



Étude OpinionWay-Clearpay
« Les Français & les achats de mode »
Septembre 2021





La méthodologie



La méthodologie



Echantillon de **1024 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans ou plus.



L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 28 au 29 juillet 2021**.

Pour les remercier de leur participation, les ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.

Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« **Étude OpinionWay-Clearpay** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans ou plus

Source : *INSEE, Bilan démographique 2015.*



| | Sexe | % |
|--|--------|-----|
| | Hommes | 48% |
| | Femmes | 52% |



| | Age | % |
|--|----------------|-----|
| | 18-24 ans | 10% |
| | 25-34 ans | 16% |
| | 35-49 ans | 25% |
| | 50-64 ans | 25% |
| | 65 ans et plus | 24% |



| | Région | % |
|--|---------------|-----|
| | Ile-de-France | 19% |
| | Nord ouest | 23% |
| | Nord est | 22% |
| | Sud ouest | 11% |
| | Sud est | 25% |



| | Activité professionnelle | % |
|--|---|------------|
| | Agriculteurs | 1% |
| | Catégories socioprofessionnelles supérieures | 26% |
| | Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise | 3% |
| | Professions libérales / Cadres | 9% |
| | Professions intermédiaires | 14% |
| | Catégories populaires | 30% |
| | Employés | 17% |
| | Ouvriers | 13% |
| | Inactifs | 43% |
| | Retraités | 26% |
| | Autres inactifs | 17% |



| | Taille d'agglomération | % |
|--|------------------------------|-----|
| | Une commune rurale | 24% |
| | De 2000 à 19 999 habitants | 17% |
| | De 20 000 à 99 999 habitants | 13% |
| | 100 000 habitants et plus | 30% |
| | Agglomération parisienne | 16% |





