

Matières, couleurs, longueurs... : quelles sont les grandes tendances de l'été 2023 ?

A la veille des soldes d'été en France, découvrez l'étude menée avec Retviews. Lectra propose cette solution d'analyse concurrentielle aux acteurs de la mode pour leur permettre de suivre en temps réel les données du marché.

- **La part des shorts dans les assortiments est en hausse de 39 %. Les robes (+ 25 %) et les jupes (+ 20 %) sont aussi très populaires cette année.**
- **Avec le retour de l'été et l'effet sunset, la couleur orange s'impose de plus en plus au sein des collections.**
- **Cet été sera tout en longueur : les robes longues devançant les mini-robes et les bermudas sont en plein essor.**

Paris, le 21 juin 2023 –En ce début d'été, les collections des grandes enseignes de mode dévoilent les principales tendances de cette saison. Explosion de fluo, tonalités orange pour un style sunset, dégradés éclatants... L'analyse des données des marketplaces et des sites de e-commerce montre que les couleurs vives seront à l'honneur cette année ! Acteur majeur de l'industrie 4.0 sur les marchés de la mode, de l'automobile et de l'ameublement, [Lectra](#) a utilisé sa plateforme digitale Retviews pour décrypter les tendances estivales.

Retviews, la solution automatisée d'analyse concurrentielle de [Lectra](#), se base sur l'analyse en temps réel des données disponibles en ligne sur les assortiments et les gammes de nombreuses enseignes de mode pour identifier les grandes tendances de la saison. Les marques de mode peuvent ainsi s'appuyer sur ces données, recueillies grâce à l'IA, pour ajuster en temps réel leur stratégie de commercialisation au regard des choix de leurs concurrents.

Les données Retviews montrent notamment que **la couleur orange sera la plus populaire cet été**, avec une part en hausse de **8 %** au sein des assortiments. **Le bleu denim et les couleurs vives comme le rose, le rouge et le vert** ont quant à eux vu leur part augmenter de **7 %**.

« Face à l'évolution constante de l'industrie de la mode et au rythme effréné des tendances, les marques sont aujourd'hui confrontées à de nouveaux défis. Les tendances ne cessent d'évoluer, en particulier lors de périodes cruciales comme les changements de saisons. Il est donc essentiel de les anticiper au bon moment pour créer les assortiments les plus adaptés avec le bon positionnement prix », explique François Gonnot, Product Marketing Director chez Lectra. « Dans ce contexte, les données en temps réel de Retviews, obtenues grâce à l'IA, constituent des outils stratégiques : elles aident les marques à gagner en efficacité, à analyser la concurrence et à prendre les bonnes décisions. »

Les robes et shorts font leur grand retour

Avec l'arrivée de l'été, les robes, shorts et jupes sont de retour. Les données Retviews sur les catégories de produits les plus populaires du prêt-à-porter montrent que la part des shorts au sein des assortiments a augmenté de 39 % entre mars et mai 2023. À l'approche des beaux jours, la part des robes (+ 25 %) et des jupes (+ 20 %) est également en hausse.

Quelles longueurs pour les robes, shorts et jupes ?

La bataille de la longueur continue sur le segment des robes et des jupes. Comme l'ont montré les données Retviews, les jupes longues ont été particulièrement en vogue cet automne. Mais cette tendance est-elle toujours d'actualité ? Les données Retviews révèlent une évolution sur le segment des robes depuis un an, avec une baisse de 17 % de la part des mini-robes. L'exemple de ZARA est d'ailleurs assez révélateur : **les**

robes longues représentent aujourd'hui 26 % de son assortiment de robes, contre seulement 3 % environ en 2022.

De son côté, le segment des shorts se divise essentiellement en deux grandes catégories : les mini-shorts et les bermudas. Avec 63 % de l'assortiment total, les bermudas, et notamment les modèles cargos très populaires cette année, dominent le marché de masse. Toutefois, bien que cette tendance soit confirmée par les leaders du secteur, les assortiments de Mango et ZARA intègrent aussi une large sélection de mini-shorts.

Plutôt lin ou denim ?

Le denim reste très en vogue, ce qui n'a rien d'étonnant avec le retour de la mode des années 90 et 2000. Le lin gagne aussi en popularité grâce à sa légèreté et à sa respirabilité, ce qui fait de lui la tendance estivale la plus ancrée depuis l'an dernier. Mais comment les marques se sont-elles adaptées ?

Sur le segment des pantalons, les données Retviews confirment que le denim reste très populaire et que le lin est en plein essor, avec une hausse de 20 % en un an sur le marché. À titre d'exemple, Mango a adapté son assortiment cette année en conservant la même part de produits en lin, tout en réduisant celle consacrée au denim (de 10 % à 6 %). Pour répondre à la demande de denim, ZARA a quant à elle choisi d'accroître de 10 % sa collection dans cette matière. En parallèle, l'enseigne espagnole a également accru de 10 % sa collection en lin, signe que ce tissu léger et respirable est devenu un incontournable pour les consommateurs.

À propos de Lectra :

Acteur majeur sur les marchés de la mode, de l'automobile et de l'ameublement, Lectra contribue au développement de l'industrie 4.0 avec audace et passion.

Le groupe propose des solutions d'intelligence industrielle à la pointe de la technologie qui facilitent la transformation digitale des entreprises. Grâce à ses logiciels, équipements, données et services, Lectra aide ses clients à repousser les frontières et à libérer pleinement leur potentiel. Ses 2 500 collaborateurs sont guidés par trois valeurs fondamentales, qui font la fierté du groupe : faire preuve d'ouverture d'esprit, être des partenaires de confiance et innover avec ardeur.

Fondée en 1973, Lectra a réalisé un chiffre d'affaires de 522 millions d'euros en 2022 et est cotée sur Euronext (LSS).

Pour plus d'informations, visitez www.lectra.com.

Suivez Lectra sur les réseaux sociaux :



Contacts médias :

Hotwire Public Relations Italy

+39 02 3664 3650

E-mail : lectrait@hotwireglobal.com