

**MODE ET
CONSOMMATION
RESPONSABLE**
REGARDS DES
CONSOMMATEURS



8, rue de Montesquieu 75001 Paris T. 33 (0)1 40 74 09 53 F. 33 (0)1 40 74 08 99

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

/ ENSEIGNEMENT POSTGRADUATE · POSTGRADUATE PROGRAMS / EXECUTIVE MBA / FORMATION CONTINUE · EXECUTIVE EDUCATION
/ OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE · ECONOMIC TRENDS ANALYSIS / ÉTUDES & CONSEIL · MARKET RESEARCH & CONSULTING
/ RECHERCHE · RESEARCH / ÉDITION · PUBLISHING / DOCUMENTATION · LIBRARY

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, www.ifm-paris.com



La consommation responsable s'installe progressivement dans les comportements des Français. Aujourd'hui, l'alimentation, les transports et l'habitat sont les premiers secteurs concernés par cette vague de fond mais l'habillement n'est plus à l'écart des débats.

Mode et développement durable : un oximore ?

La mode au cœur de la société de consommation

Des envies de mode et de renouvellement toujours fortes

La mode au cœur de la mondialisation

L'émergence de critiques face à l'offre existante avec la perception d'une dégradation qualitative et de marges excessives

La Chine mise à l'index de l'éthique par les consommateurs mais jugée incontournable pour ses prix

Des engagements différenciés selon les catégories de consommateurs

(analyse qualitative, 6 groupes projectifs de consommateurs)

Les baby-boomeuses : égocentrisme et liberté

Les trend-setters : addiction à la nouveauté et superficialité des engagements

Les bio : priorité au corps et à la sécurité

Les mères de famille : gourmandise et mauvaise conscience

Les trentenaires : désir de mode mais désenchantement et gravité

Les sensibilisés : engagement critique

Opinion et comportement des Français vis-à-vis de la mode responsable

(sondage 1000 personnes)

Des stratégies de consommation multiples face à la crise

Les univers de la mode éthique et leur perception par les consommateurs

La mode éthique en pratique

Connaissance et achat des produits, motivations et freins

Confiance et crédibilité de l'offre

Légitimité des marques, circuits de distribution et labels

Analyse de la structure des opinions

Une dissociation du discours et de l'acte d'achat

Prérequis pour le développement d'une offre éthique

Produits, styles, matières, marques et labels, distribution, communication

Cette étude a bénéficié d'un financement du DEFI, qui regroupe les organisations professionnelles de l'habillement, de la couture et de la distribution.

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

Tarifs 750 euros HT soit 897 euros TTC

250 euros HT soit 299 euros TTC pour les entreprises acquittant la taxe affectée Habillement

Par Paypal (CB) sur www.ifm-paris.com ou contacter Christelle Priso : 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 avec le règlement à l'adresse suivante

IFM - 36, quai d'Austerlitz 75013 Paris, France - à l'attention du Département des ÉTUDES

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