

# KANTAR

## Repli des ventes de mode sur Internet, mythe ou réalité ?

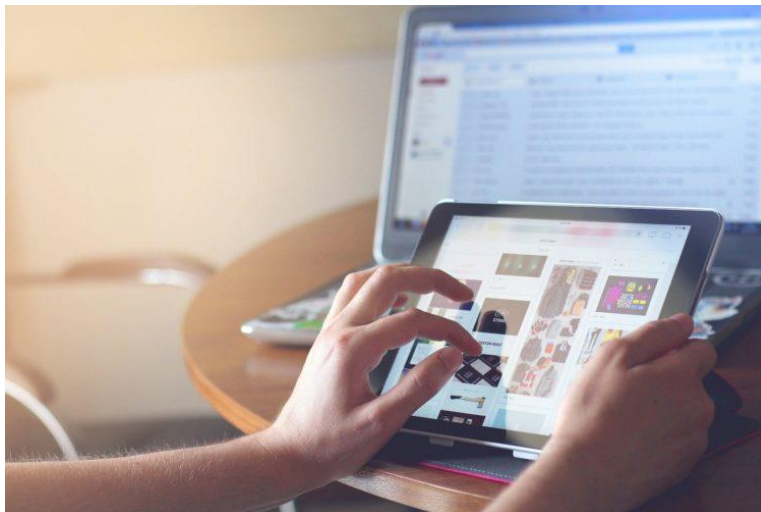
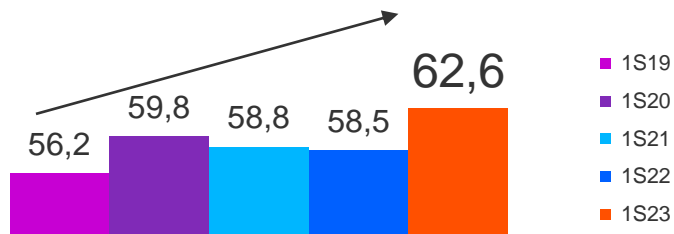
KANTAR WORLDPANEL

HELENE JANICAUD  
CONFERENCE FEVAD  
19/09/2023



# Internet, facilitateur de comparaison de prix tire son épingle du jeu sur la mode

Je vais sur Internet pour comparer les prix\*



## TOTAL MODE-CHAUSSURES-LINGE DE MAISON

Evol Total Internet – TCA 1<sup>er</sup> semestre 23 vs A-1

**+5,1%** VALEUR    **+1,7%** VOLUME    **+3,4%** PRIX

Vs -0,1%

-4,8%

+4,9%



**21,2 %**

PDM Valeur 1S23  
(+0,8pt vs A-1)

