

MATCHESFASHION.COM

THE FASHION POINT OF VIEW

X



2ème vague de l'Indice IFM / MATCHESFASHION.COM

Premier baromètre du luxe en ligne en France

Ulric Jerome – CEO, MATCHESFASHION.COM
Franck Delpal – Responsable de programme, IFM

#MFxIFM

POURQUOI UN INDICE SUR LA CONSOMMATION DU LUXE EN LIGNE ?

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

- **Première vague, avril 2017 (1031 interviews)**
- **Deuxième vague, octobre 2017 (1030 interviews)**
- **Une sélection basée sur**
 - **L'achat de produits de luxe (en ligne ou non) au cours des 12 derniers mois**
 - **L'appartenance au top 5% en termes de revenus**
- **Un questionnaire auto-administré, en ligne**
- **Des quotas visant à éviter les biais et à coller à la réalité du marché**
 - **Femmes 58% / Hommes 42%**
 - **Équilibre par classe d'âge**

LES ENSEIGNEMENTS CLÉS

SIX MOIS APRÈS LA PREMIÈRE VAGUE

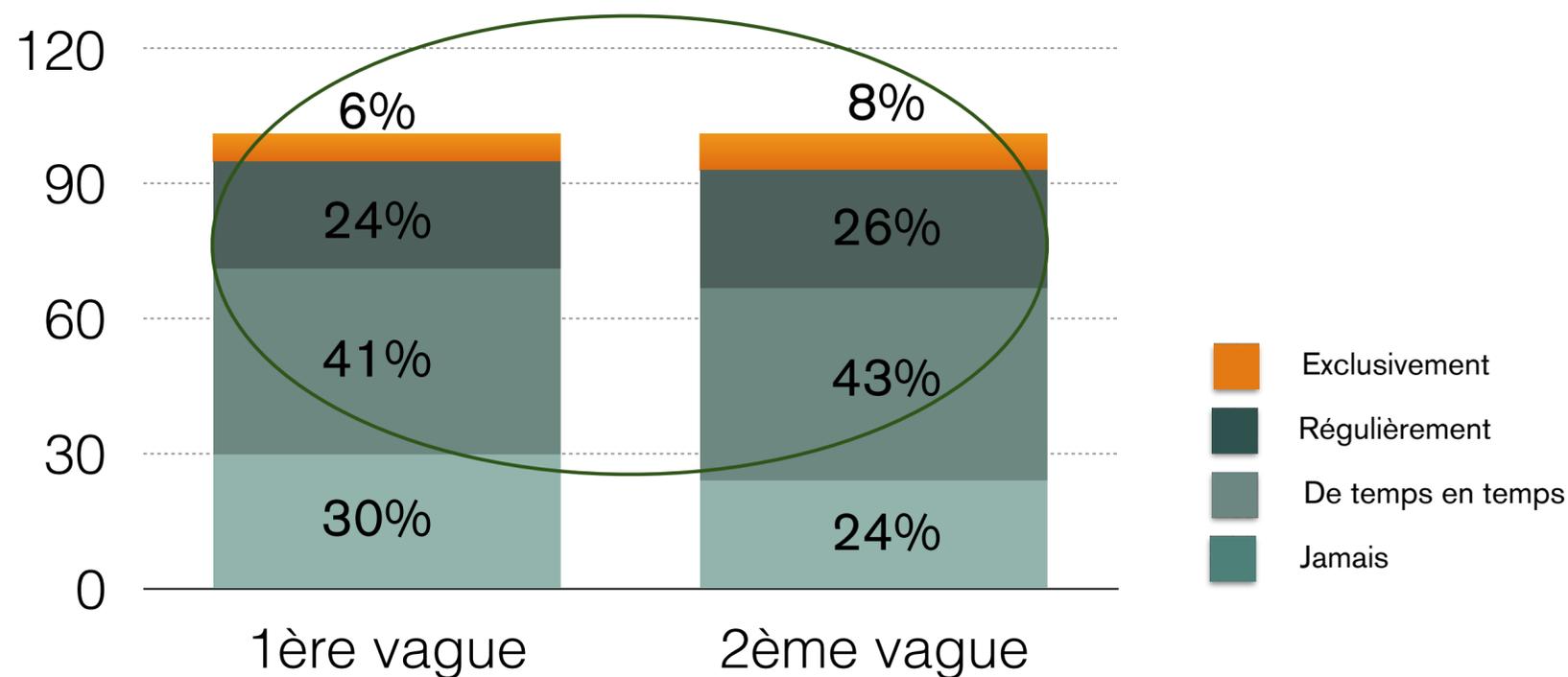
- L'achat en ligne par les clients français du luxe poursuit une évolution rapide
- Le web est de plus en plus sollicité en tant que source d'information par les clients français du luxe
- Les *Millenials* jouent un rôle majeur dans cette évolution en particulier via leur utilisation croissante du mobile
- En 6 mois le Online est à présent au même niveau que la boutique en tant que premier déclencheur d'achat

LA CONSOMMATION DU LUXE EN LIGNE ACCÉLÈRE

76% des clients du luxe ont acheté au moins une fois en ligne, ils étaient 70% il y a 6 mois. Plus d'un tiers de ces clients achètent régulièrement.

La croissance est multipliée par deux chez les *Millenials*, soit la population la plus connectée.

Achetez-vous des vêtements ou accessoires de luxe sur Internet ?

