

Bonjour,

D'après une récente étude dévoilée ce lundi 27 janvier par l'application de shopping Joko, **Shein est devenue l'enseigne de mode où les Français ont le plus dépensé en 2024**, avec des ventes en hausse de 58%. Cette position, détenue par Vinted depuis 2020, reflète un changement important dans les habitudes de consommation des Français qui sont de plus en plus séduits par la fast-fashion.

Cette tendance n'étonne pas la fintech [Pixpay](#), la carte de paiement des adolescents dès 10 ans co-pilotée par les parents, qui a également observé via ses études internes, des dynamiques similaires dans la consommation des jeunes. En 2024, c'est plus d'**1 ado sur 4** qui a consommé au moins une fois chez Shein.

Plus de 40 % des filles et 15 % des garçons ont déjà dépensé dans l'enseigne fast-fashion Shein, désormais perçue comme l'une des marques phares de cette génération. Chez les garçons, l'évolution est en augmentation sur l'année 2024 et continue peu à peu de progresser. En conséquence, le taux de pénétration de Shein parmi les adolescents a augmenté de 2 points, atteignant 28 % en 2024 contre 26 % en 2023*.

Caroline Ménager, cofondatrice de Pixpay, commente cette évolution :

« Le développement chez les adultes n'est pas étonnant, car chez les adolescents cette tendance est déjà bien ancrée. L'augmentation des achats des adolescents sur Shein, en particulier chez les garçons, révèle une dynamique de consommation plus large, où la fast-fashion séduit par son accessibilité en termes de prix et son renouvellement constant. Si cette évolution est notable, il est essentiel de sensibiliser les jeunes à une consommation plus responsable et réfléchie, notamment sur les impacts environnementaux, sociaux et sanitaires des produits qu'ils achètent. »

Paradoxalement, cette progression s'inscrit dans un contexte où les adolescents se montrent de plus en plus conscients des enjeux écologiques. Selon une étude réalisée** en 2024 par Pixpay sur la consommation responsable :

- 1 adolescent sur 2 a déjà renoncé à un achat pour des raisons écologiques ;
- 11% des adolescents ont complètement changé leurs habitudes de consommation ;
- 45% ont modifié leurs comportements de manière partielle.

« Ces chiffres montrent que les jeunes sont sensibles aux enjeux écologiques, mais le faible coût des vêtements proposés par les enseignes de fast-fashion reste un facteur déterminant pour de nombreux adolescents, dont le pouvoir d'achat est souvent limité. Il est impératif d'intégrer la sensibilisation à la consommation responsable dans les programmes éducatifs, afin de guider cette génération vers des choix plus conscients et respectueux de l'environnement », ajoute Caroline Ménager

*source Teenage Lab by Pixpay

**étude sur la consommation responsable réalisée sur la base des données des utilisateurs (10-18 ans) de Pixpay du 25 mars 2023 au 25 mars 2024 et des 2000 réponses au questionnaire partagé le 29 mars 2024 aux utilisateurs (10-18 ans) de l'application.

Si ce sujet d'éducation financière vous intéresse, nous serions ravis d'organiser des échanges avec :

- Caroline Ménager, cofondatrice de Pixpay, qui pourra commenter les différents chiffres ;
- Des utilisateurs de Pixpay (parents et adolescents) qui pourront vous partager leurs raisons de consommation dans ces enseignes de fast-fashion.

Bien à vous,

Contacts presse :

Orline NZUZI – orline@edifice-communication.com – 06 76 97 15 78

Laetitia GUITTARD – laetitia@edifice-communication.com – 06 76 13 71 55

Etienne RICHEL – etienne@edifice-communication.com – 07 85 89 64 57

A propos de Pixpay :

Pixpay, start-up fondée par Benoit Grassin, Nicolas Klein et Caroline Ménager en janvier 2019, est la première marque à proposer enfin une alternative aux banques pour les ados dès 10 ans. Son ambition : révolutionner les solutions de paiement des adolescents en leur donnant les ressources pour bien grandir. Pixpay propose ainsi aux jeunes une carte de paiement MasterCard et une app mobile leur permettant de payer, d'être payés, d'épargner ou encore de faire des dons. C'est aussi une application mobile pour les parents, leur offrant une solution sécurisante, pédagogique et pratique pour suivre et accompagner leurs enfants au quotidien. En juin 2022, Pixpay et Acorns se rapprochent pour construire le leader mondial de l'éducation financière, réunissant ainsi plus de 5 millions d'utilisateurs à travers l'Europe et les Etats-Unis. Plus d'informations sur : [Pixpay - La meilleure carte de paiement pour ados](#)