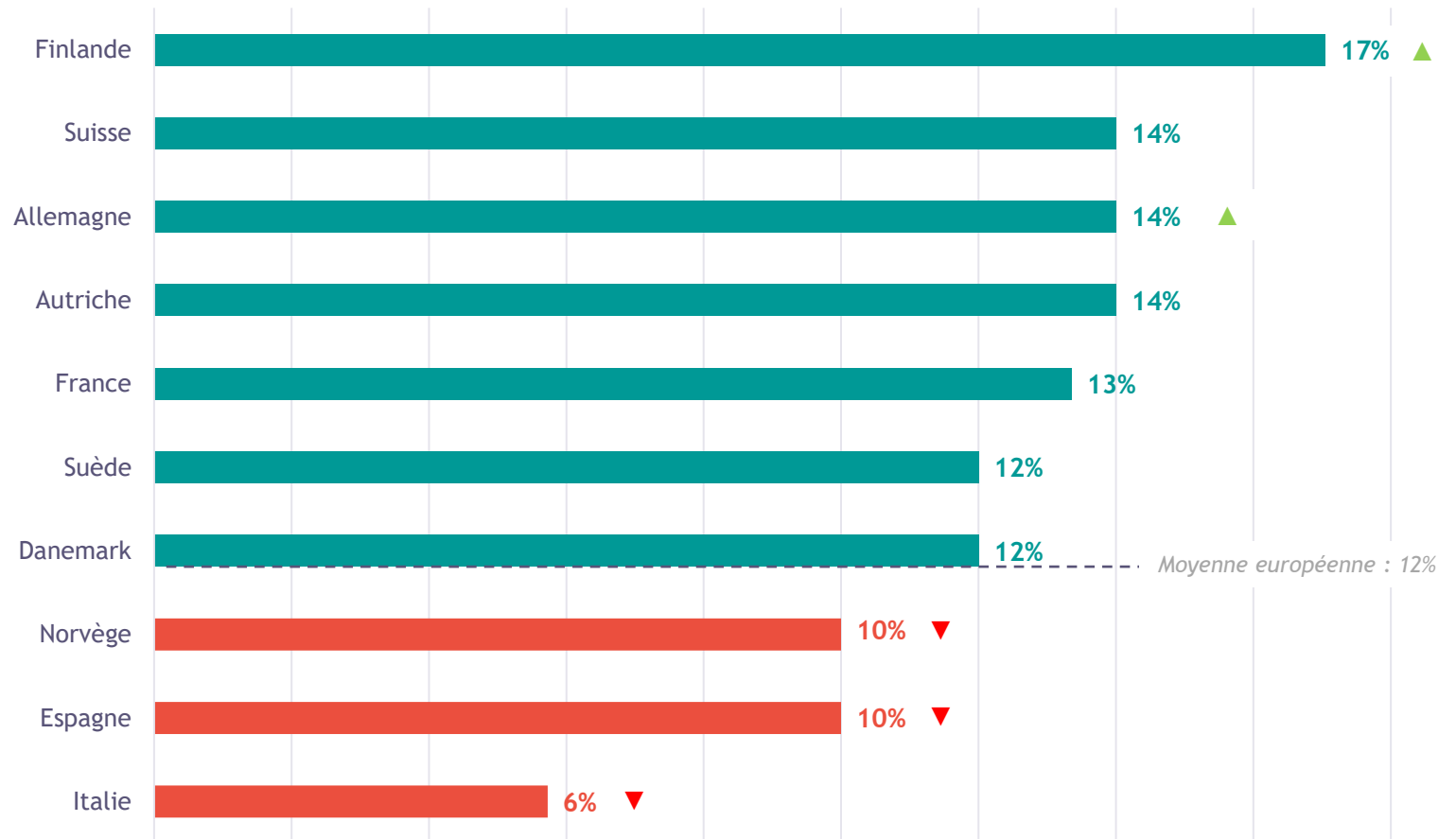
Importance de l'éthique dans le secteur de la mode : quelles différences au niveau national ?

Les Finlandais (17%) et les Allemands (14%) sont significativement plus nombreux à considérer que l'éthique est un critère important dans le secteur de la mode.

A l'inverse, les Italiens (6%), les Espagnols (10%) et les Norvégiens (10%) sont significativement moins nombreux à mentionner ce secteur.



Classement | Importance du critère éthique dans le secteur de la mode



Parmi la liste suivante, dans quel(s) secteur(s) le critère "éthique" est-il le plus important pour vous ? Veuillez sélectionner 3 réponses maximum
Base : adultes de 10 pays (n=11 483)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inférieur à la moyenne européenne

