

TECHNOLOGIE

Consommateurs / Distributeurs et Innovation Textile

Etat des Lieux et Perspectives

La tendance actuelle de la banalisation de l'offre Textile-Habillement et les nouveaux modes de vie, incitent les consommateurs à acheter des vêtements à forte valeur-ajoutée (protection, confort, facilité d'usage...).

Certains distributeurs l'ont bien compris et intègrent dans leurs collections de nombreux produits "fonctionnels" et performants.

Cependant, la prise en compte de la dimension fonctionnelle mais également marketing et informative de ces produits innovants est essentielle pour séduire le consommateur.

- ✓ La perception de l'innovation par les consommateurs.
- ✓ Les fonctionnalités recherchées et les attentes des consommateurs.
- ✓ La perception de l'innovation par les distributeurs.
- ✓ L'organisation et le traitement de l'innovation selon les distributeurs.
- ✓ Les perspectives de développement selon les distributeurs.

Cette étude est basée sur des enquêtes quantitatives et qualitatives (interviews de 300 consommateurs dans plusieurs villes françaises, organisation de tables rondes, interviews d'un panel de distributeurs et marques européennes).



→ Publication

→ Septembre 2004

→ 550 € HT

SOMMAIRE

PARTIE 1 : CONSOMMATEURS ET INNOVATION TEXTILE Perception et Attentes

PERCEPTION DE L'INNOVATION

- Intérêt des consommateurs
- Aspiration des consommateurs
- Critères d'achat
- Freins à l'achat

FONCTIONNALITÉS RECHERCHÉES

- Protection climatique
- Confort au porter
- Easy care ou Entretien facile
- Santé
- Beauté / Cosmétotextile
- Ecologie
- Sécurité

OFFRE MARCHÉ

- Circuits de distribution et magasins fréquentés
- Marques achetées

→ Informations produits

PERSPECTIVES

- Vêtements du futur
- Magasin du futur

PARTIE 2 : DISTRIBUTEURS ET INNOVATION TEXTILE État des Lieux et Perspectives

INTRODUCTION

- Attitude du marché suivant les produits et les circuits
- Créneaux et produits porteurs
- Fonctionnalités les plus demandées

PERCEPTION DE L'INNOVATION

- Définition de l'innovation
- Motivations et intérêts
- Opinions sur les différentes innovations et utilisations
- Principaux freins

ORGANISATION ET TRAITEMENT DE L'INNOVATION

- Sources d'information, organisation interne et origine des choix
- Communication sur et autour du produit

PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT

- Motivations pour un développement de l'innovation
- Entreprises phares
- Vêtement innovant idéal

CONCLUSION

BON DE COMMANDE

	Prix € HT	Prix € TTC (TVA à 5,5%)
Consommateurs / Distributeurs et Innovation Textile	550,00	580,25 <input type="radio"/>

Société : _____

Secteur d'activité : _____ Site Web : _____

Nom : _____ Prénom : _____

Fonction : _____ E-mail : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Pays : _____

Téléphone : _____ Fax : _____

NIF : _____

Publications livrées avec facture dès réception du règlement à LA FEDERATION DE LA MAILLE

Ci-joint un chèque de : _____ €

Débitez sur ma carte de crédit le montant suivant : _____ €

VISA

DINERS

AMEX

Nom du porteur : _____

Numéro de la carte : _____

Date de validité : _____

Pour valider votre règlement de vente à distance, veuillez dater et signer :

Date : _____ Signature : _____

Si vous désirez payer par **virement net de frais bancaires**, voici nos coordonnées bancaires.

La Fédération de la Maille - BNP La Boétie - Code Banque : 30004 - Code Guichet : 00815

N° de compte : 00021484378-22

LA FEDERATION – EXPERTISE TEXTILE – 37/39, rue de Neuilly – 92110 Clichy – France

Tél. : +33 (0)1 49 68 33 50 – Fax : +33 (0)1 49 68 04 78

E-mails : ksfar@la-federation.com / jfmonnet@la-federation.com – Site Web : www.la-federation.com

Siret : 78435797200024 – APE : 911A – Organisme de formation : 11 92 11 81 892