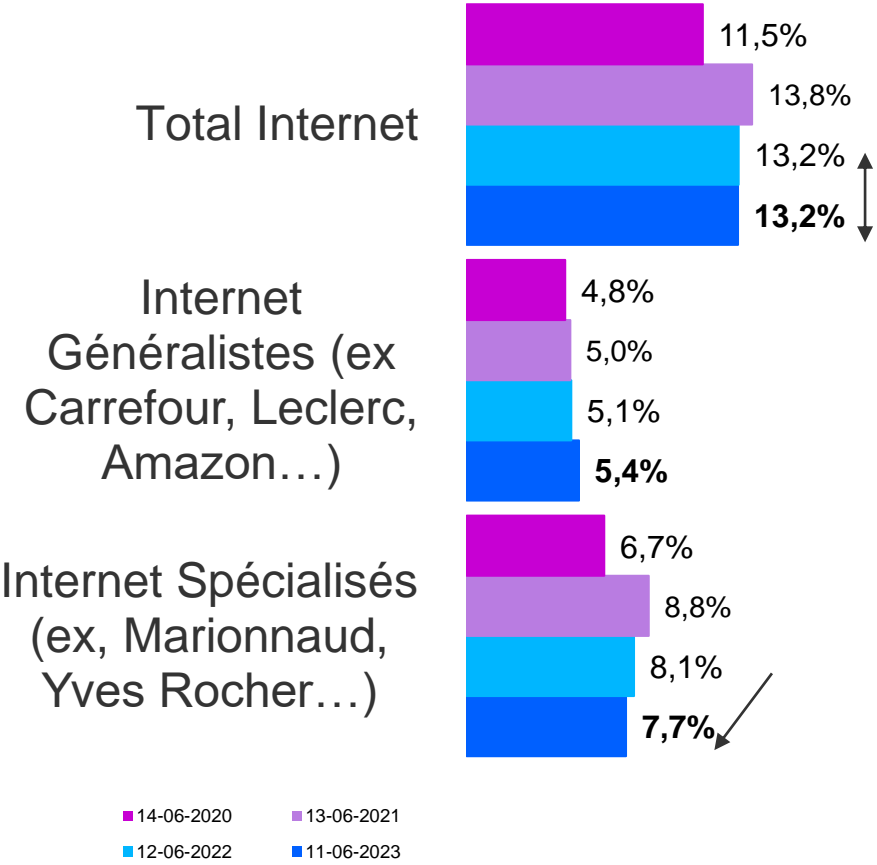
**16,7 %**

PDM Volume  
(+0,9pt vs A-1)

# Sur l'Hygiène Beauté, Internet plafonne désormais à 13,2% de PDM Valeur.

La dynamique des sites généralistes compense le repli des spécialistes.

PDM Valeur – CAM Juin 2020 à 2023



**1/3**  
Des Français achètent de l'HB sur internet dans l'année

**85€**  
Budget dépensé/ an

→ Le circuit se stabilise en nombre d'acheteurs mais tend à fidéliser sa clientèle sur le long terme. Dans un contexte hygiène-beauté plutôt atone, l'omnicanalité représente définitivement une opportunité.

# Le paiement en plusieurs fois sans frais se généralise : un atout en ces temps de crise et plus facile à activer sur internet ?

## Paiement en 4X sans frais

Avec notre partenaire **PayPal**, nous vous offrons la possibilité d'étaler votre paiement en plusieurs fois. C'est simple, sécurisé et sans frais !

Je commence mon shopping

## PAIEMENT 3X ALMA





Nouveauté ! Paiement en 3X sans frais avec notre partenaire « ALMA », uniquement en ligne sur promod.fr

Dès 50€ d'achat sur notre site, nous vous offrons la possibilité d'étaler votre paiement en plusieurs fois. **C'est simple, sécurisé et sans frais !**

# C'est en Espagne où le poids d'Internet a le plus progressé, dépassant désormais le niveau français.



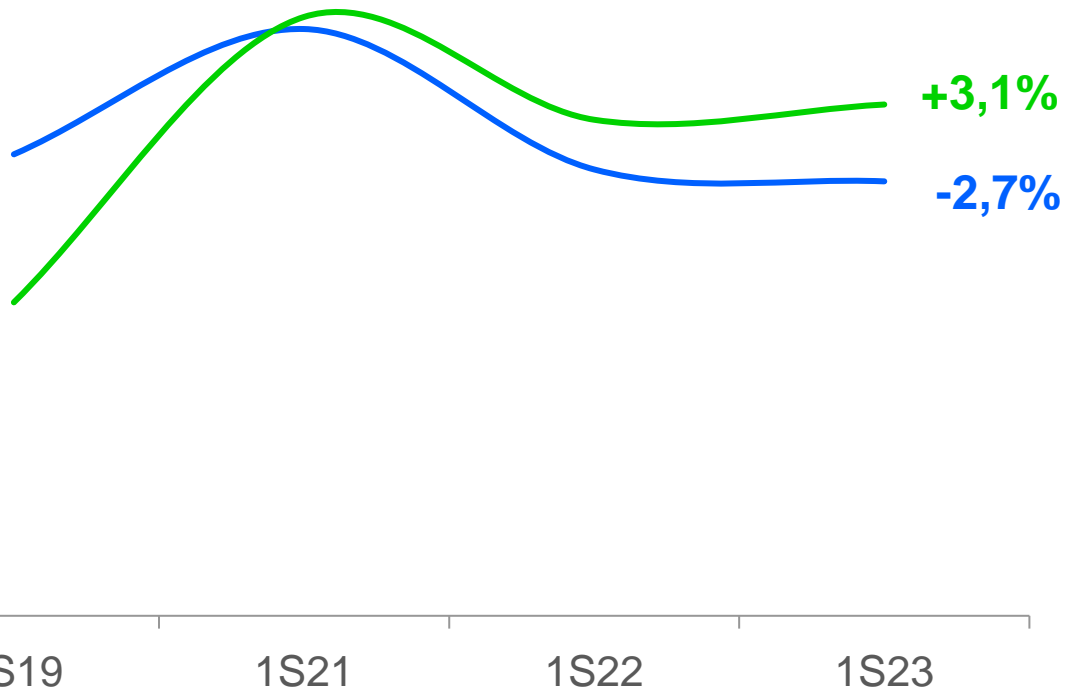
% PDM Valeur d'Internet – Univers Habillement/Chaussures/Accessoires (hors Linge de maison)

