

# Re\_fashion

## Baromètre Refashion des ventes de textiles & chaussures neufs

Décryptage de la consommation des *particuliers en France* en 2023



\_introduction

# Qui est Refashion ?

Refashion est *l'éco-organisme* de 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 le Gouvernement* et courant jusqu'en 2028.

Refashion est financée par les *marques, distributeurs & fabricants* – aussi appelés metteurs en marché - au travers d'éco-contributions. Refashion collecte des éco-contributions afin de mettre *en œuvre les actions* qui permettent de répondre aux objectifs fixés par le cahier des charges.

# Baromètre Refashion des ventes de textiles neufs et chaussures

*Un rendez-vous annuel pour  
l'ensemble de la filière.*

## **\_Une double ambition**

Apporter une vision *neutre et factuelle* sur les évolutions récentes du marché à partir des données de ventes de Refashion, *seul organisme à disposer des données nationales en volume vendu* (+ de 10 000 déclarants metteurs en marché). Il s'agit de données auditées avec un suivi annuel.

Suivre et de comprendre les tendances de consommation pour mieux orienter les actions en faveur d'une mode plus durable visant à *Réduire, Réparer, Réutiliser et Recycler*.

## **\_Un partenariat avec Kantar**

Pour cette première édition, association avec l'institut d'études *Kantar Worldpanel*, qui viendra apporter un éclairage complémentaire avec une vision de la *consommation locale* notamment, par gammes de prix.

\_données internes  
Refashion

# Méthodologie

Données basées sur les déclarations des mises en marché en *France, ventes ou dons*, en volume sur *le neuf* (nombre d'articles) sur *10 735 adhérents*.

*Données de déclarations arrêtées au 15/04/2024*

**Données  
concernées :**

**2023**

01 janvier au  
31 décembre

//

**2022**

01 janvier au  
31 décembre

A photograph of four models in a field under a blue sky. The models are wearing high-collared, pleated dresses in white, magenta, blue, and teal. The text is overlaid on the bottom right of the image.

**État des lieux des ventes *textiles*  
et *chaussures neufs* en 2023**

# Big Picture

**3,2 milliards de pièces neuves  
vendues sur 2023,**  
soit plus de 6 000 pièces neuves  
par minute

## Top 3 des catégories les *plus* vendues



Habillement  
**2 676 millions**

-  
Sous-vêtements et  
chaussants : **1 milliard**  
Tee-shirts : **412 millions**  
Pantalons : **264 millions**



Chaussures  
**250 millions**

-  
Baskets / Sneakers : **94 millions**  
Chaussures d'été : **64 millions**  
Chaussures fermées : **49 millions**



Linge de maison  
**321 millions**

-  
Linge de lit : **103 millions**  
Linge de bain : **94 millions**  
Linge de table : **15 millions**

