

Salomon, Darjeeling, Tommy Hilfiger... vos champions de l'habillement et des accessoires

Les enseignes de textile rivalisent d'arguments pour séduire les Français. Prix, accueil, services... Voici notre palmarès 2021 des meilleures enseignes de l'habillement et des accessoires.

BRUNO DECLAIRIEUX PUBLIÉ LE 04/12/2020 À 9H45



Trop de magasins, des clients moins dépensiers, des promos à gogo... Depuis plus de dix ans, le secteur de la mode peine à séduire. Mais de nombreuses enseignes continuent de plaire et d'innover. Découvrez les enseignes d'habillement les mieux notées de **notre enquête**.

Bijouteries et horlogeries

1.	Mauboussin	8,24
2.	Louis Pion	7,99
3.	Histoire d'Or	7,80

Bijouteries fantaisie

1.	Trésor	7,41
2.	MOA	7,17

Bijouteries fantaisie chic

1.	Swarovski	7,98
2.	Pandora	7,92

Centres commerciaux

1.	Val d'Europe	7,89
2.	Les Terrasses du Port	7,72
3.	Toison d'Or	7,67

Mauboussin : Depuis une quinzaine d'années, cette marque de joaillerie est passée avec succès du créneau du luxe à celui des bijoux plus accessibles, grâce à un marketing très accrocheur. En 2019, elle a intégré le pôle horlogerie-bijouterie des Galeries Lafayette, qui possèdent déjà Guérin, Louis Pion ou encore Royal Quartz.

Toison d'Or : Même si sa fréquentation a logiquement baissé ces derniers mois, ce centre commercial dijonnais est toujours bien noté par sa clientèle qui apprécie, notamment, son accessibilité, sa propreté et la variété de l'offre

(138boutiques et 23restaurants). Ouvert en1990, il a été agrandi et rénové en2013.

Pandora : Créée en1982, cette marque danoise de bijoux fantaisie est bien connue pour ses charms, des breloques aux multiples motifs que l'on enfile sur un bracelet pour le personnaliser. Ses boutiques proposent aussi une ligne de bagues, de colliers et de boucles d'oreilles à des prix très accessibles.

Grands magasins

1.	Printemps	7,50
2.	Galleries Lafayette	7,49

Magasins de chaussures

1.	Vans Store	8,45
2.	Manfield	8,30
3.	Mephisto	8,04

Magasins de lingerie et sous-vêtements

1.	RougeGorge	8,01
2.	Intimissimi	7,76
3.	Etam Lingerie	7,70

Magasins de lingerie et sous-vêtements premium

1.	Darjeeling	7,85
2.	Aubade	7,75

Magasins de mode et d'accessoires de luxe

1.	Michael Kors	8,54
2.	Hermès	8,29
3.	Louis Vuitton	8,27

Magasins de puériculture

1.	Bébé 9	7,58
2.	Aubert	7,40

Magasins d'usine

1.	The Village Outlet	7,49
2.	La Vallée Village	7,37
3.	Marques Avenue	7,33

Aubade : Détenu par le groupe suisse Calida, cette marque de lingerie est réputée pour ses collections glamour et chics, mais aussi pour ses campagnes de pub souvent provocantes : hier, la fameuse série des «Leçons de séduction», et «Parlez-vous Aubade ?» désormais. Toujours des photos en noir et blanc.

Bébé 9 : Les boutiques de puériculture souffrent de la concurrence d'Internet et du marché de l'occasion. Ce réseau coopératif tire son épingle du jeu en misant à la fois sur le conseil et des prix attractifs. Les clients peuvent se faire rembourser s'ils trouvent moins cher dans un rayon de 30kilomètres autour du magasin.

