

ECO TLC
L'éco-organisme du textile - du linge - de la chaussure



Ifm

**INSTITUT
FRANÇAIS
DE LA³ MODE**



LA SECONDE VIE DES VÊTEMENTS ETUDE POUR ECO TLC

11 DECEMBRE 2013

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE

LES CONSOMMATEURS

MÉTHODOLOGIE

LE TRI EN GÉNÉRAL

DESTINATION DES VÊTEMENTS, CHAUSSURES
ET LINGE DE MAISON QUI NE SONT PLUS
UTILISÉS

ACHATS D'ARTICLES DE SECONDE MAIN

LE TRI DES VÊTEMENTS

LES MAGASINS

MÉTHODOLOGIE

Terrain réalisé en septembre 2013 par GfK

Échantillon représentatif de la population selon la méthode des quotas

1013 internautes de 15 à 64 ans

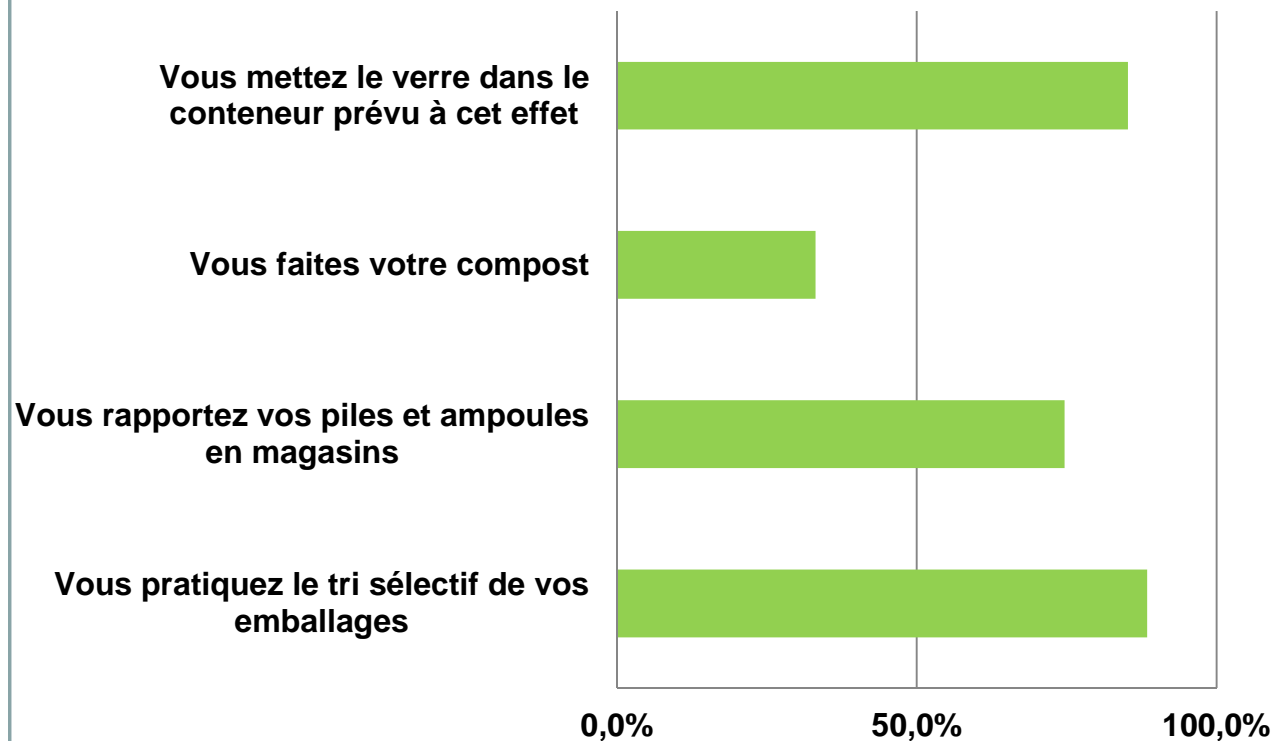
500 hommes

513 femmes

LE TRI EN GÉNÉRAL

D'une façon plus générale, diriez-vous que ... ?

(personnes ayant répondu toujours ou régulièrement)