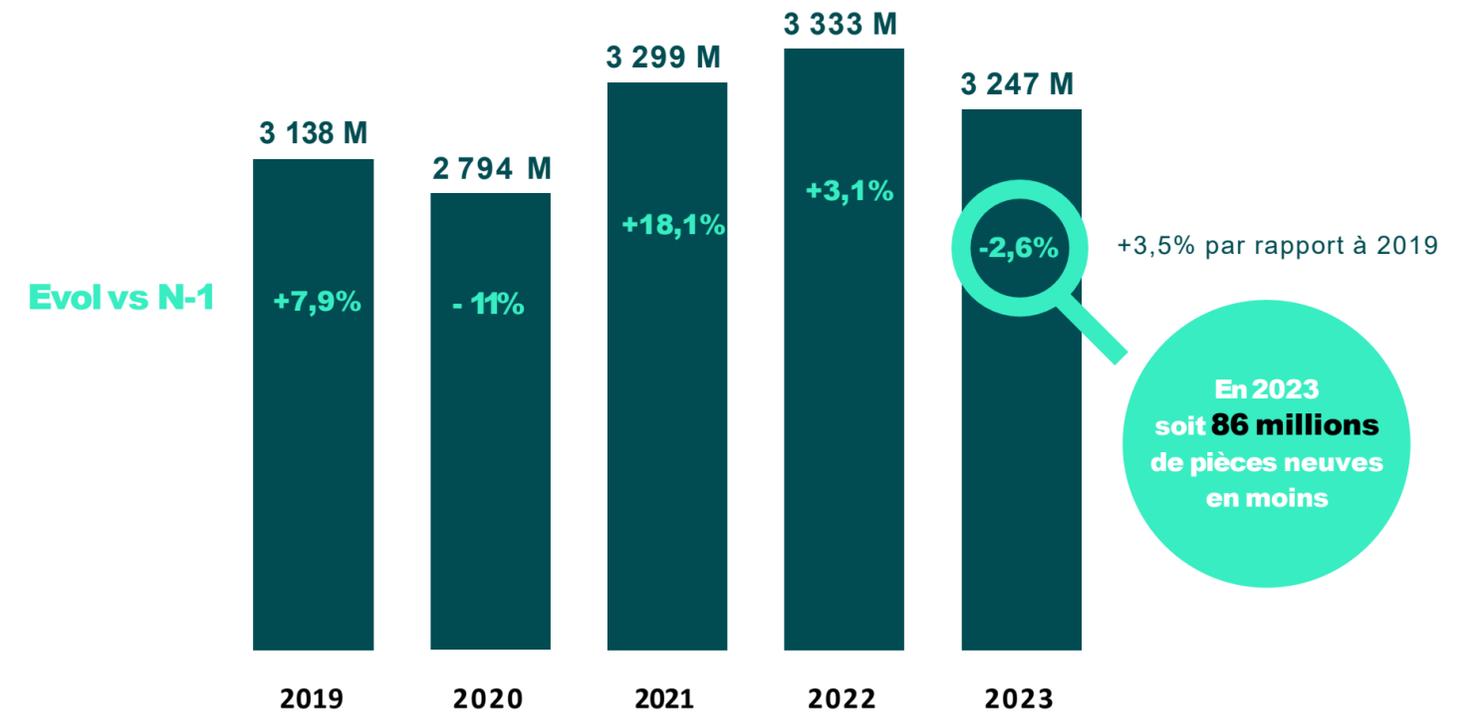
Key facts

# 1

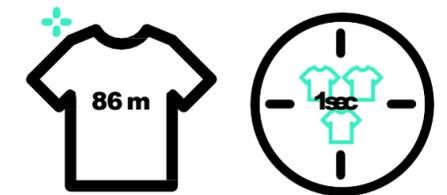
**Une année 2023  
marquée par un  
tassement en volume  
des ventes de neuf**

# Ventes de neuf

Volume en millions d'articles



La baisse des ventes de neuf en 2023 atteste pour la première fois de la baisse de la consommation



**86 millions de pièces neuves en moins** mises sur le marché par rapport à 2022... soit l'équivalent de **3 pièces neuves en moins chaque seconde**.



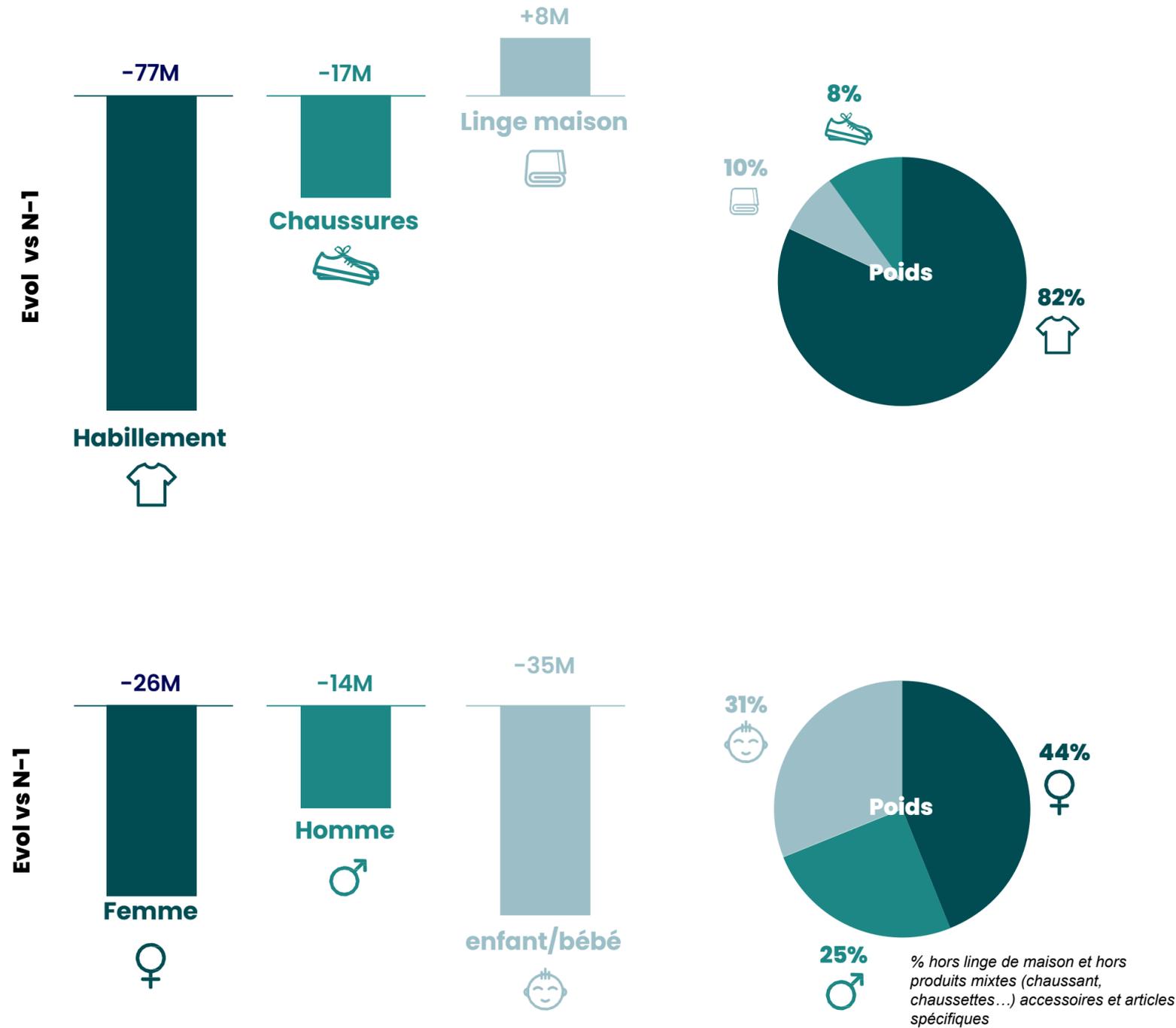
# Ventes de neuf

## Zoom sur la baisse des ventes

L'habillement représente à lui seul 90% de la baisse en volume.

Le linge de maison est le seul segment de marché à être en croissance.

Habillement et chaussures : une baisse globale qui touche plus particulièrement le secteur de l'enfant.



77 millions de pièces neuves en moins sur l'habillement par rapport à 2022.



L'habillement représentant 82% des ventes du marché.