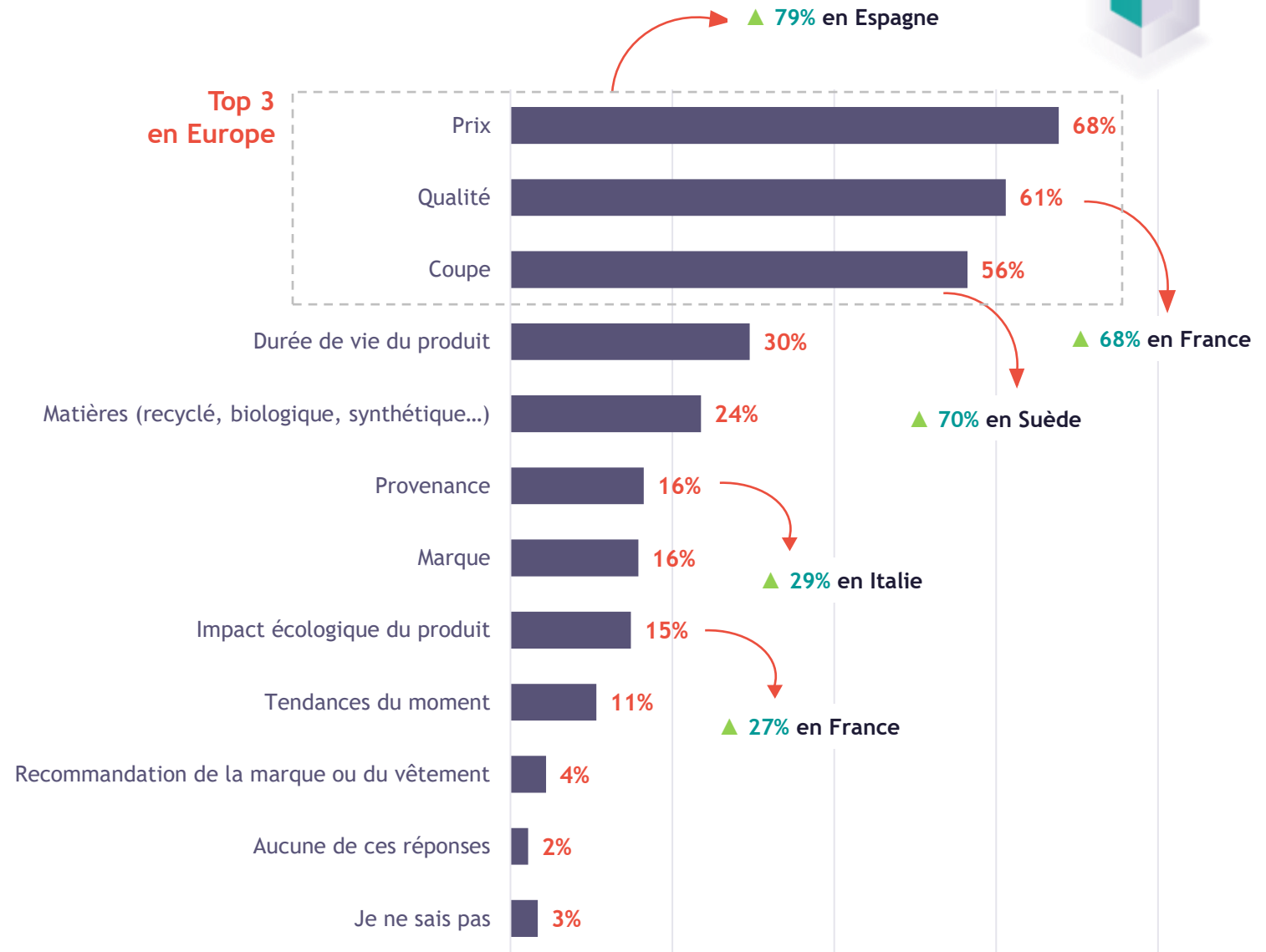
Vêtements : quels critères d'achat ?

Le prix est le critère n°1 pour les consommateurs européens

Crières d'achat en matière d'habillement

Cité par 68% des répondants, le **prix** est le critère principal pour les consommateurs européens, suivi de la **qualité** (61%) et de la **coupe** du produit (56%).

Si l'**impact environnemental** du produit n'obtient que 15%, on observe que ce critère est significativement plus important pour les **Français (27%)**.



Parmi la liste suivante, à quel(s) critère(s) faites-vous attention lors de l'achat d'un vêtement ?

Veillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent

Base : adultes de 10 pays (n=11 483)

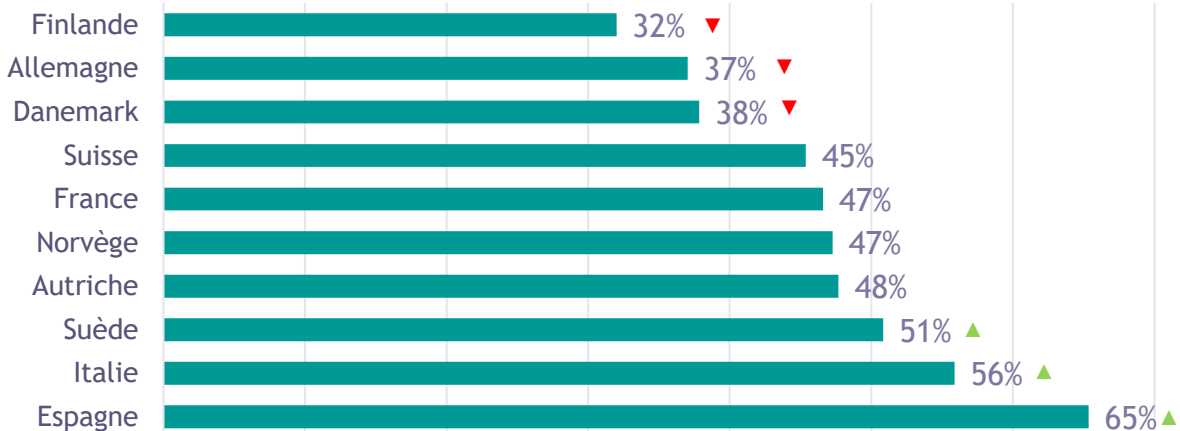
▲ ▼ Statistiquement supérieur/inégalement à la moyenne européenne

Où les Européens achètent-ils leurs vêtements ?

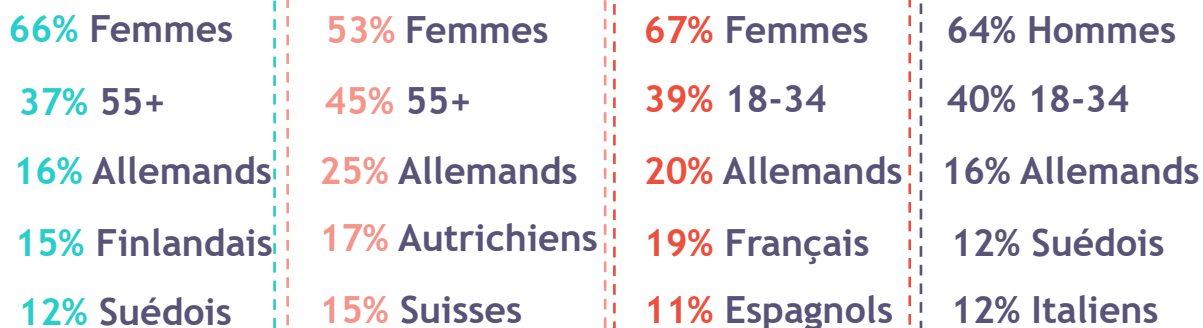


17% des Européens achètent leurs vêtements dans boutiques de seconde main, 17% auprès de marques éthiques/responsables, 12% sur des applications de seconde main et 6% auprès de marques de luxe.

