



Les marques de mode les plus en vogue en Europe en 2019

En tant que plus grand moteur de recherche de mode international avec plus de 12 000 marques, Lyst a accès aux données sur les recherches et les achats de mode en ligne dans le monde entier. Lyst est ainsi une source unique de renseignements sur la mode mondiale. Cette fois, l'équipe de Lyst a analysé 50 millions de visites sur la plateforme provenant de près de 50 pays européens sur une période de six mois. Son rapport EuroFashion présente les marques, les catégories et les couleurs les plus populaires, mais aussi les dépenses moyennes, et comment et quand les européens préfèrent effectuer leurs achats de mode en ligne.

Le comportement d'achat français

Nike est le grand gagnant en France en tant que marque la plus populaire. Les produits les plus recherchés sont les Balenciaga Triple S chez les femmes et le pull Gucci Donald Duck chez les hommes. En tant que catégorie la plus vendue, les lunettes de soleil sont les pièces préférées des hommes et des femmes en France, suivies des vestes en jean. Sur le plan des couleurs, les Français achètent à peu près le même nombre d'articles en noir, rouge et blanc avec respectivement 18 %, 17 % et 16 % des recherches, tandis que la couleur qu'ils aiment le moins est le violet, ne représentant que 1 % des recherches. En France, les femmes et les hommes dépensent à peu près le même montant lorsqu'ils font leur shopping ; les femmes dépensent en moyenne 228 \$ par achat via Lyst, alors que les hommes dépensent en moyenne 220 \$. Les données de Lyst montrent que les acheteurs français ne sont pas les plus grands chasseurs de bonnes affaires. En six mois, 18 % de tous les achats de mode ont été effectués pendant les soldes, ce qui en fait le troisième pays - avec la Suède - qui fait le moins d'achats en période de soldes, derrière l'Allemagne (17 %) et la Norvège (16 %). La plupart des achats de mode en France se font le mercredi à 13 heures. Les français achètent majoritairement sur mobile (32 %), puis sur ordinateur (31 %) et sur tablette (16 %).

Qu'en est-il des autres pays?

Marques et produits

Hormis le Portugal où les trois plus grandes marques sont liées au sport - Adidas étant la plus recherchée- la plupart des pays optent pour les marques de luxe. Aux Pays-Bas et en Allemagne, Balenciaga est la marque la plus populaire. En Belgique et en Espagne, il s'agit de Dolce & Gabbana alors qu'en Angleterre et au Luxembourg, Gucci est la marque numéro un. Les Italiens recherchent et achètent Off-White. Ce qui est frappant, c'est que la Belgique est le seul pays européen où un designer local s'est classé parmi le top 3 des marques : Dries van Noten.

Partout en Europe, les vestes et les robes sont les catégories mode qui comptabilisent le plus de recherches. Fait : nos voisins du sud recherchent le plus de robes de mariée.

Dépenses moyennes

S'il n'est pas surprenant que les femmes dépensent plus que les hommes dans presque tous les pays européens, il s'agit en fait de l'inverse en Italie. Dans ce pays, les hommes dépensent en moyenne \$307, alors que les femmes dépensent en moyenne 226 \$. Monaco a battu tous les pays en ce qui concerne le montant moyen des dépenses, les femmes dépensant 900 dollars (!) chaque fois qu'elles font leurs achats chez Lyst.



2019 **EUROFASHION** La carte mode de l'Europe

Chasseurs de bonnes affaires

Alors que les Français ne font que 18 % de leurs achats pendant les périodes de soldes, la Grèce et le Portugal sont de véritables chasseurs de bonnes affaires avec des pourcentages supérieurs à 50.

Couleurs

Tout comme les Français, les acheteurs de la plupart des pays européens optent pour des couleurs neutres. Le noir et le blanc sont presque partout classés parmi les deux couleurs les plus populaires. Alors que le noir est toujours en tête, la population suisse opte aussi pour les nuances métalliques en deuxième position et les tons neutres en troisième. Comme la France, le rouge se place en deuxième position en Espagne où le blanc est la couleur numéro un.

Méthodologie

En tant que principal moteur de recherche de mode international avec plus de 12 000 marques et boutiques, Lyst a accès aux données sur la recherche en ligne et le comportement d'achat de 80 millions de consommateurs dans le monde. Pour le rapport EuroFashion, 50 millions de recherches dans 47 pays ont été analysées sur une période de six mois. Ces données sont résumées sur une carte interactive illustrant les principaux résultats de chaque pays. Les cartes interactives avec toutes les données sont disponibles ci-dessous.

<https://www.lyst.fr/eurofashion-2019/>

À propos de Lyst

Fondé en 2010 par Chris Morton et Sebastjan Trepca, Lyst (www.lyst.fr) est le premier moteur de recherche de mode au monde. Lyst donne accès à ses consommateurs à une vaste offre en ligne de marques et de boutiques. En 2017, LVMH a rejoint Lyst en tant qu'investisseur. Depuis décembre 2017, Lyst est rentable et a augmenté ses ventes externes de 45 % au cours de 2018. Lyst emploie actuellement 119 personnes dans ses bureaux à Londres et à New York.

Pour plus d'informations, veuillez contacter:

Chloé Dislaire - Responsable des communications

chloe.dislaire@lyst.com

+44 777 66 86 951