

LES FRANÇAIS & LA MODE DURABLE

LES FRANÇAIS SOUCIEUX DE L'ENGAGEMENT DES MARQUES DE MODE

2/3

(65%) des Français

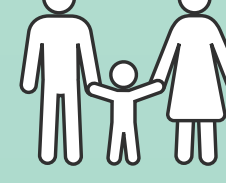


considèrent l'engagement des marques
comme un critère de choix important
dans leurs actes d'achat



68%

pour les femmes



63%

pour les ménages
avec 1 enfant



70%

pour les ménages
avec 2 enfants

DES CONSOMMATEURS AVEC DE FORTES ATTENTES

LE TOP 3

60%

une fabrication
respectueuse
de l'environnement

60%

des conditions
de travail décentes
et une rémunération juste

54%

des vêtements avec moins
de substances toxiques

DES ATTENTES QUI DIFFÈRENT SELON L'ÂGE



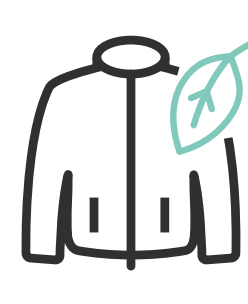
des conditions
de travail décentes
et une rémunération juste

67%

des 50 ans et +

72%

des 65 ans et +



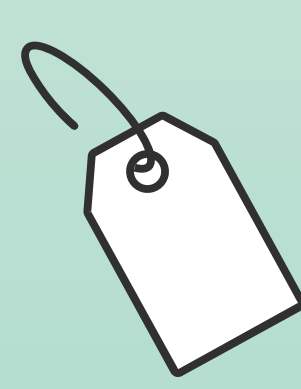
des vêtements fabriqués
sans aucun produit
d'origine animale

38%

des 16 - 24 ans
(vs score global 28%)

LES PRINCIPAUX FREINS À L'ACHAT DURABLE

LE PRIX



1/3

(34%)

des consommateurs non intéressés par la mode durable
considèrent que le prix des vêtements
durables est trop élevé

LE MANQUE D'INFORMATIONS



28%

déclarent ne pas connaître de marque
de mode engagée en faveur
du développement durable

LA CONFIANCE



1/4

(25%)

des consommateurs non intéressés par la mode durable
ne font pas confiance aux marques
de mode qui se disent engagées

DES PRATIQUES DURABLES LIÉES À LA MODE DÉJÀ INSTAURÉES CHEZ LES CONSOMMATEURS



8/10

(78%) des Français

ont réalisé un geste «écologique»
au cours des 12 derniers mois

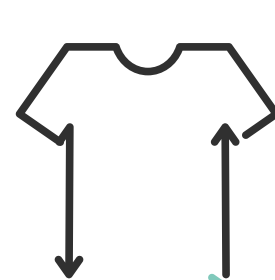
FOCUS SUR LES PRATIQUES DURABLES



49%

don de vêtements

61% chez les 65 ans



49%

dépôt en magasin
ou dans un collecteur
de vêtements



22%

vente de vêtements

30% chez les moins
de 35 ans



18%

achat de vêtements
en coton bio