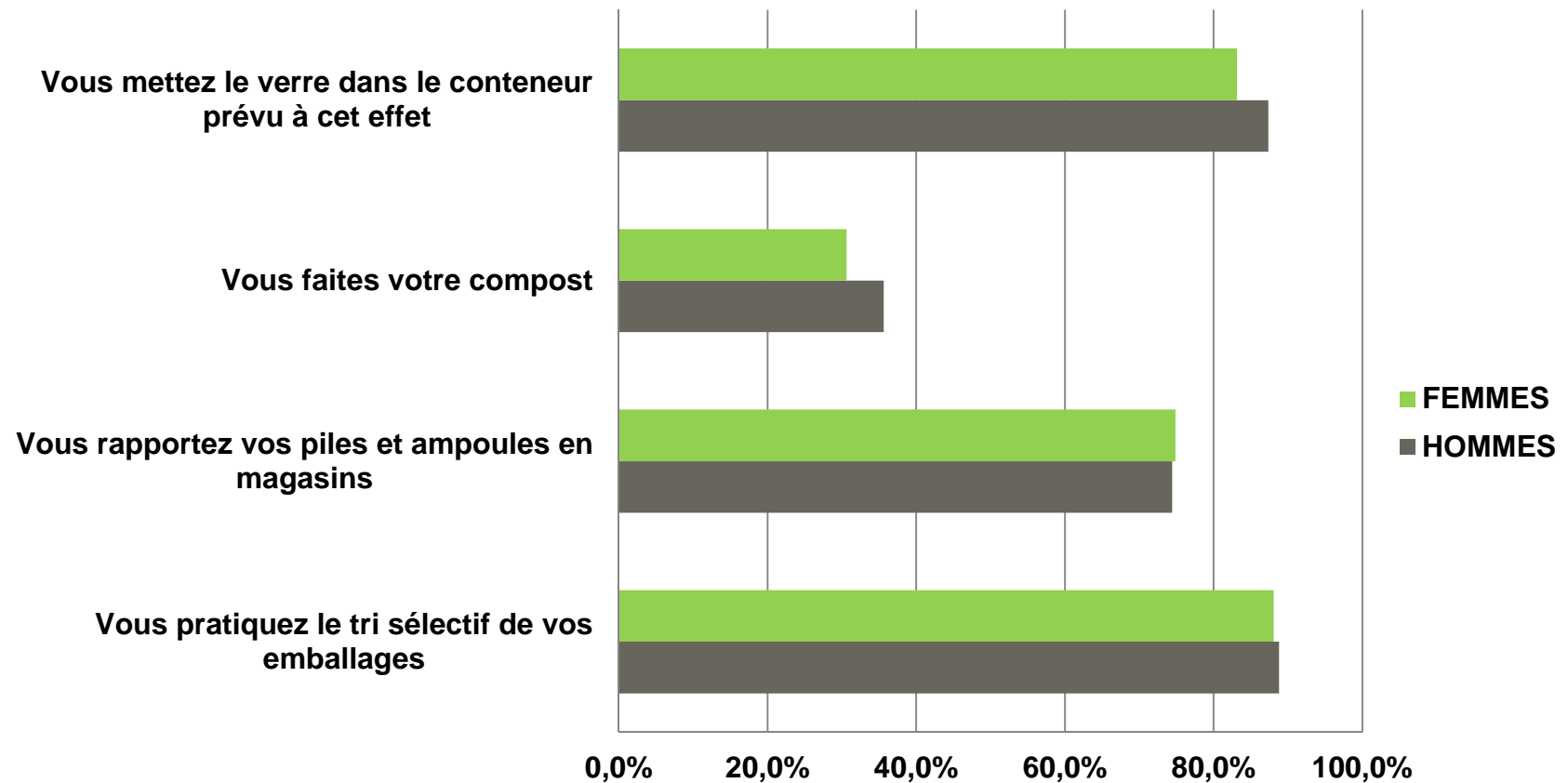
Vous faites votre compost ?*

OUI	49%
NON	50%

* Calcul réalisé sur le total des répondants ayant une ferme ou une maison avec jardin

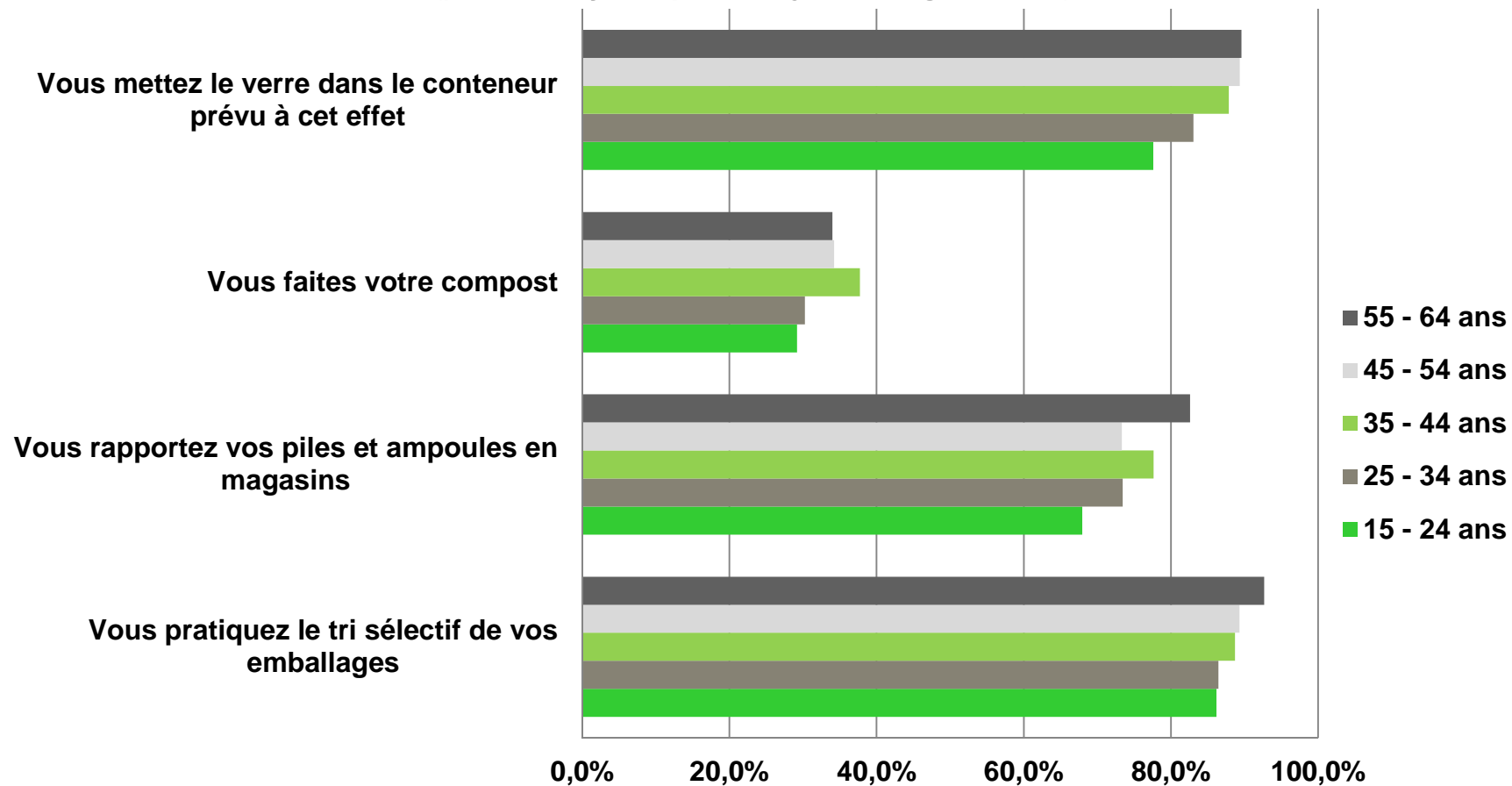
D'une façon plus générale, diriez-vous que ... ?

(personnes ayant répondu toujours ou régulièrement)



D'une façon plus générale, diriez-vous que ... ?

(personnes ayant répondu toujours ou régulièrement)



**DESTINATION DES VÊTEMENTS,
CHAUSSURES ET LINGE DE MAISON QUI
NE SONT PLUS UTILISÉS**

Que faites-vous des articles qui ne sont plus utilisés ?

