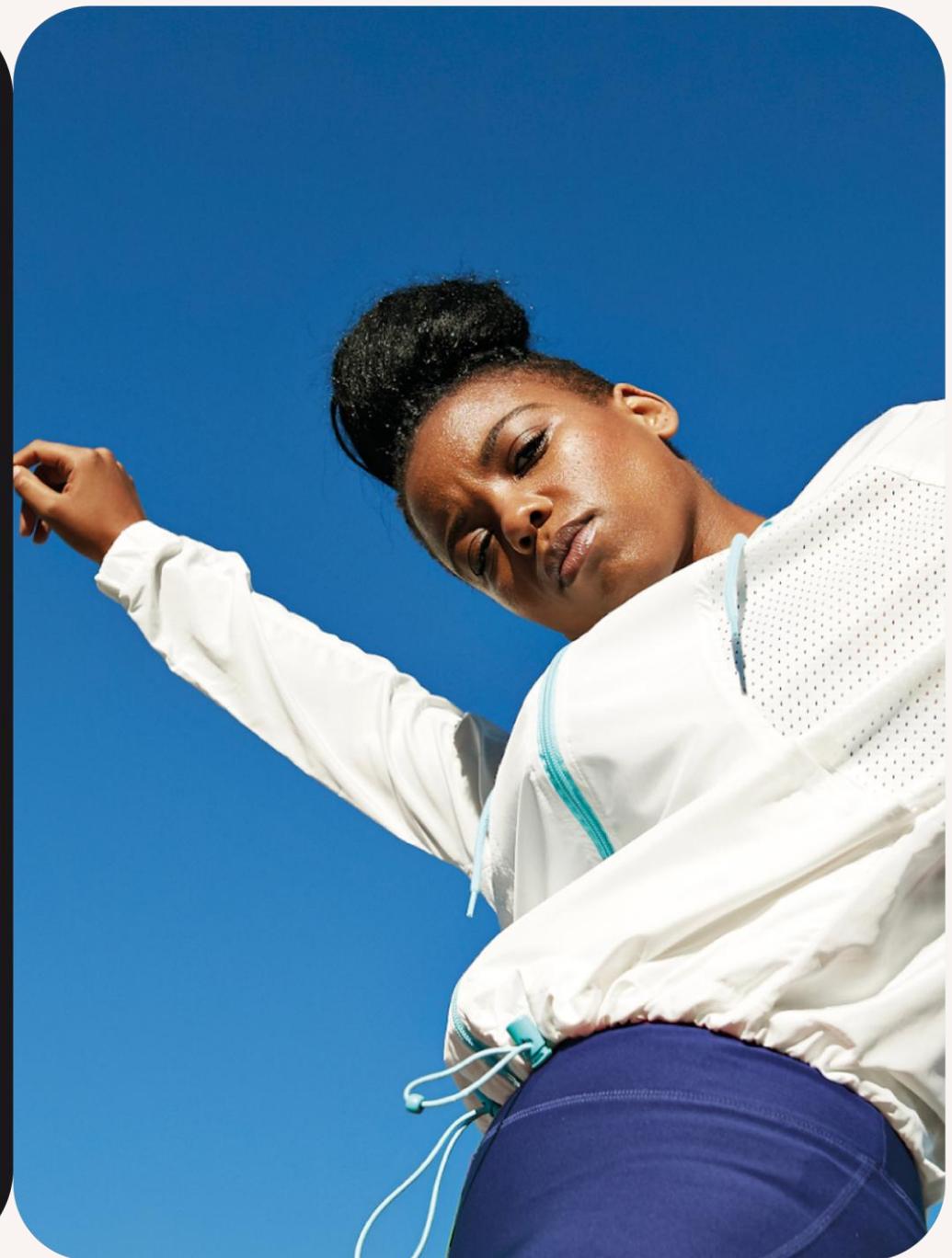


Re_fashion

Baromètre annuel de la consommation de vêtements et de chaussures en France

Évolutions et comportements d'achat
pour les textiles d'habillement, chaussures
et linge de maison

Conférence de presse du 17 juin 2025



Qui est Refashion ?

Refashion est l'éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussures en France.

Sa mission est de mettre en mouvement professionnels et citoyens dans un objectif de réduction des impacts environnementaux des textiles et chaussures, tout au long de leur cycle de vie.

En tant qu'éco-organisme, ses missions et objectifs sont très précisément encadrés dans un cahier des charges contrôlé annuellement par les pouvoirs publics.



Le Baromètre annuel de la consommation de vêtements & chaussures en France



Une source unique et précieuse :

- Refashion, est le seul acteur à détenir les données nationales en volume vendu, déclarées par les marques (+ de 10 000 déclarants metteurs en marché).



