

YEAR IN FASHION 2019

Cette année, 104 millions d'acheteurs ont commencé leur recherche de mode sur Lyst. Nous avons analysé les données et décomposé les requêtes, les pages consultées, ainsi que les chiffres de vente de six millions de produits de mode provenant de plus de 12 000 boutiques en ligne. Nous nous sommes également intéressés à la couverture médiatique mondiale et aux mentions à travers les réseaux sociaux des plus grandes marques et tendances de l'année. Du streetwear aux broches araignées, de Timothée Chalamet aux sandales Teva, voici les grands succès de 2019.

MOUVEMENTS

● Durabilité

Les recherches comprenant des mots-clés liés à la durabilité ont augmenté de 75 % d'une année sur l'autre, avec une moyenne de 27 000 recherches par mois sur le thème de la mode durable. Les recherches de matériaux spécifiques durables ont également augmenté : 102 % pour l'éconyle, 52 % pour le coton biologique, 130 % pour le Repreve et 42 % pour le Tencel. Le denim et les baskets durables étaient les catégories de produits les plus recherchées. Un certain nombre de marques ont lancé cette année des initiatives significatives en matière de développement durable, qu'il s'agisse d'accorder une plus grande attention aux matériaux utilisés dans leurs collections, de lancer des programmes de dons ou d'investir dans le commerce.

● Inclusion

L'année 2019 a été marquée par un certain nombre de revendications contre le manque de diversité et de représentation de l'industrie. Les consommateurs recherchaient une mode qui reflète les besoins et les goûts des diverses communautés ; les recherches de mode évolutive et modeste ont augmenté de 80 % et 90 % respectivement. On a observé également une augmentation de 52 % des recherches sur les termes « unisexe » et « sans distinction de sexe » associés à la mode. Les consommateurs « woke » ont cherché des créateurs et enseignes en phase avec leurs valeurs et en réponse, certaines des marques les plus puissantes du monde ont lancé des campagnes et des programmes de diversité pour promouvoir l'inclusion, tandis que d'autres ont engagé de nouvelles équipes attirées pour se perfectionner dans ce domaine.

YEAR IN FASHION 2019

HUMEURS

● Romance extra

En 2019, la mode était placée sous le signe du romantisme et de la démesure. Les recherches de sacs et d'accessoires à cheveux ornés de perles, de jupes en tulle et de robes babydoll ont considérablement augmenté au printemps. Jouer avec les proportions est devenu un phénomène mondial : les "mini-sacs" ont vu leur nombre d'adeptes augmenter de 50 % cet été, tandis que des marques comme Ganni, Cecilie Bahnsen, Rotate et Jacquemus ont fait des manches bouffantes un incontournable de l'année.

● Psychédélique

Du tie-dye au vert fluo, les motifs multicolores et couleurs raves ont été des plus populaires cet été. Des vêtements en maille de Proenza Schouler au polo tie-dye de Ralph Lauren, le psychédélique était de mise. Les recherches de pièces vert fluo ont augmenté de 69 % au cours de l'été.

● STYLE D'ÉTÉ CULTE

Une tendance ancrée dans l'Amérique rurale, les robes prairies sobres ont été l'une des tendances les plus courues de l'été, les recherches ayant atteint leur sommet en juillet. Le label new-yorkais LoveShackFancy a été la marque de prédilection dans cette nouvelle catégorie de robes d'été ; le nombre de pages consultées a augmenté de 65 % entre janvier et mars.

● Question de survie

Pour oublier les bouleversements politiques de l'année, les clients se sont tournés vers la mode. Les treillis et gilets utilitaires ont fait l'objet d'une forte augmentation des recherches cet automne et la demande de sacs banane a augmenté de 33 % au cours des six derniers mois. Les ventes de bottes Stomping ont augmenté de 73 % en septembre.

● Renaissance des nineties

Des tops cropped aux talons carrés en passant par les robes camisoles, Lyst a vu un certain nombre de tendances des années 90 reprendre de l'élan cette année. Le sac Baguette de Fendi a connu une augmentation des recherches de 164 % en glissement annuel, et des célébrités ont ressorti des pièces d'archives de designers comme Jean Paul Gaultier, Thierry Mugler et Versace.