Les résultats

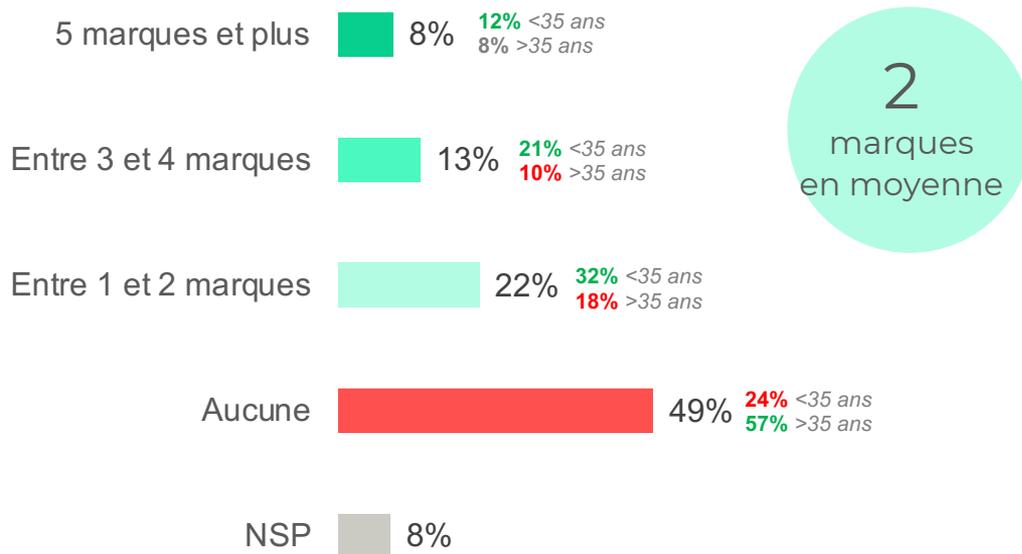




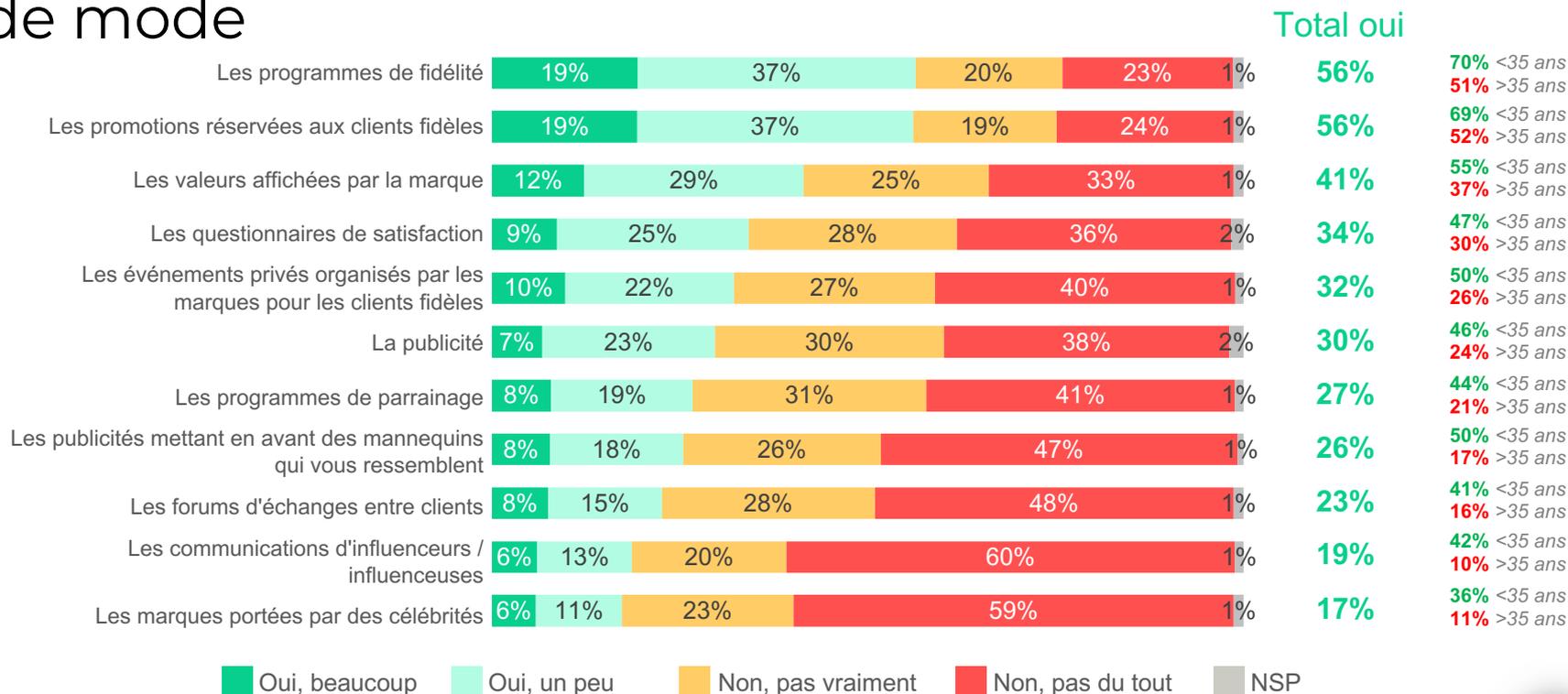
1. L'attachement à la marque



Le nombre de marques de mode auquel on est attaché



Les leviers de l'attachement aux marques de mode



QUESTION 2. Chacun des éléments suivants contribue-t-il ou non à votre attachement à une marque de mode ?