Différences entre les pays



Qui sont ces consommateurs ?



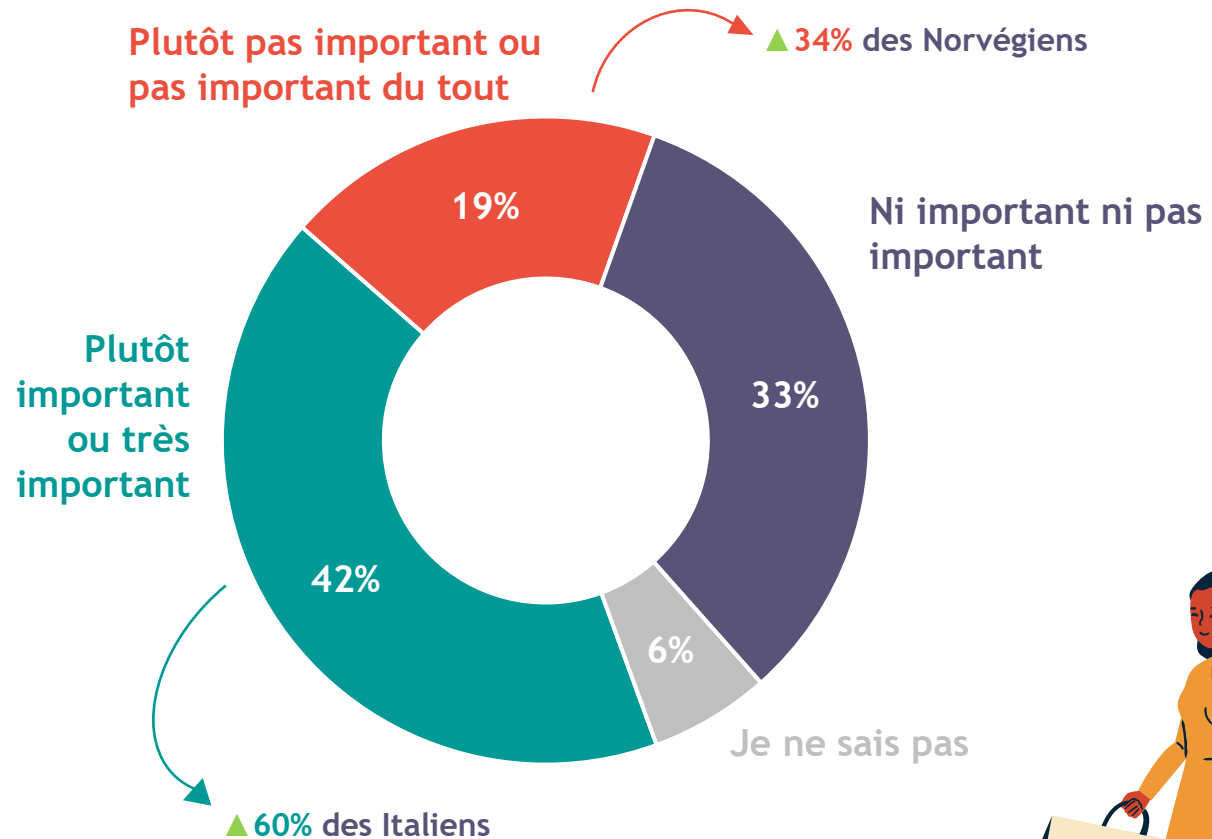
S'habiller éco-responsable

1 consommateur sur 10 considère que qu'acheter des vêtements éthiques et/ou éco-responsables est très important

En Europe, 42% des consommateurs considèrent qu'acheter des vêtements éthiques et/ou éco-responsables est important

Au niveau national, les Italiens (60%) et les Espagnols (56%) en sont particulièrement convaincus.

A l'inverse, les consommateurs des pays scandinaves sont les plus nombreux à soutenir qu'acheter des vêtements éthiques n'est pas important (34% en Norvège, 27% au Danemark, 26% en Suède et 22% en Finlande).



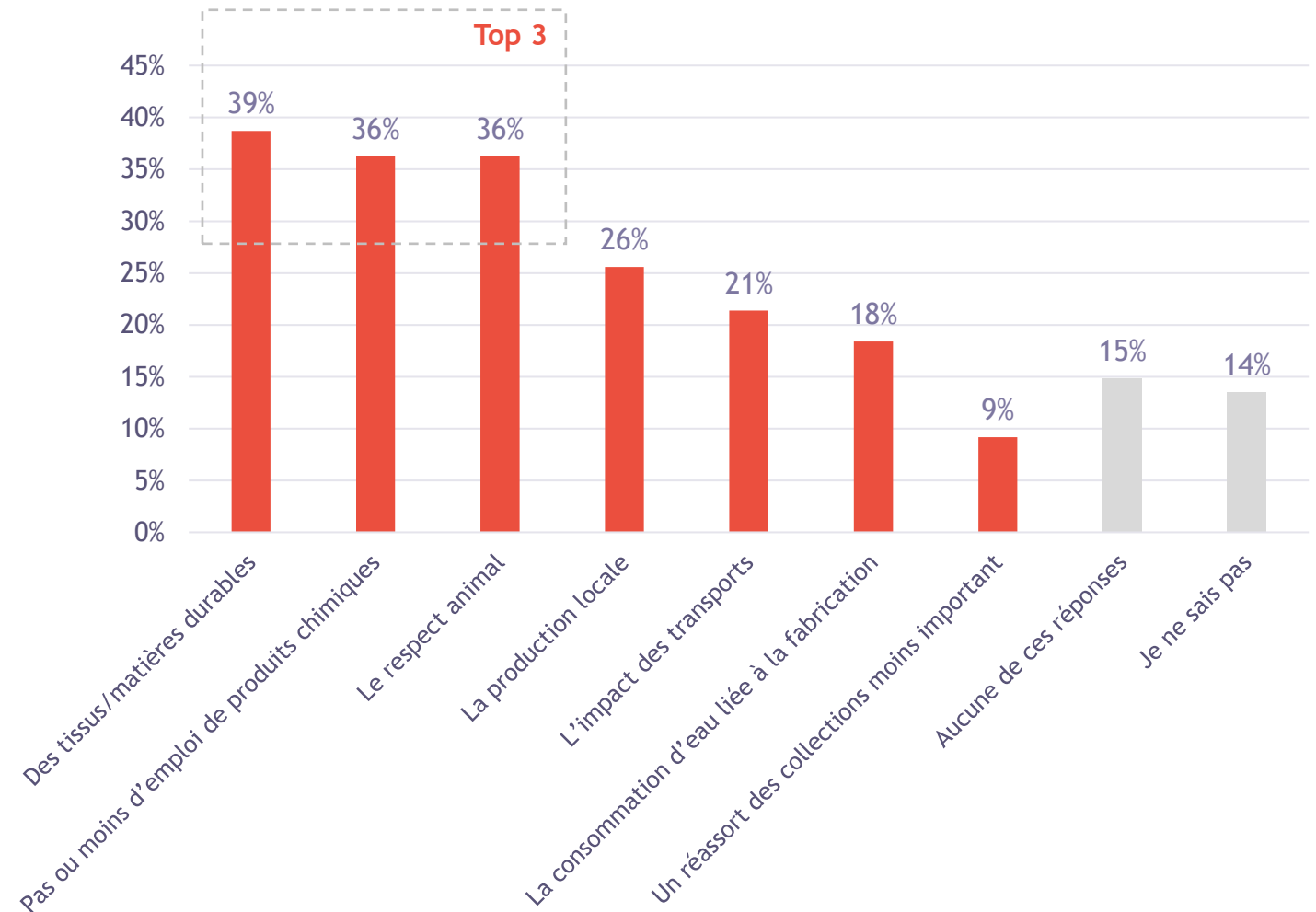
Seul 1 consommateur sur 10 considère qu'acheter des vêtements éthiques et/ou éco-responsables est **très** important (10%)