Une vision enrichie pour 2025 :

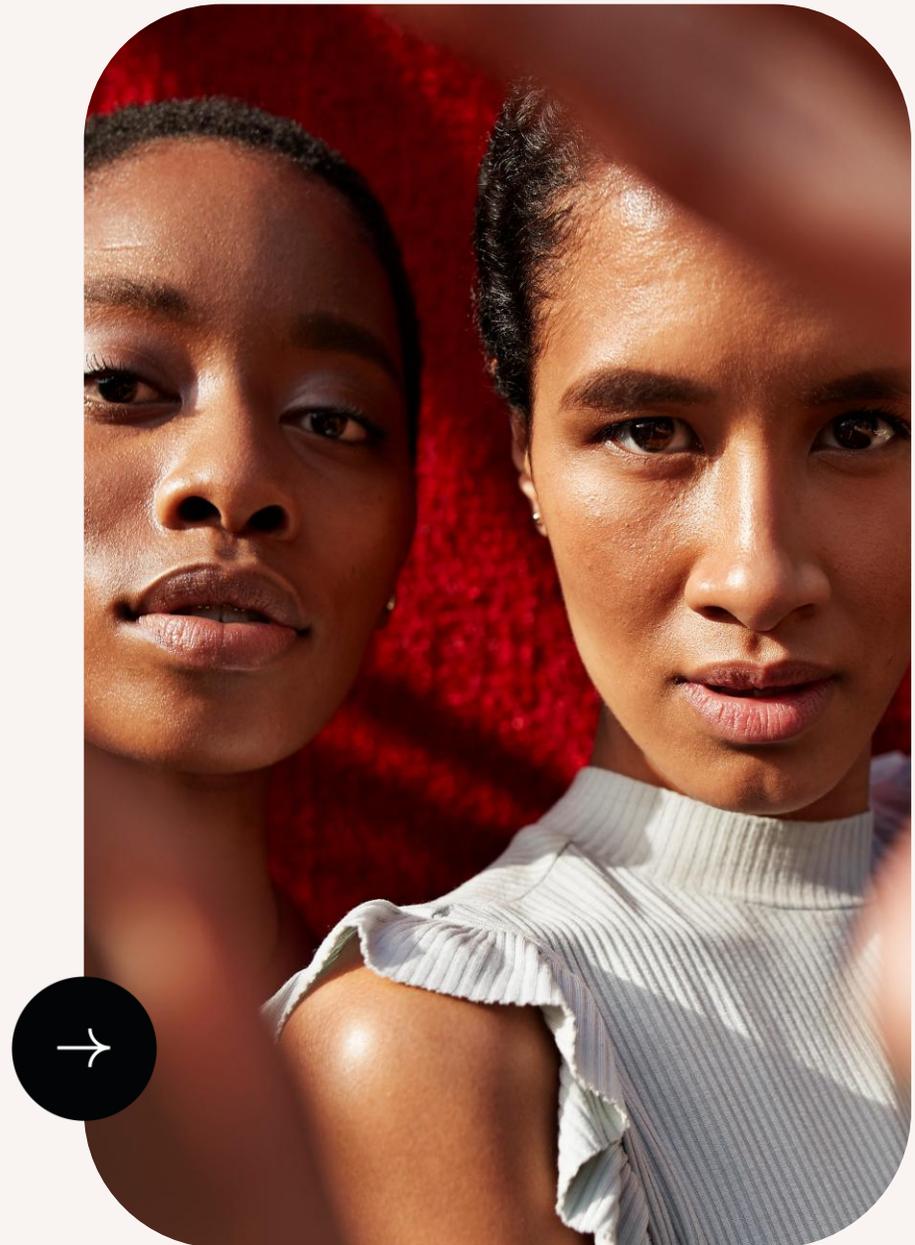
- Une première partie sur la vente d'achats de neufs en 2024 en France.
- Une seconde partie sur l'état des lieux sur la seconde main en 2023 en France.



État des lieux des ventes textiles et chaussures neufs en France en 2024

Partie 1

Méthodologie : données basées sur les déclarations des mises en marché en France, ventes ou dons, en volume, pour le neuf (nombre d'articles) par 10 735 déclarants.



Big Picture

3,5 milliards

de pièces neuves vendues sur 2024,
VS 3,4 milliards en 2023

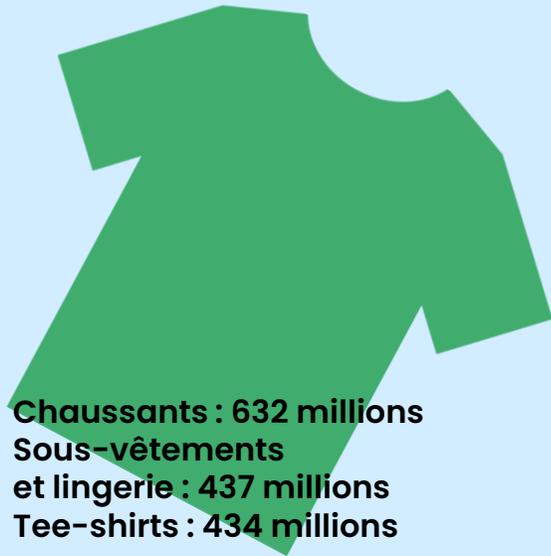


soit près de 10 millions
de pièces neuves vendues par jour



Habillement

2 886 millions



Chaussants : 632 millions
Sous-vêtements
et lingerie : 437 millions
Tee-shirts : 434 millions