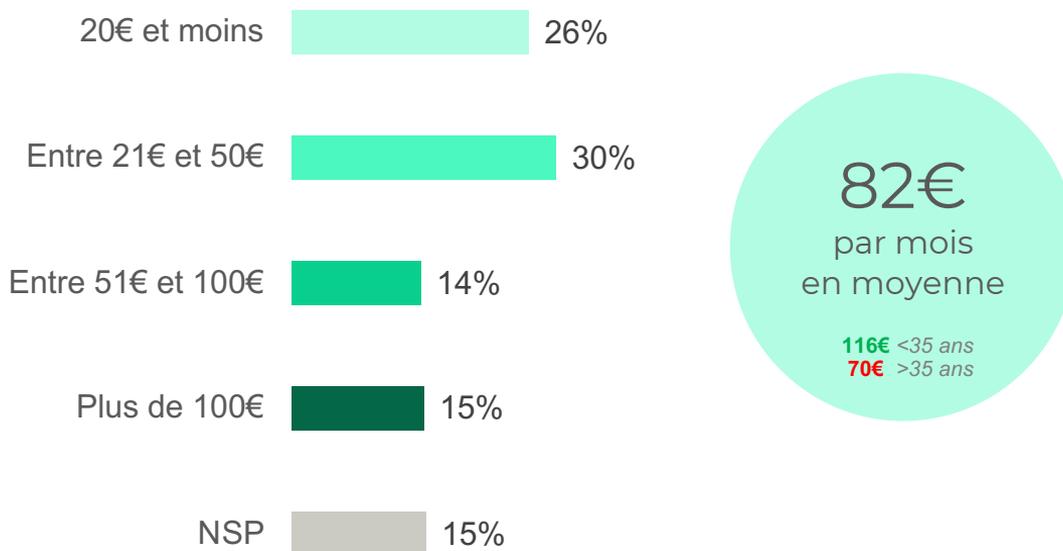




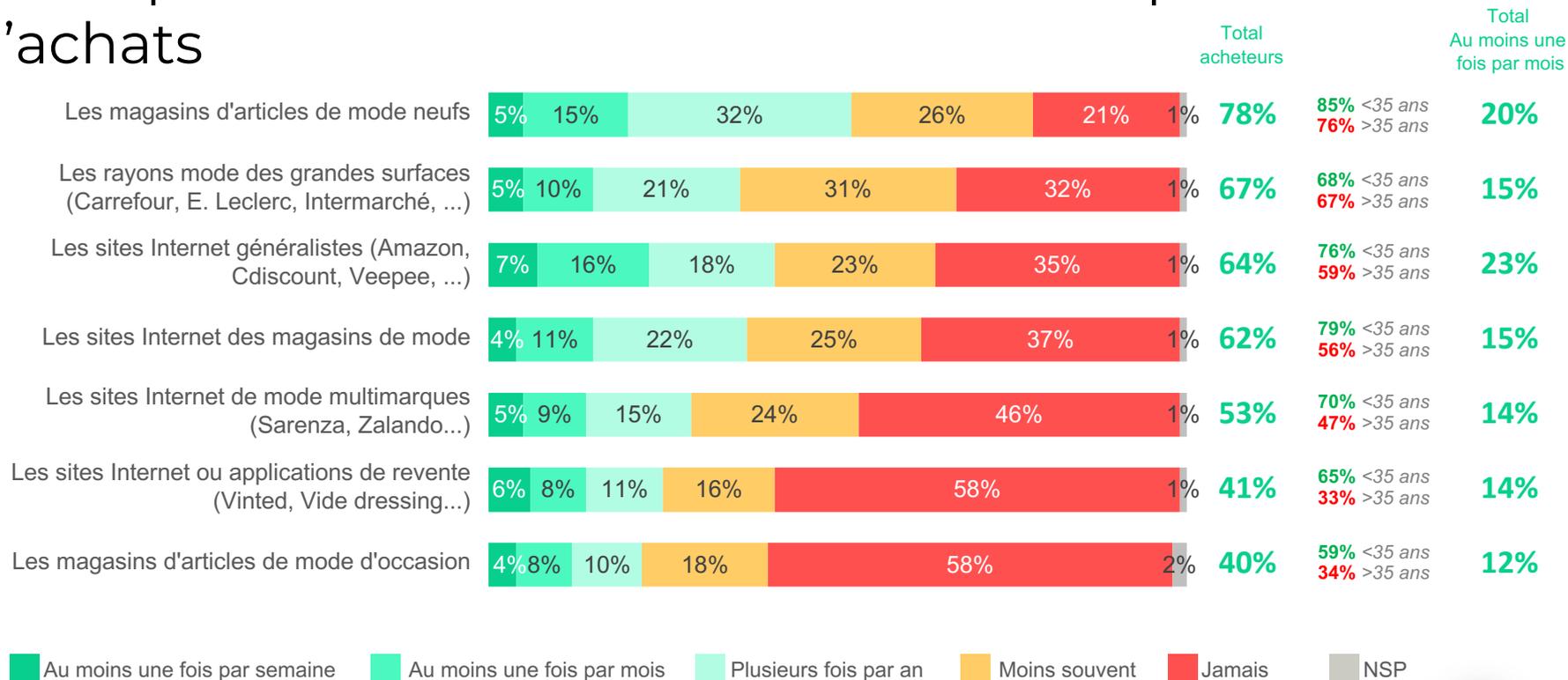
2. Les habitudes de consommation en matière de mode