Key facts

# 2

**Un vestiaire  
encore peu impacté  
par la baisse des  
ventes**

# Le vestiaire en France *L'habillement*

En moyenne en 2023, sur le marché français, il a été acheté **39 (-1) pièces d'habillement par personne.**

**Femme**  
Une pièce d'habillement achetée en moins sur les sous-vêtements (surtout les soutiens-gorge)

**Enfant**  
Une rationalisation des achats avec **2 pièces achetées en moins**, principalement sous-vêtements et tee-shirts

**Homme**  
Un marché stable



**Clé de lecture :** en France sur 2023, il y a eu 8 articles neufs de sous-vêtements achetés dans le rayon femme par personne, soit un article en moins par rapport à 2022.

*Hors pièces mixtes : chaussant*



Femme		Enfant	
chemise	2	vêtement bébé	11
combinaison/costume	0,5	chemise	1
jupe/robe	3	jupe/robe	2
pantalon	4	pantalon	5
pull	3	pull	4
pyjama	2	pyjama	2
sv & chaussants	8(-1)	sv & chaussants	7(-1)
t-shirt	6	t-shirt	9(-1)
veste/manteau	1	veste/manteau	1
vêtement de sport	1	vêtement de sport	3

Homme	
chemise	1
combinaison/costume	0,1
pantalon	3
pull	2
pyjama	0,4
sv & chaussants	4
t-shirt	5
veste/manteau	1
vêtement de sport	1

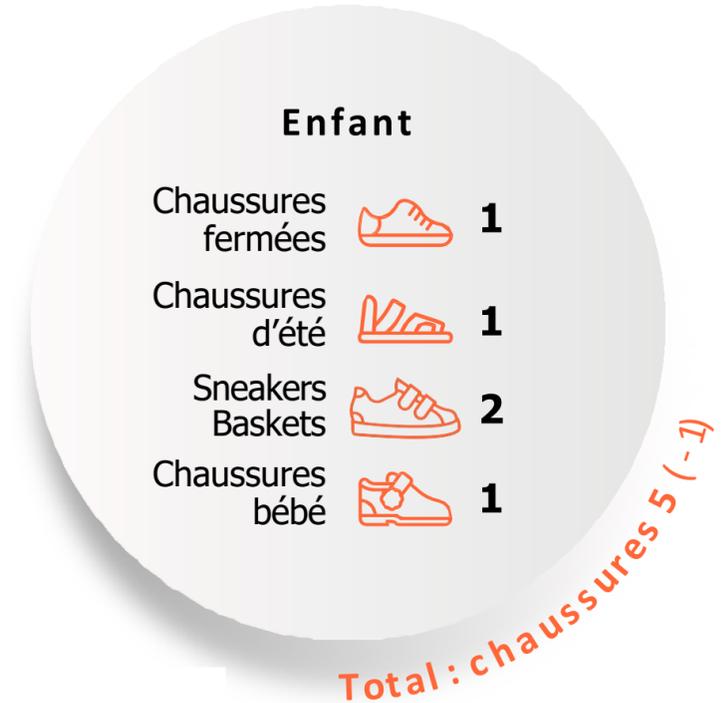
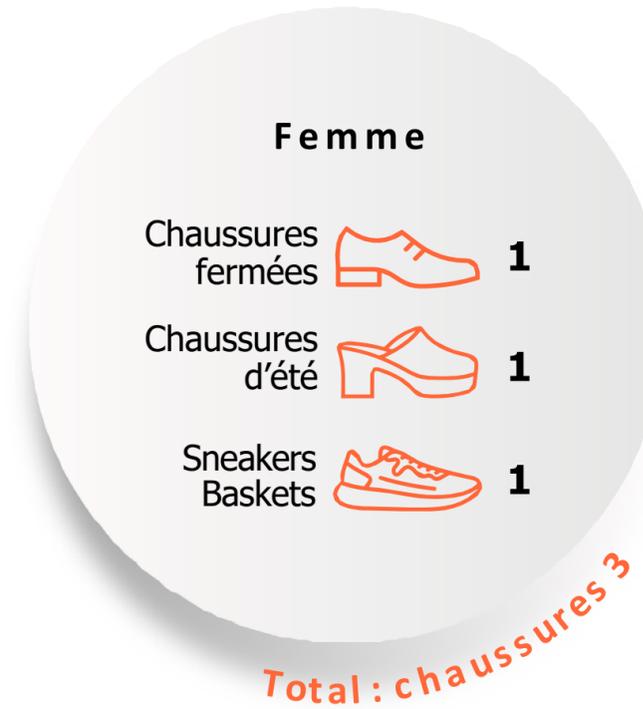
# Le vestiaire en France

## *Les chaussures*

En moyenne en 2023, sur le marché français, il a été acheté **4 paires de chaussures**.

*...Et pour le linge de maison*

En moyenne en 2023, sur le marché français, il a été acheté **5 articles de linge de maison**.



(-/+ évolutions vs 2022  
Hors pièces mixtes :  
chaussant, chaussures  
d'intérieur