Chaussures

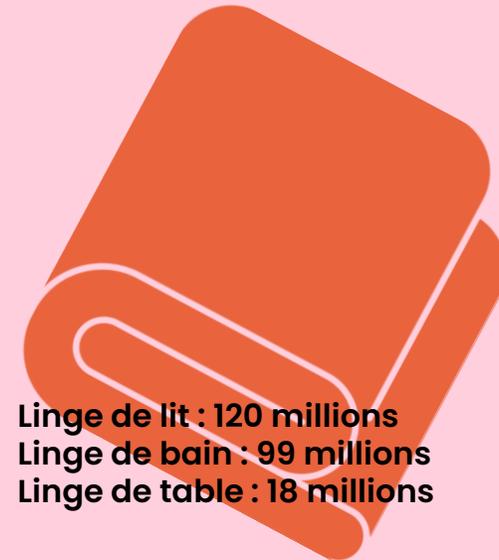
259 millions



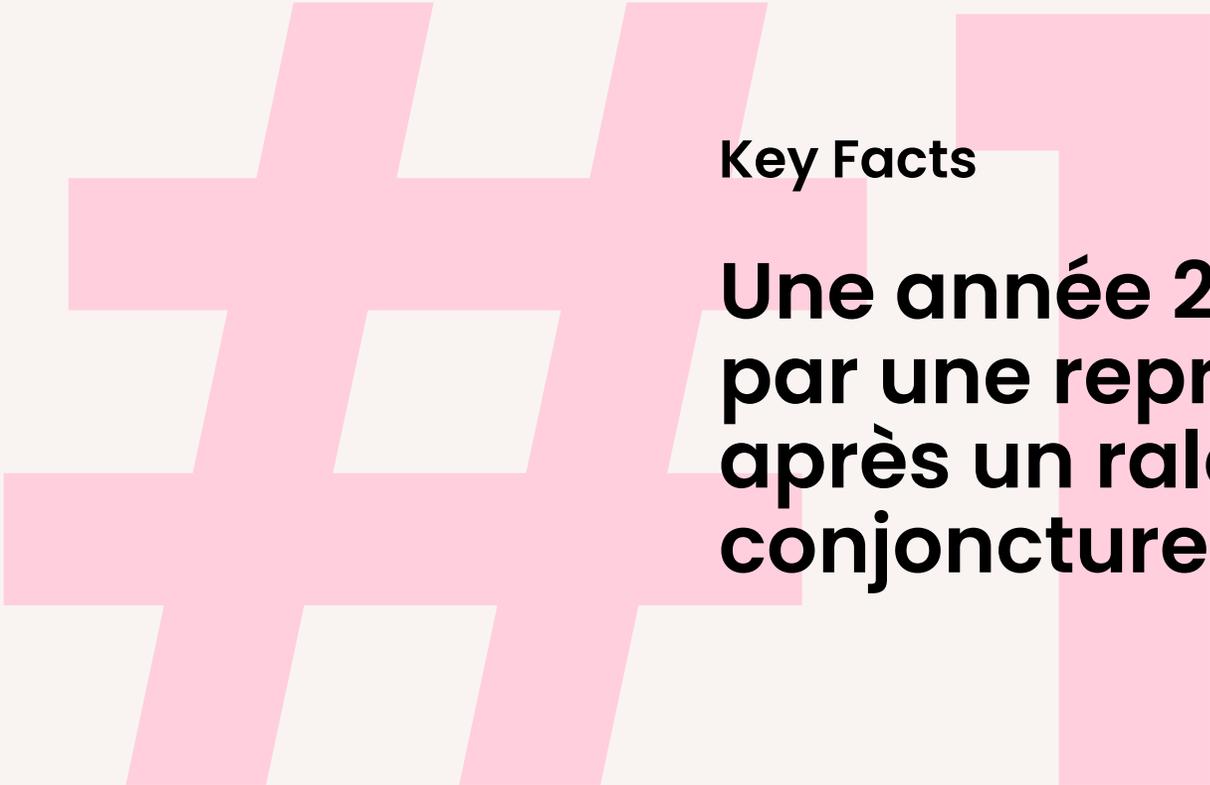
Baskets / Sneakers : 107 millions
Chaussures d'été : 60 millions
Chaussures fermées : 51 millions

Linge de maison

362 millions



Linge de lit : 120 millions
Linge de bain : 99 millions
Linge de table : 18 millions

A large, stylized pink hashtag symbol (#) is positioned in the background, centered behind the main text. It has a thick, blocky appearance with a slight shadow effect.

Key Facts

**Une année 2024 marquée
par une reprise des ventes
après un ralentissement
conjoncturel**

Des ventes qui repartent à la hausse

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Volume <i>(en millions d'articles)</i>	3 138 M	2 794 M	3 299 M	3 486 M	3 408 M	3 507 M
Evol vs N-1	+7,9%	-11,0%	+18,1%	+6,0%	-2,3%	+ 2,9%

Zoom sur la hausse des ventes

→	Evolution vs n-1	Poids dans les ventes
Habillement	+67 M +2,4%	82%
Linge de maison	+31 M +9,3%	10%
Chaussures	+1,4 M +0,6%	8%

Femme	+5,0%
Homme	+3,6%

→	Evolution vs n-1	Poids dans les ventes
Femme	+42 M +4,1%	45%
Homme	+20 M +3,5%	25%
Enfant	-3 M -0,6%	20%
Bébé	-12 M -5,4%	10%

% hors linge de maison et hors produits mixtes (chaussant, chaussettes,...), accessoires et articles spécifiques

- En 2024, l'ensemble des segments sont en croissance (vs uniquement le linge de maison en 2023).
- L'habillement représente à lui seul 68% de la hausse en volume : 67 millions de pièces en plus sur l'habillement par rapport à 2023
- Le linge de maison est le segment de marché le plus en croissance : +9,3% avec un poids du linge qui représente désormais 10% des ventes de la filière.
- La reprise concerne principalement le marché de l'adulte, les ventes du rayon enfant s'effritent et celles du bébé sont en recul.