Le budget mensuel consacré aux achats de mode



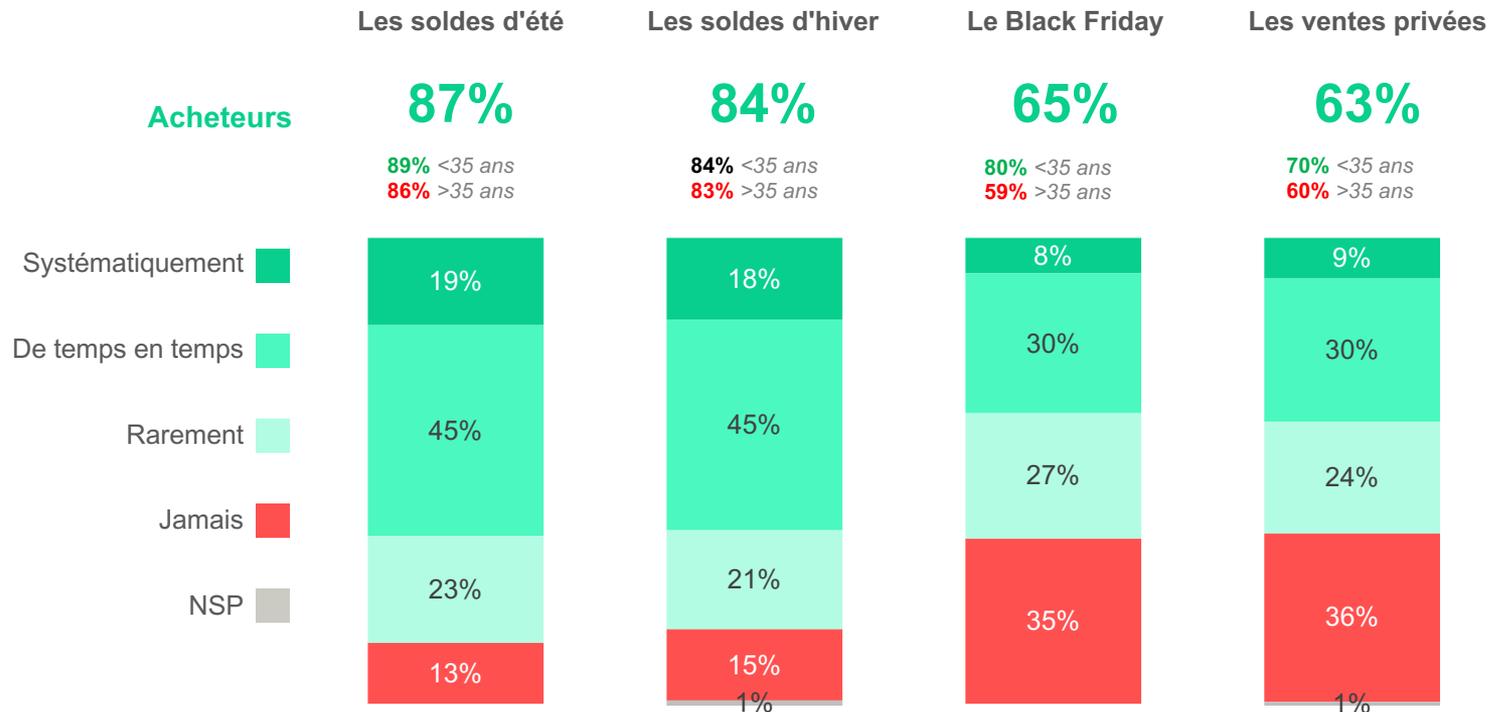
La fréquence d'achats d'articles de mode par lieux d'achats



QUESTION 4. A quelle fréquence achetez-vous des articles de mode dans chacun des lieux suivants ?



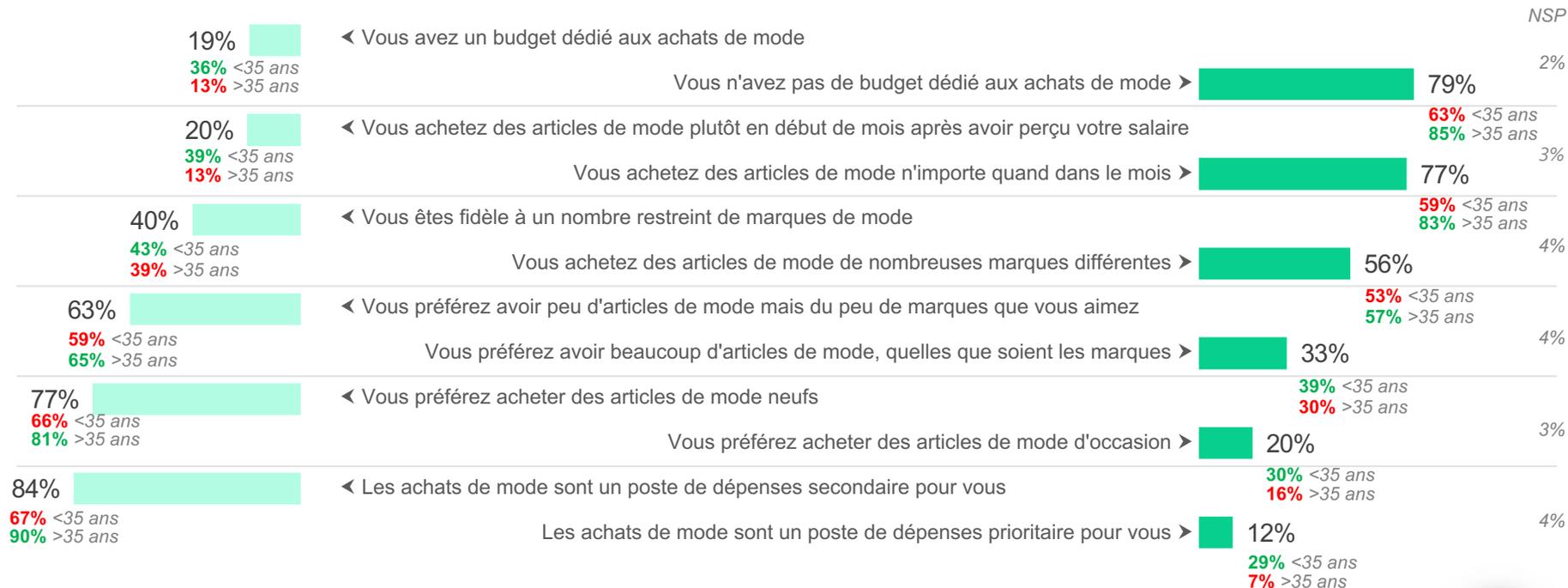
Les occasions d'achat d'articles de mode