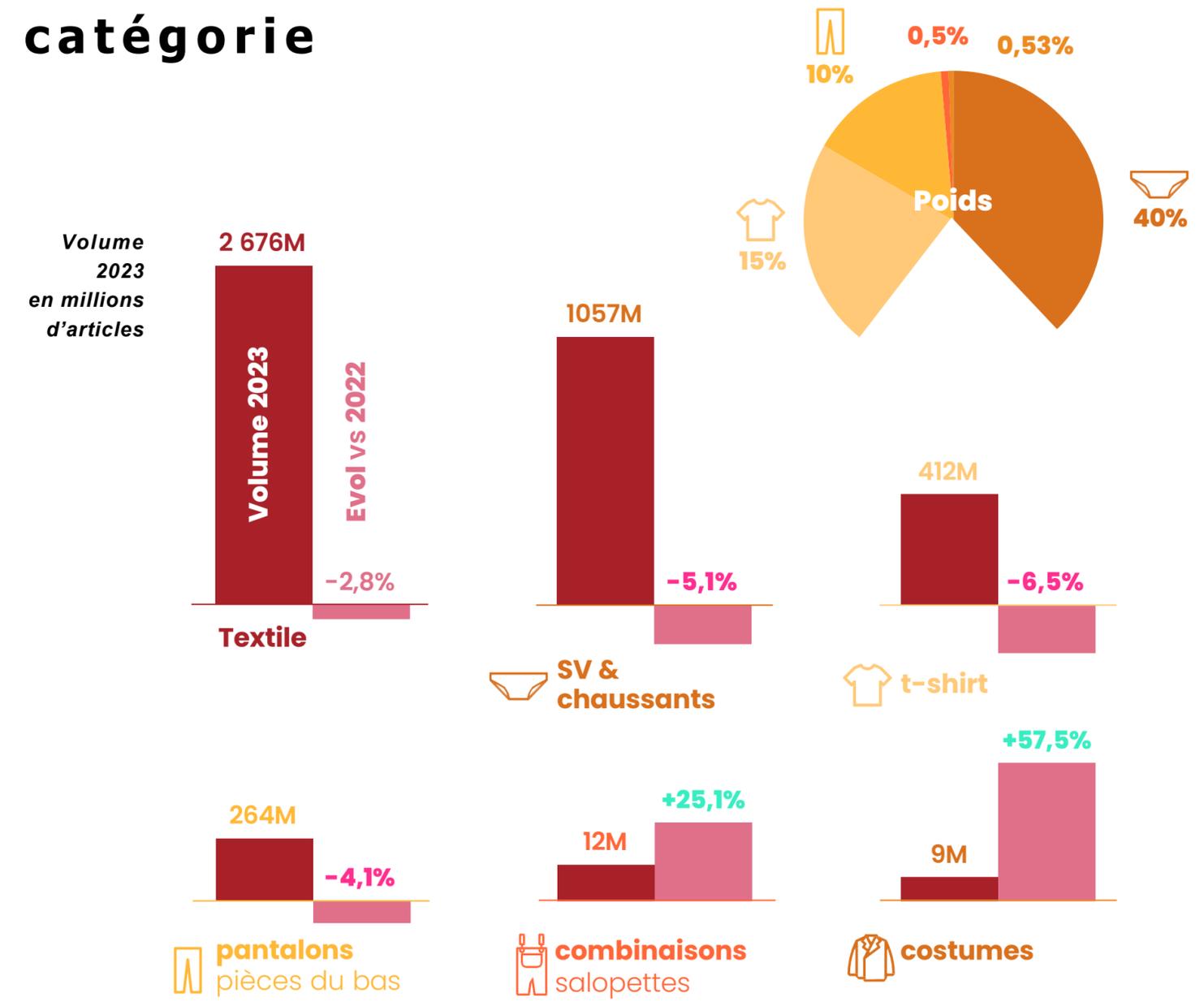
**Clé de lecture :** en France sur 2023, il y a eu 1 paire de chaussures fermées achetée dans le rayon femme par personne.

Key facts

# 3

**Les dessous de la baisse :  
une rationalisation des achats à  
l'œuvre dans l'habillement**

# Ventes sur l'habillement par catégorie



**Clé de lecture :** en France sur 2023, **1 057 millions** d'articles neufs de sous-vêtements/chaussants ont été vendus, ce qui représente 40% du marché de l'habillement en volume. Une catégorie en **baisse de -5,1%** par rapport à 2022.



## Focus sur l'habillement

### Key facts :

Les sous-vêtements et le t-shirt expliquent la décroissance sur le *segment de l'habillement*

Hors sous-vêtements et t-shirt, l'habillement serait légèrement en hausse (+0,7%)

Une rationalisation en cours sur les pièces du dessous (non visibles)

Sur le pantalon : *le pantalon de ville accuse la baisse* -9% vs le jeans qui est à +1% vs pantalon sport/jogging : +2%

*Forte hausse des combinaisons et des costumes* (effet cérémonie)

