



LA CHAUSSURE HOMME

Usages & Attitudes en Europe

France – Allemagne – Espagne – Italie
Belgique – Pays-Bas – Suisse – Royaume-Uni

ETUDE n°321 - "La Chaussure – Analyses & Marchés" – Février 2019

L'hyper-connexion observée au fil des années dans notre quotidien a pour effet sur la consommation des hommes la banalisation des **ventes multicanales** et la démocratisation de l'utilisation d'**internet et des réseaux sociaux** pour la préparation des achats.

Sur un marché de la chaussure homme affecté par un certain ralentissement, où la mode des sneakers et autres chaussures de sport a bousculé l'offre, il est **important d'adapter son offre et sa stratégie pour répondre aux aspirations des consommateurs.**

Le marché européen de la chaussure Homme est de plus en plus disputé. Les facteurs clés de succès reposent sur la créativité, l'offre produit, l'innovation, et la capacité à soutenir et diffuser sa marque sur tous les supports et canaux de distribution.

L'objectif de cette étude est de mesurer les changements de comportement sur le marché homme de la chaussure, à travers les **8 principaux marchés européens.**



Quelques thèmes abordés...

Chaussures et usages : que possèdent les hommes dans leur placard à chaussures? L'offre actuelle est-elle en adéquation avec les pointures?

Comment se déroule le parcours d'achat d'une paire de chaussures? L'homme prépare-t-il ses achats? Comment? Quels critères sont importants, influençant l'achat? Les conseils des vendeurs, l'essayage sont-ils toujours indispensables? Quelle est l'influence des réseaux sociaux sur les achats?

Quels sont les **volumes d'achat** et les **budgets des hommes** en matières de chaussures? Comment s'articulent les **lieux d'achat** entre spécialistes / non spécialistes? Achats en magasins / online?

Quelle Attitude face à l'achat de chaussures et aux nouvelles initiatives des acteurs du marché?

Méthodologie

+ de 8 100 interviews online de **consommateurs** âgés de 18 à 65 ans

Cibles représentatives en Age x Région x CSP
selon les quotas de chaque pays

Les 8 marchés étudiés : 147 Millions d'hommes
France – Allemagne – Espagne – Italie – Belgique – Pays-Bas
– Suisse – Royaume-Uni



26,2 M



35,0 M



19,2 M



25,2 M



4,6 M



7,1 M



3,5 M



26,5 M

Sommaire de l'étude

PARTIE 1 # CHAUSSURES & USAGES

- 1.1 L'achat plaisir : montres, parfums & chaussures
- 1.2 Un placard à chaussures fourni
- 1.3 Quelle fin de vie pour les chaussures usagées ?
- 1.4 Répartitions des pointures déclarées
- 1.5 Adéquation de l'offre

PARTIE 2 # CHAUSSURES & ATTITUDES

- 2.1 Perception de l'achat de chaussures : une nécessité avant tout
- 2.2 Attitudes face aux innovations
- 2.3 Intérêts selon les cibles et pays

PARTIE 3 # PARCOURS D'ACHAT

- 3.1 Critères d'achat : confort et prix aux premiers rangs
- 3.2 Sensibilité à la marque et à ses attributs
- 3.3 Intérêt pour les matières des chaussures...
- 3.4 Influence de la présence de cuir
- 3.5 Le Lieu de fabrication
- 3.6 Perception du Made in France pour la chaussure
- 3.7 Fidélité à la marque
- 3.8 Les motivations d'achat
- 3.9 Préparation de l'achat
- 3.10 Conseils des vendeurs: moyennement importants

- 3.11 L'essayage, toujours indispensable
- 3.12 Peu de suivi des marques sur les réseaux sociaux
- 3.13 Partage de produits sur les réseaux sociaux
- 3.14 Un achat réalisé suite à une vue sur les réseaux sociaux

PARTIE 4 # COMPORTEMENT D'ACHAT

- 4.1 Un peu plus de 3 achats dans les 12 derniers mois
- 4.2 Un budget élevé – détail par type de chaussures
- 4.3 Futurs achats : peu d'évolution budgétaire
- 4.4 Lieux habituels d'achat
- 4.4 L'achat sur Internet, testé et pratiqué
- 4.5 Retours après achat en ligne
- 4.6 Poids de la clientèle distance, en magasins et mixte
- 4.7 L'achat de chaussures d'occasion

PARTIE 5 # LE DERNIER ACHAT

- 5.1 Canal d'achat – le magasin reste plébiscité
- 5.2 A la recherche de la bonne affaire

6# CARACTERISTIQUES DES MARCHES

Allemagne - Belgique – Espagne – France
Italie – Pays-Bas – Royaume-Uni – Suisse
Millenials

Bon de commande

A retourner à : *Fédération Française de la Chaussure – 51 rue de Miromesnil – 75008 PARIS*
info@chaussuredefrance.com

DÉSIGNATION DE L'ÉTUDE	QUANTITÉ	TARIF HT	TARIF TTC	TOTAL T.T.C
Etude N°321 - LA CHAUSSURE HOMME - Usages & Attitudes en Europe Version électronique (PDF) – 92 pages		750€	900€	

Je règle par chèque d'un montant de€

à l'ordre de : *Fédération Française de la Chaussure*

→ 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

LCL ANJOU

IBAN (FR67) 3000 2004 5300 0000 8698 Y96

B.I.C. CRLYFRPP

→ Dans ces deux derniers cas, l'étude me sera adressée après réception du règlement

Mail de livraison :

le :
Signature et cachet de l'entreprise :

Adresse de facturation:

Société :

Prénom, Nom :

Fonction :

Adresse :

CP / Ville :