		1S19	1S20	1S21	1S22	1S23
France		14,4%	22,9%	26,4%	19,8%	20,1%
UK		28,9%	55,6%	57,5%	41,4%	40,8%
Italie		12,5%	26,3%	21,0%	16,4%	16,7%
Espagne		8,5%	20,3%	22,5%	20,3%	21,9%

# Internet est porté par des acteurs internationaux ce semestre



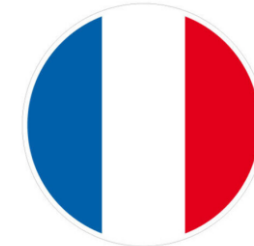
Volumes achetés sur Internet -1<sup>er</sup> Semestre  
Total Textile-Chaussures-Accessoires



Acteurs internationaux



Acteurs Français

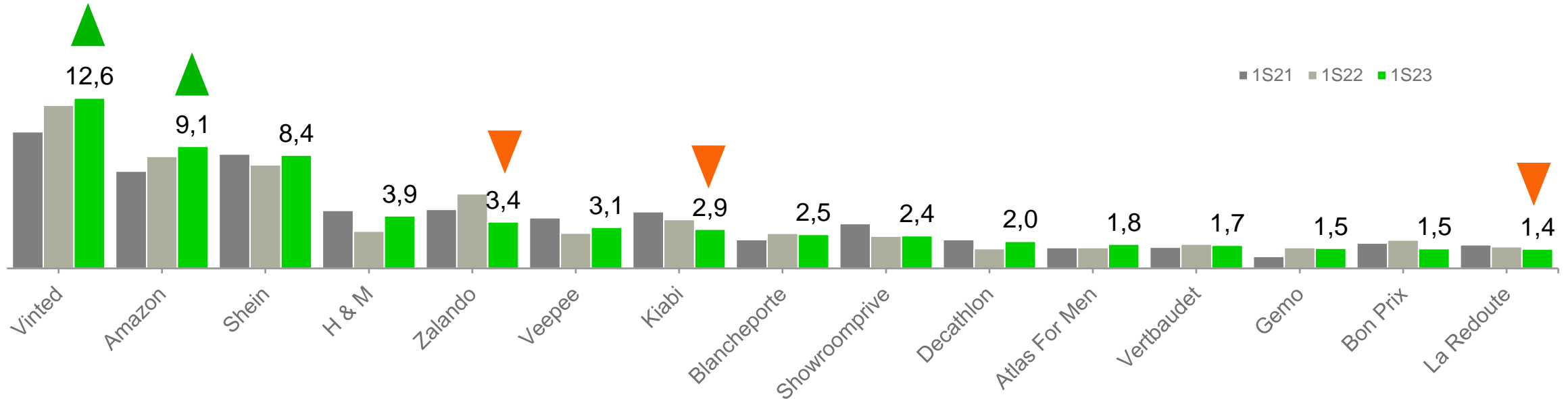


Sélection de 160 sites internet, représentant 85% des volumes achetés online – 80% des dépenses

# Si le Top 3 international conforte ses positions, les acteurs français ont largement investi le top 15.



Top 15 des sites internet en VOLUMES ACHETES – 1<sup>er</sup> Semestre



## EN DEPENSES (%)



#1 : 8%



#2 : 7,8% sur la mode  
#1 : 18,3% sur le total  
Biens (hors services)

# Si Vinted a gagné du terrain transversalement, c'est sur l'habillement Bébé que le site est désormais incontournable, près d'1 achat online sur 2 y est fait