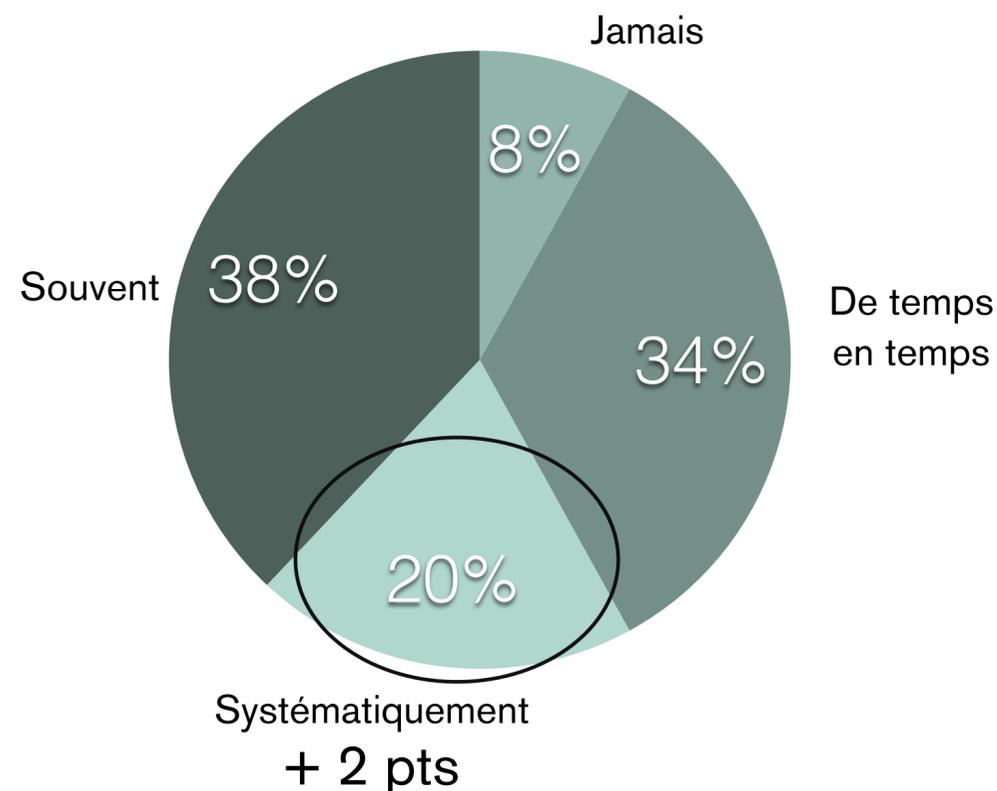


Catégorie	Somme "exclusivement" et régulièrement	Variation
Ensemble	34%	+ 4 pts
18-24 ans	49%	+8 pts
Cadres supérieurs	40%	+7 pts
Revenues > 60K€	39%	+6 pts

LE WEB JOUE UN RÔLE CROISSANT DANS LA PHASE D'INSPIRATION ET D'INFORMATION

9 acheteurs sur 10 utilisent le web pour préparer leurs achats

Préparez-vous vos achats en visitant des sites Internet de marques, de distributeurs?



Tous les supports connaissent une croissance forte. La croissance est plus prononcée sur le web

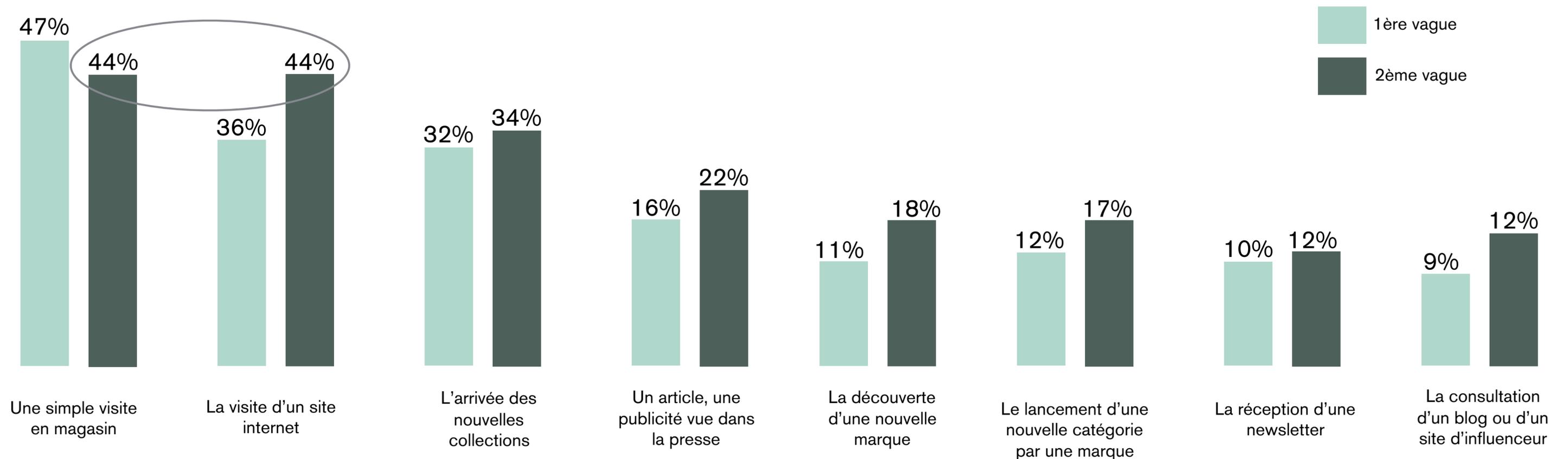
Quelles sont vos principales sources d'information et d'inspiration concernant la mode et le luxe?

