PV DENIM

Infographie étude Première Vision x Institut Français de la mode
Novembre 2022

LE JEAN :

LES CRITÈRES DE FABRICATION D'UN PRODUIT DE MODE QUI METTENT EN LUMIÈRE LES DÉFIS DE L'ÉCO-RESPONSABILITÉ DE L'INDUSTRIE TEXTILE.

Pièce emblématique de la mode selon les consommateurs, **le jean reste un élément essentiel de nos garde-robes**. À la fois confortable avec un prix accessible, il est **consommé par tous les plus grands pays**.

Face au réveil écologique et aux voix qui s'élèvent dans le monde entier pour trouver des solutions de développement durable qui tiennent compte des défis mondiaux pour l'homme et la planète, **l'industrie de la mode doit se réinventer avec des modes de productions plus vertueux.**

Si ce produit largement consommé devait faire face aux enjeux d'éco-responsabilité du secteur, selon quels critères faudrait-il penser sa fabrication ?

Grâce à une étude menée en avril dernier, Première Vision s'est intéressé à ce produit iconique à l'occasion des **15 ans du salon Denim Première Vision**, qui se déroulera à Milan les **23 & 24 novembre prochains**.

Une étude menée dans le cadre de la chaire lancée par **Première Vision avec l'Institut Français de la mode qui s'est penchée sur des comportements d'achat et les critères d'éco-responsabilité des produits mode** pour les consommateurs européens & américains. Elle a été réalisée en avril 2022 en France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni et aux États-Unis, sur un échantillon de 6 000 personnes (1 200 répondants par pays) représentatif de la population de chacun des pays, âgée de 18 ans et plus.

LE JEAN, UN ACHAT QUI SÉDUIT LES CONSOMMATEURS DEPUIS DES DÉCENNIES

Un produit emblématique sur le podium de la scène mode, notamment aux États-Unis, Grande Bretagne et Allemagne

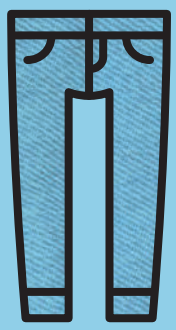
Évolution de la consommation (en dollars) du jean dans les pays mondiaux*

Avant la crise sanitaire (de 2016 à 2019)

- ÉTATS-UNIS : **+0,7%**
- GRANDE BRETAGNE : **+4,8%**
- ALLEMAGNE : **+3%**
- FRANCE : **-4%**
- ITALIE : **-4,8%**

Après la crise sanitaire (de 2020 à 2021)

- ÉTATS-UNIS : **+27%**
- GRANDE BRETAGNE : **+22%**
- ALLEMAGNE : **+17%**
- FRANCE : **+14,6%**
- ITALIE : **+10%**



*Données issues de la base de données «Euromonitor»

Un produit acheté/renouvelé plusieurs fois sur une année

3/4

des interrogés
achètent ou renouvellent

1 à 3 fois

ce produit en l'espace d'une année.

Les Italiens, Américains et Allemands sont dans le Top 3 des consommateurs Denim

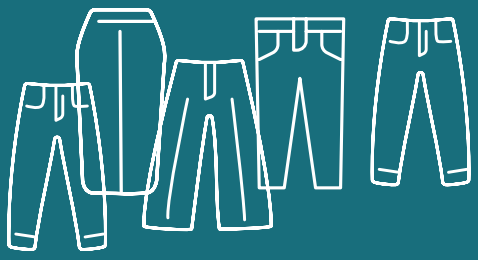
Italiens Américains Allemands

Devant les Français et Britanniques en 4ème et 5ème position

Français Britanniques

Les armoires des consommateurs comptent plus de 6 paires de jean

Les **consommateurs français** possèdent **4** à **6** paires de jeans dans leur armoire, et 1/3 en possèdent même plus de 6.



Pourquoi séduit-il autant ?