PDM Vinted en Volume – 100% Online par rayon

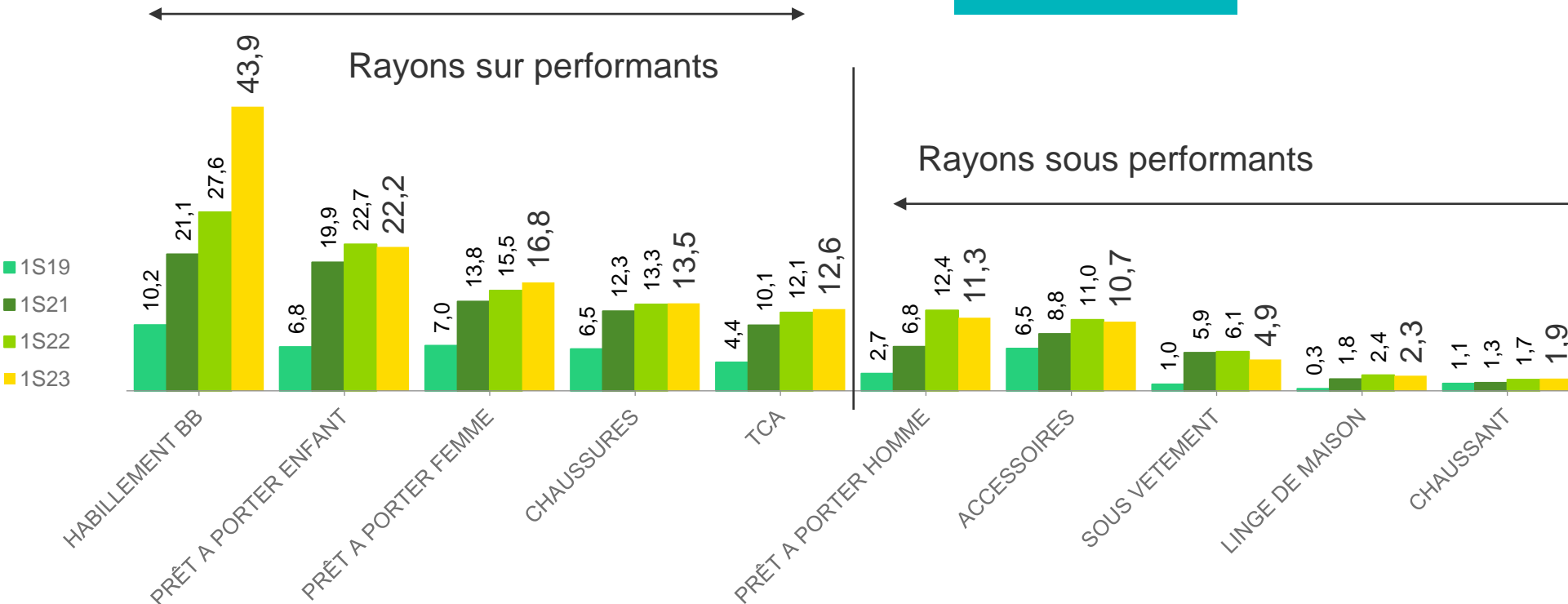


Portrait-robot du client Vinted en 2023



Rayons sur performants

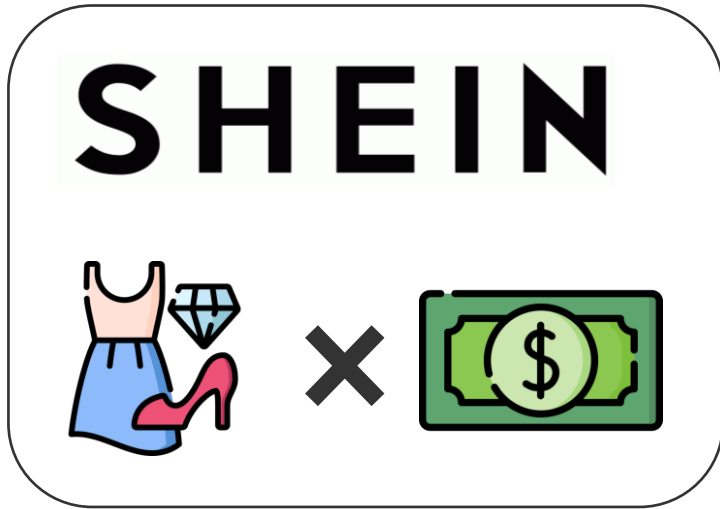
Rayons sous performants





# Le succès de Shein ne se dément pas malgré le bashing

Le site trouve un nouveau souffle en apportant une réponse prix à des cibles contraintes

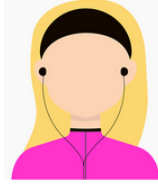


## Ce qu'en pensent les consommateurs

Au-delà de son positionnement **prix très bas**, le site propose également une offre de **produits uniques** et se retrouve aussi dans le TOP 3 sur l'item « propose **des produits mode/tendance** »