Key facts

# 4

**Les dessous de la baisse :  
des ventes de chaussures en berne,  
y compris sur le segment des  
sneakers**

# Ventes sur la chaussure par catégorie

## Une rationalisation des achats également à l'oeuvre dans la chaussure

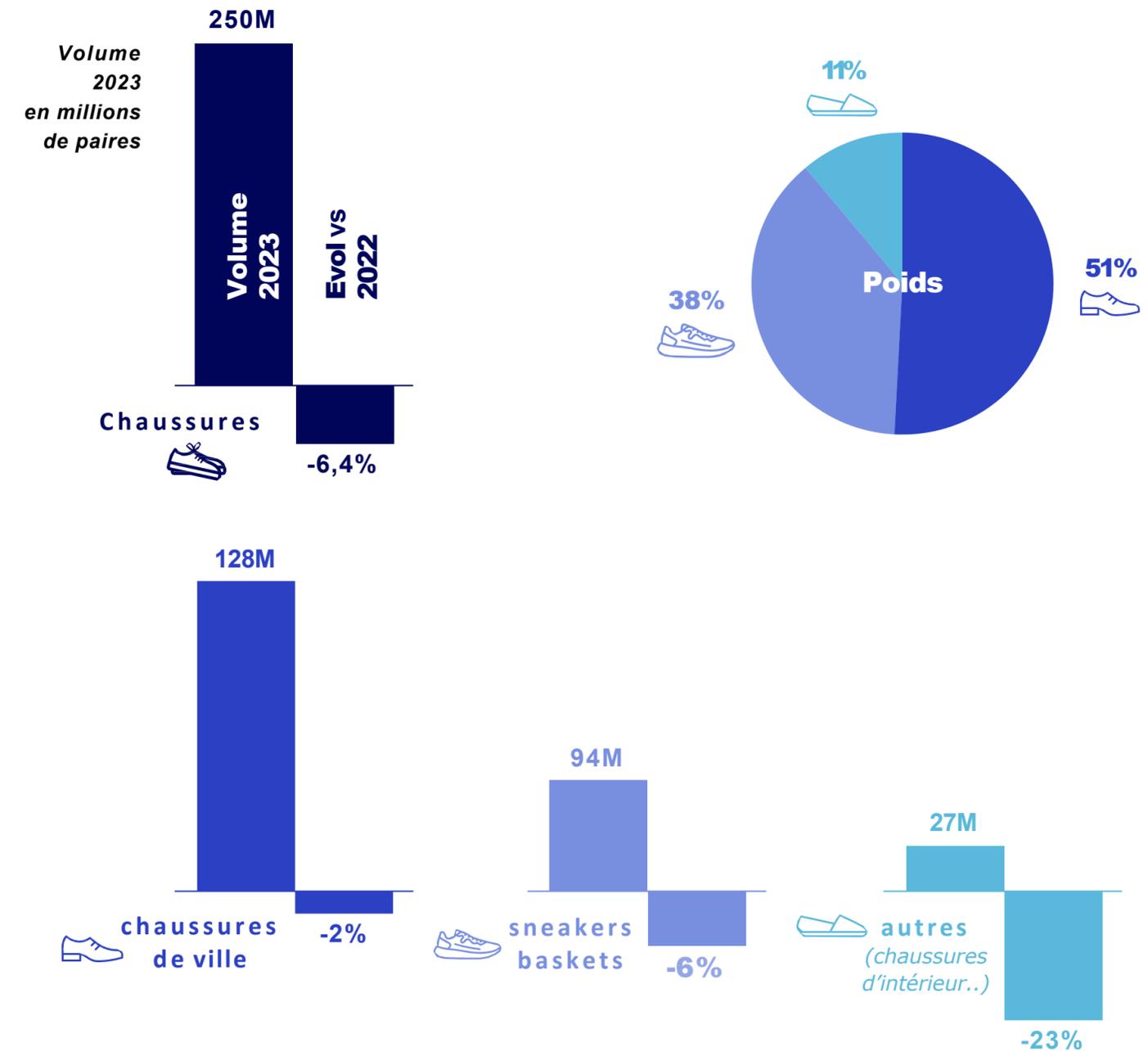
### Key facts :

Sur la chaussure, une baisse de **17M de paires** vs 2022, surtout portée par :

La sneakers/ baskets avec **-6M de paires, soit 37% de la baisse** des chaussures mises en marché en 2023.

La chaussure d'intérieur avec **-8M de paires, soit 49% de la baisse** des chaussures mises en marché en 2023.

Une évolution qui s'explique par la baisse des ventes de baskets à usage sportif et un ralentissement des ventes de sneakers.



**Clé de lecture** : en France sur 2023, **128 millions** de paires de chaussures de ville neuves ont été vendues, ce qui représente 51% du marché de la chaussure en volume.



Une catégorie en **baisse de -2%** par rapport à 2022.

# Ventes sur la chaussure par rayon

## Une baisse d'ampleur

### Key facts :

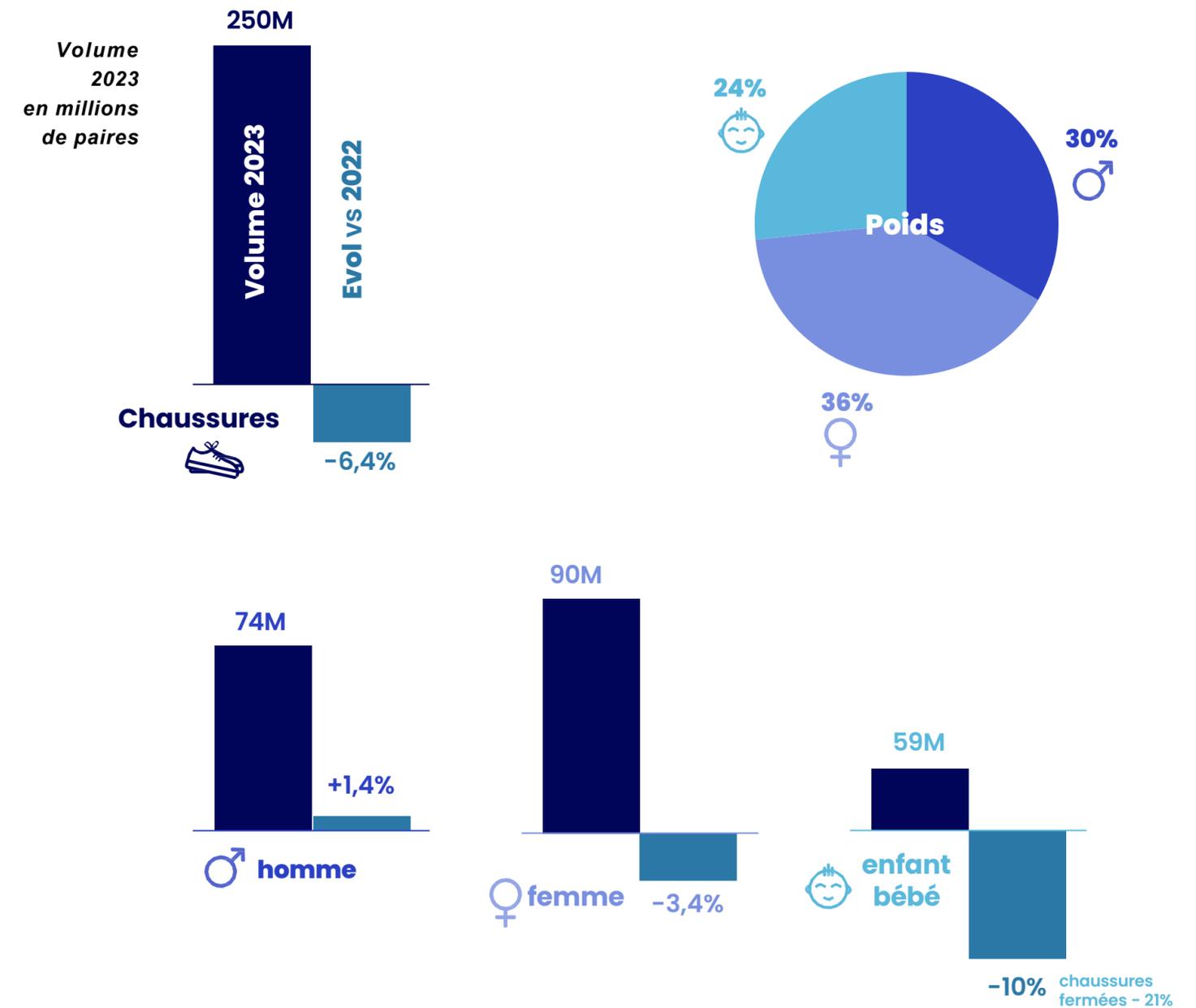
Une baisse historique de la chaussure avec -17M de pièces en moins par rapport à 2022.