Vous les jetez : toujours ou régulièrement

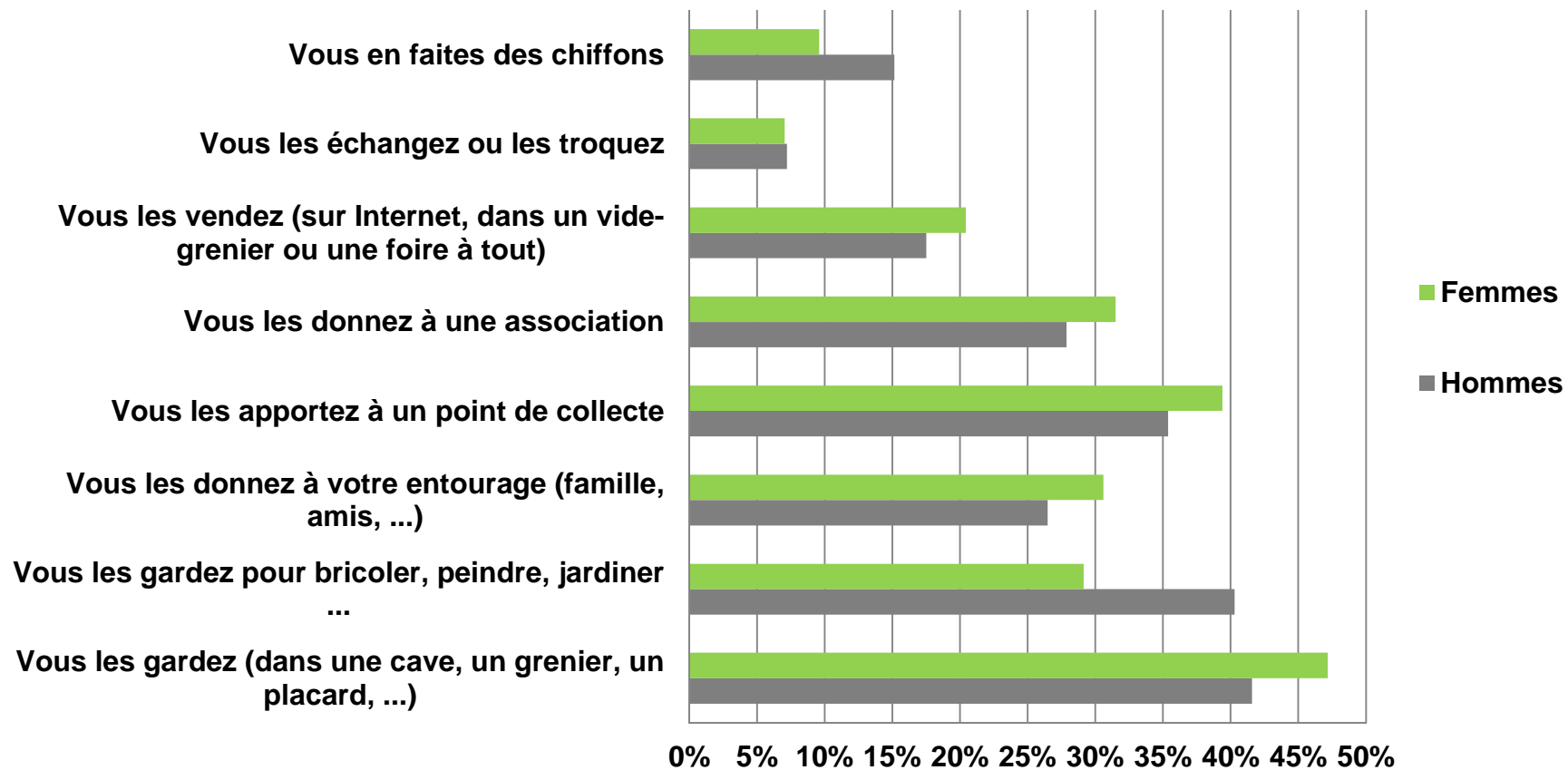
	Total	Hommes	Femmes
Articles en bon état	9%	12%	6%
Articles trop usés	42%	40%	44%
Articles pour enfants	11%		
Linge de maison	13%	15%	10%

Que faites-vous des articles qui ne sont plus utilisés ?

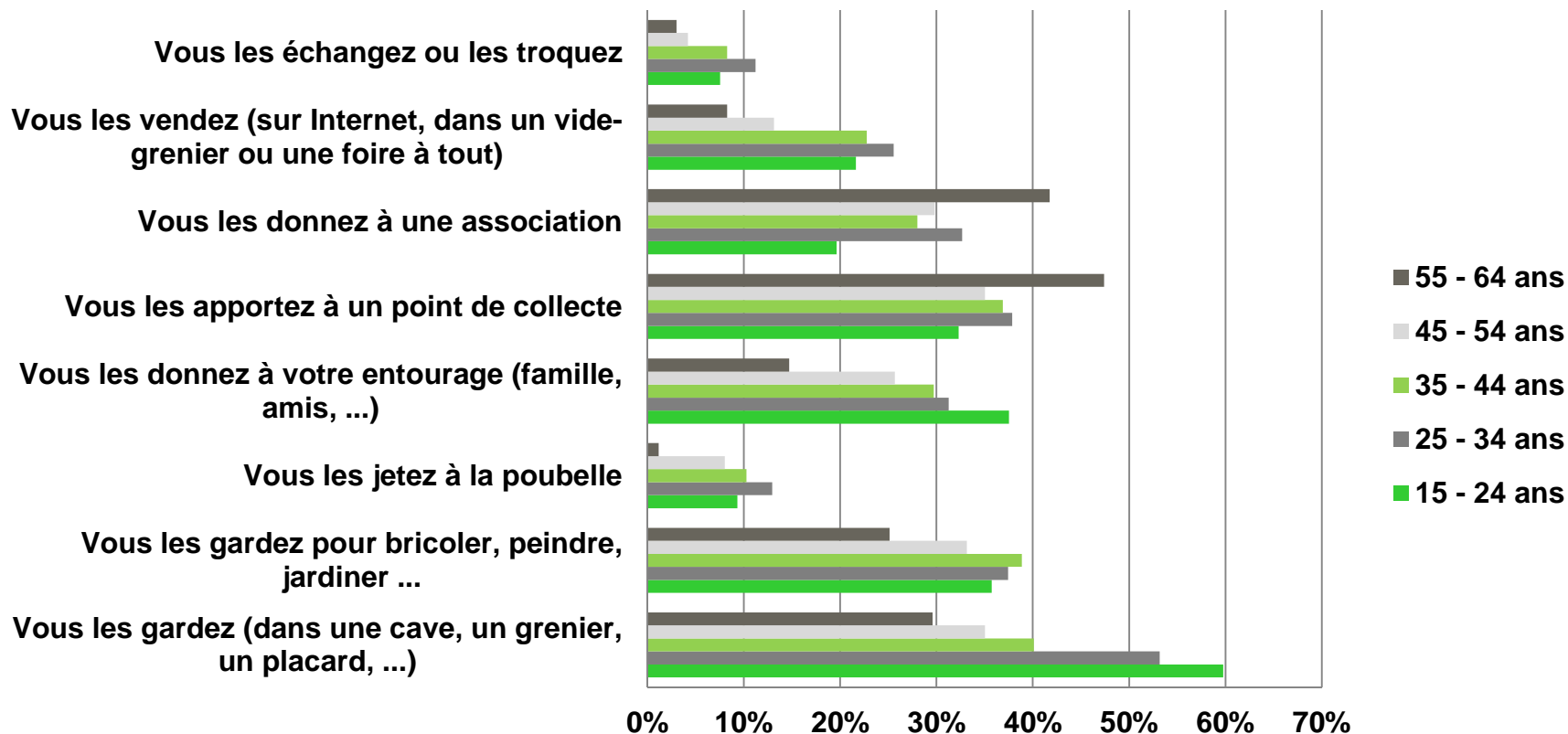
(réponses toujours ou régulièrement, plusieurs réponses possibles)