Elements éco-responsables importants lors de l'achat de vêtements

L'emploi de tissus et matières durables est le critère éco-responsable le plus important (39%).

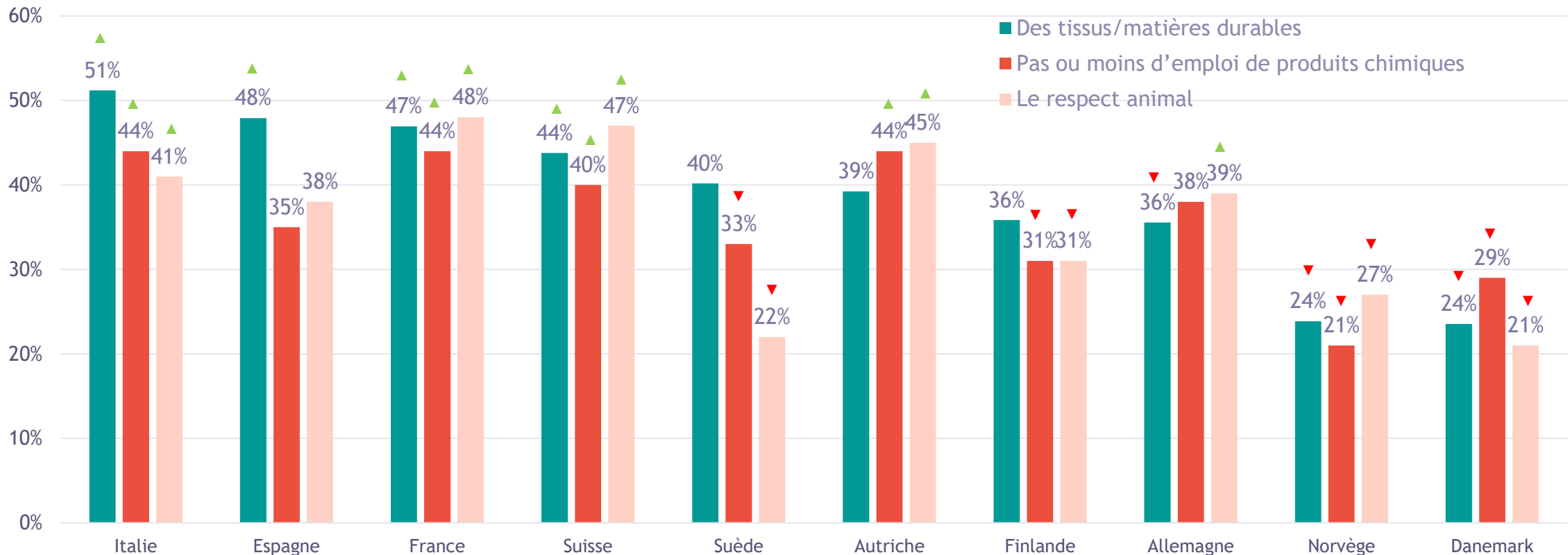
Un usage réduit des produits chimiques (36%) et le respect animal (36%) sont également perçus comme étant importants par plus d'un consommateur européen sur trois.