Key Facts

**Le vestiaire des Français
en 2024 :
un vestiaire féminin qui
repart à la hausse**

Le vestiaire en France l'habillement

En moyenne en 2024,
sur le marché français,
il a été acheté

42 (+1)

**pièces d'habillement
neuves par Français**
dont 26 (+1) vêtements

(-/+ évolutions vs 2023)

Femme et homme : un vestiaire qui
repart à la hausse avec 1 article neuf
acheté en plus par rapport à 2023,
notamment sur le pull pour la femme

Enfant : un vestiaire stable,
majoritairement composé de t-shirts

Bébé : moins d'achats de textiles neufs
sur le rayon bébé, avec plus d'achats
de vêtements au détriment des pièces
moins visibles notamment les
chaussants et les sous-vêtements



Femme

32
+1

pièces/an
dont 24 (+1) vêtements

T-shirt	6
Pull	3 (+1)
Pantalons de ville/jeans	3
Robes	2
Pyjamas et homewear	2
Chemise	2

Sous-vêtements, chaussants & Lingerie	8
--	---



Homme

19
+1

pièces/an
dont 15 vêtements

T-shirt	6
Pull	2
Pantalons de ville, y compris en jean	2

Sous-vêtements, chaussants & Lingerie	4
--	---



Enfant
(4-14 ans)

49
=

pièces/an
dont 39 vêtements

T-shirt	12
Pull	5
Pantalons/jeans	5 (+1)
Pantalons de «sport» et sportswear	4
Pyjamas et homewear	3

Sous-vêtements, chaussants & Lingerie	10 (-1)
--	---------



Bébé
(0-3 ans)

76
-2

pièces/an
dont 44 vêtements

Vêtements	44 (+2)
Chaussants et bodys	29 (-1)
Autres	3 (-3)

Clé de lecture : en France sur 2024, il y a eu 6 t-shirts neufs achetés dans le rayon femme, un chiffre stable par rapport à 2023
%hors produits mixtes (chaussant, chaussettes,...), accessoires et articles spécifiques

Le vestiaire en France les chaussures

En moyenne en 2024,
sur le marché français,
il a été acheté

4

**paires de chaussures
neuves par Français**

(-/+ évolutions vs 2023)



Femme

3

paires/an

dont

sneakers / baskets : 1
chaussures fermées : 1
chaussures d'été : 1



Homme

3

paires/an

dont

sneakers / baskets : 2
chaussures fermées : 0,5
chaussures d'été : 0,5



Enfant
(4-14 ans)

**6
+1**

paires/an

dont

sneakers / baskets : 3
chaussures fermées : 1
chaussures d'été : 1



Bébé
(0-3 ans)

5

paires/an

Clé de lecture : en France sur 2024, il y a eu 3 paires de chaussures neuves achetées dans le rayon femme
Hors pièces mixtes : chaussant, chaussures d'intérieur

Le placard en France le linge de maison

En moyenne en 2024,
sur le marché français,
il a été acheté

12 (+1)

articles de linge de
maison neufs par foyer

(-/+ évolutions vs 2023)



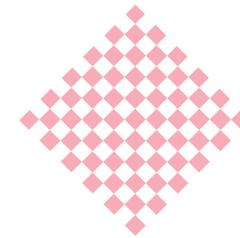
linge
de lit

4
+1



linge
de bain

3



linge
de table

1



autres

4

Clé de lecture : en France sur 2024, il y a eu 4 articles de linge de lit achetés neufs par foyer, soit un article en plus que l'année dernière

Le linge de maison continue de croître depuis 2 ans maintenant : arrivée de pure players et de soldeurs sur ce segment

A large, light pink graphic element is positioned in the background. It features a hashtag symbol (#) on the left and a large number '3' on the right, both rendered in a thick, sans-serif font. The text 'Key Facts' and the main title are overlaid on the '3' portion of this graphic.

Key Facts

Une reprise qui touche l'ensemble des pièces du vestiaire

Focus sur l'habillement



Key facts

Un regain qui bénéficie à presque tout le vestiaire, y compris les pièces du dessous non visibles

4 catégories expliquent à elles seules 90% de la hausse :
chaussants, t-shirts, pulls, pantalons de ville/jean

Quelques catégories sont en baisse :

- les vêtements bébé : concurrence de l'achat seconde main et baisse des naissances
- les chemises et les ensembles de costume : tendance du casual wear
- les robes, ainsi que les jupes : une météo moins favorable aux pièces estivales et chez les femmes une tendance à un style moins « genré », particulièrement chez les plus jeunes

	Volume 2024 En millions d'articles	Poids sur l'habillement en %	Evolution vs 2023 en volume
 Habillement	2 886	100%	+2,4%

TOP 5 Hausse			
Chaussants / Sous-vêtements & Lingerie	1 070	37%	+3,8%
T-shirts	434	15%	+2,6%
Pulls	208	7%	+8,2%
Pantalons de ville / jeans	199	7%	+8,6%
Pantalons, ensembles de sport / sportswear	107	4%	+7,3%

TOP 5 Baisse			
Vêtements bébé (0-36 mois)	200	7%	-5,0%
Chemises	93	3%	-3,5%
Robes	83	3%	-2,2%
Manteaux	32	1%	-2%
Jupes	25	1%	-6%

Key Facts

**Les sneakers & baskets
portent le marché
de la chaussure**

Une reprise des ventes qui profite aussi aux chaussures



Key facts

Après un ralentissement l'année dernière, le marché de la chaussure repart à la hausse avec 1,4 millions de paires vendues en plus sur 2024

- Les sneakers/baskets représentent 4 paires de chaussures vendues sur 10 et la plus forte progression sur le rayon. Un segment qui a notamment bénéficié de « l'effet JO »
- La plus forte baisse est sur la chaussure d'été avec -5 millions de paires vendues en moins, du notamment à un été fortement pluvieux