	1ère vague	2ème vague
Visite en boutiques	61%	68%
Sites Internet des marques	41%	47%
Press, magazines	38%	39%
Publicité	23%	26%
Sites multimarques	22%	29%
Proches, entourage	17%	22%
Réseaux sociaux	16%	24%
Blogs, sites influenceurs	14%	16%
Célébrités	11%	16%

EN SIX MOIS, LE ONLINE A REJOINT LA BOUTIQUE COMME PREMIER DÉCLENCHEUR D'ACHAT

Signe de l'explosion du multicanal, les clients sont autant influencés dans leur processus d'achat par la visite d'un site internet que d'une boutique.

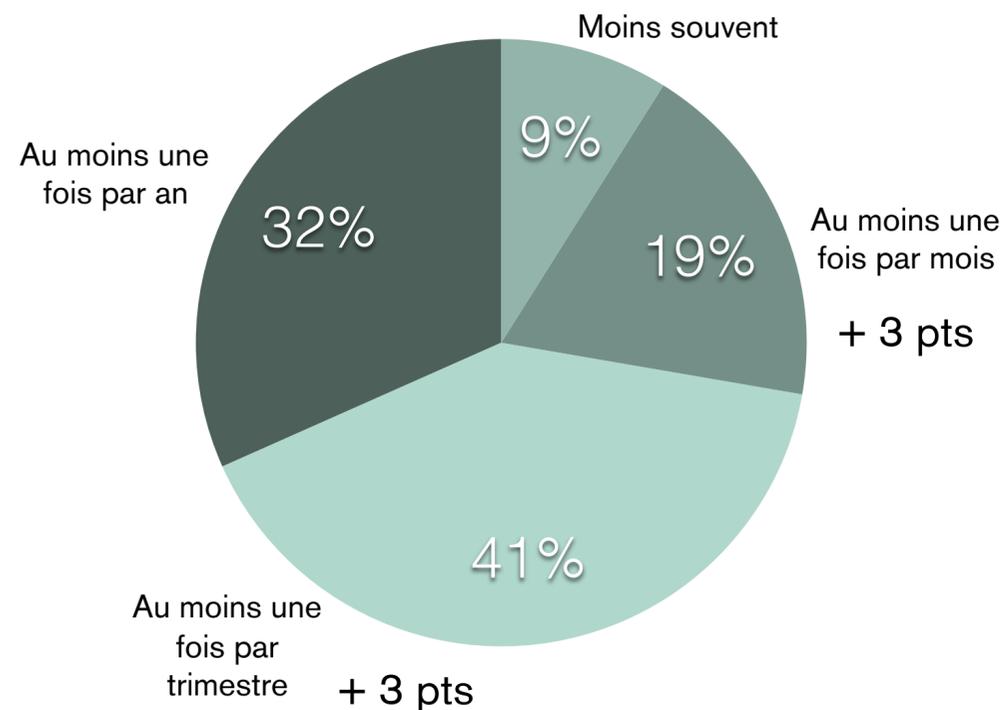
Qu'est ce qui pour vous déclenche un achat de produits de luxe?



UNE HAUSSE SENSIBLE DE LA FRÉQUENCE D'ACHAT

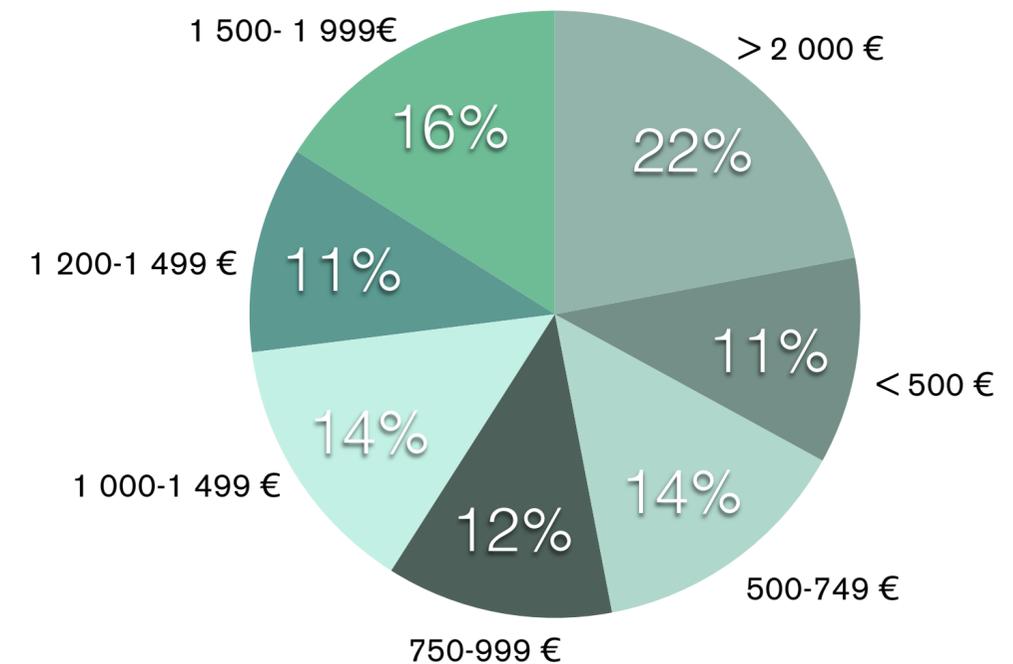
9 clients sur 10 achètent au moins une fois par an des produits de luxe en ligne

A quelle fréquence achetez-vous des vêtements ou accessoires de luxe sur Internet?