	Vêtements ou chaussures pour adultes en bon état	Vêtements ou chaussures pour adultes trop usés pour être portés	Vêtements ou chaussures pour enfants	Linge de maison neuf ou usé
Vous les gardez (dans une cave, un grenier, un placard)	44%	12%	30%	33%
Vous les gardez pour bricoler, peindre, jardiner	35%	30%	11%	26%
Vous les donnez à votre entourage (famille, amis, ...)	29%	8%	40%	12%
Vous les apportez à un point de collecte	37%	16%	30%	17%
Vous les donnez à une association	30%	10%	28%	16%
Vous les vendez (sur Internet, dans un vide-grenier ou une foire à tout)	19%	6%	22%	8%
Vous les échangez ou les troquez	7%	5%	10%	5%
Vous en faites des chiffons	12%	31%	7%	31%

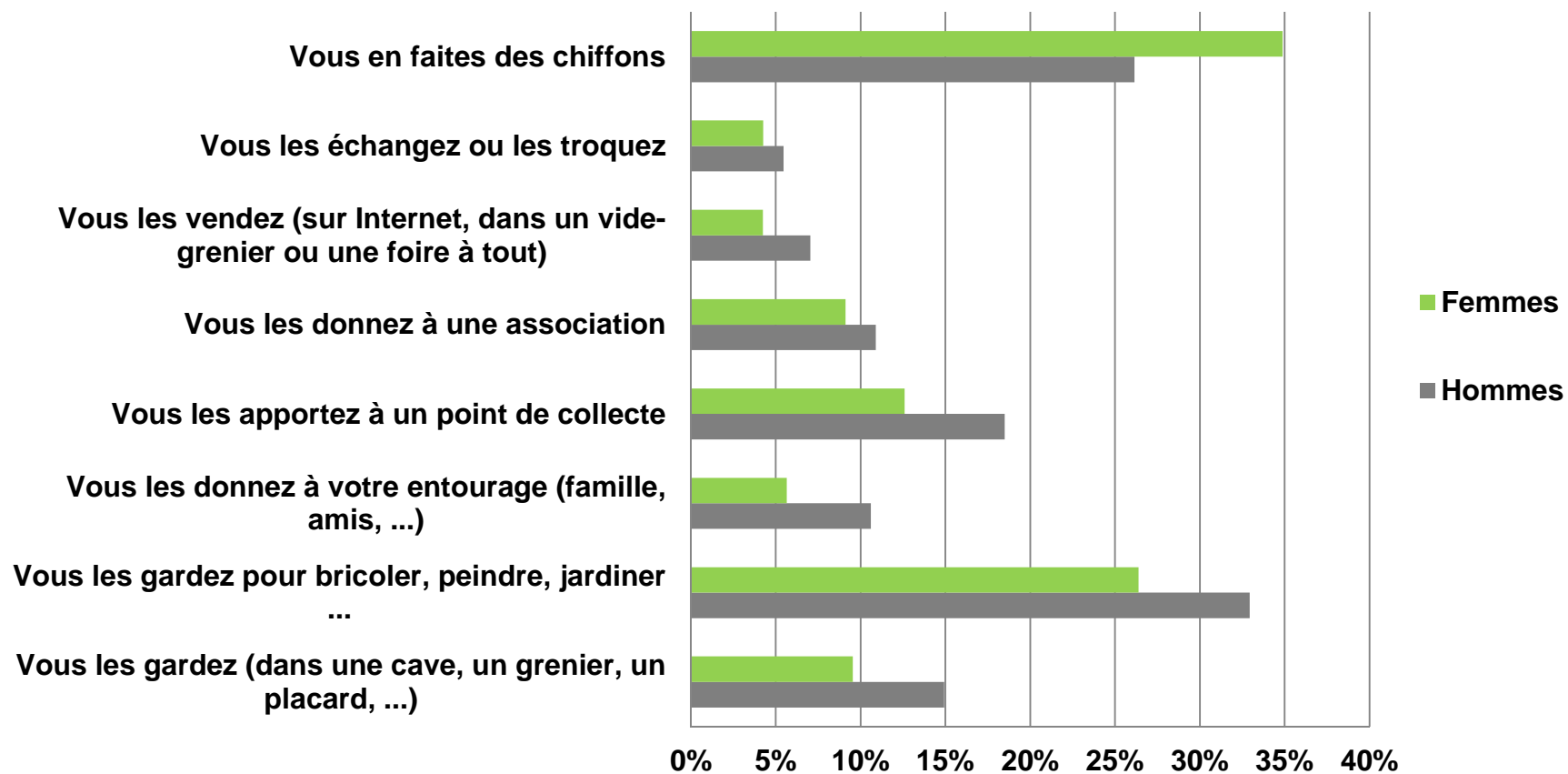
Que faites-vous des articles qui ne sont plus utilisés en ce qui concerne les vêtements ou les chaussures pour adultes en bon état ? (personnes ayant répondu toujours ou régulièrement)