● En mode streetwear

Alors que les codes vestimentaires continuent de se détendre et que les définitions du luxe, du streetwear et du sportswear évoluent, le phénomène avant connu sous le nom de "

YEAR IN FASHION 2019

streetwear" a propulsé les plus grandes tendances de l'année. Les clients ont dépensé en moyenne 192 \$ pour une nouvelle paire de baskets, soit une augmentation de 39 % d'une année sur l'autre. Les dépenses moyennes pour un t-shirt ont également augmenté de 16 % pour atteindre 67 \$, la marque la plus recherchée de l'année étant Off-White.

● La révolution prend forme

Les recherches de shorts cyclistes ont continué d'augmenter, avec une hausse de 137 % d'une année sur l'autre, tandis que la demande de combinaisons et de justaucorps a augmenté de 83 %. Kim Kardashian West lance une ligne de vêtements sculptants controversée. La collection printemps-été 2020 de Tom Ford a ajouté une touche glamour à la catégorie sportswear.

● Le tailleur haut en couleur

Les recherches de costumes short ont augmenté de 19 % en mars, tandis que les Scandinaves ont généré une augmentation de 55 % du nombre de pages consultées sur les blazers oversize lors de la Fashion Week de Copenhague. Les termes de recherche les plus couramment utilisés en combinaison avec costume étaient « vif » et « coloré ».

MOMENTS

1. 24 janvier | Meme Couture

Le défilé de couture de Viktor & Rolf a mis en scène des robes en tulle de couleur arc-en-ciel et ornées de slogans. En quelques heures, les mentions sociales de la marque et de ses robes "même couture" ont progressé de plus de 249 %.

2. 19 février | Les adieux à Karl

Le couturier légendaire Karl Lagerfeld est décédé à Paris à l'âge de 85 ans. Il était malade depuis plusieurs semaines et absent de deux défilés de haute couture de Chanel le mois précédent. Virginie Viard a été nommée pour lui succéder chez Chanel.

3. 12 avril | La K-Pop l'emporte

Le groupe féminin Blackpink est entré dans l'histoire de la K-pop en chantant sur la scène principale à Coachella. La vidéo pour leur single « Kill This Love » a battu des records sur YouTube, en atteignant les 100 millions de vues plus rapidement que jamais, ce qui en fait la nouvelle vidéo la plus vue sur YouTube.

4. 1er mai | EN MODE CAMP

Le thème "Camp" du Met Gala de cette année a vu Katy Perry déguisée en lustre puis en hamburger, alors que Billy Porter, porté par six hommes, est arrivé dans un ensemble "Sun

YEAR IN FASHION 2019

God". Lady Gaga a changé quatre fois de tenue en direct sur le tapis rouge, dont l'une a provoqué une augmentation de 112 % des recherches pour le designer Brandon Maxwell.

5. 10 mai | Rihanna entre dans l'histoire

Après des mois de spéculation, Rihanna annonce officiellement le lancement de Fenty, devenant ainsi la première femme à créer une marque inédite chez LVMH. Au cours de son premier mois d'exploitation, la nouvelle maison de luxe a généré plus de 5 000 articles de presse du monde entier et plus de 7 millions de réactions sur les réseaux sociaux.

6. juillet | Céline bouscule la Fashion Week Couture

Du catsuit Chanel au jean asymétrique de Ksenia Schnaider, en passant par le body Off-White et la robe 3D Iris van Herpen, Céline Dion a fait de Paris son défilé personnel pendant la Fashion Week Haute Couture. Ses nombreux looks couture ont suscité une augmentation de 7 831% des mentions sociales en 4 jours.

7. 2 août | Force royale pour le changement

Meghan Markle, la duchesse de Sussex, était la rédactrice en chef invitée du numéro de septembre du Vogue britannique, baptisé « Forces for Change ». La couverture dévoile les portraits par Peter Lindbergh de 15 femmes choisies par Meghan pour leur « impact déterminant sur la vie moderne », parmi lesquelles Greta Thunberg, Adwoa Aboah, Jacinda Ardern et Sinéad Burke.

8. 24 août | Nouveau pacte énergétique

Le président Emmanuel Macron et le PDG de Kering, François-Henri Pinault, ont initié le pacte de la mode. Signé par 32 entreprises et 150 marques - dont Gucci, Chanel, Hermes, Stella McCartney, H&M et Nike - le Pacte présente un ensemble d'objectifs communs que l'industrie de la mode s'est fixé pour réduire son impact sur le climat, la biodiversité et les océans.