Soit 32 paires de chaussures vendues en moins /minute.

La chaussure homme est la seule cible en hausse.

6 paires de chaussures vendues sur 10 sont des sneakers / baskets chez l'homme.

Si les ventes de sneakers /baskets sont stables dans le rayon homme, c'est sur les *chaussures d'été* que la croissance s'est faite.



**Clé de lecture :** en France sur 2023, **74 millions** de paires de chaussures neuves ont été vendues dans le rayon homme, ce qui représente 30% du marché de la chaussure en volume.



Une catégorie en **hausse de +1,4%** par rapport à 2022.

Key facts

# 5

**Et...  
un marché du linge de  
maison en croissance**

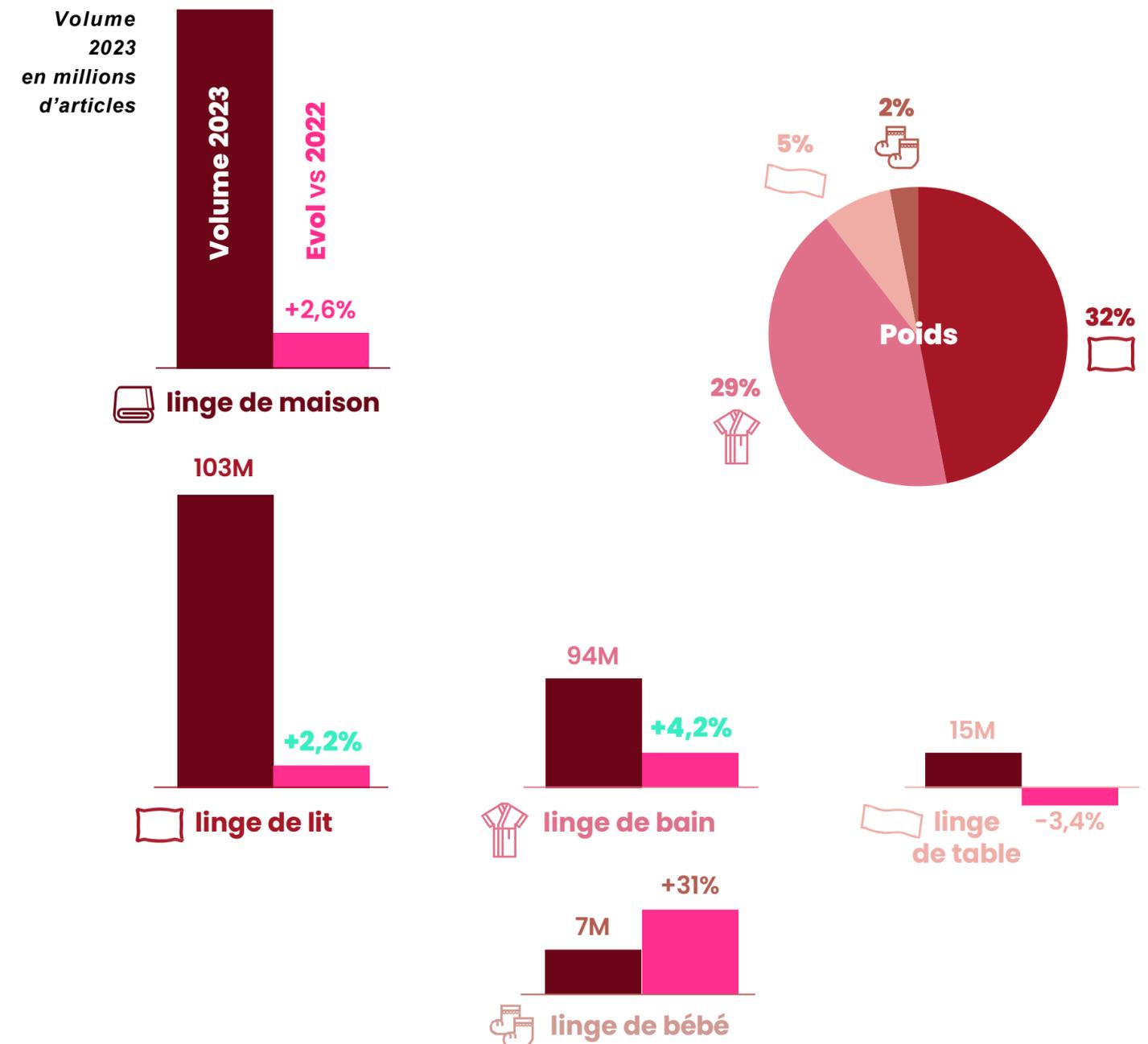
# Ventes sur le linge de maison

Une hausse sur toutes les sous-catégories excepté le linge de table

**Key facts :**

Contrairement à l'habillement et à la chaussure, le linge de maison n'a pas connu d'inflation mais une baisse de -5% du prix moyen d'achat

(source Kantar Worldpanel - 2024)



**Clé de lecture :** en France sur 2023, **103 millions** d'articles de linge de lit neufs ont été vendus, ce qui représente 32% du marché du linge de maison en volume.