1 client sur 5 consomme déjà plus de 2000€ de produits de luxe en ligne par an.

Budget annuel en produits de luxe en ligne

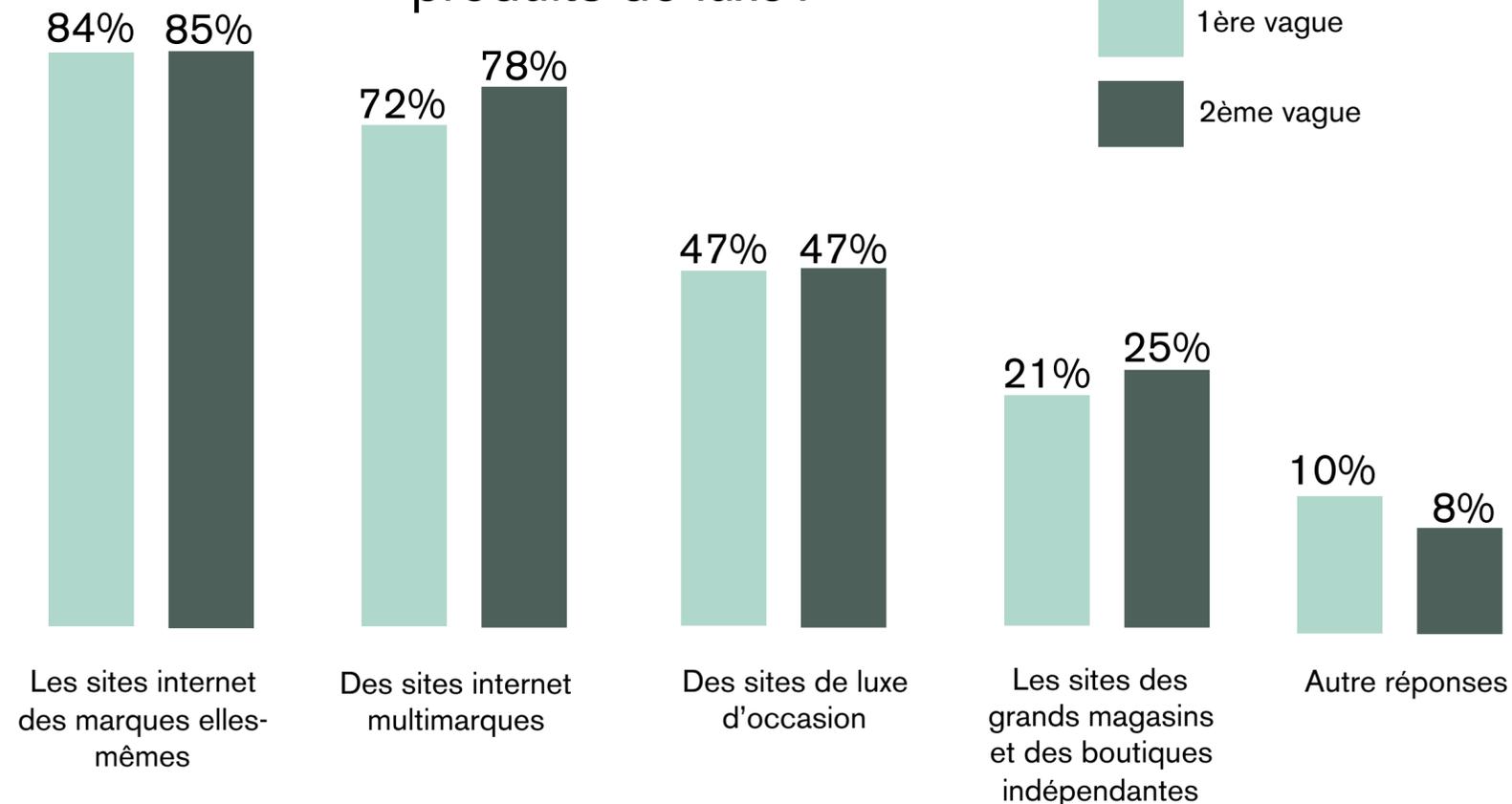


UNE FORTE POUSSÉE DES SITES MULTIMARQUES PORTÉS PAR LA GRANDE VARIÉTÉ DE CHOIX

Croissance de 6 points des sites multimarques face à une stagnation des autres types de sites

75% des clients choisissent un site en raison du choix des produits et des marques disponibles.

Sur quel type de site Internet achetez-vous des produits de luxe?