	Volume 2024 En millions de paires de chaussures	Poids sur les chaussures en %	Evolution vs 2023 en volume
Chaussures	259	100%	+0,6%
Chaussures sportswear : baskets, tennis ou sneakers	107	41%	+6,8%
Chaussures d'été	60	23%	-7,4%
Chaussures basses	27	10%	16,4%
Chaussures d'intérieur	27	10%	-3,1%
Chaussures de type « bottines »	15	6%	-12%
Chaussures de bébé (0-36 mois)	13	5%	-11%
Bottes et cuissardes	8	3%	3,5%

Clé de lecture : en France en 2024, 107 millions d'articles neufs de baskets/sneakers ont été vendus, ce qui représente 41% du marché de la chaussure en volume. Une catégorie en hausse de +6,8% par rapport à 2023.

Key Facts

**Un marché du linge
de maison toujours
en croissance**

Le linge de maison un marché en forte croissance



Key facts

Comme l'année dernière, un marché qui poursuit une forte croissance avec 31 millions d'articles en plus mis sur le marché.

- Un marché fortement dynamique avec notamment 120 millions d'articles de linge de lit neufs vendus en 2024, soit +14,8% par rapport à 2023.
- Le linge de table connaît lui aussi une forte augmentation avec +21,2% par rapport à 2023.



	Volume 2024 En millions d'articles	Poids sur le linge de maison en %	Evolution vs 2023 en volume
Linge de maison	362	100%	+9,3%
Linge de lit	120	33%	+14,8%
Linge de bain	99	27%	+3,5%
Linge de table	18	5%	+21,2%
Linge de bébé	8	2%	-16,2%
Autre (articles de nettoyage...)	117	32%	+9,7%

Clé de lecture : en France sur 2024, 120 millions d'articles neufs de linge de lit ont été vendus, ce qui représente 33% du marché du linge de maison en volume. Une catégorie en hausse de +14,8% par rapport à 2023.

Key Facts

**Une croissance portée par
les pures players et les
soldeurs**

Une forte croissance des pure players et des soldeurs



Key facts

- Les pure players seuls pèsent pour 72% de la hausse
- Les pure players et les soldeurs affichent une croissance à deux chiffres comme l'année dernière
- En excluant ces deux catégories d'acteurs le marché est relativement stable (-0,1%)
- Les grandes surfaces alimentaires sont toujours en baisse, moins importante que l'année dernière



Evolution
vs 2023
en volume

Pure players*	+29,9%
Soldeurs**	+10,3%
Chaînes Centre Ville / Centres commerciaux	+2,8%
Chaînes périphériques	+0,6%
Grandes surfaces alimentaires	-5,1%

Données sur 92% des mises en marché

Clé de lecture : en France, les pure players sont en hausse de +29,9% en 2024 par rapport à 2023

*Pure players : enseignes / marques qui distribuent uniquement en ligne.

** Soldeurs : enseignes / marques qui vendent de manière permanente des produits remisés

A large, stylized pink hashtag symbol (#) is positioned in the background, partially overlapping the text. It is composed of thick, rounded lines.

Key Facts

**Les prix « très accessibles »
tirent la hausse des ventes**

Une appétence encore accrue pour les « prix très accessibles »



Key facts

Contexte : après une forte inflation en 2023 ayant conduit les français à faire des arbitrages sur leurs dépenses, un rebond de la consommation, simple « effet de rattrapage » ou hausse à long terme toujours plus portée par l'entrée de gamme ?

- Comme en 2023, 71% des achats des Français sur les TLC ont été faits sur des produits d'entrée de gamme (prix inférieur à la moyenne du marché).
- Une appétence pour l'entrée de gamme qui se renforce sur les « prix très accessibles »

KANTAR	Evolution vs 2023 en volume	Poids Volume	Prix moyen d'achat neuf
Entrée de gamme : indice 0-100	-0,6%	71%	8,2€
<i>dont très accessible : indice 0-50</i>	+2,7%	39%	4,2€
<i>dont accessible : indice 50-100</i>	-4,4%	32%	13,1€
Moyenne gamme : indice 1-2,5	-2,3%	25%	29€
Haut de gamme : >2,5	-1,4%	4%	68€

Prix moyen d'un article neuf : 15,6€

Source : Kantar Worldpanel Fashion – Données Annuelles 2024
Périmètre : achat de vêtements, chaussures et linge de maison neufs

