

## Présentation détaillée

### Premier bilan de l'Automne Hiver 2009/10

### Les grandes enseignes en 2010

Deux sujets de référence pour...

- découvrir les premières tendances de la saison automne hiver 2009/10,
- faire le point sur l'évolution des grandes enseignes de chaussures fin 2009,

## Les principaux points abordés

Cette étude comporte deux parties. La première s'attache aux **premiers résultats de la saison Automne Hiver 2009/10**. La seconde décrit **les grandes enseignes de chaussures en 2010**.

### 1er bilan de l'Automne Hiver 2009/10

- ⇒ **Analyse globale des ventes** par rapport à l'automne hiver 2008/09
- ⇒ Résultats **par segments de marché** homme, femme et enfant, **par circuits de distribution** et **par catégories d'articles** (depuis l'automne-hiver 2005/06 et les premières tendances de l'automne-hiver 2009/10)

### Les grandes enseignes en 2010

- ⇒ **Recensement de plus de 130 GROUPES ET SOCIETES** de distribution chaussures et de leurs enseignes, **soit PLUS DE 5000 POINTS DE VENTE** chaussures
- ⇒ **Evolution du nombre de points de vente** par enseigne entre 2007 et 2009, **les faits marquants** de l'année, **les enseignes dynamiques** et **les enseignes en difficulté** : retrouvez tous les mouvements de l'année 2009 dans cette étude.

# Etude N° 258

## 1<sup>er</sup> bilan de l'Automne Hiver 2009/10

### Les grandes enseignes en 2010

Prix de l'étude : 150€ H.T.  
 Publication : mars 2010  
 116 pages

## Sommaire détaillé de l'étude

### Premier Bilan de l'Automne Hiver 2009/10

(pages 11 à 29)

#### 1 – La tendance générale

#### 2 – Analyse des ventes par segments de marché

2.1 – Les tendances du marché Femme (15 ans et plus)  
 A – Evolution des grandes catégories d'articles  
 B – Les circuits de distribution sur le segment Femme

2.2 – Les tendances du marché Homme (15 ans et plus)  
 A – Evolution des grandes catégories d'articles  
 B – Les circuits de distribution sur le segment Homme

2.3 – Les tendances du marché Enfant (0-14 ans)  
 A – Evolution des segments du marché Enfant  
 B – Evolution des grandes catégories d'articles  
 C – Les circuits de distribution sur le segment Enfant

3.3 – Les tendances du marché Enfant (0-14 ans)  
 A – Evolution des segments du marché Enfant  
 B – Evolution des grandes catégories d'articles  
 C – Les circuits de distribution sur le segment Enfant

### Les grandes enseignes en 2010

(pages 31 à 112)

#### Introduction

#### 1<sup>ère</sup> Partie – Les principaux mouvements en 2009

- 1 – Contexte économique
- 2 – Périphérie / Centre-ville
- 3 – Les mouvements au sein des grands groupes
- 4 – Les mouvements des autres enseignes
- 5 – Pour compléter ce panorama

- 5.1 – les non-spécialistes chaussures
- 5.2 – le commerce en ligne
- 5.3 – les minichaînes de magasins

#### 2<sup>ème</sup> Partie – Les principaux acteurs

Groupe Eram, Groupe Vivarte, Groupe Desmazieres, Vgm / Chaussea, Bata Distribution, Distri Center, Mephisto, Groupe Tachon Diffusion – Aerosoles, Groupe Garant, Petits Petons, Geox, Manbow, Groupe Ratureau Apple Shoes, Loding, Salamander, Till, Dpam (Du Pareil Au Même Chaussures), Chaussures Bessec, Paraboat, Jonak, Eden Shoes, Jb Martin, Sas Couillaud, Chaussures Dubourg Sas, Parallele, Samy, Romanaise De La Chaussure, Arche, La Chausserie, Thierry 21, Chaussures Clyde, Ets Cadoux, Super Chauss'34, Charles Daky, Ogui Expansion, Rudy's, Stephane Gontard, Jef Chaussures, Chaussures Du Chateau, Ivoire, Jim Weston, Etablissements J. Fournier, Palais De La Chaussure – Jean Thiot – Emeric, Ranciere Mode, Lavorel Sas, Chaussures Begue, Papillon Bonte, Sa Bonin, Chaussures Junior, Deshays, Mefayer, Ets Basseux, Etablissements Chochoix, Steinmetz – Gabor, Clarks, Via Venise, Heschung, Hardrige, Sa Conrad, Mrj, Nation Chaussures, Bexley, Finsbury, Mod8, Kolektor, Botly, Jlp Boutique, Florence Kooijman, Jaime Mascaro, Arcus, Sodimod Ardillier, Chaussures Maurice Soufflet, Vivaldi, Emling, Charles Jourdan, Planetboots, Sarl Lemouzy, Sakso, Vitto, Harcourt, Six Pieds Trois Pouces, Doubrère, Chaussures Clarisse, Christine Koch, Chaussures Puyo, Chaussures David, Via Uno, etc...

#### Annexes

A – Les grands groupes de la distribution chaussures – nombre de points de vente (y compris corners) en France au 31/12/2009

B – Les grandes enseignes au format boutique – nombre de points de vente (hors corners) en France au 31/12/2009

C – Les grandes enseignes au format GSS – nombre de points de vente (hors corners) en France au 31/12/2009

#### AS2C / Fédération Française de la Chaussure

51, rue de Miromesnil – 75008 PARIS – Tel : (+33) 01 44 71 71 71 – Fax : (+33) 01 44 71 04 04  
 Email : info@chaussuredefrance.com

## La chaussure

### Analyses & Marchés

### Etude N° 258

## Bon de commande

A retourner à :

**AS2C / Fédération Française de la Chaussure**  
 Service Etudes  
 51, rue de Miromesnil  
 75008 PARIS

DESIGNATION DE L'ETUDE	QUANTITE	TARIF HT	TARIF TTC	TOTAL T.T.C
<b>Etude n° 258: 1<sup>er</sup> Bilan de l'AH 2009/10 Les grandes enseignes en 2010</b>	—	150€	179,40€	—

Oui, je souhaite être informé(e) de la parution de chaque bilan saisonnier

Adresse e-mail : .....

Règlement par chèque d'un montant de \_\_\_\_\_ € à l'ordre de **AS2C**  
 (L'étude me sera adressée immédiatement, accompagnée d'une facture acquittée)

Je réglerai à réception de la facture

Mon règlement sera effectué par virement bancaire  
 BRED – PARIS OPERA - RIB 10107 00175 00121019665 26  
 (Dans ces deux derniers cas, l'étude me sera adressée dès réception du règlement)

#### Adresse de livraison

Société : .....

M  Mme  Mlle

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Adresse : .....

Code postal : .....

Ville : .....

Pays : .....

☎ : .....

le : .....

Signature et cachet de l'entreprise :

#### Adresse de facturation (si différente)

Société : .....

M  Mme  Mlle

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Adresse : .....

Code postal : .....

Ville : .....

Pays : .....

☎ : .....

#### AS2C / Fédération Française de la Chaussure

51, rue de Miromesnil – 75008 PARIS – Tel : (+33) 01 44 71 71 71 – Fax : (+33) 01 44 71 04 04  
 Email : info@chaussuredefrance.com