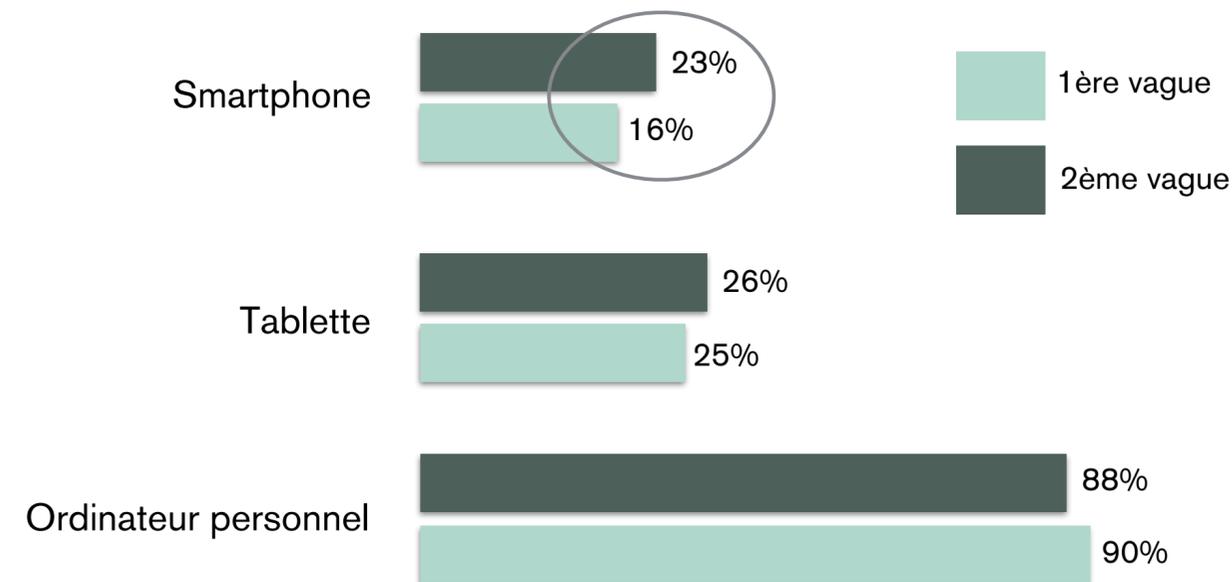


Raison de l'achat en ligne	2ème vague	Rang 1ère vague
Choix des marques	75%	1
Livraison & après-vente	47%	2
Informations produits	43%	3
Ergonomie	36%	4
Editorial	35%	5
Retour produits	33%	6
Conseils d'utilisation	14%	7

L'USAGE DU SMARTPHONE EN PLEIN BOOM

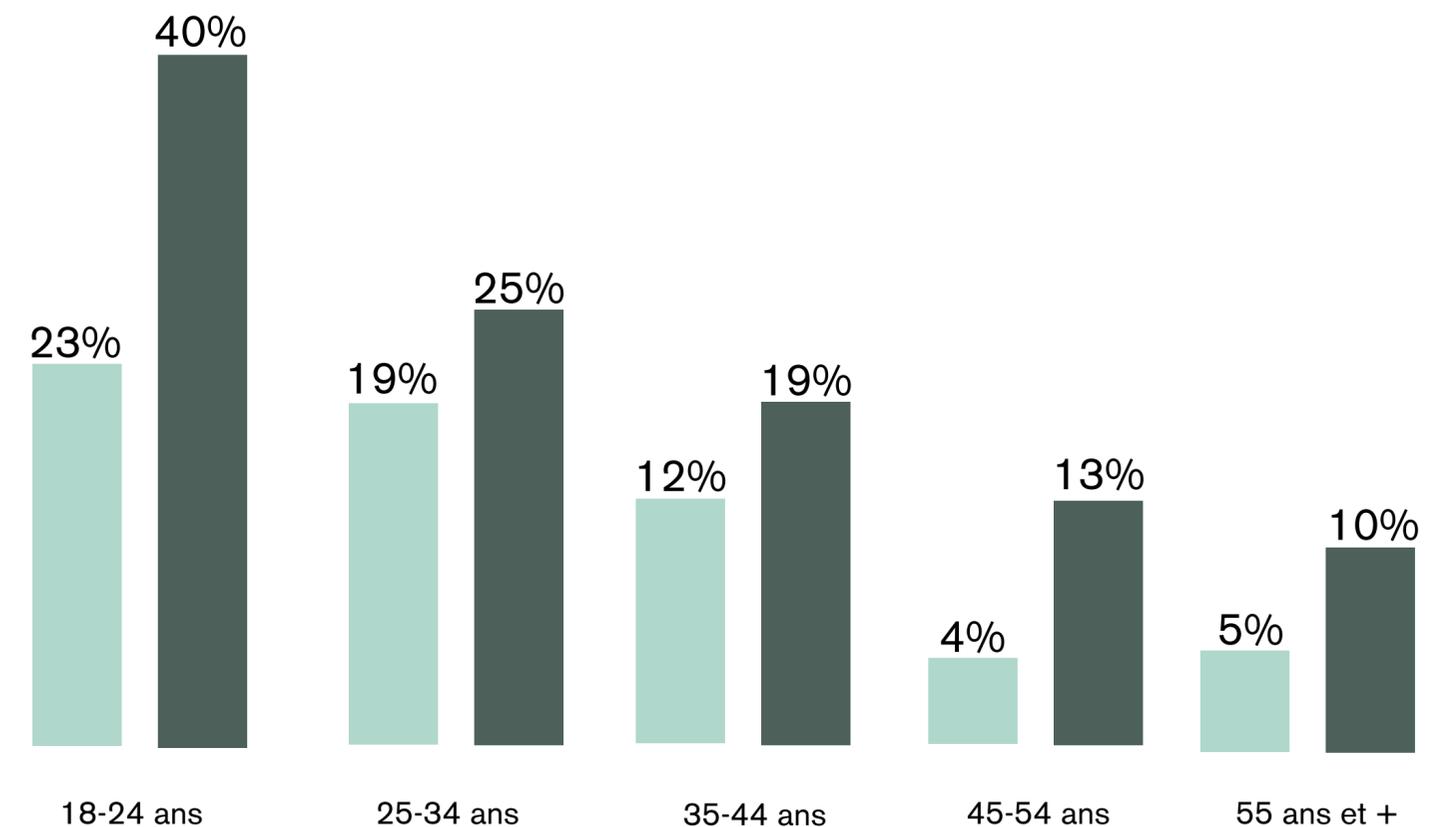
Près d'un quart des clients du luxe achète désormais sur mobile

Lorsque vous achetez des vêtements ou accessoires de luxe en ligne, vous utilisez...



