

Location de vêtements : et si c'était notre nouveau modèle de consommation ?

FA Réservé aux membres



La location de vêtements est un modèle de consommation vertueux qui s'impose dans les esprits. C'est un moyen simple pour celles qui veulent changer de look régulièrement sans casser leur tirelire et en protégeant la planète.

[Ecouter cet article](#) Location de vêtements : et si c'était notre nouveau modèle de consommation ?

00:00

Écrit par **Inès Cussac** 

Publié le 11/01/2023 à 15h20, mis à jour le 11/01/2023 à 16h58

Sommaire :

1. **Une économie qui fait plaisir**
2. **Une mode plus responsable**
3. **La location pour tous**

Renouveler sa garde-robe sans ruiner son portefeuille ni la planète, c'est possible ! Depuis quelques années en France, la mode se loue. Pour des mariages, des vacances au ski, des galas ou même pour tous les jours, les femmes sont de plus en plus nombreuses à se tourner vers ce nouveau modèle de consommation. Il offre le privilège de diversifier continuellement sa garde-robe à un moindre coût et de manière responsable.

Une économie qui fait plaisir

La location de vêtements se démocratise, c'est même à la mode. Il n'y a qu'à voir **Kate Middleton**. Début décembre, elle s'est présentée dans une robe de location lors de la soirée de remise des prix Earthshot Prize à Boston. La princesse de Galles, comme de nombreuses femmes, change régulièrement de tenue par nécessité ou coquetterie. *"J'ai une certaine lassitude de la mode, de porter toujours les mêmes pièces"*, reconnaît Katia Lobato. Cette créatrice joaillière loue ses tenues de gala et cocktails depuis trois ans et au moins cinq fois dans l'année grâce au site Une robe un soir. Une marque spécialisée dans **la location de tenues haut de gamme**. *"Ça me permet d'avoir une garde-robe plus diversifiée car il y a énormément de choix"*, souligne-t-elle. *"Plutôt que d'acheter une robe pour la porter une fois, je préfère louer et changer dès que j'en ai envie"*, indique de son côté Lorraine Delphin, adepte de My Golden Closet, une plateforme de location de tenues habillées entre particuliers. Ce modèle de consommation des vêtements reste pour l'instant principalement réservé aux grandes occasions. Mais l'enseigne Le Closet propose des coffrets de vêtements du quotidien en location. Aurélie Daix y est abonnée depuis cinq ans. Cette grande acheteuse, dont le budget vestimentaire oscillait entre 150 et 300 euros par mois, a trouvé la solution miracle : une boxe à 39 euros par mois pour recevoir deux vêtements et un accessoire. *Avec un total de 165 colis reçus et renvoyés, elle a déboursé la modique somme de 6435 euros pour porter l'équivalent de 19272 euros de vêtements. "Je n'achète plus mes coups de cœur, je les porte, les rends et en prends de nouveaux. Désormais je peux aussi accéder à des marques que je n'aurais jamais pu m'offrir", exulte cette trentenaire.*

La location permet en effet d'acheter un usage plus qu'un produit. *"On entre ainsi dans une économie de la fonctionnalité"*, note Laëticia Hugé cofondatrice de Pando Fashion, un cabinet de conseil en mode écoresponsable. Grâce à ce système d'offre, le bien passe de mains en mains sans encombrer les placards, à l'inverse de bon nombre de nos vêtements. D'après une étude de 2019 pour le Parlement européen, un tiers des habits reste inutilisé dans les armoires européennes. *"En louant je peux porter des habits et les remettre dans le circuit. J'évite surtout d'en faire dormir dans ma penderie"*, se réjouit Katia Lobato.

Une mode plus responsable

La location de vêtements permet un large choix de tenues mais c'est aussi la promesse d'une consommation responsable et économique. Aurélie Daix a succombé à la location pour cesser définitivement ses achats compulsifs. *"Avant, j'achetais et je jetais dans des bennes pour la Croix-Rouge après un seul usage. Ça me rendait dingue. Aujourd'hui, je ne m'achète plus que des basiques qui tiennent longtemps et qui peuvent s'associer avec les tenues que je loue."*

