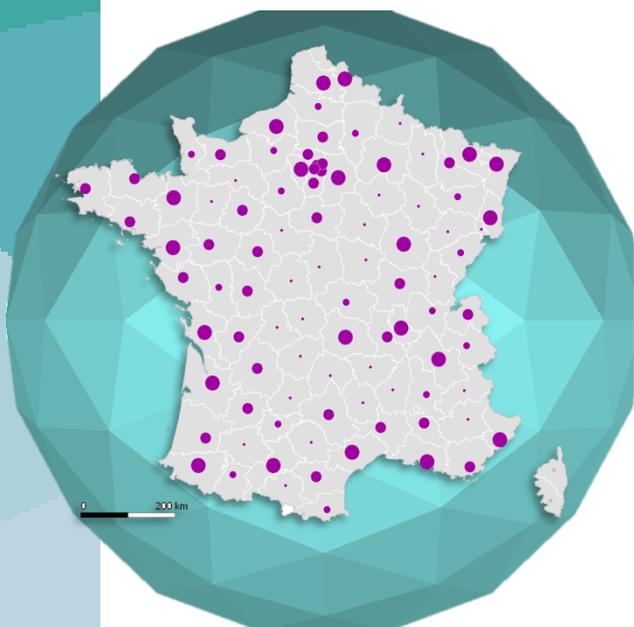
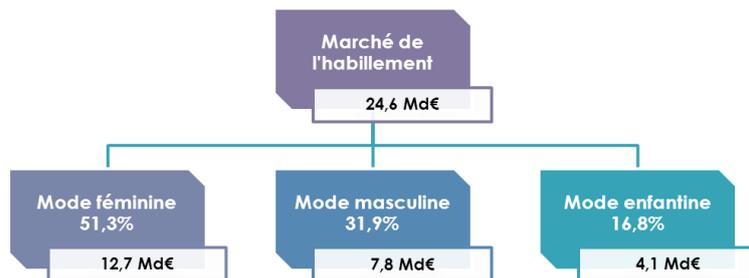


LE MARCHÉ DU PRÊT-A-PORTER



Où se trouvent les principaux réseaux en France ?



Chiffres clés

28,3 milliards d'euros de dépenses en habillement en 2013

Le PAP féminin a reculé de 0,7% en 1 an

Les françaises ont un budget moyen de 392€

Les ventes par internet pèsent **13% des ventes**, soit 4 Mds d'€

Elles ont progressé de **10% en 1 an**

En bref

Le secteur du prêt-à-porter a largement été investi par les réseaux organisés, qui réalisent à eux seuls environ la moitié du chiffre d'affaires global de la branche.

Chahutés par la crise, et en concurrence avec les entreprises indépendantes de commerce d'habillement, les grandes surfaces alimentaires, les grands commerces généralistes mais aussi de plus en plus par la vente par correspondance et le e-commerce, les points de vente en réseaux doivent redoubler d'innovation et de réactivité pour poursuivre leur développement.

Face au départ à la retraite de nombreux dirigeants de commerces indépendants et la sortie progressive de la crise, les réseaux organisés vont conforter leurs mains mises sur le marché. Seuls les réseaux les plus innovants et qui auront les disponibilités financières disponibles pourront profiter de la situation et s'imposer sur le marché.

Quelques acteurs du marché



Huit grands circuits de distribution se partagent les parts de marché du prêt-à-porter : les chaînes spécialisées (H&M, Zara), les magasins indépendants, les grandes chaînes de diffusion (La Halle, Kiabi), les grandes surfaces alimentaires, les magasins de sport (Go Sport, Décathlon), ainsi que la vente à distance, les grands magasins et les magasins "populaires" (Monoprix).