

En 2023, quel budget consacrez-vous à la mode ? Une enquête répond

Publié le 04 janvier 2023



© getty images

Nouvelle année signifie nouvelles résolutions quant au porte-monnaie des ménages français. Et l'industrie de l'habillement risque de souffrir de coupes budgétaires...

Il y a quelques semaines, nous constatons que [l'inflation n'avait pas tellement impacté le secteur des vêtements de luxe](#). En effet, les ventes en France de pièces haut de gamme ont dernièrement augmenté de 41%. Pourtant, face au pouvoir d'achat très réduit des ménages français, l'habillement ne semble clairement pas être une priorité face à l'augmentation du coût de tous les produits de premières nécessités (surtout de l'énergie). Selon une étude menée par le cabinet de conseil Wavestone, si 75% des consommateurs tricolores prévoient de diminuer leurs achats en 2023, tous secteurs confondus, la mode sera la plus touchée. 80% des sondés prévoient de revoir à la baisse le budget accordé à leur dressing. L'étude note également que les citoyens les plus aisés ne feront pas balancier pour maintenir l'économie stable : « En France, la demande ne sera pas tirée vers le haut par les CSP+. En effet, les revenus

intermédiaires et hauts prévoient de diminuer leur consommation dans des proportions presque équivalentes à celles des Français plus modestes. Morosité généralisée en France, qui est le seul pays, avec l'Allemagne, où on observe que mêmes les plus riches n'envisagent pas de consommer plus ». Chiffre plus inquiétant : si on avait connu un effet « consommation responsable » à la sortie de la crise sanitaire de 2020, il semblerait que les Français aisés comme plus modestes, rechignent à investir dans un produit moins néfaste pour l'environnement, et donc souvent plus cher.

Au même titre que le secteur de l'habillement, **l'électricité est une grande source de préoccupation** et les Français comptent bien limiter la casse : ils sont 80%, également, à vouloir baisser leur consommation pour ne pas voir les factures s'enflammer. A contrario, l'alimentation connaît une moindre augmentation de la volonté de se restreindre avec seulement 67% des sondés qui souhaitent moins dépenser. Fait plus étonnant : les abonnements (téléphonie, internet...) se maintiennent quasiment au même niveau que l'alimentation. Les consommateurs ne sont « que » 71% à vouloir faire des économies sur ce budget.