

Communiqué de presse, le 29 avril 2020

45% des Français comptent réduire leur budget d'habillement après le confinement

Sondage Fastmag réalisé par OpinionWay

Fastmag, éditeur de logiciels de caisse pour les chaînes de magasins d'habillement, a voulu rendre service à son écosystème en cherchant à mesurer l'impact de l'épidémie de Covid-19 : évolution du budget d'achat (vêtements, chaussures et accessoires) entre avant et après le confinement, raisons exprimées et évolution du canal d'achat (magasins versus e-commerce).

Grands enseignements de l'étude :

- Au cours des 30 jours suivant la fin du confinement, 45% des Français comptent réduire leur budget d'habillement d'avant crise pour une baisse moyenne de 75%. 32% envisagent de maintenir leurs achats comme avant le confinement et seulement 15% des Français comptent l'augmenter pour une hausse moyenne de 102%.
- Au global, les Français envisagent de baisser de 28% leur budget mensuel d'habillement dans les 30 jours suivant la fin du confinement.
- 59% des Français qui envisagent de diminuer leurs dépenses d'habillement expliquent leur intention par des contraintes financières diverses. 35% redoutent d'aller en magasin par crainte de l'épidémie. Plus surprenant, 42% disent s'être rendu compte que certains achats n'étaient pas utiles.
- La première motivation des 15% de Français comptant augmenter leurs dépenses d'habillement après le confinement est le besoin de **remplacer certains produits (61%)**. Les économies réalisées (20%) ou la frustration causée par le confinement (21%) sont évoquées de façon plus secondaire.

Un budget habillement en baisse de 28%

Les Français déclarent qu'ils consacraient avant le confinement 86€ en moyenne par mois à l'achat de vêtements, de chaussures et d'accessoires. Signe que la crise économique actuelle induit des comportements de précaution, le budget mensuel moyen prévu dans les 30 jours suivant la fin du confinement s'élève à seulement 62€, soit une baisse de 24€ (-28%).

Dans le détail, **les budgets les plus affectés sont les achats de vêtements (46€ avant le confinement contre 31€ après, soit une baisse de 33%)** et les chaussures (28€ contre 19€, soit une baisse de -32%). Seul le budget prévu aux accessoires ne diminue pas (12€ contre 13€).

Chiffre notable : la baisse de ce budget est plus forte pour les Français dont le revenu du foyer est compris entre 2000€ et 3499€ par mois : il passe ainsi de 86€ par mois à 47€, soit une baisse de 45%. Autre observation, les Français les plus âgés, dont le revenu n'est le plus souvent plus lié à l'état du marché du travail, prévoient une **baisse moindre** de leur budget d'habillement : 83€ avant le confinement contre 74€ après, soit une baisse de seulement 11%).

Des contraintes financières et sanitaires, mais aussi une réflexion sur la nécessité de certains achats

- **Parmi les 45% de Français comptant dépenser moins**, 59% l'expliquent par des raisons financières : 31% préfèrent épargner, 20% ont perdu des revenus à cause du confinement et 8% disent avoir beaucoup dépensé sur Internet durant le confinement.

La crise économique n'est pas l'unique facteur de la baisse prévue pour les budgets d'habillement. **42% des Français comptant dépenser moins expliquent ainsi qu'ils ont pris conscience pendant le confinement que certains achats n'étaient pas utiles.** Cependant, d'autres explications directement liées à la crise sanitaire et économique sont avancées. **35% des répondants déclarent ainsi redouter d'aller en magasin à cause de l'épidémie.**

La remise en question de certains d'achats concerne plus de la moitié des Français âgés de 50 ans et plus qui comptent dépenser moins après le confinement (52% contre 34% des Français plus jeunes). A l'inverse, les Français âgés de moins de 35 ans qui comptent dépenser moins sont plus nombreux à préférer épargner pour faire face à des problèmes financiers éventuels (38% contre 29% des personnes plus âgées).

- **Parmi les 15% de Français comptant dépenser plus, 61% l'expliquent par le besoin de remplacer certains produits.** Aussi, 21% des interviewés déclarent avoir développé une envie accrue d'acheter, en raison d'une frustration, n'ayant pu acheter autant que souhaité (41% des personnes interrogées ayant moins de 35 ans !). 20% des Français dévoilent quant à eux vouloir dépenser les économies réalisées durant la période de confinement !

Les magasins ne seront pas délaissés au profit de l'e-commerce au sortir du confinement

Jusqu'à un quart des Français a l'intention de changer de canal d'achat pour chaque produit d'habillement après la fin du confinement. Cette réalité recouvre toutefois des dynamiques plurielles. Ainsi, si les vêtements sont les produits le plus concernés par la volonté de changer de canal d'achat, 10% des Français souhaitent réaliser davantage d'achat via

internet, mais **15% souhaitent au contraire en faire davantage en magasin**. Le même constat vaut pour les achats de chaussures (9% veulent réaliser plus d'achat par internet, contre 13% en magasin) et pour les accessoires (8% sur internet, 10% en magasin).

Les jeunes sont les plus nombreux à envisager de changer leurs habitudes (34% des Français âgés de moins de 35 ans pour les achats de vêtement, contre 21% pour les Français plus âgés). Pour autant, malgré leur familiarité avec les outils digitaux, cette volonté de changement ne bénéficie pas nécessairement aux achats en ligne : 14% des jeunes âgés de **moins de 35 ans** comptent réaliser davantage d'achats de vêtements sur internet, mais **20% comptent en faire davantage en magasin**.

“Avant de lancer le sondage, nous nous attendions à une baisse des achats d'habillement supérieure à 28% au cours des 30 jours suivant la fin du confinement. On peut donc espérer un retour progressif vers une situation normale au cours de l'été. Nous pouvons également nous réjouir que le confinement ne favorisera pas un basculement vers le e-commerce au détriment des magasins. Cela aurait profité davantage aux pure players e-commerce qu'aux enseignes. Pour autant, cette baisse du budget d'habillement, même si elle est temporaire, va être douloureuse pour les commerçants qui ont déjà eu à subir deux mois de fermeture pendant le confinement. Nous espérons que le gouvernement tiendra compte de l'importance de ces difficultés et prendra les mesures nécessaires au soutien de la filière et de ses emplois.” conclut Thibaut de Robien, Directeur Général de Fastmag, groupe DL Software.

Détail des résultats sur demande. Une infographie en cours de création sera disponible le lundi 4 mai.

Méthodologie : sondage Opinion Way pour Fastmag réalisé par questionnaire auto-administré en ligne du 22 au 24 avril 2020 auprès d'un échantillon de 1016 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon les méthodes des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

À propos de Fastmag : Fastmag est éditeur de logiciels de caisse et gestion de chaînes de magasins. Spécialisé dans le secteur de l'habillement depuis sa création en 1989, Fastmag compte parmi ses clients des [enseignes prestigieuses](#) telles que Adidas, Tommy Hilfiger, Faguo, Le Slip Français, Antonelle... La société fait partie du groupe DL Software, spécialiste français des ERP métier. Pour en savoir plus : <https://www.fastmag.fr/>

Contact presse : La Nouvelle Agence : Loris Cabos loris@lanouvelle-agence.com 01 83 81 76 82 / Nathalie Morel nathalie@lanouvelle-agence.com 06 47 87 17 04