9. 20 septembre | Défilé sauvage

Le défilé de mode Savage x Fenty a été diffusé en exclusivité sur Amazon Prime Video, mettant en vedette les groupes musicaux invités Halsey, Migos, A\$AP Ferg et Fat Joe, ainsi qu'un groupe hétéroclite de mannequins dont Alek Wek, Cara Delevingne, Joan Smalls, Laverne Cox et Normani. Les recherches de lingerie Savage x Fenty ont atteint 43 % en septembre.

10. 21 septembre | J-Lo retourne dans la jungle

Jennifer Lopez a défilé pour Versace lors de la Fashion week de Milan dans une version ré-éditée de sa robe Jungle emblématique, à l'origine de la création de Google Images en 2001.

YEAR IN FASHION 2019

Les mentions dans les médias et l'engagement en ligne autour de son apparition valent 9,4 millions de dollar.

11. 29 septembre | **Cardi B s'empare de The FROW**

Cardi B est apparue à la Fashion Week de Paris habillée de la tête aux pieds de motifs floraux signé par le créateur britannique Richard Quinn. L'ensemble de Cardi a contribué à une augmentation de 17 % des recherches de la marque sur Lyst en septembre. Plus tard dans la semaine, elle s'est assise aux côtés d'Anna Wintour pour le défilé Thom Browne, choisissant un look professionnel du créateur. Elle a assisté au défilé Chanel dans un ensemble de la maison à plus de 30 000 \$.

12. 1er octobre | **Gigi à la rescousse**

La directrice créative Virginie Viard a présenté sa première collection de prêt-à-porter solo pour Chanel lors de la Fashion Week de Paris, lors de laquelle la YouTubeuse française "Marie S'Infiltrer" s'est introduite sur le défilé, avant d'être raccompagnée hors du podium par le mannequin Gigi Hadid. Ce coup de théâtre a contribué à une augmentation de 2 618 % des mentions sociales pour Chanel.

13. 14 - 18 octobre | **Diplomatie de la mode royale**

Lors de leur tournée royale au Pakistan, William et Kate ont choisi des tenues signées par des marques et des créateurs locaux, puisant dans la culture et l'histoire de la région. Après que Kate a porté un salwar kameez à son arrivée, les recherches pour cet article ont augmenté de 170 % la semaine suivante. Jenny Packham, Beulah London et Ghost, les marques portées lors de cette tournée, ont vu une hausse collective de 139 % dans les recherches d'une semaine à l'autre.

LES MEILLEURS TRENDSETTERS

Les 10 célébrités dont le style a connu les plus fortes hausses dans les recherches, les ventes, la couverture médiatique et les mentions dans les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois.

1. **Meghan Markle, duchesse de Sussex**

Les tenues de Meghan Markle ont eu le plus d'influence en 2019 et ont déclenché en

YEAR IN FASHION 2019

moyenne une augmentation de 216 % des recherches pour des pièces similaires. Après qu'elle a porté cinq robes-chemises différentes lors de la tournée royale en Afrique du Sud, les recherches pour cette catégorie ont augmenté de 45 % en un mois. La robe Club Monaco a été écoulee en moins de 24 heures, suite à un pic de 570 % des recherches. La jupe J Crew portée par Meghan a contribué à une augmentation de 102 % des recherches liées à cette marque.

2. **Timothée Chalamet**

Le harnais pailleté Louis Vuitton de Timothée Chalamet a été cette année le petit bijou des Golden Globes. Le hoodie à sequin qu'il a porté lors de la première britannique du film *Le Roi* a provoqué une augmentation de 192 % des recherches de sweats à capuche pour homme, et les recherches de Haider Ackermann ont atteint 806 % la semaine où il a porté un des costumes de la marque.

3. **Zendaya**

Revendiquant son appartenance à la génération Z jusqu'à son initiale, Zendaya a généré des millions de recherches avec son compte Instagram. Lorsqu'elle est apparue sur le tapis rouge du Met Gala, vêtue d'une robe Cendrillon illuminée de Tommy Hilfiger - avec un sac en forme de voiture et des pantoufles de verre - son look a provoqué une augmentation de 54 % des recherches pour la marque. La robe Vera Wang qu'elle a portée aux Emmy Awards en septembre a créé une hausse de 33 % dans les recherches pour la marque.