Un produit confortable au prix abordable en France comme pour tous les autres pays

68,2%	67,6%	63,5%	62,5%	62,4%
des Américains	des Anglais	des Italiens	des Allemands	des Français

UN PRODUIT QUI TRADUIT UNE MODE RESPONSABLE

Même si le prix et confort restent deux critères prioritaires, le critère **éco-responsable** se révèle être en

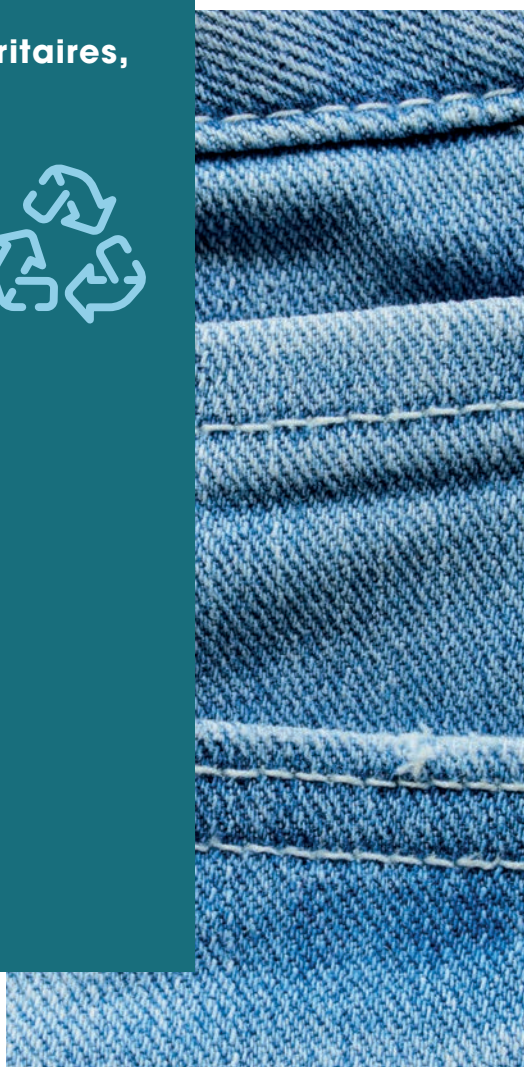
3ème position

des critères d'achat d'un produit denim

Pour **1/4** des consommateurs français (22,9%)
anglais (22,9%)
américains (24%)

Un point davantage avancé en Allemagne (33,1%)
en Italie (37%)

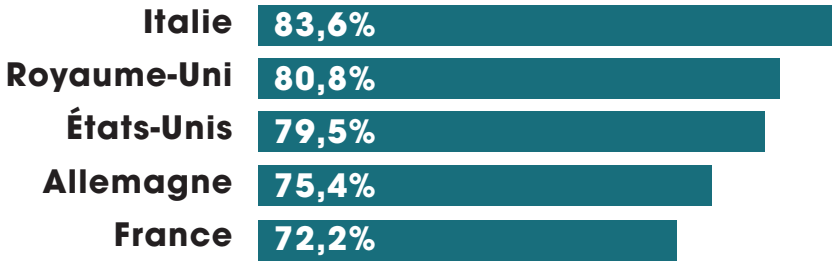
La France en 4ème position des pays accordant une importance particulière aux critères d'éco-responsabilité et de transparence portés par le jean qu'ils achètent



QUELS CRITÈRES POUR UN JEAN ÉCO-RESPONSABLE SELON LES CONSOMMATEURS ?

1 Une conception à partir de matières respectueuses de l'environnement :

Fibres recyclées, coton organique ou de tissus certifiés biologiques, pour une majorité de consommateurs,



2 La considération des enjeux économiques actuels de l'industrie textile :

Favorise la relocalisation
de la production dans son pays

Pour 44,9% des Américains et 41,7% des Français.
Deux pays qui communiquent et mettent en valeur depuis plusieurs années l'importance du « Made in » dans le processus de fabrication

Valorise une production respectueuse
des conditions sociales et éthiques

Allemagne	Italie	France
34,1%	39,8%	35,5%

CONTACTS

PREMIÈRE VISION

Igor Robinet-Slansky
Responsable Presse
T. +33(0)1 70 38 70 30
M. +33(0)6 42 06 31 02
i.robinet@premierevision.com

Claudie Le Souder
Directrice Marketing & Communication
M. +33 (0)6 85 80 67 33
c.lesouder@premierevision.com

MONET + ASSOCIÉS

+33(0)4 78 37 34 64

Véronique Bourgeois
+33 (0)6 64 22 55 56
vb@monet-rp.com

Justine Dupuis
+33 (0)6 98 98 95 80
jd@monet-rp.com

2e BUREAU

+33(0)1 42 33 93 18

Sylvie Grumbach
sylvie.grumbach@2e-bureau.com

Marie-Laure Girardon
+33(0)6 82 40 73 27
m.girardon@2e-bureau.com