QUESTION 5. Vous arrive-t-il d'acheter des articles de mode à chacune des occasions suivantes ?



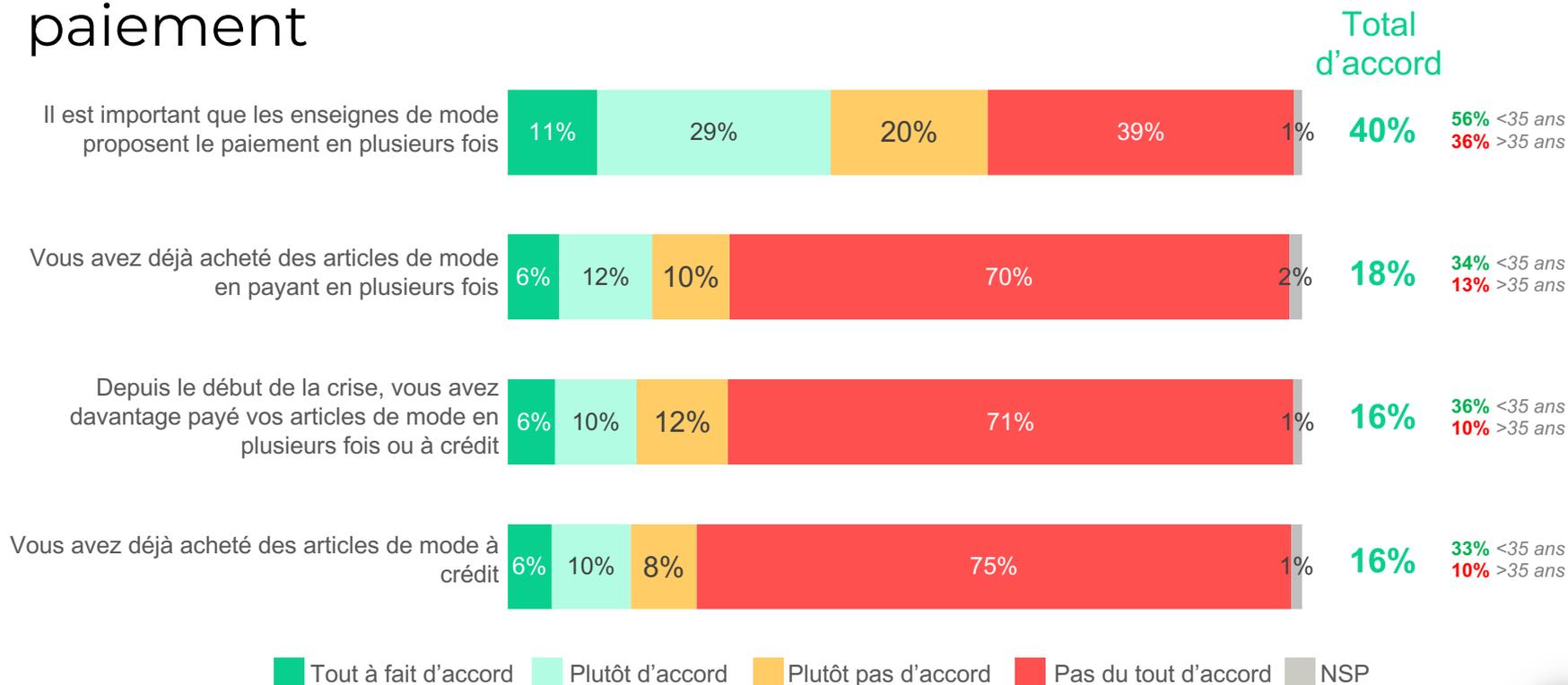
Les comportements d'achat



Question 6. Parmi les comportements suivants, quels sont ceux qui se rapprochent le plus du vôtre lorsque vous achetez des articles de mode ?



