

## Baromètre Retviews

### Confort et douceur, les deux grandes tendances de la mode pour la rentrée 2020

- Où sont passés les tailleurs ?
  - Les couleurs chaudes et douces pour une rentrée cocooning.
  - La consommation durable au cœur des campagnes de la mode enfant.

Paris, le 07 septembre 2020 - **Durant la période de confinement, la mode sportswear a naturellement fait partie des articles les plus vendus. Après cette période, le vêtement d'intérieur est resté de mise et l'été marqué par une mode fleurie. Qu'en est-il des collections proposées par les marques de mode en cette rentrée si particulière ? Pour le savoir, les équipes de Retviews ont analysé les différentes collections en ligne en France, en Italie et en Allemagne et dressé un état des lieux des articles mis en avant par les grandes marques de mode. Sans aucun doute, les envies de cocooning se font ressentir parmi les principaux enseignements de ce nouveau Baromètre Retviews.**

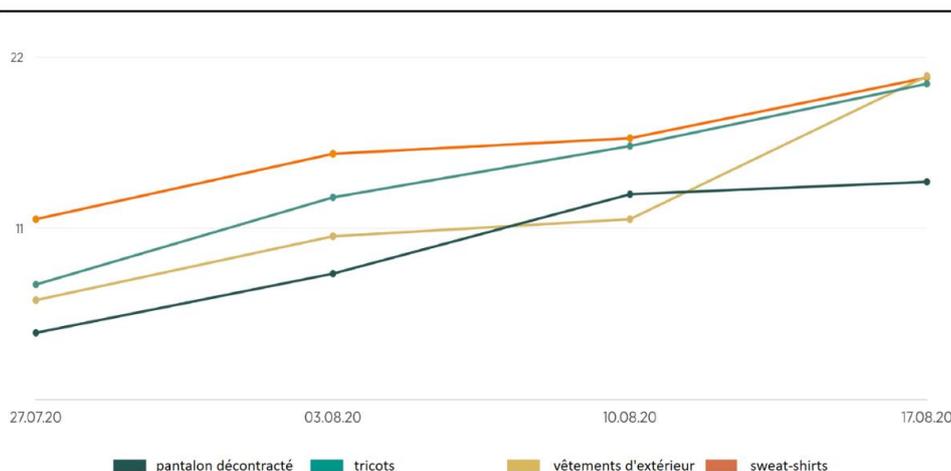
#### Des collections en quête d'authenticité et de confort

Même si les robes et tee-shirts sont encore très présents dans la gamme des articles proposés, **les sweat-shirts, les cardigans, et vêtements « outdoor »** sont notamment à l'honneur en cette rentrée.

Contrairement aux années précédentes, les articles plus formels tels que les costumes, tailleurs et chemises sont moins nombreux à être proposés et remplacés par des vêtements plus confortables. Cette typologie d'articles correspond aux attentes des clients qui semblent souhaiter encore du confort et moins d'articles près du corps. L'envie de vêtements plus amples est un renouveau de la mode des années 80 avec des denims plus droits. Cette tendance mise en avant par les marques rencontrera-t-elle les attentes des consommateurs ? Les prochaines semaines le diront...