4. **Billie Eilish**

Âgée de 17 ans, l'auteure-compositrice-interprète Billie Eilish compte plus de 40 millions de fans sur Instagram. Après avoir porté plusieurs tenues vert fluo cet été, la recherche de couleur rose a augmenté de 69 %. Pendant ce temps, les recherches pour BBCICECREAM ont grimpé de 211 % en moins d'une semaine après qu'elle a mentionné la marque dans une publication Instagram.

5. **Cardi B**

Cardi B a fait exploser les recherches en arborant une robe Mugler vintage aux Grammy Awards : les recherches de la créatrice ont augmenté de 169 % en quatre heures. En outre, Cardi B a été l'un des visages les plus marquants de la Fashion Week de Paris en septembre, et ses tenues Chanel, Thom Browne et Richard Quinn ont été parmi celles dont on a le plus parlé en ligne la même semaine.

6. **Lisa, Blackpink**

Cette année, Lisa, membre de Blackpink, est devenue l'idole K-Pop la plus suivie sur

YEAR IN FASHION 2019

Instagram, avec près de 27 millions de fans. Après avoir partagé une série de photos d'elle portant le sac Triomphe de Céline au cours de l'été, les recherches pour l'accessoire ont augmenté de 66 %.

7. Kylie Jenner

En 2018, Kylie a continué de susciter une forte demande à travers le monde pour ses tenues. Vêtue d'une robe laitière fleurie en août, elle a été à l'origine d'une hausse de 66 % des recherches pour ce look. Arborant une robe dorée audacieuse au mariage de Justin Bieber et Hailey Baldwin, elle a enfreint les règles des invités au mariage et a eu plus d'impact sur les recherches que la mariée.

8. Lizzo

Comme la musique de Lizzo s'est développée au fil du temps, la demande pour ses justaucorps signature s'est accrue d'année en année, les recherches ayant augmenté de 28 %. Elle a eu beaucoup de tenues à succès au MTV VMA, y compris une robe de bal de fin d'année eighties couleur lilas. Le style Lizzo est un terme de recherche en vogue depuis septembre.

9. Harry Styles

Après qu'Harry a été aperçu avec une boucle d'oreille lors du Met Gala, les recherches pour des boucles d'oreille pour homme ont augmenté de 28 % en mai. Réputé pour ses tenues aux couleurs vives, il a porté un ensemble particulièrement frappant à New York, qui a entraîné une hausse de 78 % pour les costumes bleus.

10. Billy Porter

Billy Porter a porté l'une des tenues les plus commentées sur les tapis rouges cette année. Quand il est apparu aux Oscars dans une robe-smoking personnalisée signée Christian Siriano, les recherches pour ce créateur ont augmenté de 101 % en 24 heures.

LES MARQUES EN VOGUE

1. Bottega Veneta

La reprise de Daniel Lee a fait de Bottega Veneta l'une des marques de mode les plus connues de l'année, inspirant la création du populaire compte de fans Instagram @newbottega. La demande d'accessoires du label a grimpé de 53 % cette année. Bottega Veneta a grimpé de 21 places dans le classement des marques les plus populaires du Lyst Index au T3, entrant pour la première fois dans le top 20.

YEAR IN FASHION 2019

2. Pyer Moss

Les défilés de Kerby Jean-Raymond sont devenus l'un des événements les plus attendus de la Fashion week. Après la présentation de sa collection printemps-été 2020 en septembre, la marque a connu une hausse de 226 % des recherches.

3. Jacquemus

Alimentée par la popularité de son sac Le Chiquito, la demande pour Jacquemus ne cesse de croître. Les recherches ont augmenté de 37 % en juin après le défilé printemps-été 2020 dans les champs de lavande de Provence, tandis que les mentions sur les réseaux sociaux ont atteint 761 % dans les 24 heures suivant l'événement. Jacquemus a grimpé de 37 positions dans la liste des marques les plus populaires du Lyst Index au 3e trimestre.

4. Paco Rabanne

Une mise à jour en 2019 de ses pièces emblématiques en cote de mailles de 1969, ainsi que l'appui de célébrités comme Priyanka Chopra et Sophie Turner ont généré des milliers de mentions sociales pour la marque. Les recherches pour Paco Rabanne sont en hausse de 31 % en glissement annuel.