Le taux de pénétration du mobile chez les *Millennials* a quasiment doublé en 6 mois.

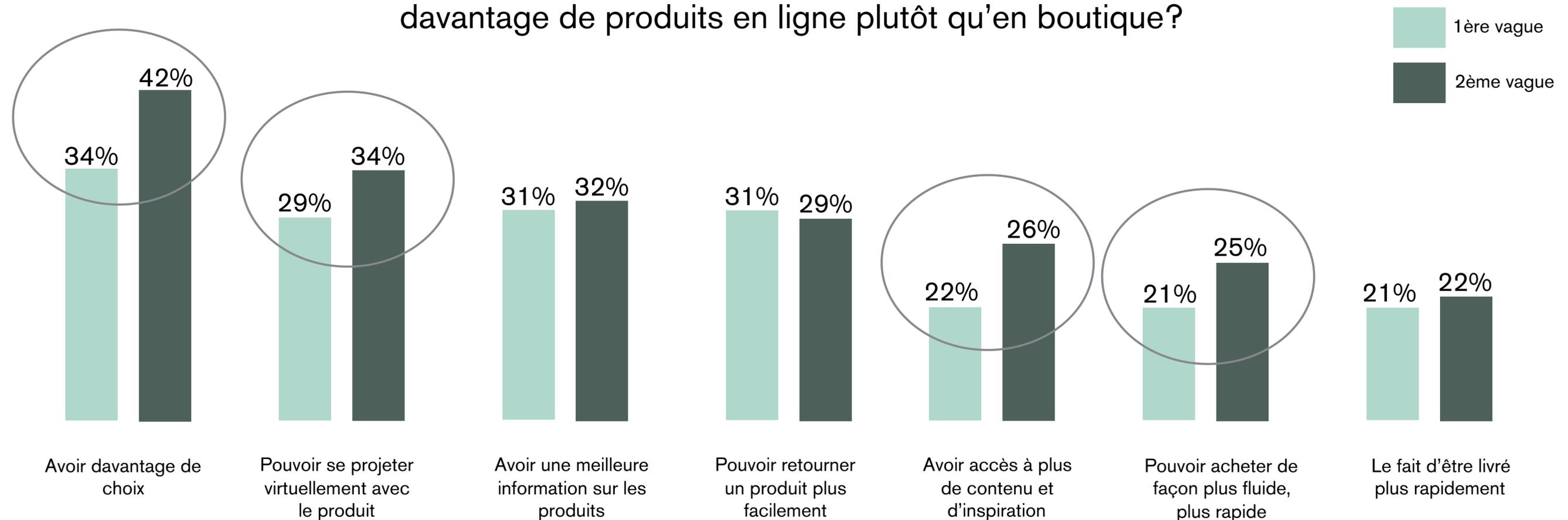
Pourcentages d'acheteurs sur mobile



SÉLECTION ET EXPÉRIENCE : LES CLÉS DE LA RÉUSSITE DES E-COMMERÇANTS

Les acheteurs considèrent de plus en plus l'expérience et les nouveautés comme les éléments susceptibles de leur faire préférer l'achat en ligne.

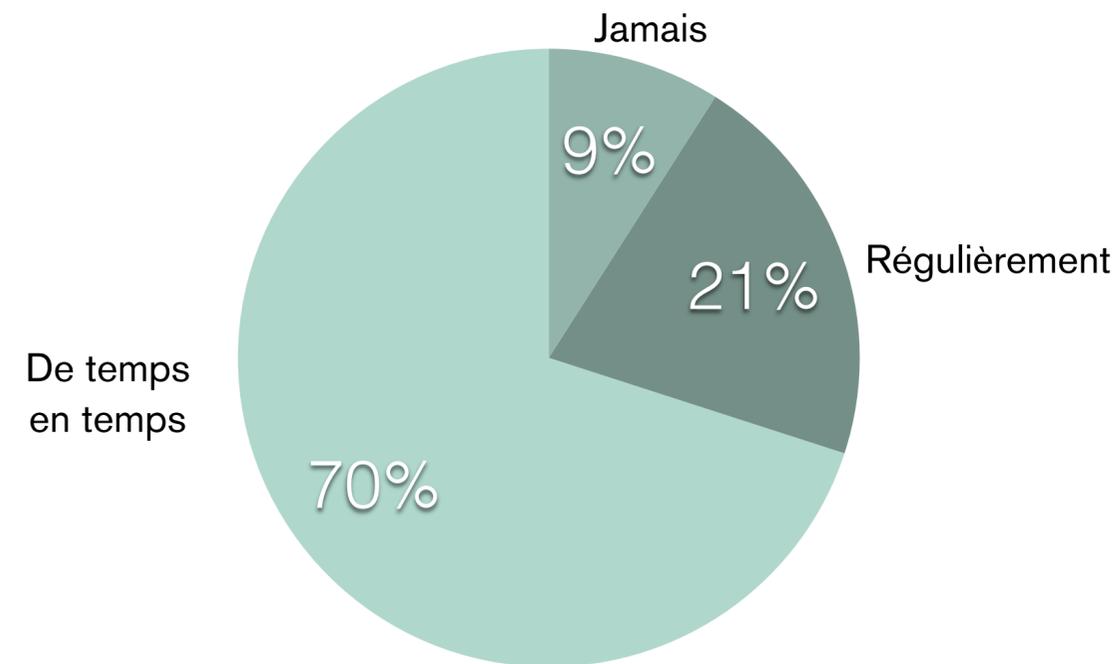
À budget constant, qu'est ce qui pourrait faire que vous achetiez davantage de produits en ligne plutôt qu'en boutique?