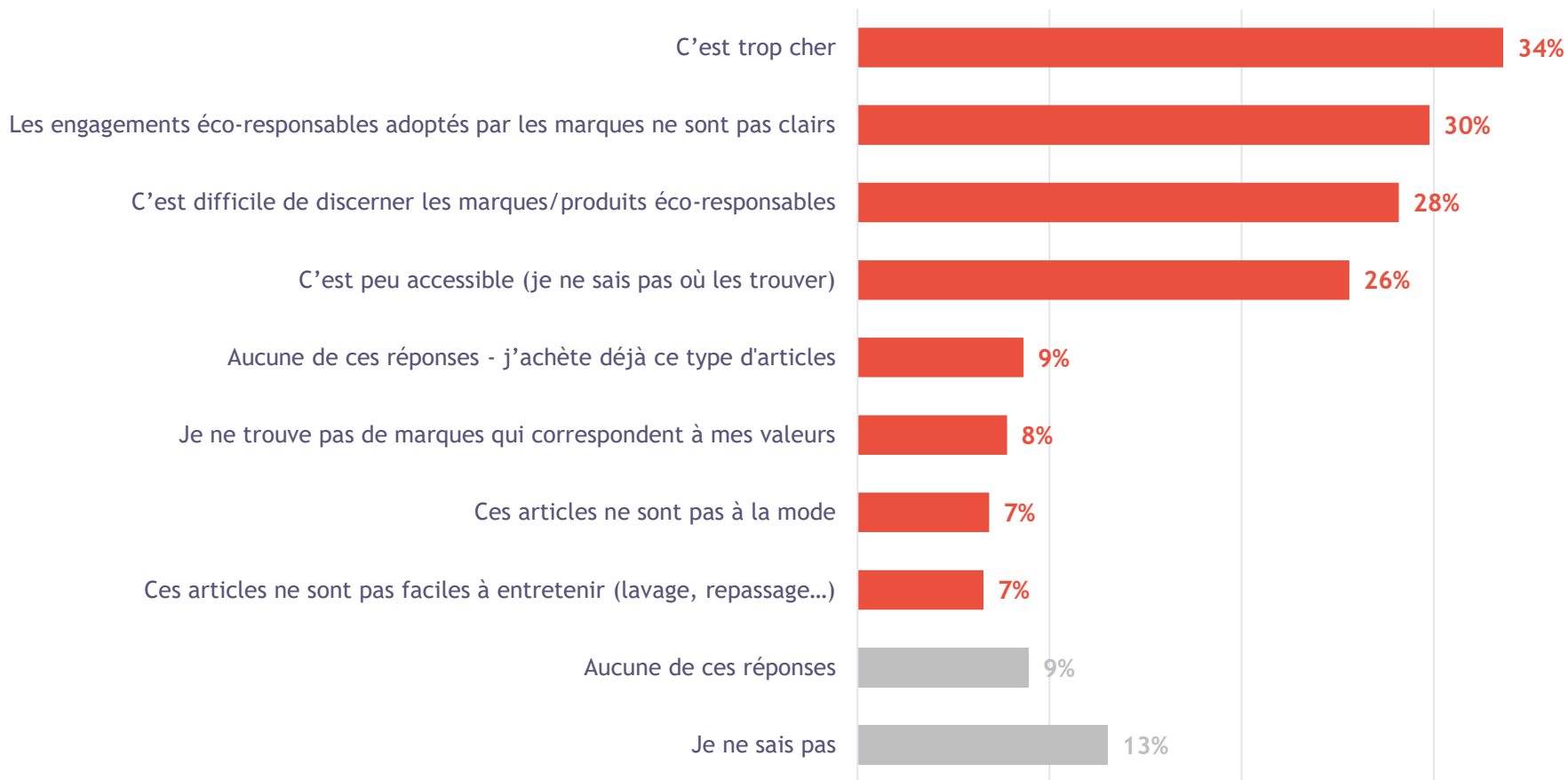


Elements éco-responsables - Top 3

L'emploi de **tissus et matières durables** est particulièrement important pour les pays d'Europe du Sud : 51% des Italiens, 48% des Espagnols et 47% des Français. C'est environ deux fois moins important pour les Norvégiens (24%) et les Danois (24%). **Un usage réduit des produits chimiques** est essentiel pour les Français, les Autrichiens et les Italiens (44%). **Le respect animal** est principalement soutenu par les Français (48%), les Suisses (47%) et les Autrichiens (45%).



Quels sont les principaux freins à l'achat de vêtements éthiques et respectueux de l'environnement ?



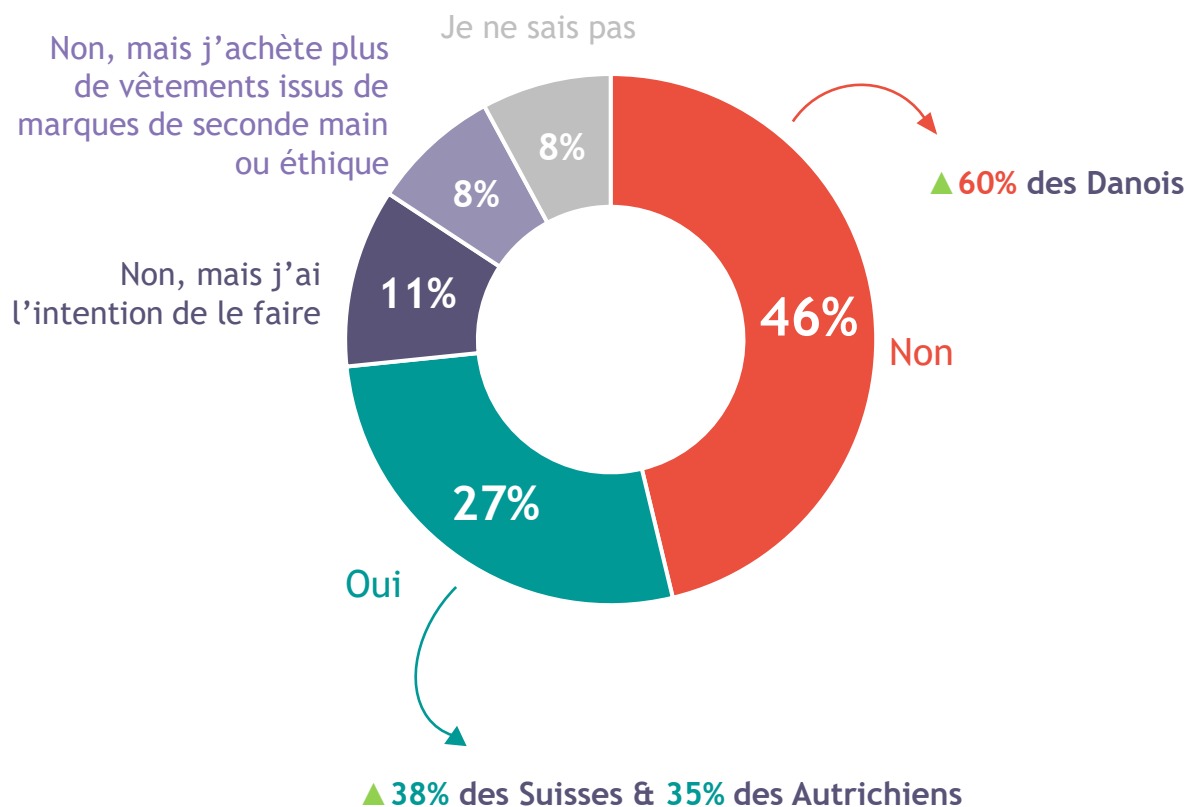
Les résultats de cette étude mettent en évidence d'importants écarts entre les pays

Si le coût est la principale barrière en Europe, son score varie de 19% au **Danemark** à 43% en **France**.