Une catégorie en hausse de **+2,2%** par rapport à 2022.

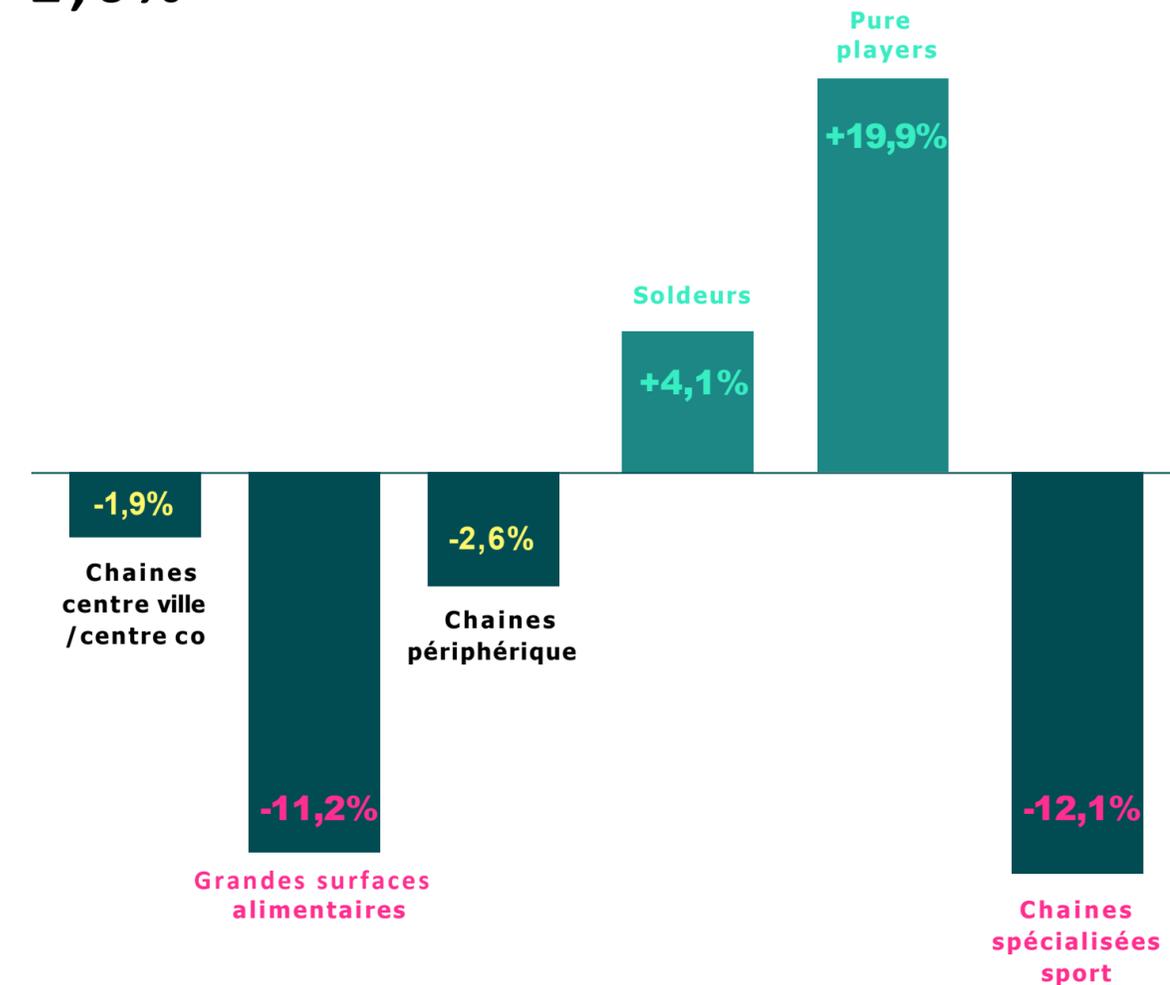
Key facts

# 6

**Des réseaux de  
distribution impactés de  
façon contrastée**

# Ventes par réseau de distribution

Rappel baisse du marché  
**-2,6%**



Données sur le top 100 groupe des déclarants soit 215 déclarants



Clé de lecture : en France les pures players sont en hausse de +19,9% en 2023 par rapport à 2022

## Une progression des pure players et des soldeurs

### Key facts :

*Les pure players et les soldeurs affichent une nette croissance*

Les chaînes spécialisés sport et les grandes surfaces alimentaires enregistrent une forte baisse :

- pour les chaînes de sport, près de **6 articles vendus sur 10** sont des sous-vêtements/ chaussants, des tee-shirts ou des baskets/sneakers

- les grandes surfaces alimentaires concentrent **57%** de leurs ventes sur les sous-vêtements/chaussants uniquement

Key facts

# 7

**Une concentration  
sur l'entrée de  
gamme**

# Répartition des volumes d'achat selon les gammes de prix Produits neufs 2023

## Une appétence pour les «petits prix»

Contexte : Les Français ont fait face à une inflation majeure en 2023 (alimentation, mode) les poussant à divers arbitrages et changement de comportement d'achat.