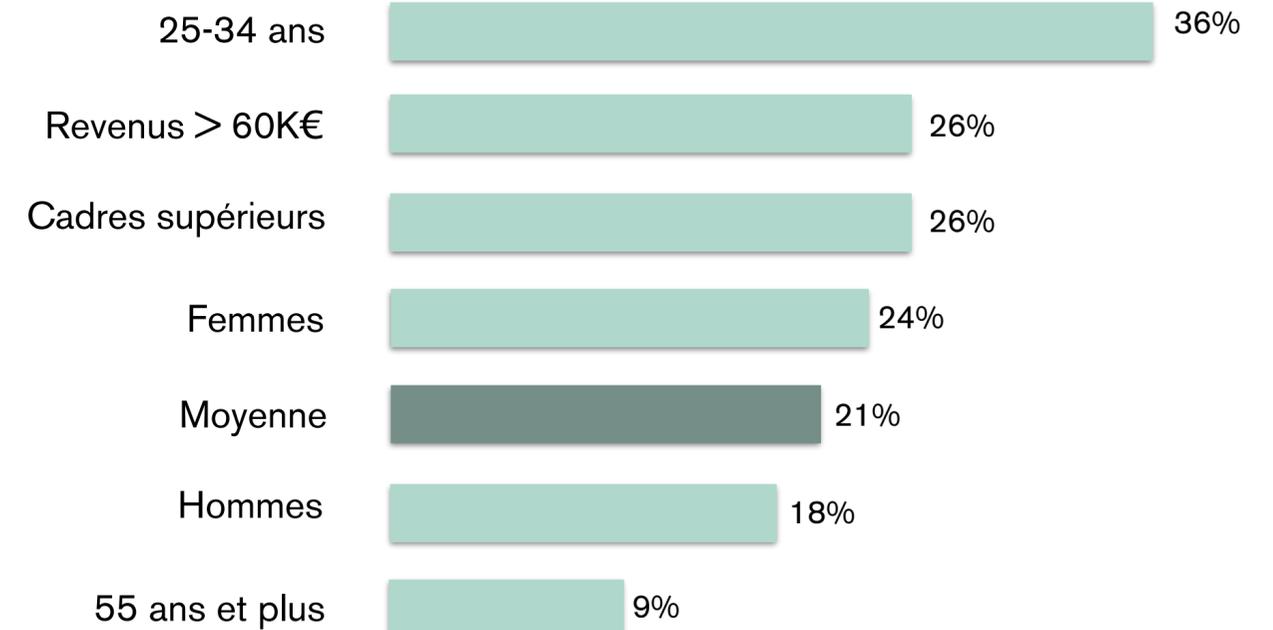
L'ACHAT POUR OFFRIR CONCERNE LA PLUPART DES CLIENTS

1 acheteur sur 5 déclare acheter régulièrement pour ses proches

Vous arrive-t-il également d'acheter des vêtements et accessoires de luxe pour vos proches, votre famille?

