

JANVIER 2010

**LES COMPORTEMENTS  
D'ACHAT DANS LA MODE  
EN FRANCE :**

IMPACT DE LA CRISE

**POUR PLUS D'INFORMATIONS**

Contactez : Nathalie Gennérat

[etudes@ifm-paris.com](mailto:etudes@ifm-paris.com)

**INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**

**INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE**

*IfM*

/ ENSEIGNEMENT POSTGRADUATE · POSTGRADUATE PROGRAMS / EXECUTIVE MBA / FORMATION CONTINUE · EXECUTIVE EDUCATION  
/ ÉTUDES · SURVEYS / RECHERCHE · RESEARCH / CONJONCTURE & PROSPECTIVE · ECONOMIC TRENDS & FORECASTING  
/ BIBLIOTHÈQUE · LIBRARY / ÉDITION · BOOKS / CONFÉRENCES & COLLOQUES · CONFERENCES & SEMINARS

36, quai d'Austerlitz 75013 Paris, France T. 33 (0)1 70 38 89 89 F. 33 (0)1 70 38 89 00 E. [ifm@ifm-paris.com](mailto:ifm@ifm-paris.com), [www.ifm-paris.com](http://www.ifm-paris.com)

Association déclarée conformément à la loi du 1er juillet 1901 - Siret 333 452 985 00034 - NAF 803Z - N° de déclaration d'existence 11750973275

**LES COMPORTEMENTS D'ACHAT  
DANS LA MODE EN FRANCE :**  
IMPACT DE LA CRISE

JANVIER 2010

UNE ENQUÊTE EXCLUSIVE DE L'IFM

Enquête réalisée par téléphone par l'Institut GFK-ISL, du 19 au 24 octobre 2009, auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française 15 ans et plus selon la méthode des quotas.

**1. La consommation de mode en 2009 :**

Perception par les consommateurs des prix et des volumes d'achat de vêtements

Sentiment de privation ou de plaisir

Impact de la crise sur les comportements d'achat

**2. Les comportements d'achat face aux circuits de distribution en 2009 :**

Le taux d'acheteurs déclarés de vêtements par circuit (par sexe et par âge)

Focus sur la clientèle habituelle des circuits

**3. La consommation responsable de produits textiles et d'habillement :**

Sensibilité des consommateurs selon le sexe, l'âge, le niveau d'études, le lieu d'habitation

- aux produits textiles en coton biologique
- aux produits textiles issus du commerce équitable

Intentions d'achat de produits textiles «éthiques»

L'arbre de la consommation responsable : typologie des personnes interrogées face à la mode responsable

Les vêtements bio/éthiques et la mode

Les attentes des consommateurs par rapport aux marques ou enseignes

Label, marque/enseigne, pays de fabrication : qu'est-ce qui garantit le mieux le caractère responsable d'un vêtement ?

**Liste des circuits :** chaînes, boutiques indépendantes, grands magasins, magasins de sport, GSS, hyper/supermarchés, circuits discount, vente à distance, magasins populaires, brocantes, Internet.

**LES COMPORTEMENTS D'ACHAT  
DANS LA MODE EN FRANCE :**  
IMPACT DE LA CRISE

JANVIER 2010

bulletin de commande

Entreprise .....

N° TVA intra-communautaire (à compléter obligatoirement) .....

Activité ..... NAF .....

Adresse .....

Code postal ..... Ville .....

Pays .....

Tél. .... Fax .....

E-mail .....

Nom du responsable .....

Fonction .....

**RÈGLEMENT A LA COMMANDE**

Tarif : 209.30 euros TTC (175 euros HT), **étude uniquement sous format PDF**

Par Paypal (CB) sur [www.ifm-paris.com](http://www.ifm-paris.com) ou contacter Christelle Priso ([cpriso@ifm-paris.com](mailto:cpriso@ifm-paris.com))

Par chèque à l'ordre de l'IFM

Pour les entreprises étrangères,

par virement : Société Générale Paris Seine Amont

Code IBAN : FR 76 30003 03340 000 50562150 clé 14

Code SWIFT : SOGE FR PP

Date ..... Signature

**Bulletin de commande à retourner au Département Études avec le règlement à l'adresse suivante :**

36, quai d'Austerlitz 75013 Paris, France

T. 33 (0)1 70 38 89 89 F. 33 (0)1 70 38 89 00