Prêt-à-porter enfant (entrée et milieu de gamme)

1.	Sergent Major	7,96
2.	Tape à l'œil	7,81
3.	Petit Bateau	7,79

Prêt-à-porter femme (entrée et milieu de gamme)

1.	Morgan	7,87
2.	Damart	7,80
3.	Christine Laure	7,79

Prêt-à-porter femme (haut de gamme)

1.	Maje	7,83
2.	Gerard Darel	7,78
3.	Max Mara	7,63

Prêt-à-porter homme (entrée de gamme)

1.	Jules	7,60
2.	Jack & Jones	7,55

Tape à l'œil : Afin d'être davantage à l'écoute de sa clientèle, cette enseigne de prêt-à-porter pour enfants a créé, voici cinq ans, un panel de consommateurs qui teste ses produits et donne son avis sur les collections. Une appli vient également d'être lancée pour acheter et vendre des vêtements d'occasion de la marque.

Prêt-à-porter homme (milieu et haut de gamme)

1.	Izac	7,63
2.	Hackett	7,58
3.	Chevignon	7,35

Prêt-à-porter mixte

1.	Superdry	8,20
2.	Kaporal	8,09
3.	Cyrillus	7,62

Prêt-à-porter mixte (haut de gamme)

1.	Tommy Hilfiger	8,22
2.	Calvin Klein	8,21
3.	Ralph Lauren	8,01

Superdry : Des vêtements décontractés et sportifs très colorés d'inspiration américaine, un logo et des dessins de style japonais, un fondateur britannique. Née en 2003, cette marque de mode urbaine a connu une expansion foudroyante avant de rencontrer des difficultés, mais conserve une bonne réputation.

Chevignon : L'an dernier, cette marque de vêtements en déclin, qui faisait partie de la galaxie Vivarte, a été reprise par deux entrepreneurs spécialistes de la mode et par le chausseur Royer. Leur objectif ? La faire monter en gamme et rénover ses magasins afin de lui redonner son lustre d'antan, comme dans les années 1980.

Tommy Hilfiger Cette enseigne américaine qui porte le nom de son créateur appartient, depuis 2010, au groupe de mode PVH (comme Calvin Klein). Défilés spectaculaires, partenariat avec des égéries du sport ou du showbiz, forte présence sur les réseaux sociaux... Cette marque premium à prix abordable sait se faire désirer.

Pressings		
1.	Sequoia Pressing	7,40
2.	Aqua blue	6,85
3.	Baleo	6,71

Robes de mariée		
1.	Pronovias	7,30
2.	Juste un baiser	7,08

Sportswear		
1.	Salomon	8,14
2.	Lacoste	8,06
3.	The North Face	7,99

Sequoia : Pressing Précurseur dans son secteur, ce réseau de teintureries écoresponsables utilise depuis plus de dix ans une technologie de nettoyage à sec non polluante. Même les cintres et les housses de vêtements sont recyclables. A noter : des services annexes de retouche et de couture sont aussi proposés.

The North Face : Propriété du groupe VF Corporation, cette marque américaine de vêtements outdoor est distribuée dans ses propres magasins, chez des revendeurs agréés et dans les outlets. Ces dernières années, elle a profité de l'intérêt grandissant des citoyens pour les textiles techniques conçus pour des conditions climatiques rudes.

Méthode de l'enquête, avec Statista

Conseils en magasin, hotline téléphonique, SAV... Pour savoir si les Français sont satisfaits du service apporté par les grandes marques, l'institut d'études Statista a réalisé l'été dernier un vaste sondage en ligne auprès de 20.000 consommateurs. Ces derniers ont été invités, en toute liberté, à donner leur avis uniquement sur les enseignes fréquentées ces trois dernières années.

Pour cela, ils ont pu les noter sur une échelle de 0 à 10, selon trois critères : d'abord, le degré d'attention fourni pour répondre au mieux à leurs besoins. Ensuite, le niveau d'expertise de la réponse donnée, et enfin l'envie de recommander l'enseigne en question à leur entourage.

Une note finale sur 10 a ainsi pu être établie en faisant la synthèse des résultats obtenus. Au total, sur 2.106 enseignes analysées, seules 392 ont été retenues. Elles sont présentées par secteur, avec un top 3 quand plus de dix sociétés étaient recensées, et un top 2 dans le cas contraire. Précisons que si certaines notes sont identiques à deux décimales près, le classement tient compte des décimales suivantes.