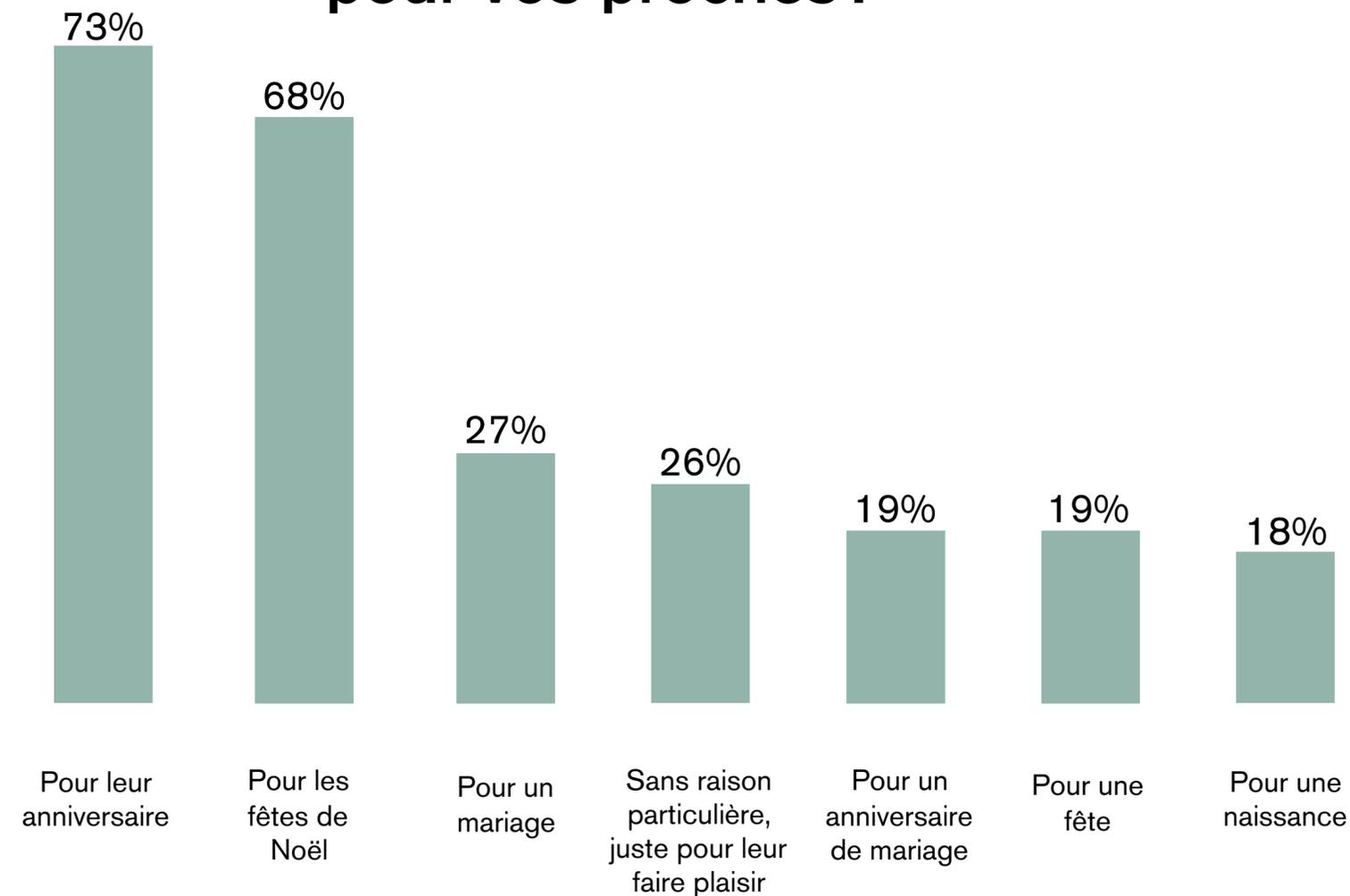


De ceux qui offrent régulièrement, % "Régulièrement"



FÊTES DE NOËL ET ANNIVERSAIRE SONT LES PRINCIPALES OCCASIONS D'ACHAT DE LUXE

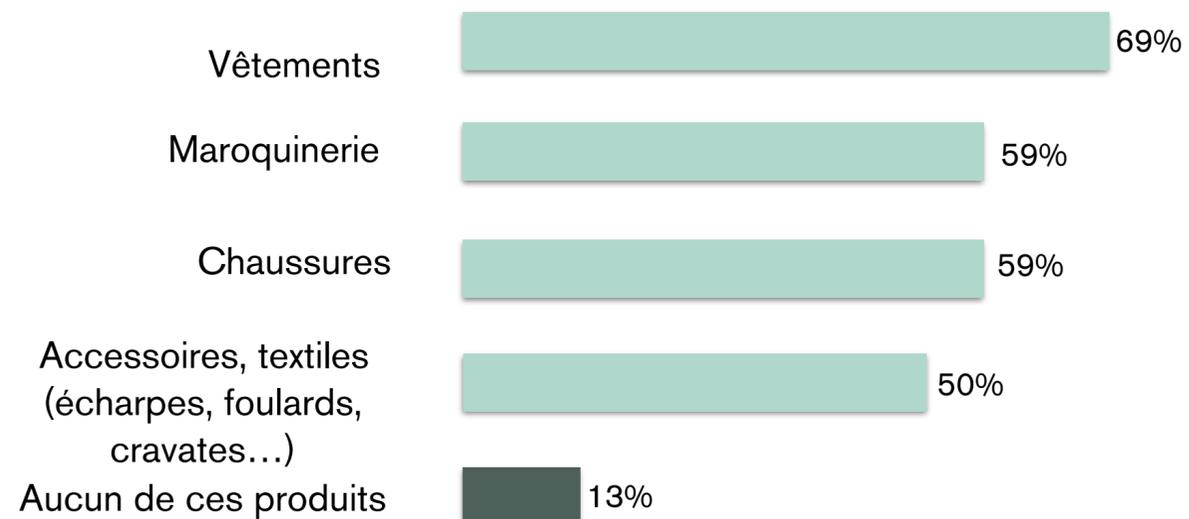
A quel(s) type(s) d'occasion vous arrive-t-il de faire ce type d'achat pour vos proches?



9 CLIENTS SUR 10 ACHÈTERONT AU MOINS UN PRODUIT DE LUXE POUR LES FÊTES

Vêtements, maroquinerie et chaussures seront sous le sapin cette année.

Parmi les catégories de produits suivantes, lesquelles pensez-vous acheter à l'occasion des fêtes de fin d'année?



Produits (nb de citations)	
Vêtements	Robe (107) Manteau (75)
Maroquinerie	Sac à main (101)
Chaussures	Bottes, bottines, boots (98), escarpins (79)
Accessoires textiles	Foulard (116), écharpes (111)

PROCHAINE ÉTAPE

MERCI DE VOTRE ATTENTION

MATCHES FASHION.COM

THE FASHION POINT OF VIEW

X



#MFxIFM

@MATCHESFASHION

@MATCHES_MAN