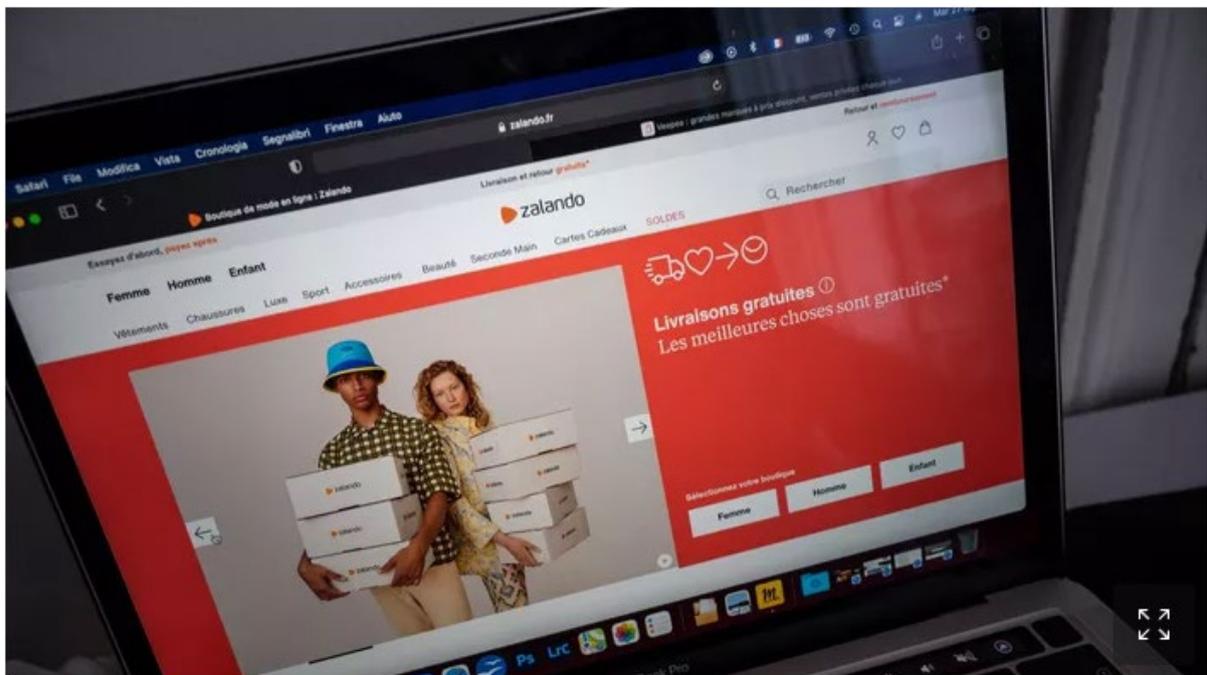


Zalando désormais leader de la mode sur internet, devant Amazon

Par **Marie Bartnik**

Publié le 29/09/2021



L'allemand Zalando continue son expansion. *Riccardo Milani/Hanslucas*

Le géant allemand surfe sur la progression de l'e-commerce dans le secteur de la mode.

La pandémie a rebattu les cartes dans le secteur de la mode. Plus d'un vêtement sur cinq est désormais acheté en ligne en France - c'était 15 % en 2019. Et la progression fulgurante de l'e-commerce n'est pas achevée. L'Institut français de la mode (IFM) estime qu'il atteindra bientôt 25 % des ventes. En Angleterre, pays très digitalisé, c'est déjà plus du double (57 %).

Les champions d'hier ne sont pas ceux d'aujourd'hui. Même s'il reste un leader incontesté tous secteurs confondus, Amazon s'est fait doubler sur le segment de la mode par l'allemand Zalando.

Les «pure players», ces acteurs qui ne vendent qu'en ligne et ne possèdent pas de magasins, se taillent encore la part du lion dans la mode en ligne, avec 60 % de part de marché, selon Kantar. Les sept premiers acteurs sont des «pure players». Parmi eux, le chinois Shein, spécialiste de la mode pour adolescentes à tout petits prix, fait une entrée fracassante dans le classement. Il se hisse directement à la sixième place, précédemment occupée... par H&M.

Mais les grandes enseignes dotées de magasins se battent. Leur réseau est un atout auprès de leurs clients, qui peuvent aller y retirer leur commande - ce qui est moins coûteux que de se faire livrer. Kiabi, Decathlon et Zara, respectivement 10^e, 12^e et 15^e vendeurs de mode en ligne, ont opéré ces derniers mois une mue radicale. La part de leurs clients qui achètent à la fois en ligne et en magasins a été multipliée par deux entre 2019 et 2021. L'e-commerce ne compense cependant pas complètement le manque à gagner dû aux confinements. En 2021, les ventes globales de vêtements, en ligne comme en magasins, devraient encore rester inférieures de 11 % à ce qu'elles étaient en 2019.