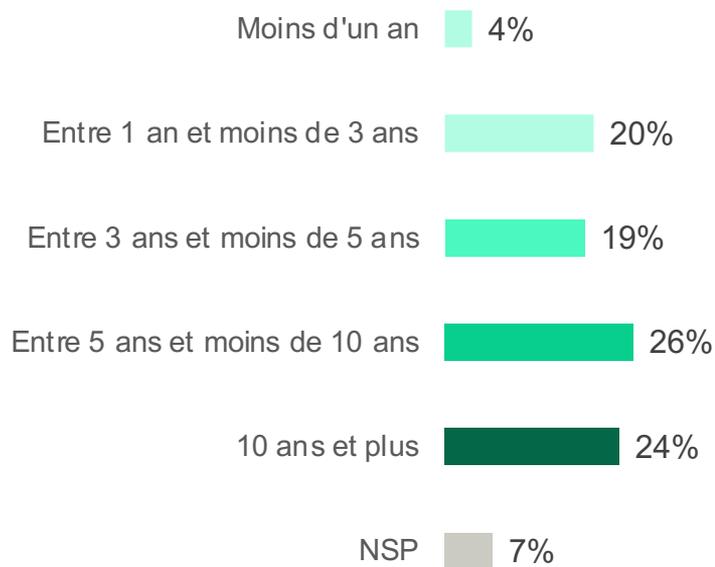
Les opinions relatives aux modes de paiement