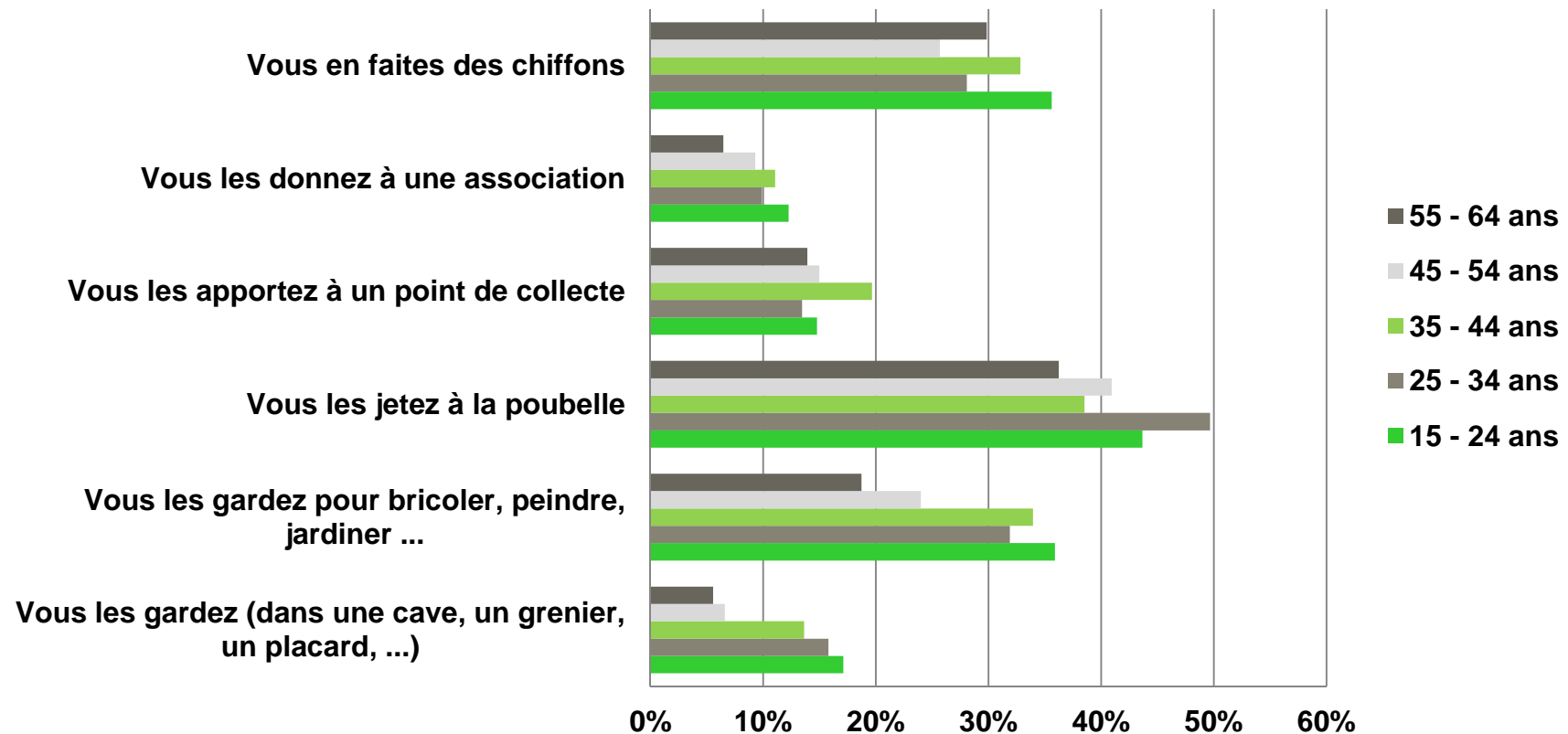
Que faites-vous des articles qui ne sont plus utilisés en ce qui concerne les vêtements ou les chaussures pour adultes en bon état ? (personnes ayant répondu toujours ou régulièrement)



Que faites-vous des articles qui ne sont plus utilisés en ce qui concerne les vêtements ou les chaussures pour adultes trop usés pour être portés, déchirés ... ? (personnes ayant répondu toujours ou régulièrement)