5. Molly Goddard

Les recherches pour Molly Goddard ont augmenté de 46 % d'une année sur l'autre ; les pièces en tulle de la créatrice se sont avérées particulièrement populaires auprès des influenceurs, des célébrités et des clients.

6. Richard Quinn

Les créations de Richard Quinn ont été vues sur Cardi B, Kendall Jenner, Billy Porter, Céline Dion, et Winnie Harlow. Les recherches ont enregistré une hausse de 56 % d'une année sur l'autre.

7. Saks Potts

Le nombre de pages consultées de la marque danoise a grimpé de 1 328 % en juillet lorsque la chanteuse espagnole Rosalía a porté son manteau Foxy.

8. Telfar

Cette année, les recherches pour Telfar ont augmenté de 89 % sur Lyst. Le label a présenté une des collections les plus commentées lors de la Fashion Week de New York et les mentions sur les réseaux sociaux ont explosé quand l'acteur américain Ashton Sanders est arrivé au Met Gala vêtu d'une tenue Telfar personnalisée.

YEAR IN FASHION 2019

PRODUITS À SUCCÈS VIRAL

- **La robe Zara**

La robe à pois de Zara est l'article le plus commenté de l'année. En quelques semaines, elle a eu son propre compte Instagram et a généré une hausse de 1 392 % des mentions de Zara sur les réseaux sociaux. Les recherches pour les robes à pois ont augmenté de 120 % en juillet.

- **Manteau Amazon Orolay**

Repéré pour la première fois sur les Upper East Siders de New York, le manteau Amazon Orolay a fait l'objet d'un succès viral en février.

- **Soutien-gorge et gilet en cachemire Khaite**

Les recherches pour Khaite ont augmenté de 217 % début septembre après que Katie Holmes a été vue portant le cardigan en cachemire de la marque ainsi que le soutien-gorge assorti. La brassière Eda reste le produit le plus prisé de la marque.

- **La broche araignée**

Lady Hale, la présidente de 74 ans de la Cour suprême, a fait exploser les recherches de broches araignée au Royaume-Uni. Les recherches de cet accessoire ont augmenté de 166 % sur Lyst en une semaine.

- **Bear Hug Slippers Vetements**

Après leur sortie en septembre, les Bear Hug Slippers de Vetements ont suscité une augmentation des recherches de 118 % et se sont vendus jusqu'à épuisement auprès de nombreuses enseignes en peu de temps.

DES PRODUITS À PLUSIEURS VIES

- **Sac Baguette Fendi**

Comptant parmi les sacs "It" originaux, les recherches pour le Fendi Baguette ont augmenté de 138 % d'une année sur l'autre. Les modèles pour homme ont également été écoulés dans plusieurs magasins peu après leur sortie.

- **Sandaes Teva**

Les recherches pour Teva ont augmenté de 65 % par rapport au deuxième trimestre de 2019. Les sandales sportives de la marque ont connu une hausse de 78 % de la demande en avril suite à une collaboration avec Anna Sui.

YEAR IN FASHION 2019

● Sabots

Maria Grazia Chiuri a donné le coup d'envoi de la renaissance des sabots en présentant les « Diorquakes » sur le podium. La recherche de chaussures en bois a culminé en juin.

● Sandales Jelly

Les recherches de sandales Jelly ont augmenté de manière significative en avril, avec une hausse de 82 % en glissement mensuel.

● Dr. Martens

Les recherches de bottes Dr. Martens ont augmenté de 88 % d'une année sur l'autre, inspirant une gamme de styles similaires pour tous les budgets.

LE LOGO DE L'ANNÉE

L'imprimé Zucca de Fendi

LES PIÈCES LES PLUS PRISÉES AU MONDE

1. The Pouch Bottega Veneta

Le sac « The Pouch » de Bottega Veneta a suscité plus de 10 000 visites par mois depuis son lancement. Le nombre de pages vues a augmenté de 297 % sur Lyst en septembre. Le sac a été porté par des éditorialistes, des célébrités et des influenceurs du monde entier ; Rosie Huntington-Whiteley l'a publié sur Instagram 39 fois en l'espace de trois mois.