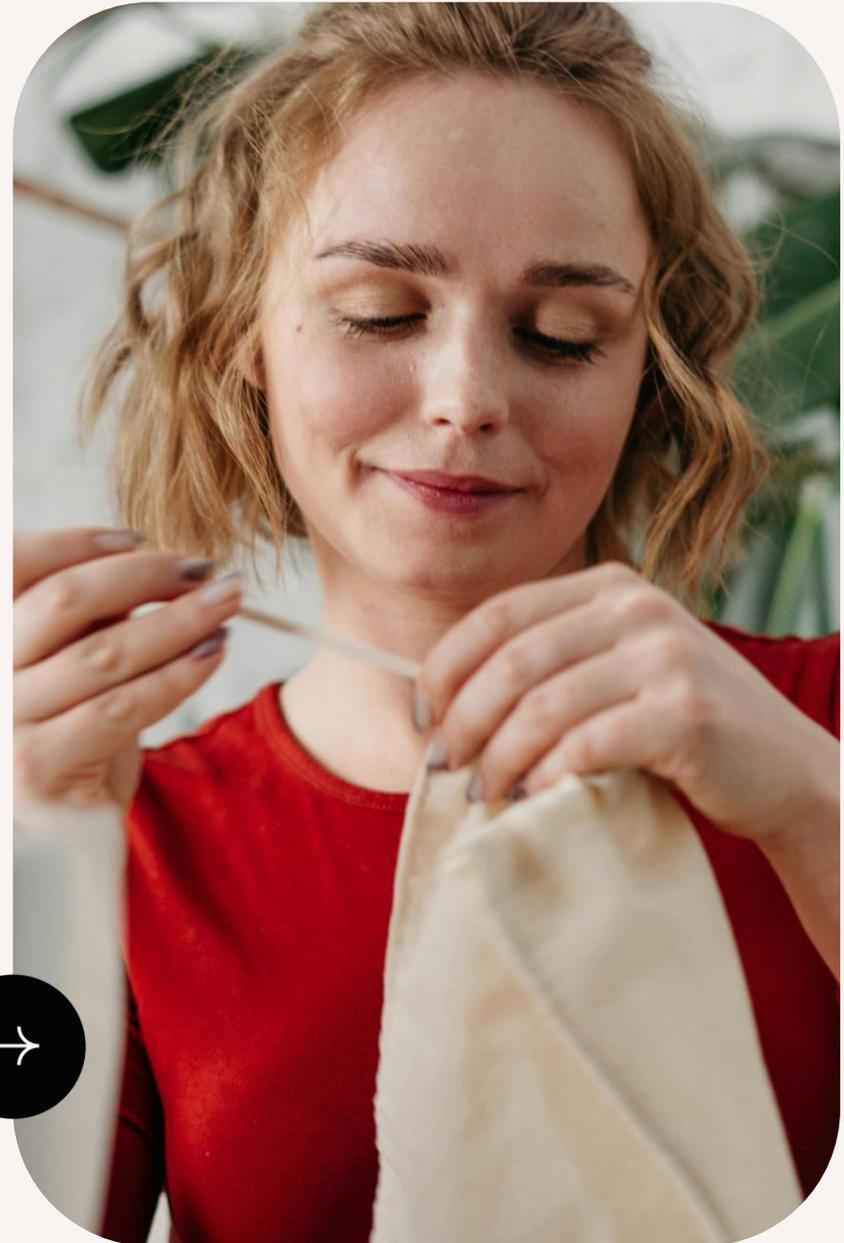
État des lieux de la seconde main en 2023 en France

Partie 2

Méthodologie en 2 volets :

1/ Panorama de la filière de la seconde main : étude bibliographique, données Kantar, annuaire des acteurs, sondage auprès de 100 points de distribution et plus de 20 entretiens

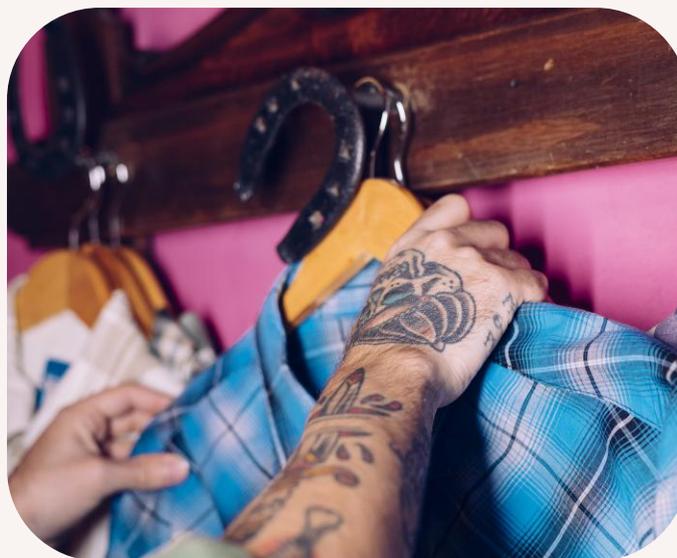
2/ Étude quantitative auprès d'un échantillon de 2400 Français de 16 ans et +
Etude Argon / June Marketing



Big picture



63,5 kt/an
seconde main
vendue en France,
soit 7,1% des volumes de la
consommation globale de
textiles et chaussures



En 2023, les
acheteurs français
de seconde main
ont acheté en
moyenne
7,3 pièces
de textiles et chaussures

Seconde main : une dynamique prometteuse à transformer en habitude

plus
d'1/3
des Français

ont acheté une ou plusieurs
pièces de 2nde main en 2023
(38 % de pénétration) et 11 % des
acheteurs se déclarent exclusifs
seconde main (soit 4% de la
population française totale)

31%
des acheteurs
de seconde main

essayent de substituer le plus
possible le neuf à la 2nde main.