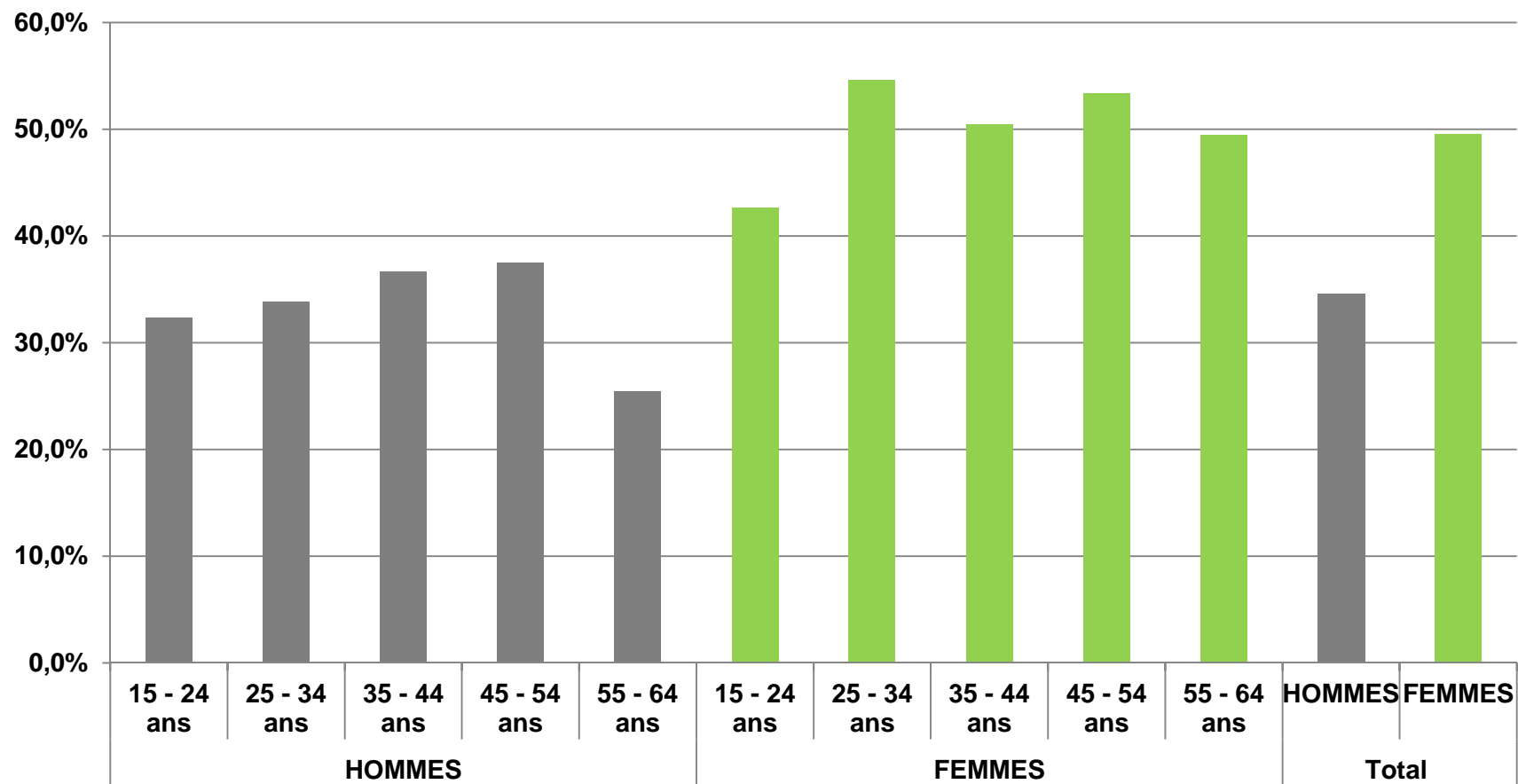


Que faites-vous des articles qui ne sont plus utilisés en ce qui concerne les vêtements ou les chaussures pour adultes trop usés pour être portés, déchirés ... ? (personnes ayant répondu toujours ou régulièrement)



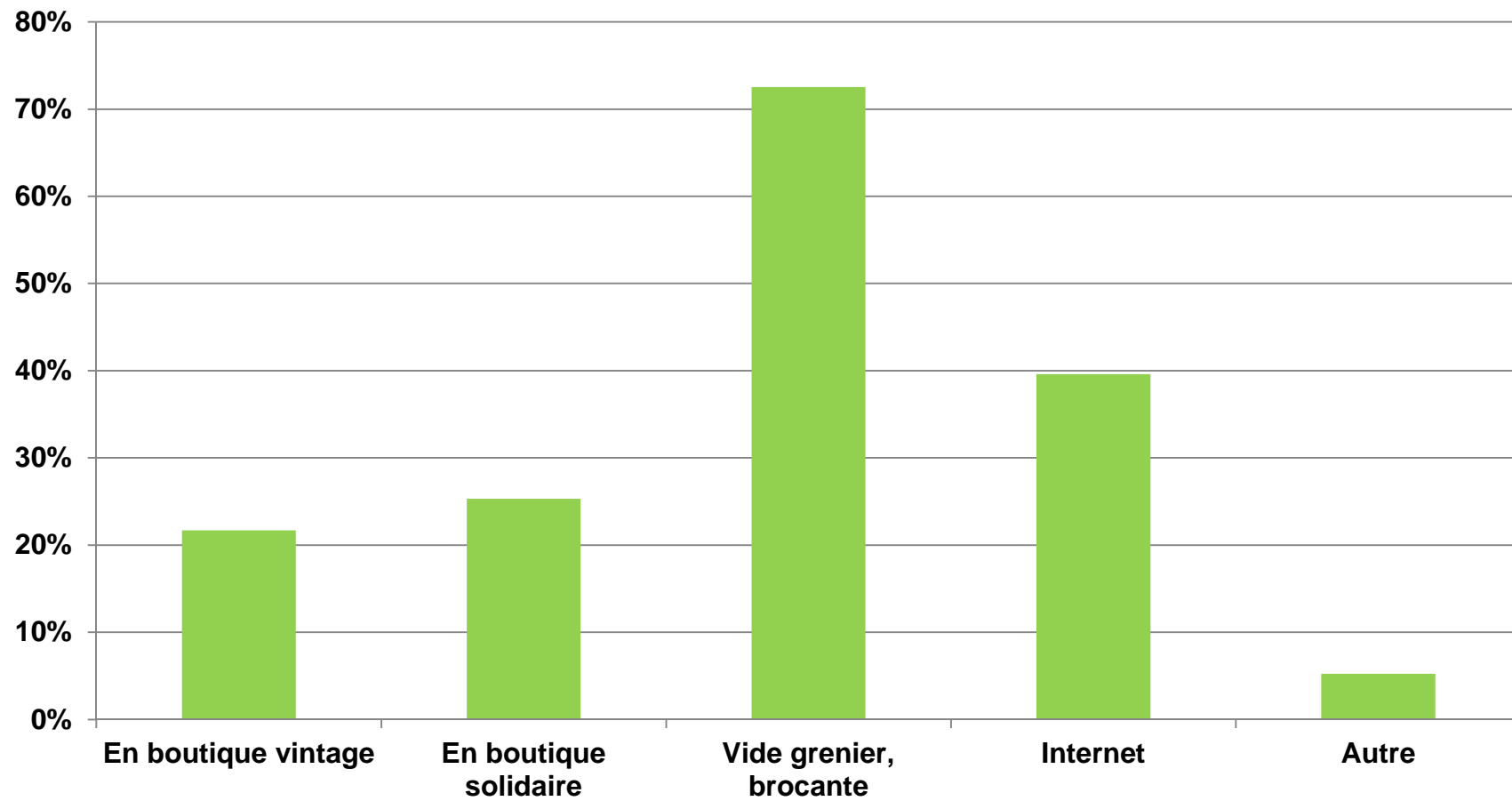
**ACHATS D'ARTICLES DE
SECONDE MAIN**

Avez-vous déjà acheté des vêtements ou chaussures de seconde main ? (personnes ayant répondu oui)