2. Sandales Stretch Bottega Veneta

Les sandales ultra discrètes ont été une grande tendance cette année, et le modèle signé Bottega Veneta a été particulièrement demandé tout l'été. Les recherches ont atteint leur apogée en juillet, augmentant de 471 %.

3. Ceinture logo GG Gucci

Ayant figuré neuf fois dans The Lyst Index au cours des deux dernières années, la ceinture Gucci GG Logo reste l'un des accessoires de luxe les plus recherchés. Deux ceintures Gucci par minute ont été vendues via Lyst cette année.

4. Sac Jacquemus Le Chiquito

Les recherches pour le sac Le Chiquito de Jacquemus ont augmenté de 130 % en mai et ont généré plus de 20 000 visites de pages durant l'été.

YEAR IN FASHION 2019

5. **Bob à logo Prada**

Porté par de nombreuses célébrités et influenceurs, le bob Prada s'est écoulé plusieurs fois en ligne, les recherches ayant atteint leur sommet en mai.

6. **Sac Multi-pochette Louis Vuitton**

Quelques semaines avant sa sortie, le sac Multi Pochette de Louis Vuitton faisait déjà l'objet d'une longue liste d'attente. Lorsqu'il a été lancé en octobre, il s'est vendu en ligne en quelques jours.

7. **Robe midi à carreaux Seersucker Ganni**

La robe à carreaux fluo de Ganni a été l'une des préférées des influenceuses et éditorialistes de cette année. Elle s'est rapidement vendue après avoir enregistré une demande en hausse de 101 % en juillet.

8. **Polaire Sandy Llang**

La veste polaire nineties de Sandy Liang a été le produit le plus populaire de la créatrice cette année.

9. **Jean bleu ciel Rowe Weekday**

Fabriqué à partir de coton 100 % biologique, le jean Rowe durable Weekday a été le jean le plus vendu en 2019 sur Lyst. Les recherches de la marque ont progressé de 68 % d'une année sur l'autre.

10. **Sac bandoulière GG Supreme Gucci Small**

Le sac GG Supreme Messenger pour homme de Gucci était l'un des accessoires les plus convoités de cette année. Les recherches de sacs pour hommes ont augmenté de 44 % d'une année sur l'autre.

LA SNEAKER DE L'ANNÉE

1. **Sneakers Oversize Alexander McQueen**

Cherchés toutes les deux minutes sur Lyst

COLLABORATIONS

● **Off White x Ikea**

Annoncée en juin 2017, la collaboration Off-White x IKEA a finalement été lancée en

YEAR IN FASHION 2019

novembre. En mai, IKEA a surpris les fans en lançant le tapis « KEEP OFF » qui s'est écoulé en cinq minutes et déjà revendu jusqu'à sept fois son prix d'origine sur eBay.

- **Sacai x Nike**

La sortie de la deuxième série de chaussures Sacai x Nike LDWaffle en septembre a provoqué une augmentation de 344 % des recherches pour cette collaboration.

- **Reformation x New Balance**

Reformation s'est associée à New Balance pour sa première collaboration de baskets, réinventant les modèles 574 et X-90 de la marque. Avec de nouveaux coloris et l'utilisation de matériaux plus durables, les baskets ont marqué l'une des collaborations les plus populaires cet automne.

- **Supreme x Stone Island**

Quelques mois après le lancement du premier drop de la collaboration Supreme x Stone Island, la demande est toujours aussi forte : les recherches ont augmenté de 72 % en septembre.

- **Rick Owens x Birkenstock**

Les recherches pour Rick Owens x Birkenstock ont augmenté de 400 % en avril à la suite du deuxième drop de la collection collaborative printemps-été 2019, et de nombreuses pièces ont été vendues très rapidement.

TENDANCES D'ACHAT

- **Revente**

2019 a vu une augmentation de 255 % du trafic vers les produits d'occasion de luxe sur Lyst. Selon un rapport ThreadUp, 26 % des acheteurs de luxe achètent maintenant des pièces d'occasion. Un autre rapport de TheRealReal note que 32 % des consommateurs considèrent le shopping d'occasion comme une alternative à la mode à consommation rapide, Gucci, Louis Vuitton, Chanel, Prada et Hermes étant les marques les plus demandées.