Evolution des nouveaux arrivages

Retviews 2020, Collections Hommes & Femmes

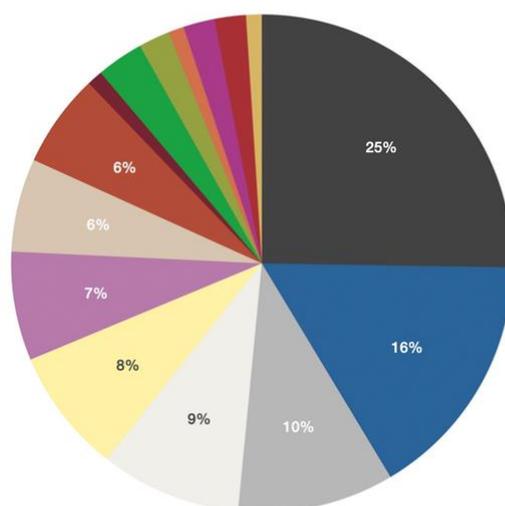


## Douceur des couleurs

En prévision de l'automne, la palette de couleur est composée de tendances naturelles autour du brun, terra cotta, marron, rose poudré, beige. Dans cette envie d'intemporalité, le noir est bien sûr toujours présent. Tandis que les magazines présentent nombres de pièces rouge, orange, carreaux, zèbre, léopard et fleurs, les clients se blottiront-ils dans un cocooning automnal ou succomberont-ils aux imprimés mis en avant dans les couvertures de magazine ?

### Palette des couleurs – Retour au travail

Retviews 2020, Collection femmes



**RETIEWS**  
a LECTRA company

## La mode durable, nouvel allié de la mode enfantine

Finies les couleurs flashy ! La mode enfant proposée est similaire à celle des adultes avec une tendance sportswear dont les sweatshirts qui font les basics de cet automne.

Au-delà des styles mis en avant par les marques, l'éco-responsabilité fait une percée en cette rentrée. En effet, de plus en plus d'enseignes ont compris la volonté de leurs clients de mieux agir en consommant différemment comme le constatait la dernière étude Retviews. H&M et C&A par exemple misent sur ce positionnement de mode durable pour leur campagne de rentrée. Ces deux enseignes consacrent respectivement 33% et 11% de leur collection enfant à leur mode durable en lien avec leur stratégie globale (soit 30% et 9% de leur collection globale\*).

Autre point à noter en cette rentrée scolaire signe de reprise de la consommation : il est surprenant de découvrir pour les articles de mode pour enfant que les marques n'ont pas encore lancé de campagne de promotion (sous forme de *deals* tels que 2 articles au prix de 3).

\*Source : Sustainable fashion: Retviews Juillet 2020

**Méthodologie** : Retviews a analysé, grâce à ses outils combinant IA et Big Data, les nouveaux arrivages sur la période du 1<sup>er</sup> juillet au 25 Août 2020 de 15 grandes marques de la mode (focus sur H&M, Mango, Uniqlo, C&A et Zara).

## A propos de Retviews :

Dans un contexte de concurrence plus intense que jamais, les décideurs de l'industrie de la mode ont besoin de s'appuyer sur une solution d'automatisation du benchmarking dédiée à leur métier, afin de prendre rapidement les meilleures décisions. Fondée en 2017 et récemment acquise par Lectra, Retviews a développé une offre technologique innovante, basée sur un modèle mêlant intelligence artificielle et big data. L'offre

Retviews permet aux marques de mode d'analyser efficacement et en temps réel le marché et d'avoir une vue à 360° de leurs concurrents.

Pour en savoir plus : <https://retviews.com/fr/>

### **A propos de Lectra :**

Pour les entreprises qui insufflent la vie à nos dressings, intérieurs de voitures, meubles et plus, Lectra façonne des technologies premium qui facilitent la transformation digitale de leur industrie. Son offre donne aux marques, aux fabricants et aux distributeurs les moyens de leurs ambitions, du design à la production, mais aussi la reconnaissance et la sérénité qu'ils méritent. Fondée en 1973, Lectra dispose de 34 filiales à l'international et sert ses clients dans plus de 100 pays. Forte de près de 1 800 collaborateurs, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de 280 millions d'euros en 2019 et est cotée sur Euronext (LSS).

Pour plus d'informations, visitez [www.lectra.com](http://www.lectra.com)

### **Suivre Lectra sur les réseaux sociaux :**



### **Contacts médias :**

#### **IZsoGOOD pour Lectra**

Ingrid Zémor

**t** : +33 (0) 6 73 72 99 92

**e** : [ingrid@izsogood.co](mailto:ingrid@izsogood.co)

#### **Lectra Siège Social / Responsable Relations presse**

Adeline Fogel

**t** : +33 (0) 1 53 64 42 37

**e** : [a.fogel@lectra.com](mailto:a.fogel@lectra.com)