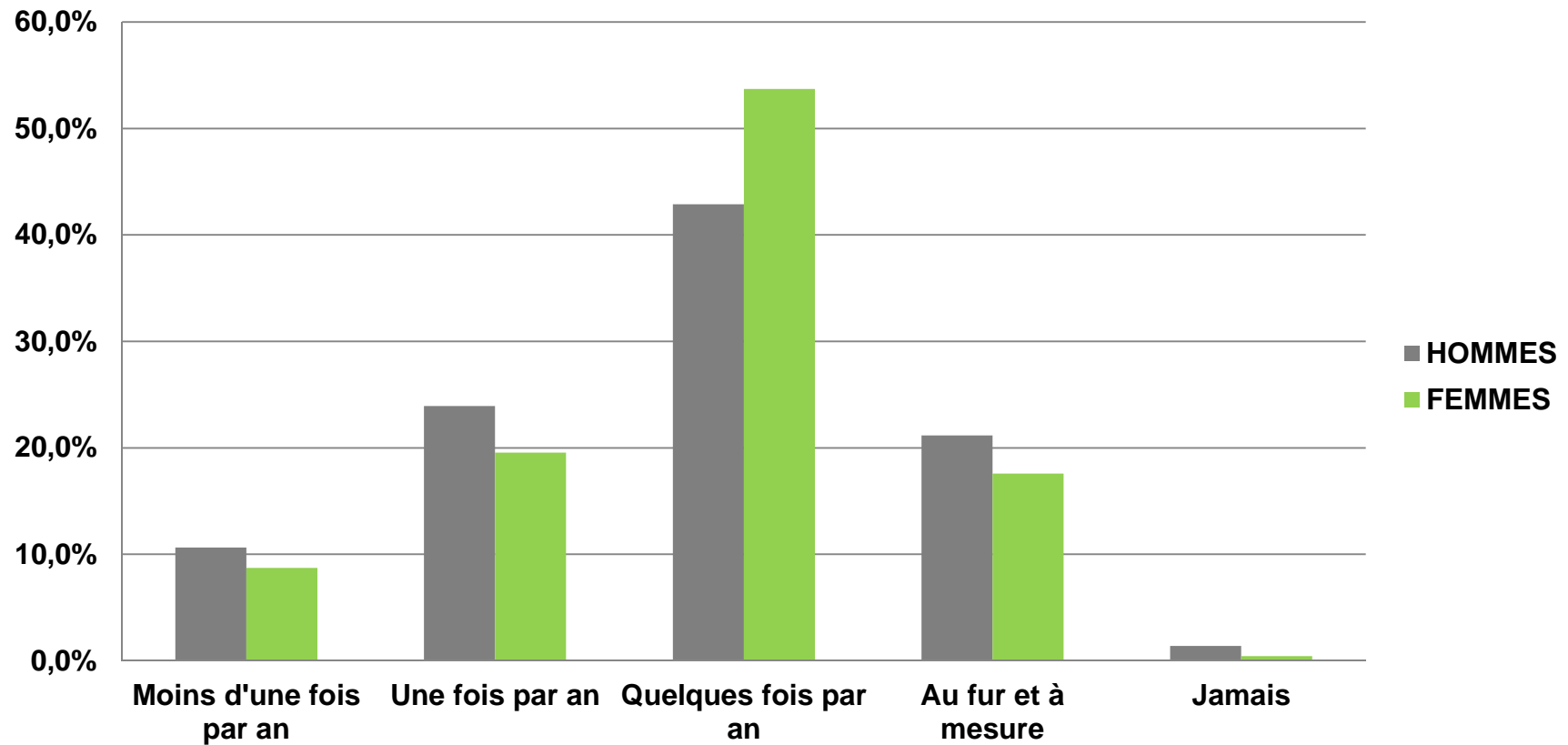
Où avez-vous acheté des articles de seconde main ?

(plusieurs réponses possibles)

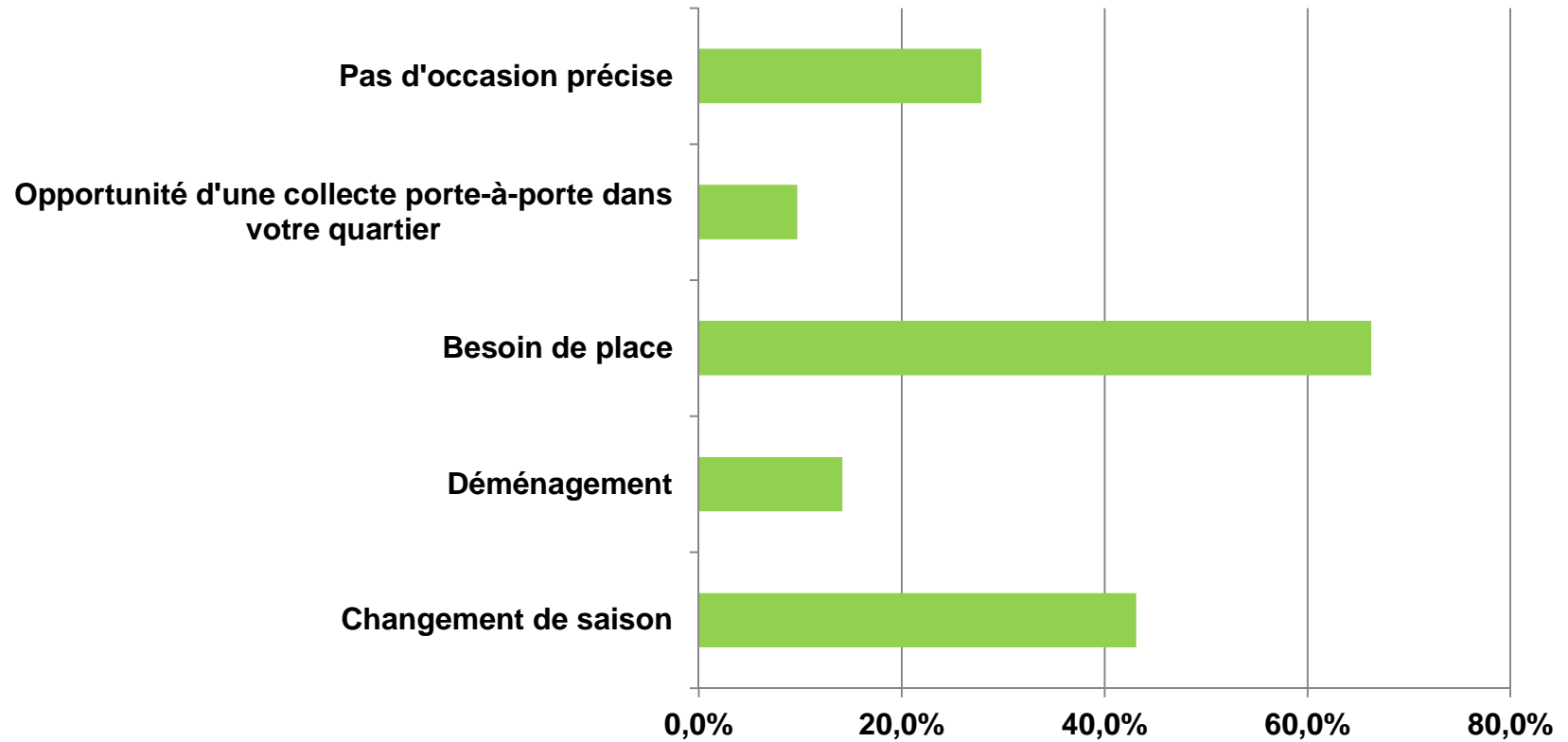


LE TRI DES VÊTEMENTS

À quelle fréquence triez-vous les vêtements, chaussures et linge de maison ?



