

Paris, le 20 octobre 2021

## Consommation du prêt-à-porter en France en 2021 : plus d'un achat sur trois est effectué en ligne ; les dépenses en vêtements de seconde main sont en augmentation de 55 %, selon l'observatoire Natixis Payments

Au lendemain de la Fashion Week, Natixis Payments analyse les données de son observatoire<sup>1</sup> sur la consommation des Français en prêt-à-porter, de janvier à septembre 2021. Elles montrent que plus d'un achat sur trois est effectué en ligne (contre un sur cinq en 2020), avec une croissance exponentielle des dépenses. Par ailleurs, la seconde main a fait un bond avec une augmentation de 55 % du montant des achats sur les neufs premiers mois de 2021 versus 2020, marquant ainsi un véritable tournant dans le prêt-à-porter avec une consommation plus responsable encourageant une économie circulaire.

Après plusieurs saisons digitales, la semaine de la mode est revenue à Paris dans son format traditionnel. L'occasion, au lendemain de cet événement mythique, de faire un point sur la consommation du prêt-à-porter en France, en perpétuelle évolution depuis le début de la crise sanitaire. Natixis Payments, acteur majeur dans le domaine des paiements et premier émetteur de cartes Visa en Europe continentale avec le Groupe BPCE, a analysé les transactions anonymisées effectuées par les cartes bancaires transitant par ses plateformes dans le domaine du prêt-à-porter, et dévoile les grandes tendances de 2021.

### 34 % des achats de prêt-à-porter s'effectuent en ligne

**1 achat sur 3**  
est effectué en ligne



On aurait pu croire que les Français allaient retrouver le chemin des points de vente et abandonner peu à peu la vente en ligne avec l'assouplissement des contraintes sanitaires. Et pourtant le prêt-à-porter en ligne ne s'est jamais aussi bien ... porté ! Aujourd'hui, 34 % des achats sont réalisés en ligne, soit plus d'un achat sur trois, alors qu'en 2019, le e-commerce représentait à peine 14 % des transactions, pour grimper jusqu'à 21 % en 2020.

Cette tendance a pris de l'ampleur au début de la crise sanitaire, et notamment au moment du premier confinement en mars 2020. Certains non habitués jusqu'ici à la vente en ligne l'ont expérimentée et finalement adoptée sur le long terme. Un mouvement qui n'a pas ralenti mais bel et bien bondi, et qui tend visiblement à croître encore.

<sup>1</sup> Observatoire Natixis Payments, données anonymisées des cartes bancaires BPCE

Si le nombre des achats en ligne a considérablement augmenté, le panier moyen lui a baissé, passant de 66,58 € en 2020 à 51,48 € en 2021, soit une baisse de -22,7%. Cette tendance s'explique par l'augmentation du nombre de transactions : les dépenses sont plus fréquentes mais moins élevées. En ce qui concerne le montant des transactions, on constate une augmentation de 64 % versus 2020, et de 98 % versus 2019. Un marché qui a donc doublé de volume en 2 ans.



Enfin, si l'on regarde de plus près les tendances en fonction de l'âge, on observe que les moins de 24 ans représentent la plus grosse augmentation des dépenses dans le prêt à porter et rattrapent les autres classes d'âges habituellement plus dépensières (25-54 ans). Cette tendance est encore plus marquée en ligne : en effet, les moins de 24 ans augmentent leurs dépenses de 27 % en magasin entre 2019 et 2021, et de 154 % en ligne.

### La seconde main arrive en force avec un bond de 55 % du montant des achats par rapport à l'année précédente



Moins de budget, la volonté de consommer plus responsable ? Quoiqu'il en soit, le marché de la seconde main fait ses preuves. Avec un nombre d'achats assez timide en 2020, les Français ont davantage acheté sur des sites en ligne de seconde main en 2021 avec une augmentation de 51%. Par rapport à 2019, le nombre d'achats en 2021 a bondi de 140%.

Le marché de la seconde main est principalement porté par les femmes, puisque 82 % des transactions sont réalisées par elles, contre seulement 18 % par des hommes.