La matière, la fabrication, et la provenance sont des étapes de production pouvant engendrer des effets néfastes pour la planète, notamment en ce qui concerne les émissions de gaz à effet de serre. 4 milliards de tonnes de CO2 sont émises chaque année par l'industrie de la mode, d'après une étude **Quantis** de 2018. Un impact plus important que les vols internationaux et le trafic maritime réunis. L'utilisation de produits chimiques occasionne aussi une pollution des cours d'eau et des sols. Rappelons par ailleurs, que la production de vêtements a doublé entre 2000 et 2014 et qu'aujourd'hui, 100 milliards de vêtements sont vendus chaque année dans le monde, selon l'**Ademe**. *"Quand je suis arrivée en France, j'ai repensé toutes mes habitudes. J'y ai découvert une vie plus simple et respectueuse de l'environnement, se rappelle Shalize Curier une Américaine débarquée dans l'hexagone il y a cinq ans. J'ai commencé à réfléchir sur les effets de la fast fashion".*

De fait, la location de vêtements permet de **consommer moins mais mieux**. En usant de cette offre d'achat, les locataires luttent d'une certaine façon contre la production de masse, appelée aussi *"fast fashion"*. Cette industrie propose, certes des vêtements à bas coûts, mais surtout de mauvaise qualité donc peu réutilisable. "Les marques ont bien compris que la location était un levier de croissance : elles montrent ainsi qu'elles fabriquent des produits de qualité", explique Laëtizia Hugé. Pour être loué, un vêtement doit résister au temps et aux multiples lavages en machine. Mais surtout, il doit être en parfait état lorsqu'il arrive chez une cliente. Katia Lobato le constate : "en louant on fait plus attention au produit qu'on choisit et on évite le gaspillage."

Le concept de la location s'est développé en France grâce au marché de la seconde main. "Acheter mes vêtements en friperie a été la première étape avant de passer à la location. Je me suis rendu compte qu'on pouvait utiliser des vêtements qui existent déjà", explique Shalize Curier. Lorraine Delphin le reconnaît aussi : "cela m'a beaucoup aidé d'avoir commencé en achetant et en vendant mes habits sur Vinted." La montée en puissance du marché de l'occasion a permis de lever quelques a priori. Notamment, la barrière dite de la contamination. À savoir, le malaise d'un consommateur à porter un vêtement qui a déjà été en contact avec une autre personne. "En location, le vêtement est comme neuf. Il n'y a juste pas l'étiquette d'achat. Si blocage il y a, il serait juste psychologique", tranche Katia Lobato.

La location pour tous

En plus des avantages économiques et écologiques déjà nombreux, la simplicité et le gain de temps que cette offre d'achat procure sont un argument supplémentaire pour passer à l'acte. "Pour les femmes pressées qui n'ont pas le temps de courir les magasins, c'est parfait! Je n'ai qu'à choisir depuis chez moi et je suis livrée", signale Katia Lobato. Aurélie Daix, qui reçoit toutes les semaines des coffrets de vêtements pour le quotidien, est aussi ravie de ne plus faire tourner de machine deux fois par semaine. "Je n'ai même pas besoin de laver mes affaires avant de les renvoyer : c'est l'entreprise qui se charge du pressing", sourit-elle.

Et si un vêtement est abîmé? Pas de panique! Toutes les plateformes de location ont mis en place des assurances en cas de dommage. Elles l'affirment, pressing et astuces de grands-mères suffisent pour faire disparaître une tache, même les plus tenaces. Certaines marques comme Une robe un soir, travaillent même avec une équipe dédiée pour reprendre les vêtements trop abîmés et les transformer afin d'allonger leur cycle de vie. Du côté des locataires, cette formule rassure. "Je vis comme si c'était ma robe, ça ne change en aucun cas mon mode de fonctionnement", certifie Katia Lobato. "Les petites tâches ça peut arriver, mais je n'ai jamais eu de problème majeur", déclare à son tour Aurélie Daix. "J'ai même été surprise par la propreté des vêtements. Je n'ai jamais vu une tache malgré les nombreuses vies du vêtement", ajoute Shalize Curier.

Ce nouveau modèle de consommation vertueux qui s'étend également à la mode enfant, devrait continuer son cheminement dans les esprits. "Le client est un peu évangélisé à la location qui se déploie sur plusieurs secteurs, affirme Laëtitia Hugé. Netflix est un exemple, aujourd'hui plus personne ne va acheter un DVD."