Qu'est ce qui vous motive à faire du tri ?



Si une enseigne ou une marque proposait de récupérer vos vêtements, linge de maison et chaussures en magasins, participeriez-vous à l'opération ? (personnes ayant répondu oui)

HOMMES	FEMMES
80,2%	87,1%

LES MAGASINS MÉTHODOLOGIE

HIPPY MARKET ET KILIWATCH

LES AUTRES ENSEIGNES, ASSOCIATIONS,
STRUCTURES

MÉTHODOLOGIE

Interviews réalisées en octobre 2013 par
Bernadette Guénou

12 responsables de structures

Entretiens téléphoniques



HIPPY MARKET ET KILIWATCH

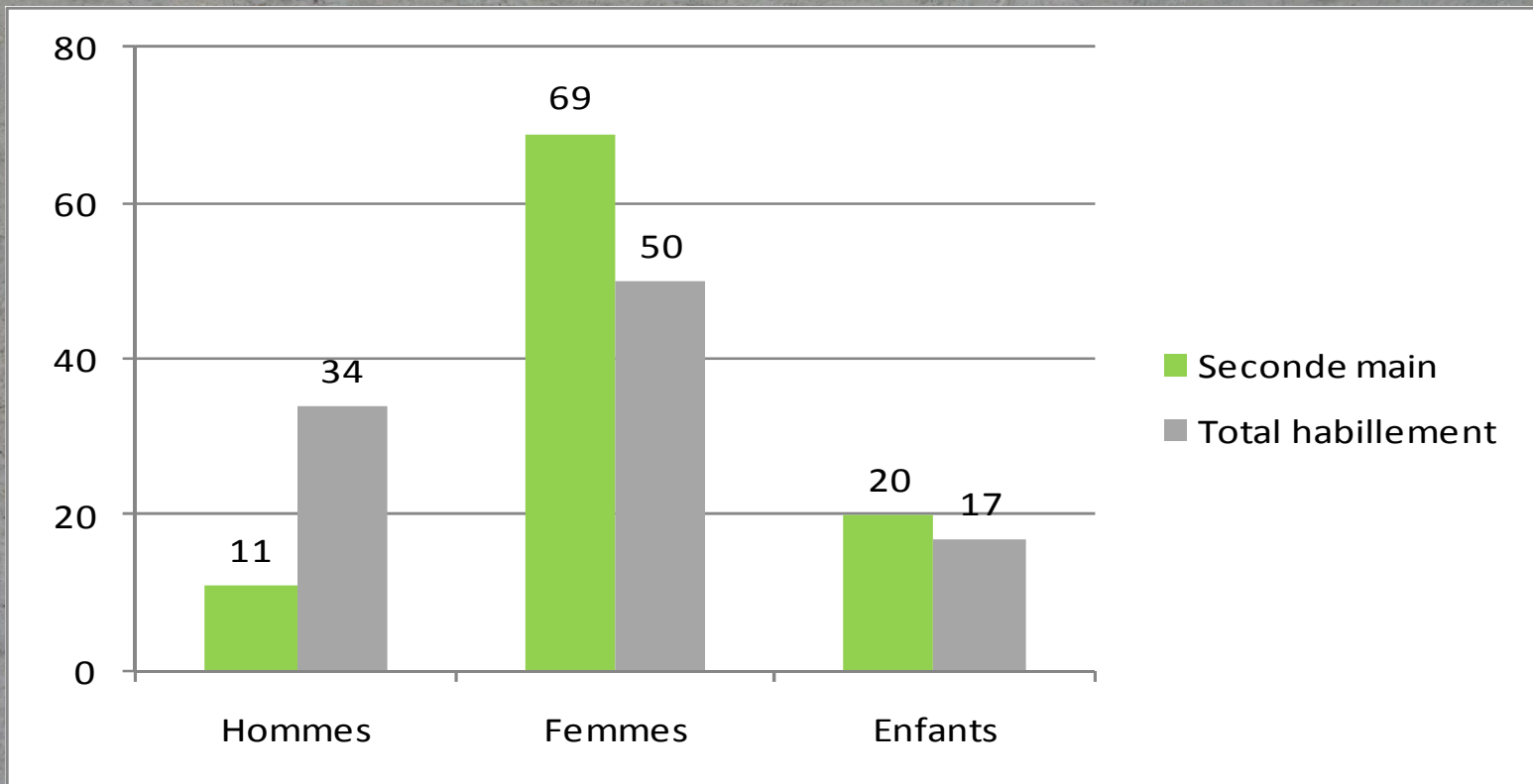
LES AUTRES ENSEIGNES, ASSOCIATIONS, STRUCTURES

Emmaüs
Croix Rouge
Associations d'insertion
(Tissons la solidarité)

**COLLECTE
TRI
VENTE
INSERTION**

Un circuit avant tout féminin

Estimation en % des ventes en valeur



Les femmes représentent environ 85 % de la clientèle

Les produits

Manquants :

Homme

Enfants

Grandes tailles

Mode

En excès :

Petites tailles

Bébés

Les forces et faiblesses

Opportunités :

Déguisements

Revente

Météo

Mode

Militantisme

Freins :

Budget

La seconde main

Un circuit comme les autres ?

Les consommateurs sont largement décomplexés face aux achats d'occasion et ont des exigences proches de celles qui concernent des circuits plus commerciaux.



MERCI DE VOTRE ATTENTION

INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE



IFM

www.ifm-paris.com

CONTACTS

Hélène FOURNEAU Responsable Enquêtes et Panels

Bernadette GUÉNOU Responsable des itw filière et de l'Annuaire IFM des enseignes

Judith BOUJENAH Assistante Chargée d'études