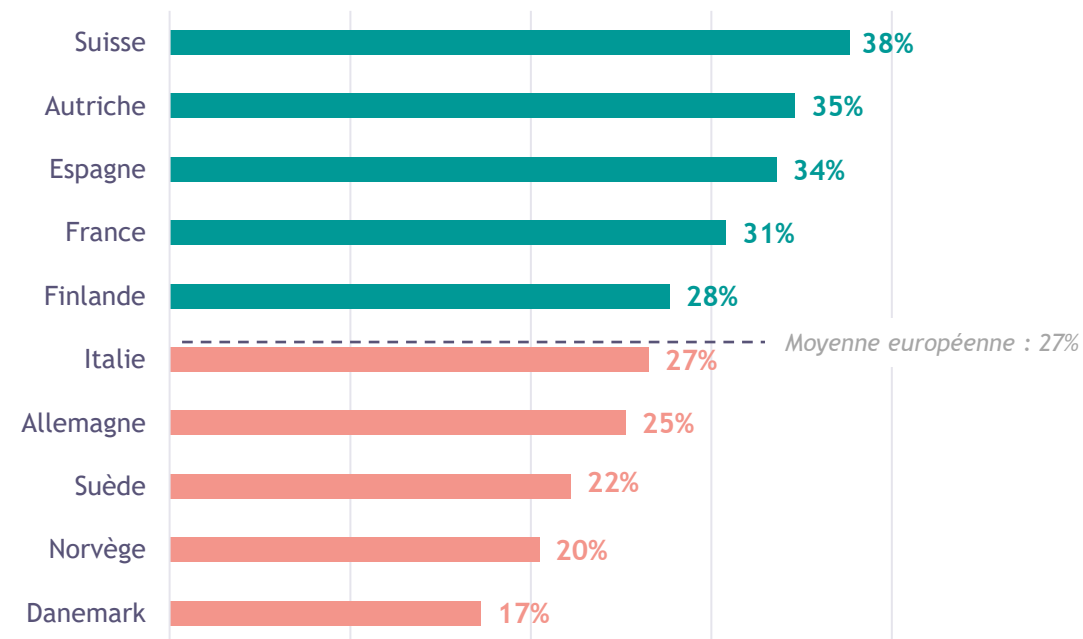
Les **Autrichiens** (39%) et les **Finlandais** (38%) sont les plus nombreux à penser que les engagements éco-responsables adoptés par les marques ne sont pas clairs vs. 12% des **Français**.

38% des **Autrichiens** et 36% des **Suisses** sont d'accord pour dire qu'il est difficile de discerner les marques/produits éco-responsables vs. seulement 3% des **Français**.

Réduction des achats vestimentaires pour des raisons écologiques et éthiques



Moins de 3 personnes sur 10 ont déjà réduit leur achats de vêtements pour des raisons écologiques et/ou éthiques (27%)



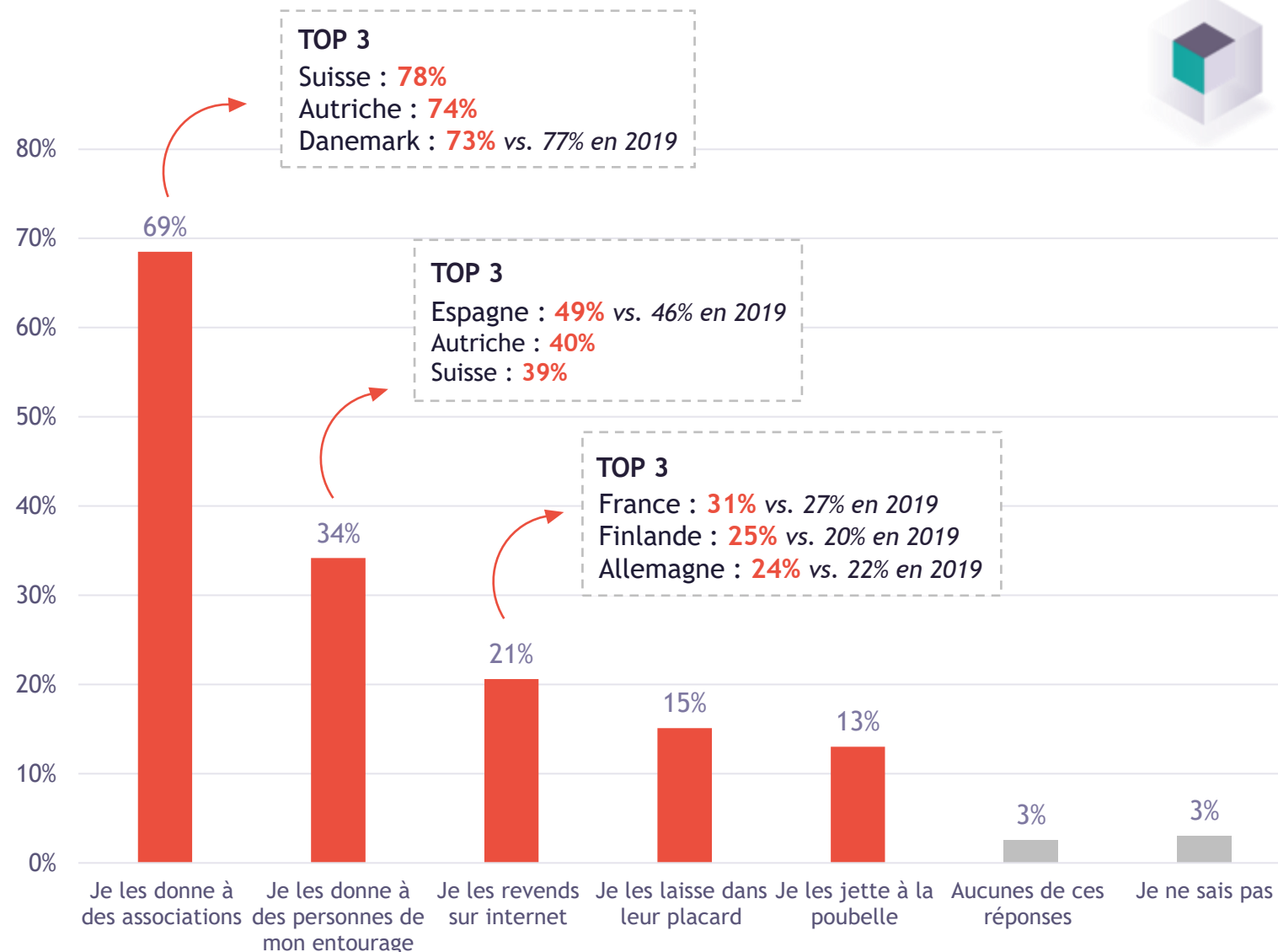
Les Danois, les Norvégiens et les Suédois sont les moins susceptibles de déclarer avoir déjà réduit leurs achats de vêtements pour des raisons écologiques et/ou éthiques.