## Le profil client évolue : de modeuses à opportunistes

2020



Age moyen du destinataire  
**27 ans**

*Etudiant*

*15 - 25 ans*

*Jeune couple et Célibataire*

*Familles enf. coll – Majeurs*

*Trendy & Ostentatoire*

*Modeste*

2023



**32 ans**

*Etudiant*

*15-49 ans*

*Jeune couple et*

*Célibataire*

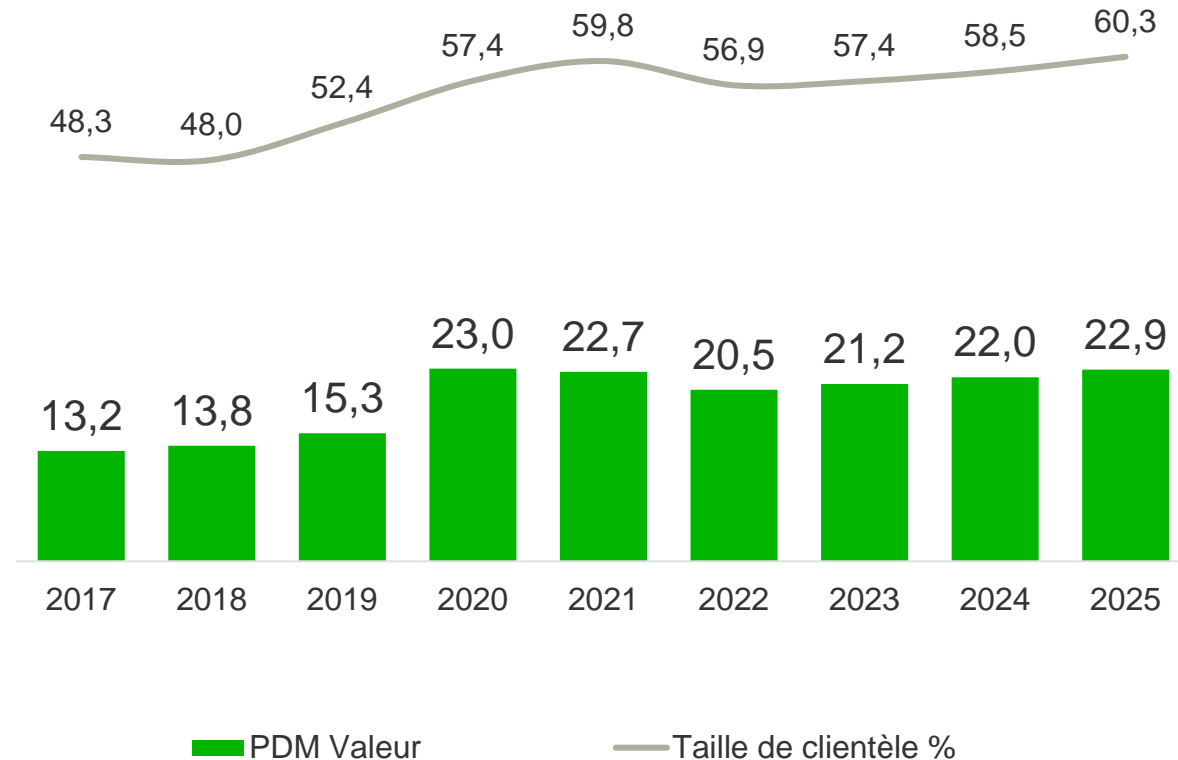
*Toutes Familles*

*Trendy & Bonnes affaires*

*Modeste*

# La PDM d'Internet devrait approcher les 23% en 2025

Prévisions de PDM valeur d'Internet – 2023-2025



## Pourquoi ?

- ✓ Effet Générationnel, on emporte son comportement d'achat avec les années
- ✓ Une clientèle plus promophile à l'avenir, point fort d'internet, importance du Black Friday croissante
- ✓ Montée de la seconde main et tout particulièrement de Vinted et ambition web des acteurs internationaux (puissants acteurs à venir, comme Primark, Action...) et optimisation de l'expérience web
- ✓ Diversification des modes d'achat sur internet (social commerce), meilleure ciblage des besoins avec l'AI, facilités de paiement et de livraison.

# KANTAR

## Repli des ventes de mode sur Internet, mythe ou réalité ?

MERCI DE VOTRE ATTENTION

HELENE JANICAUD  
CONFERENCE FEVAD  
19/09/2023