- **Location**

Aujourd'hui évalué à 1 milliard de dollars, le marché locatif devrait générer des revenus de 1,9 milliard de dollars d'ici la fin de 2023. Selon le Rapport sur le développement durable de Mintel, plus de la moitié des millenials ont déjà loué des pièces de mode ou envisagé de le faire. Louer des vêtements est désormais facile grâce à un nombre croissant de marques et

YEAR IN FASHION 2019

d'enseignes comme Urban Outfitters, American Eagle, Ann Taylor, et Bloomingdale's qui permettent déjà à leurs clients de le faire.

- **Virtuel**

En mai, un responsable de la technologie a dépensé 9 500 \$ pour l'achat d'une robe virtuelle à porter lors d'une "séance photos" en réalité augmentée. Gucci et Nike ont commencé à utiliser la technologie AR pour permettre aux consommateurs d'essayer virtuellement leurs vêtements et chaussures. Des marques telles que New Balance et Gucci ont continué à cibler le marché du jeu avec des produits de marque pour les avatars personnels.

LA MODE L'AN PROCHAIN

- **Style de l'ère spatiale**

Avec quatre missions vers Mars, l'essai de la fusée réutilisable de SpaceX et une nouvelle génération de vaisseaux spatiaux à équipage humain prêts à décoller en 2020, nous sommes à l'aube de passer en mode intergalactique. Comme l'ont suggéré les défilés printemps-été 2020, tissus holographiques, vêtements d'extérieur inspirés des combinaisons spatiales et styles venus d'un autre monde nous attendent.

- **Japan Mania**

600 000 spectateurs étrangers sont attendus à Tokyo pour les Jeux olympiques et paralympiques de 2020 l'été prochain. Les yeux rivés sur Japan2020, laissez-vous inspirer par les styles audacieux de la rue piétonne Harajuku et les labels japonais contemporains cultes comme Sacai, Undercover, Visvim et Neighborhood. Les recherches de marques japonaises ont augmenté de 8 % cette année.

- **Sacs XXL**

Cette année, avec la tendance des mini-sacs, on a constaté que la taille moyenne des sacs à main avait diminué de 40 %. Pour 2020, nous prévoyons le retour du cabas XL, pièce phare des années 2000, avec notamment de nouveaux styles en cuir souple chez Little Liffner et The Row.

- **En mode politique**

2019 a été une année mouvementée pour l'industrie de la mode, reflétant les tensions politiques et culturelles mondiales qui affectent les esprits des consommateurs dans le monde entier. Les cravates du candidat démocrate à la présidence Tom Steyer ont déjà fait l'objet de nombreux tweets et recherches en Amérique, et avec les prochaines élections

YEAR IN FASHION 2019

américaines, on peut s'attendre à ce que politiciens, marques et enseignes se fassent d'autant plus remarquer sur la scène de la mode en 2020.

● 5 marques à surveiller

Selon la croissance rapide des termes de recherche au cours des six derniers mois, nous prévoyons une grande année pour Rotate Birger Christensen (+ 27 %), GCDS (+ 23 %), ALYX (+ 36 %), Marine Serre (+ 32 %) et Cecilie Bahnsen (+ 38 %).

MÉTHODOLOGIE

Les meilleurs trendsetters

Les 10 célébrités dont le style a été à l'origine des plus fortes hausses dans les recherches, les ventes, la couverture médiatique et les mentions dans les réseaux sociaux au cours des 12 derniers mois.

Les marques en vogue

Pour nommer les marques de l'année, nous avons suivi les labels qui ont connu les plus fortes hausses d'intérêt au cours de l'année 2019.

Le logo de l'année

Pour élire le logo le plus en vogue en 2019, nous avons surveillé les pics de demande et les ventes des produits arborant un logo, ainsi que les mentions sur les réseaux sociaux de la marque.

Les pièces les plus prisées au monde

Pour nommer et classer les produits les plus recherchés dans le monde, nous avons suivi les pics de mentions sur les réseaux sociaux, de tags produits, de recherches et de ventes au cours de l'année 2019.

La sneaker de l'année

Les baskets les plus populaires de l'année sont basées sur un volume total de demandes de recherche et de ventes dans le monde entier.

Pour plus d'informations en lien avec le Year In Fashion, contactez Chloé Dislaire à chloe.dislaire@lyst.com