Si les 25-44 ans sont de loin les plus dépensiers en achats de seconde main avec 58 % des dépenses totales, le panier moyen des moins de 24 ans reste le plus élevé avec un montant de 24 €, contre 21,32 € chez les 65 ans et plus, suivi des 45-54 ans (20,77 €).

Chloé Mayenobe, Directrice générale déléguée de Natixis Payments en charge de la Business Unit Digital Payments a déclaré : « Les chiffres de cet observatoire sont extrêmement éclairants. Le marché du prêt-à-porter poursuit l'évolution de son modèle de distribution. Les Français ont revu leur mode de consommation en privilégiant le e-commerce, une tendance qui s'est confirmée en 2021, bien que les contraintes sanitaires aient été allégées. L'année 2022 sera un marqueur pour le marché du prêt-à-porter car nous verrons si les nouvelles habitudes de consommation des français vis-à-vis de la mode, achats en ligne et marché de la seconde main, perdurent ».

L'Observatoire Natixis Payments traite les données anonymisées de son écosystème pour identifier et analyser les tendances qui sont ensuite valorisées auprès de la communauté BPCE. Il éclaire sur les tendances de consommation et les comportements liés au monde des paiements.

### À propos de Natixis

Natixis est un établissement financier français de dimension internationale spécialisé dans la gestion d'actifs et de fortune, la banque de financement et d'investissement, l'assurance et les paiements. Filiale du Groupe BPCE, 2<sup>e</sup> acteur bancaire en France à travers ses réseaux Banque Populaire et Caisse d'Épargne, Natixis compte plus de 16 000 collaborateurs dans 36 pays. Elle accompagne et conseille sa propre clientèle d'entreprises, d'institutions financières et d'investisseurs institutionnels, ainsi que les clients des réseaux du Groupe BPCE. Natixis dispose d'une structure financière solide avec un total de fonds propres CET1 en Bâle 3<sup>(1)</sup> de 12,4 milliards d'euros, un ratio CET1 Bâle 3<sup>(1)</sup> à 11,5% et des notations long terme de qualité (Standard & Poor's : A / Moody's : A1 / Fitch Ratings : A+).

*(1) Sur la base des règles CRR-CRD4 publiées le 26 juin 2013, y compris compromis danois sans mesures transitoires.  
Chiffres au 30 juin 2021*

### À propos de Natixis Payments

Acteur tech des paiements, Natixis Payments offre des solutions sur mesure et orientées utilisateur au secteur du retail, aux entreprises, PME, pouvoirs publics, associations, institutions financières, fintechs et particuliers en Europe. Filiale du Groupe BPCE, Natixis Payments s'appuie à la fois sur un socle technologique robuste, sur ses fintechs et ses équipes d'experts pour développer une gamme complète de solutions, en interne et avec des partenaires soigneusement sélectionnés. Elle intervient sur l'ensemble de la chaîne de valeur des paiements, de l'émission à l'acquisition, de l'e-paiement aux portemonnaies électroniques, en passant par les cartes prépayées. Première à opérer Apple Pay, Samsung Pay et le paiement instantané en France et premier émetteur de cartes Visa en Europe continentale, Natixis Payments gère 23 millions de cartes et plus de 8 milliards de transactions par an. Pour ses clients et leurs consommateurs Natixis Payments s'engage à construire chaque jour, de meilleures expériences de paiement.

[www.payments.natixis.com](http://www.payments.natixis.com)

#### Contacts presse

Sonia Dilouya  
+33 1 58 32 01 03  
[sonia.dilouya@natixis.com](mailto:sonia.dilouya@natixis.com)

#### Agence Hopscotch

Anna Kaiava  
+ 33 (0)1 41 34 21 05

[www.natixis.com](http://www.natixis.com)



Nos informations sont certifiées par la technologie blockchain.  
Vérifiez l'authenticité de ce communiqué de presse sur [www.wiztrust.com](http://www.wiztrust.com).