QUESTION 7. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



La durée de conservation d'un article de mode

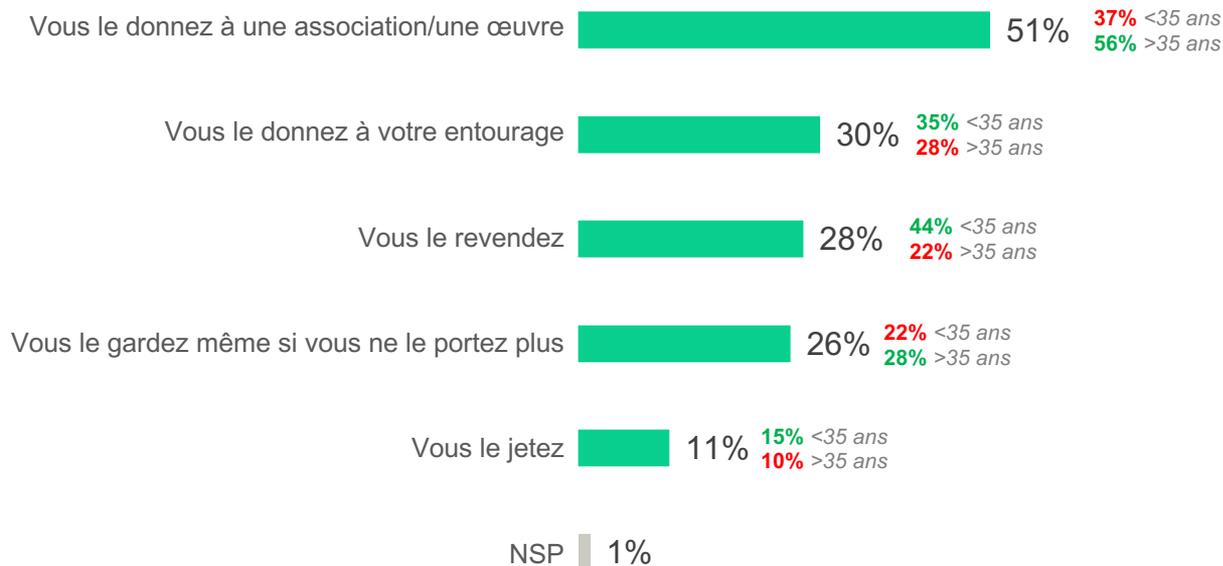


6 ans et
3 mois
en moyenne

<35 ans **4 ans et 5 mois**
>35 ans **6 ans et 10 mois**



Les façons de se débarrasser de ses articles de mode

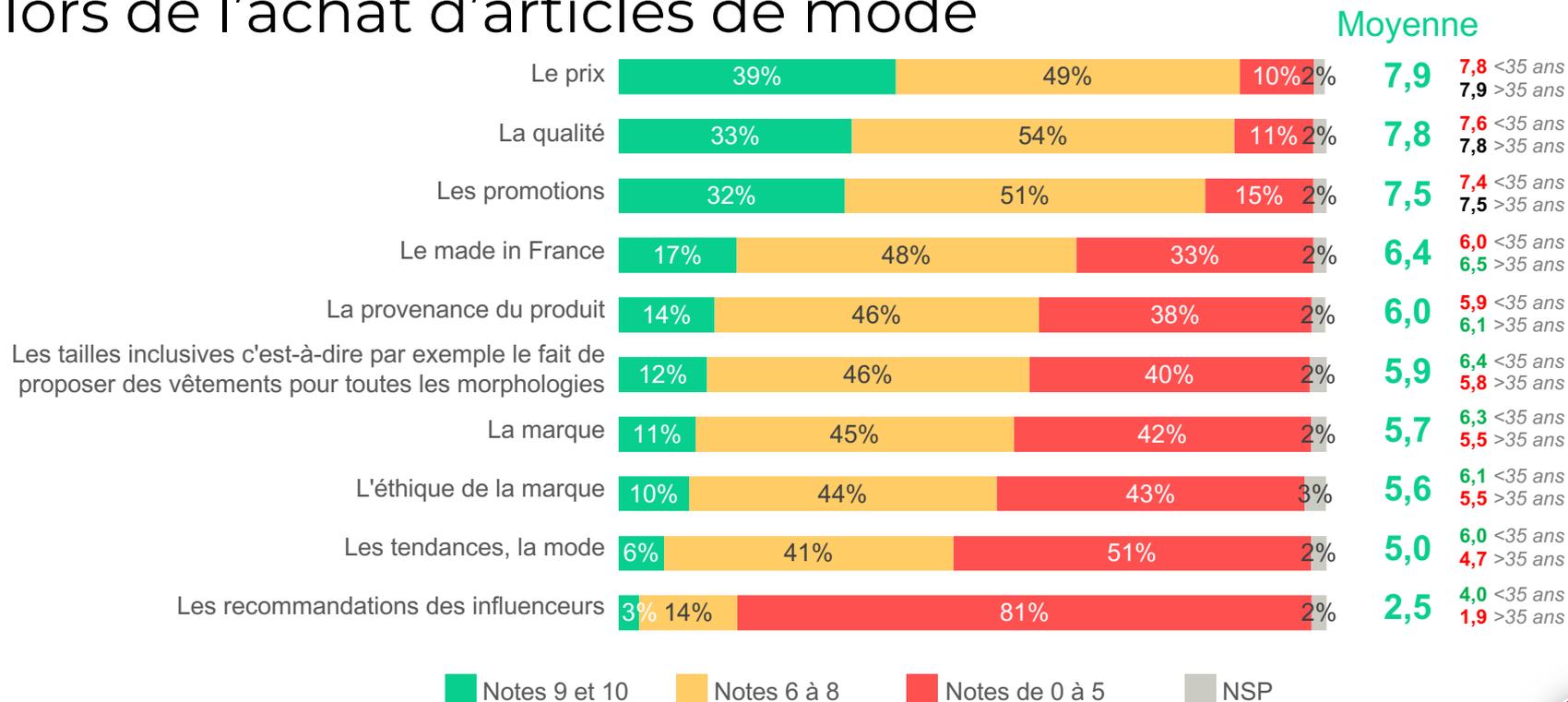




3. Les critères de choix d'articles de mode



Les informations les plus importantes lors de l'achat d'articles de mode

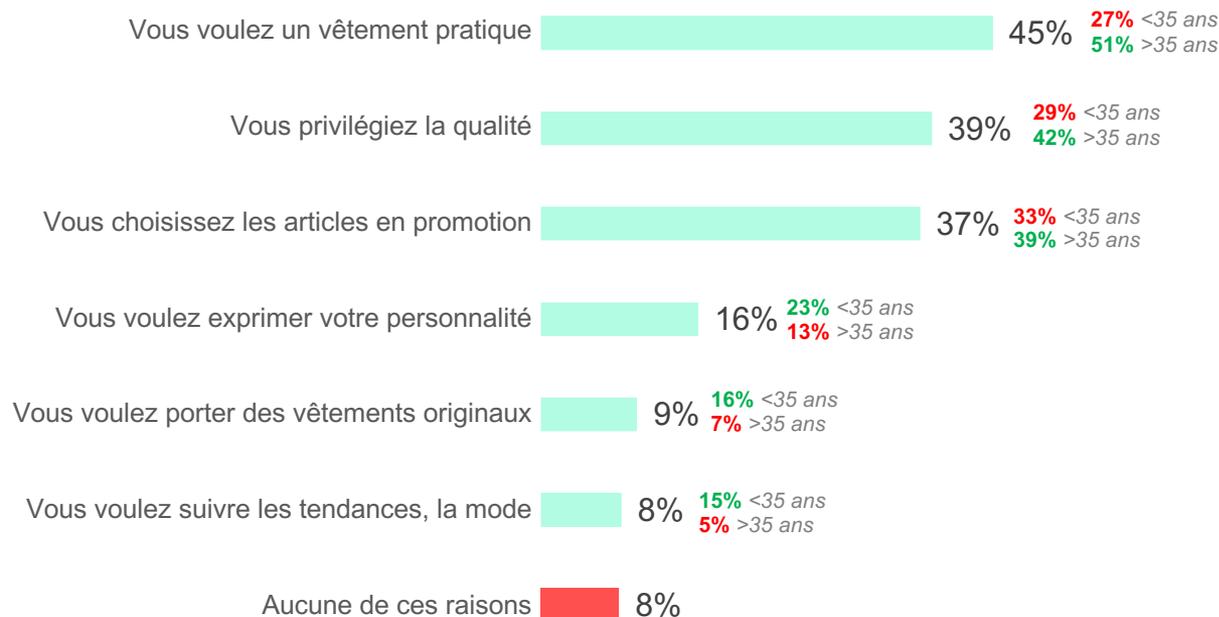


QUESTION 10. Sur une échelle de 0 à 10, quelle importance accordez-vous à chacune des informations suivantes lorsque vous achetez des articles de mode ?

