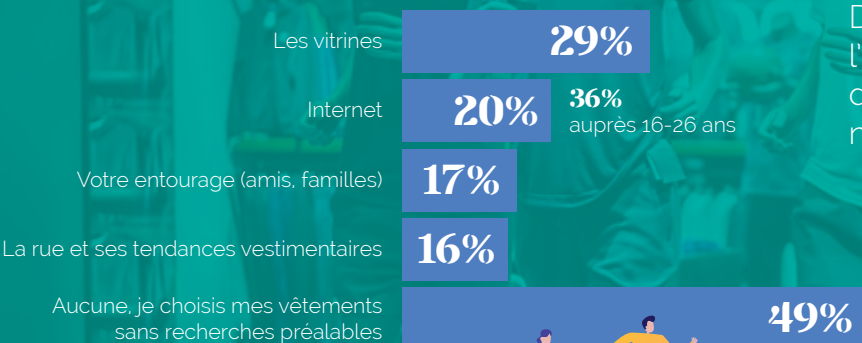


LES HABITUDES VESTIMENTAIRES DES FRANÇAIS

1 les sources d'inspiration pour acheter un vêtement



De l'importance des vitrines et de l'entourage qui demeurent les 1ers points de contact... mais Internet gagne du terrain notamment auprès des plus jeunes



2 le panier moyen pour l'achat de vêtements

Supérieur chez les jeunes sous l'influence d'une fréquence d'achat qui s'élève à **8 fois par an**

Fréquence d'achat de vêtements

5,9
fois / an

Budget moyen annuel pour l'achat de vêtements

330€
/ an



LE SPORT ET LA MODE, VISION QUANTIFIÉE DU MARCHÉ

1 le sport et la mode, quand le sportswear est en plein essor

Quand il s'agit aux français de définir leur façon de s'habiller au quotidien, **le style sportswear est celui qui le caractérise dans 1 cas sur 5**



Je m'habille de façon sportive / sportswear

La cible « **addicts du sportswear** » :

31%

des 16-24 ans homme sont lookés sportswear



Mais la tendance lifestyle concerne en fait bien plus de Français quand la notion englobe les vêtements de sports portés au quotidien... **1 français sur 2 adopte le cross-over**



Articles de sport portés dans la vie de tous les jours

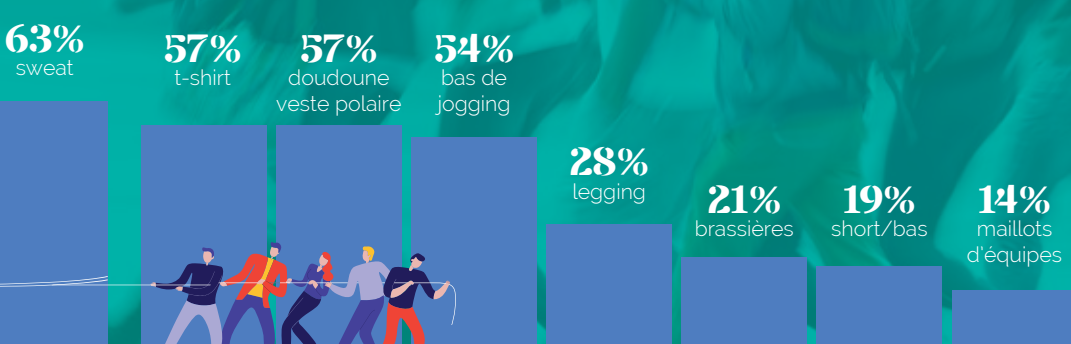
Une pratique mixte (hommes = femmes)

Et partagée à tout âge



2 les vêtements sont très concernés par une extension d'usage

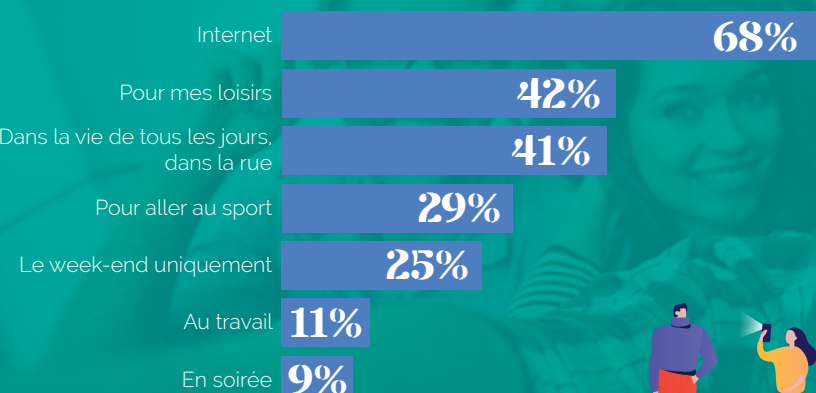
Les produits textiles portés qui sont les plus détournés



Le dressing s'ouvre largement aux vêtements sport pour un usage autre que celui dévolu au sport



3 un usage du vêtement sport dans le quotidien pour des activités autres que purement sportives



Incontournable à la maison, il sort progressivement du cadre privé et **s'affiche comme un marqueur social**



4 les rayons sport en magasins perçus comme les plus tendances

Le foot se hisse au niveau du fitness avec une image plus fashion perçue par les Millenials (16-29 ans)

Fitness / Gym / Yoga

42%

Running / Athlétisme

30%

Ski / Sport de neige (snowboard)

26%

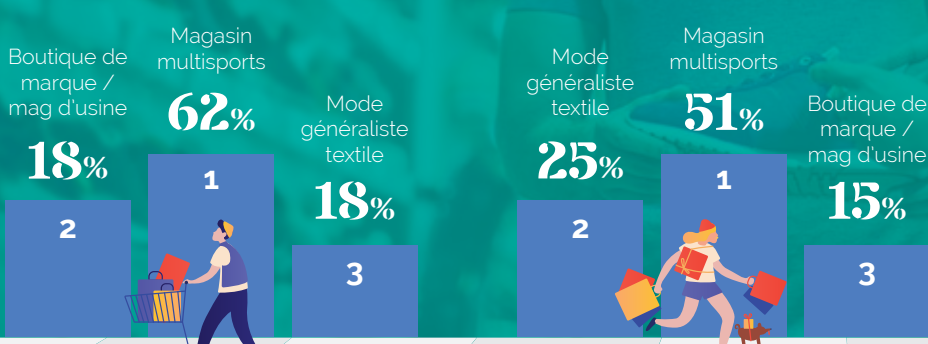
Football

25%

39%
auprès 16-26 ans



5 le phénomène sportswear profite à une grande variété de circuits de vente (spécialisés sport ou mode plus généraliste)



Si les magasins multisports sont en première ligne, l'offre en vêtements sportifs des autres enseignes de la mode généraliste se développe (surtout dans les achats qui touchent à un usage quotidien)