La seconde vie des vêtements

21% des consommateurs européens affirment vendre en ligne les vêtements qu'ils ne portent plus

Les Européens donnent principalement les vêtements qu'ils ne portent plus à des associations (69%) ou à des personnes de leur entourage (34%)

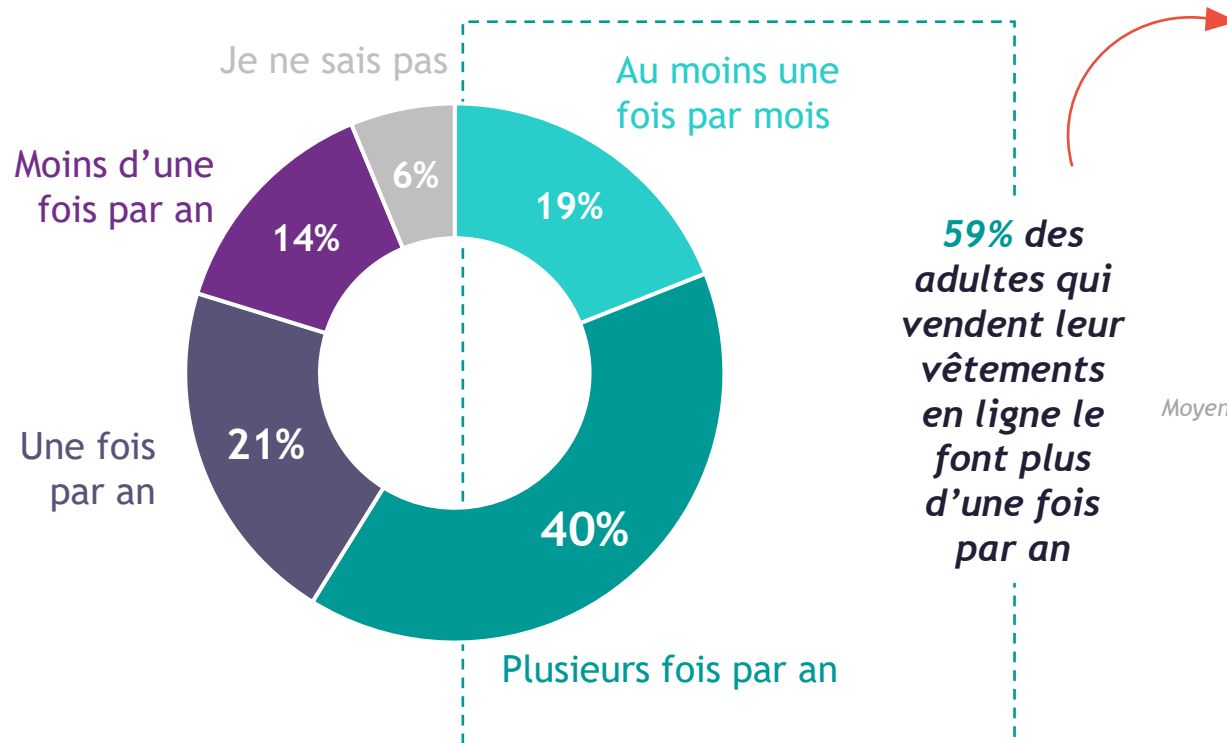
Si le don à des associations est particulièrement répandu en Suisse (78%), les champions de la vente en ligne sont les Français (31%), avec une hausse de 4 points depuis 2019.



