

# La mode d'après

## Portrait-robot de l'acheteur de mode premium à l'ère de la crise sanitaire

### QUI EST L'ACHETEUR DE MODE PREMIUM ?

Près d'**1 Français sur 4**  
A acheté un article  
de mode premium en 2020\*

La crise sanitaire a peu d'impact  
sur le comportement d'achat

Avant confinement      Après confinement

**26%**      **23%**

\*article supérieur à 150 €, hors chaussures et manteau



**38%** Appartiennent aux CSP +  
vs 27% CSP populaire

**32%** Vivent dans une agglomération  
> 100 000 habitants

**22%** Vivent en agglomération  
parisienne

**74%** Des acheteurs sont présents  
sur les réseaux sociaux

**32%** Suivent des marques premium  
et /ou influenceurs

**70%** Des abonnés à une marque ou un compte  
influencé reconnaissent être incités à acheter

### LA MODE D'APRÈS

#### La crise sanitaire change les modes de consommation

**87%** Des acheteurs affirment vouloir  
privilégier le "Made in France"

**81%** Entendent être plus vigilants  
sur les conditions de fabrication  
des produits

Le confinement a entraîné  
une baisse des **achats en magasin** :

**▼ 69%**

(- 8 points depuis janvier 2020)

Largement compensée  
par les **achats en ligne** :

**▲ 47%**

(+ 9 points depuis janvier 2020)



### LE PAIEMENT EN PLUSIEURS FOIS

Un moyen de paiement plébiscité  
par les acheteurs de mode  
premium

Alors que le principal frein à l'achat est financier

**47%** Des non acheteurs estiment  
ne pas avoir de budget à allouer  
à ce type d'articles

Le paiement en plusieurs fois suscite l'intérêt des acheteurs

**59%** Sont intéressés par le paiement en 3 ou 4 fois  
(72% chez les 25/34 ans)

**42%** Sont intéressés par le paiement en 10 fois

Même pour des montants assez faibles

**48%** Estiment que le paiement en plusieurs fois  
se justifie pour un article < 300 euros

**23%** Estiment que ce moyen de paiement  
serait intéressant pour un article < 150 euros



ET LE PAIEMENT  
S'ADAPTE À VOS CLIENTS

#### Méthodologie de l'enquête

Sondage OpinionWay pour Cofidis. Questionnaire administré en ligne auprès d'échantillons représentatifs de la population française âgés de 18 ans et plus ayant acheté au moins un article d'un montant supérieur à 150€ au cours de ces douze derniers mois – deux vagues : janvier 2020 (1005 individus) et juin 2020 (1004 individus), constituées avec la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.