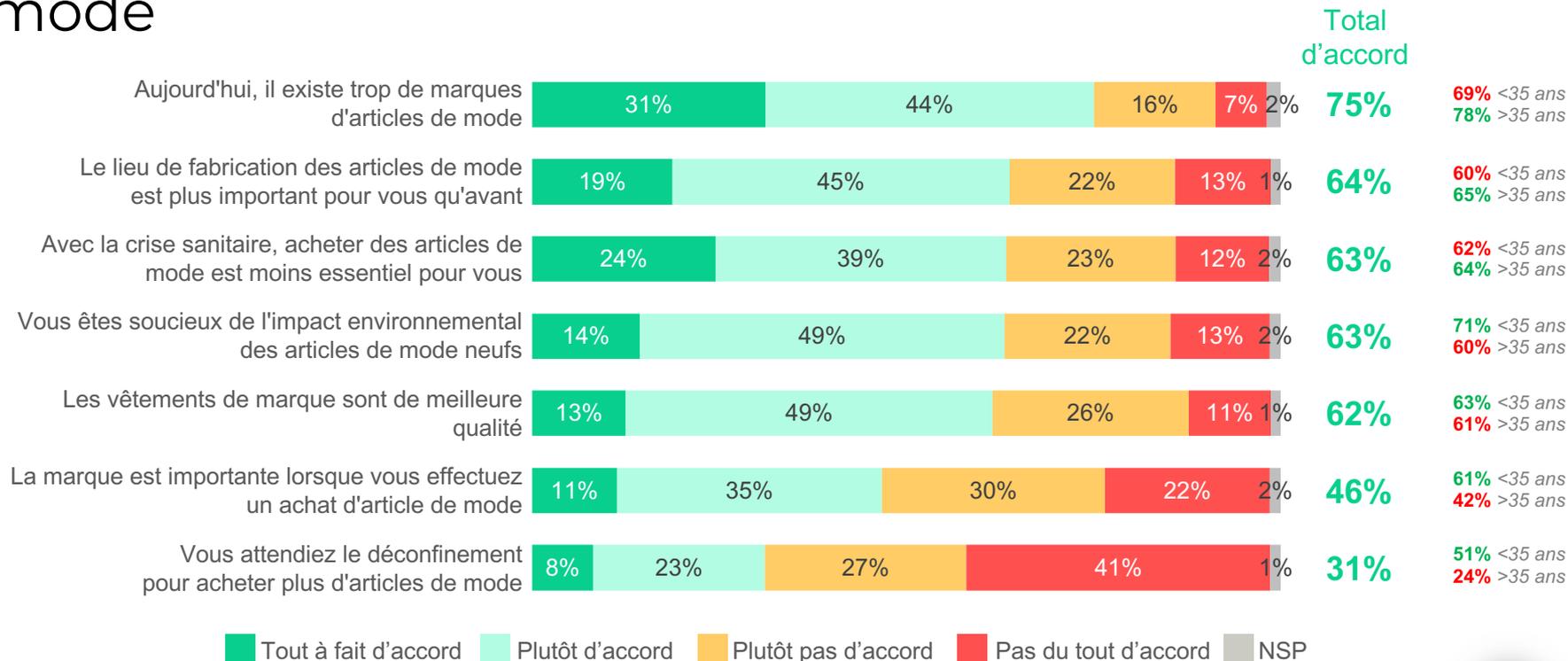
0 signifie que cela n'est pas du tout important, 10 que cela est très important. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.



Les critères de choix d'articles de mode



Les opinions relatives aux marques d'articles de mode



QUESTION 12. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



Contacts études



iloveretail.fr

Mike Hadjadj
Fondateur

94, rue Marius AUFAN
92300 Levallois-Perret

+33 6 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

www.iloveretail.fr

[@MikeHadjadj](https://www.instagram.com/MikeHadjadj)

OpinionWay

Frédéric Micheau
Directeur des études d'opinion

15, place de la République
75003 Paris

+33 1 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com

www.opinion-way.com

[@FMicheau](https://www.instagram.com/FMicheau)



Thank you!
clearpay 

Shop now. Pay later.
Always interest-free.

clearpay 