### Key facts :

En 2023, **71%** des achats des Français sur les textiles et chaussures ont été faits sur des produits d'entrée de gamme (prix inférieur à la moyenne du marché).

Les Français se montrent appétents aux petits prix quelle que soit leur catégorie socio-économique : **20%** des Français modestes n'achètent «que» de l'entrée de gamme

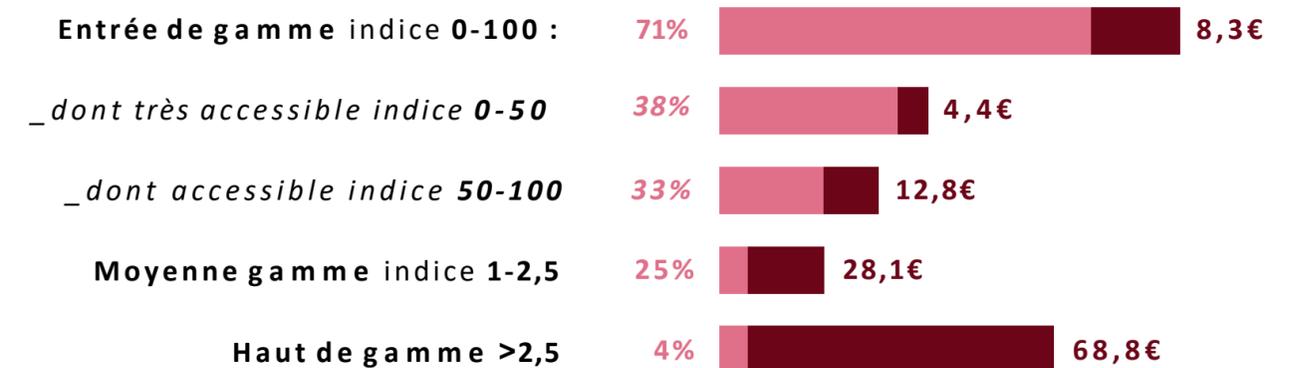
et l'on trouve également ce comportement chez **10%** des cibles aisées.

Une offre accessible en prix qui répond à leurs besoins de produits simples d'une part et qu'ils les jugent d'un bon rapport qualité prix.

**Prix moyen d'achat textiles et chaussures:**

**15,6€**

+ 3,4% par rapport à 2022 (15,1€)



# Répartition des volumes d'achat des catégories selon les gammes de prix

## Produits neufs 2023

Un achat de petits prix sur-représenté sur les sous-vêtements, chaussants contrairement au prêt-à-porter

### Key facts :

Les Français achètent en majorité des prix très accessibles sur les marchés des sous-vêtements et chaussant (54% de leurs achats à un prix inférieur de 50% à la moyenne du marché), alors que cela ne pèse que 30% sur le prêt-à-porter ou 25% sur le marché des sneakers par exemple.

	PAP	SNEAKERS	SV+ CHAUSSANTS	ACCESSOIRES
<b>Entrée de gamme indice 0-100</b>	<b>66%</b>	<b>62%</b>	<b>81%</b>	<b>67%</b>
<i>_dont très accessible indice 0-50</i>	<b>30%</b>	<b>26%</b>	<b>54%</b>	<b>38%</b>
<i>_dont accessible indice 50-100</i>	<b>36%</b>	<b>36%</b>	<b>27%</b>	<b>29%</b>
<b>Moyenne gamme indice 1-2,5</b>	<b>28%</b>	<b>32%</b>	<b>15%</b>	<b>27%</b>
<b>Haut de gamme &gt;2,5</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>7%</b>

## L'occasion, une alternative au neuf ?

### Key facts :

Au global la hausse de l'achat textile d'occasion *ne compense pas la baisse du neuf.*

Néanmoins, les acheteurs réguliers de *mode d'occasion* (13%) ont eu tendance en 2023 à développer leurs achats de mode d'occasion au détriment

des articles neufs et ce transversalement aux destinataires adultes ou enfants.

Pour les Français acheteurs réguliers de mode d'occasion, les articles de seconde main représentent 16% de leurs achats.

**Évolution** des achats textiles et chaussures d'occasion

**+11% de clients acheteurs d'occasion en 2023 vs 2022**

**Poids de l'occasion** dans le volume global des achats textiles et chaussures :

**4%** des achats en France

**7%** des achats de Prêt à Porter



**En résumé...**

Une baisse des mises en marché de **86 millions** de pièces en 2023... soit l'équivalent de 3 pièces neuves en moins chaque seconde.

Une baisse de **-5,1%** sur les sous-vêtements/chaussants et de **-6,5%** sur les tee-shirts  
Et...une hausse des costumes de **+57%**

Un marché du linge de maison en croissance **(+2,6%)**

**3,2**  
**milliards**  
de ventes de textiles et chaussures neufs

Une croissance des pure players **(19,9%)** et des soldeurs **(+4,1%)**.

Déconsommation voulue ou subie ?  
**20%** des Français déclarent avoir déjà réduit leur consommation par conviction, soucieux de l'impact environnemental de l'industrie textile.

*Source Kantar - who cares whoe does ?*

Un 1<sup>er</sup> baromètre qui permet de monitorer le marché français des textiles et chaussures dans la durée

Clé de compréhension permettant 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.



**Contacts presse**

**LA VILLA Maison de Communication**

Valentine Roger – P. : 06 98 22 93 36 – vroger@lavillagroupe.com

Esther Lemblé – P. : 06 23 49 63 61 – elemble@lavillagroupe.com

**Re\_fashion**

Changeons notre mo(n)de, durablement.