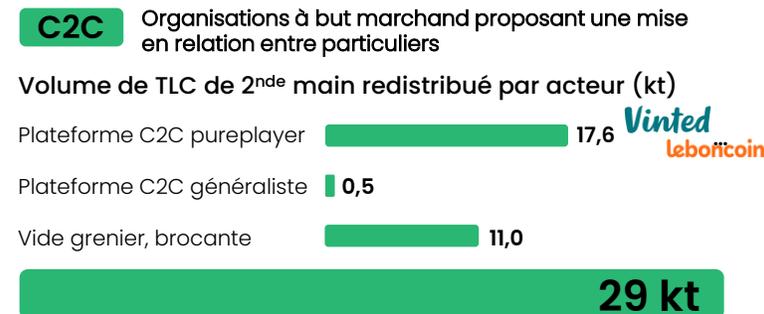


État et évolution du marché de la seconde main en France en 2023 :

Key facts

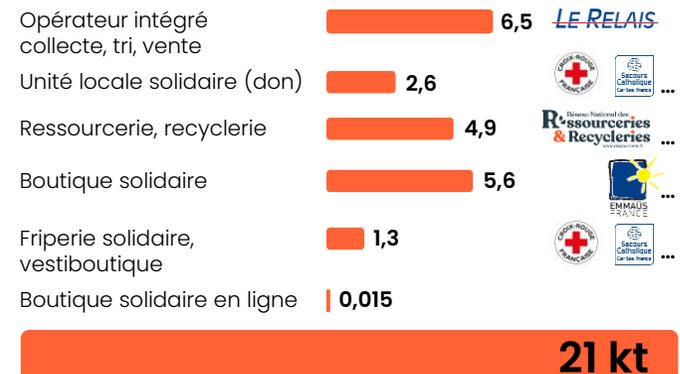
- En 15 ans, les plateformes digitales (C2C) ont bouleversé le marché de la seconde main et Vinted représente à lui seul un peu plus d'1/4 des volumes totaux

Répartition du volume de seconde main vendues en 2023 en France par type d'acteurs :



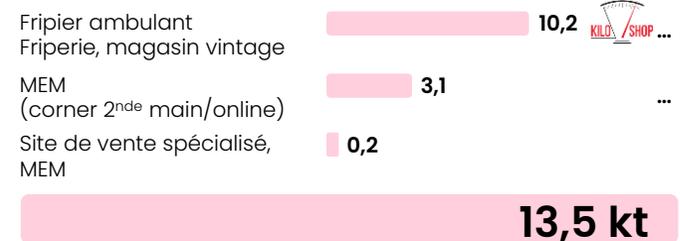
ESS Associations et établissements à vocation d'insertion, de solidarité, d'utilité sociale

Volume de TLC de 2nde main redistribué par acteur (kt)



B2C Sociétés marchandes proposant du textile de 2nde main

Volume de TLC de 2nde main redistribué par acteur (kt)



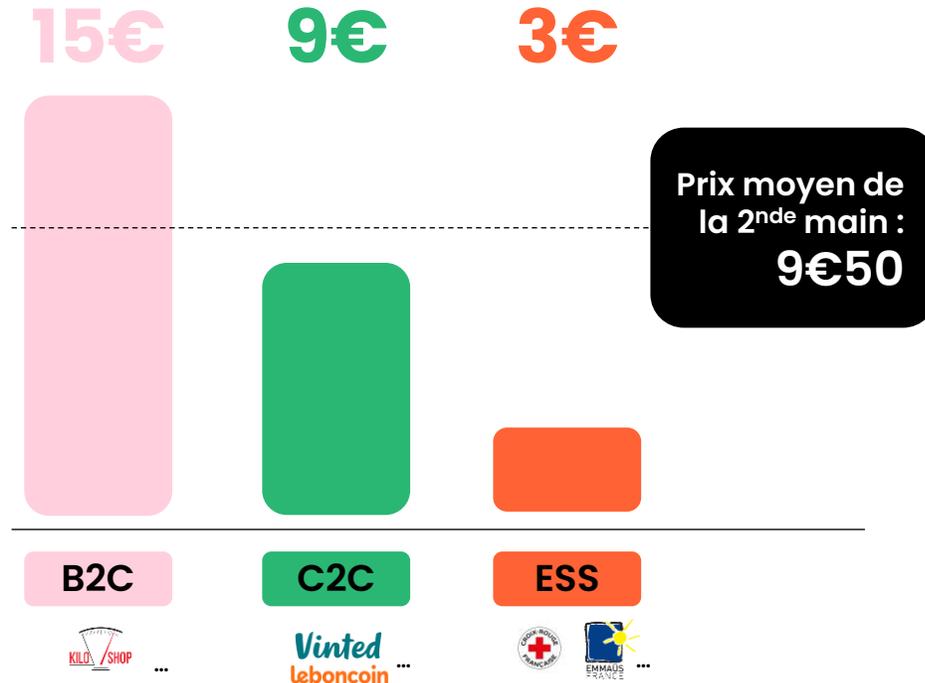
Des prix de ventes variables en fonction des acteurs du marché



Key facts

- En moyenne, 1 vêtement de seconde main coûte 9,50€ en 2023 vs 15,6 € pour un vêtement neuf en 2024 (et 8,2 € pour un vêtement neuf d'entrée de gamme !)
- L'ESS se positionne comme très accessible pour les catégories sociales les plus démunies, en vendant des vêtements à quelques euros
- La vente C2C se place sur un segment d'entrée/moyen de gamme et concurrence l'ultra fast fashion
- Les vendeurs B2C se positionnent sur un segment moyen à premium.