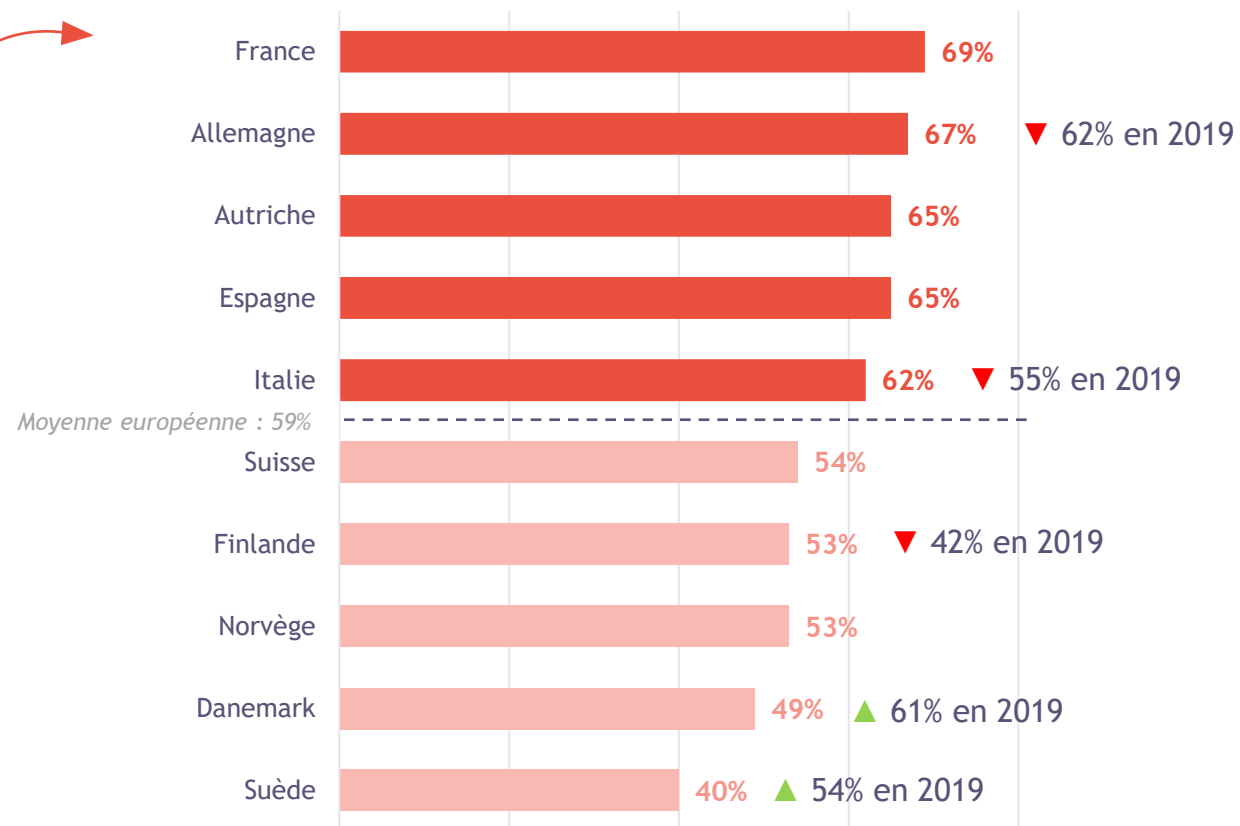
Revente de vêtements sur internet : fréquence et différences nationales



Fréquence de la vente en ligne en 2021



Populations vendant leurs vêtements en ligne plus d'une fois par an



Focus France

H&M est perçue comme la marque de mode la plus durable en France

H&M est perçue comme la marque de mode la plus durable en France (17%)

H&M obtient un score encore plus élevé auprès des 18-24 ans (24%).

42% des Français ne se prononcent pas et 16% considèrent qu'aucune des marques proposées n'est - même partiellement - durable.



CLASSEMENT MARQUES LES PLUS DURABLES		
Rank	Marque	Score
1	H&M	17%
2	Kiabi	14%
3	Celio	13%
4	Jules	13%
5	Zara	12%
6	C&A	11%
7	Etam	11%
8	Mango	9%
9	Devred	8%
10	Promod	8%

▲ 24% 18-24 ans

▲ 19% 25-34 ans

▲ 16% hommes

▲ 18% 18-34 ans

▲ 15% 25-34 ans

Parmi ces marques, quelles sont celles que vous considérez comme étant - au moins partiellement - durables ?

Veillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent

Base : adultes de 10 pays (n=11 483)

Nombre total de marques : 18 (H&M, Kiabi, Celio, Jules, Zara, C&A, Etam, Mango, Devred, Promod, Primark, Bershka, Uniqlo, Brice, Pimkie, Morgan, Jennyfer, Bizzbee)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inférieur à la moyenne française

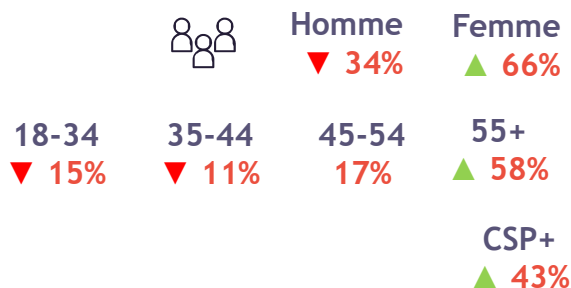
Profil des Français qui déclarent être passés à la « Slow Fashion »

= achètent des vêtements avec des matières premières et conditions de travail respectueuses de l'environnement et éthiques



8%
de la population française

Profil socio-démographique



Médias les plus consultés

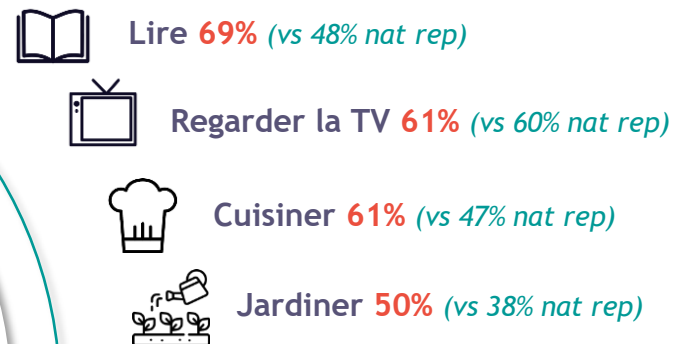
Réseau social : Facebook **66%**

Chaîne TV : France 2 **47%** ▲

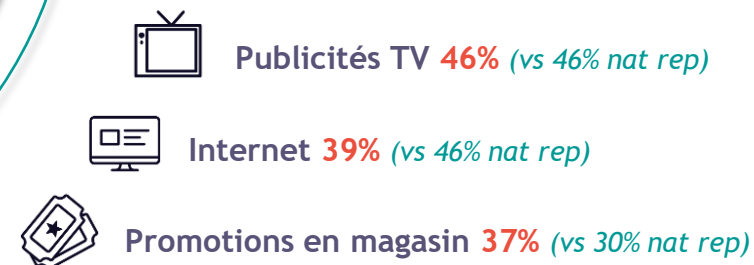
Journal en ligne : lemonde.fr **21%** ▲



Activités qu'ils aiment pratiquer pendant leur temps libre



Canaux de communication attirant l'attention



→ **Merci**

YouGov[®]

YouGov, 2021, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws.

Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited.

This information (including any enclosures and attachments) is propriety and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided.

We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.