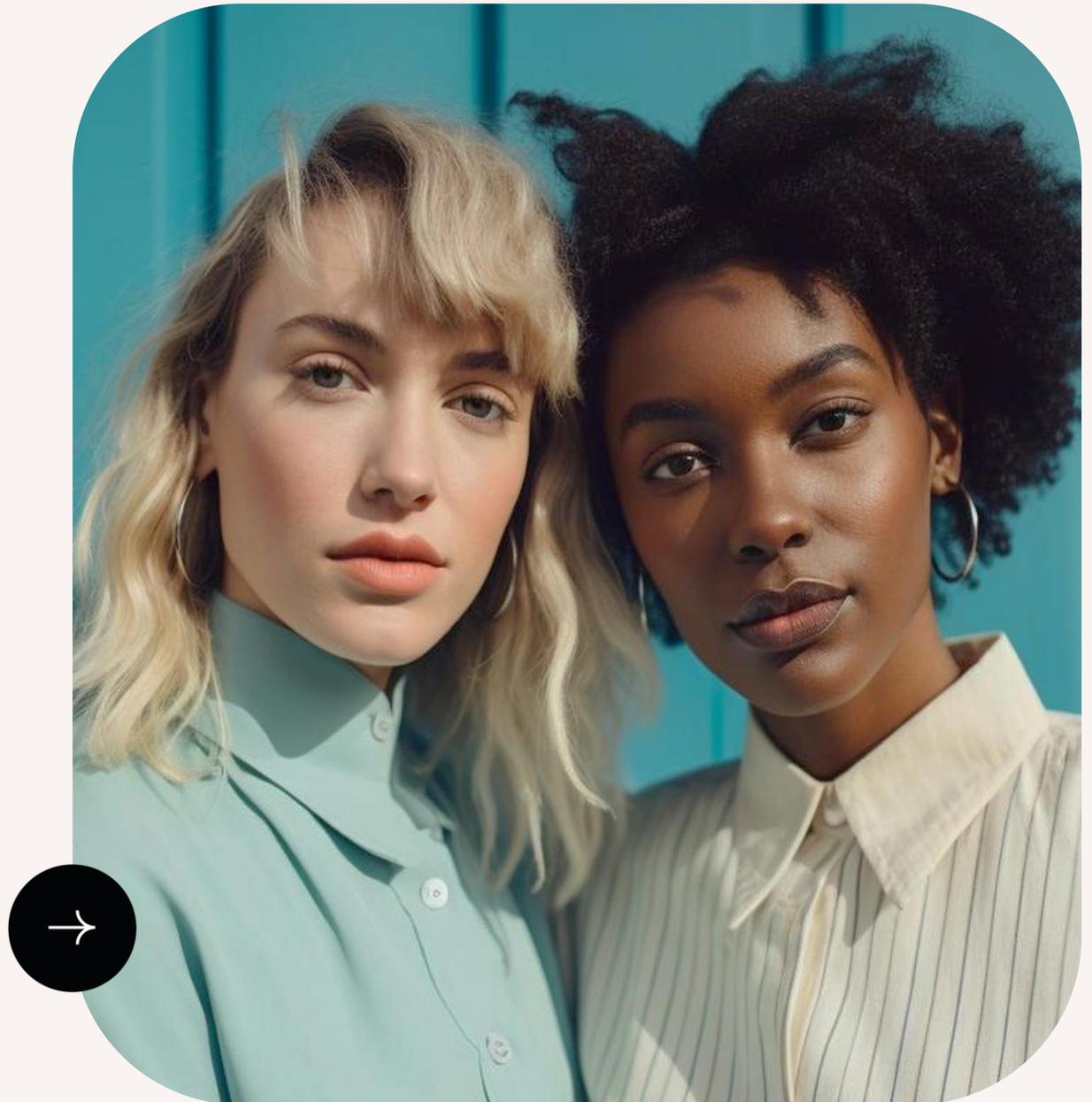
Prix de vente moyen à la pièce par famille d'acteur (en €)



***Prix moyen du neuf : 15€60**
***Prix moyen neuf entrée de gamme : 8€20**

*Source : Kantar Worldpanel Fashion – Données Annuel 2024

En conclusion





En résumé sur 2024

#1 Un marché des textiles et chaussures neuf en hausse

Après une année 2023 en repli, le marché des textiles et chaussures repart à la hausse en 2024 avec 3,5 milliards de pièces neuves mises sur le marché soit près de 10 millions de pièces neuves vendues chaque jour

#2 Une reprise surtout portée par l'habillement

Avec 4 catégories responsables de 90% de la croissance sur ce rayon : les chaussants, le pull, les pantalons de ville/jean et le tee-shirt.

#3 Un contraste selon les rayons

- Progression pour les adultes, femme et homme
- Baisse du rayon enfant et surtout du bébé, avec une baisse des naissances et un virage vers la seconde main

#4 Pourquoi cette hausse ?

- L'appétence toujours accrue pour les « prix très accessibles » explique la hausse comme le montre la forte progression des pures players [+29,9%] et des soldeurs [+10,3%].
- Et également un « effet rattrapage », lié à un budget des ménages moins contraint en raison d'un impact de l'inflation moins marqué que les années précédentes

#5 Un "effet JO"

2024 est également l'année marquée par un « effet JO », notamment visible sur les chaussures de sportswear/baskets dont les ventes bondissent de +6,8%

#6 La seconde main : un marché en structuration

38% des Français ont acheté de la seconde main en 2023

Un marché préempté par les ventes entre particuliers (46% du volume en tonnes)

Et demain ?

De forts enjeux sur la fin de vie des textiles et chaussures pour engager l'économie circulaire de la filière et limiter les impacts environnementaux

- Favoriser la circularité et la seconde main
- Encourager la réparation
- Développer le recyclage

Tout commence par le geste de tri et l'augmentation de la collecte.

Plus de 50 000 points de collecte en France

« Rien ne se jette, tout se collecte »



Re_fashion
Changeons notre mo(n)de, durablement.