

BILAN ÉCONOMIQUE ECONOMIC SURVEY 2025 2026





Clémentine Colin-Richard
Présidente de la Fédération Française de la Chaussure

Les années se suivent et se ressemblent ... Nous évoluons dans une conjoncture mondiale où les crises se succèdent sous des formes diverses. Tensions géopolitiques, protectionnisme, hausse brutale du coût de l'énergie et de certaines matières premières, ralentissement de la logistique sont autant de défis qui se présentent aux acteurs économiques. Le changement permanent est devenu la nouvelle norme. L'agilité de nos entreprises aussi.

Ce changement va de pair avec un ralentissement de la croissance économique et une stagnation globale de la consommation de mode au sens large. L'accès aux marchés BtoB comme BtoC est rendu particulièrement disputé en France comme à l'international. L'habillement comme la chaussure ne font pas partie des priorités de dépenses des consommateurs, et ce depuis quelques années déjà.

Nous pouvons compter sur les atouts de nos marques françaises pour faire face :

- Comme au travers de **leur développement international**. Cette année encore, les exportations françaises de chaussures se maintiennent à un haut niveau (5,3 milliards d'euros) malgré le contexte, et réalisent, ainsi, la 3^{ème} meilleure performance de ces dernières années. Les marques françaises de chaussures font preuve d'adaptation et de réactivité dans cet environnement plutôt défavorable, participant ainsi **au rayonnement de la mode à la Française à l'international**

- Sans oublier **le Made in France**, reconnu pour ses savoir-faire, sa qualité et sa créativité. Plus de 80 entreprises, usines et ateliers, et 3 250 salariés pérennisent ces atouts en s'appuyant sur **un mixte alliant traditions et innovations** ; comme quoi les 2 vont de pairs. L'intelligence artificielle offrent de nouvelles opportunités dans toute la chaîne de valeur, du sourcing jusqu'à la commercialisation.

- Nous devons, aussi et surtout, saluer **leur engagement responsable**. Il est peut-être moins mis en avant par certains, ces derniers temps, conséquence du climat économique, mais ce doit d'être mentionné. De nombreux travaux sont menés au sein de la filière **pour démontrer l'engagement des marques françaises sur les aspects sociétaux et environnementaux**. De l'éco-conception à la réparation des chaussures, ces axes offrent de nouvelles opportunités aux marques françaises dans la relation avec les consommateurs et sur le marché de la revente. Sur des marchés où le nombre de produits non-conformes peut affoler les autorités de contrôle, les marques françaises s'appuient sur le respect d'une réglementation très stricte et en avance notamment par rapport à nos voisins européens.

Je conclusais l'édito de 2025, en écrivant que « Notre industrie n'avait pas dit son dernier mot, loin de là ». Je le crois toujours et vous remercie de votre confiance au travers de ma réélection à la Présidence de la Fédération. Vous pouvez compter sur moi, tout comme sur les membres du conseil fédéral qui vous représentent, et sur toute l'équipe de la Fédération pour aller de l'avant à vos côtés et rester focus sur ce que nous faisons le mieux « Fabriquer des chaussures ».



Sommaire

01

Made In France
page 5

Industrie de la Chaussure
Footwear manufacturing
Page 7

Production de chaussures
par catégories
Production by category
Page 9

Implantation régionale
Regional Presence
Page 12

03

Le marché de la chaussure
Footwear market
Page 39

Consommation
Consumption
page 40

Distribution
Retailing
Page 43

02

Le commerce extérieur
Foreign Trade
Page 15

Exportations
Exports
Page 19

Importations
Imports
Page 45

04

Les chiffres clés
Key Figures
Page 45



Made In France

La chaussure joue un rôle important dans l'équipement de la personne. Composées de matériaux souples, les chaussures «portent» l'être humain, sont soumises à de nombreuses contraintes et tensions, et doivent assurer stabilité et équilibre lors des déplacements. Pour cela, la fabrication de chaussures s'appuie sur un patrimoine de techniques et de savoir-faire, qui font que cette activité est reconnue *métier d'art* depuis 2016.

Shoes play an important role in a person's gear. Made from flexible materials, footwear "carries" the human body, is subject to numerous stresses and strains, and must ensure stability and balance when moving. To achieve this, footwear manufacturing relies on a heritage of techniques and know-how, which has led to this activity being recognised as a métier d'art since 2016.



Made In France

Industrie Française

Intégrée au sein de la filière cuir, l'industrie française de la chaussure regroupe des entités qui s'appuient **sur des savoir-faire multiples et une créativité permanente**. Que ce soit en cuir, en textile, en matières synthétiques ou caoutchouc, les usines et ateliers français proposent une large diversité de modèles, allant des chaussures aux sneakers, en passant par les chaussures de sport, de sécurité, ou encore par les bottes, sandales, espadrilles, sabots, charentaises ou autres chaussons. Quelques fabricants de parties de chaussures (semelles, lacets) complètent ce panorama.

Avec **556 millions d'euros de chiffre d'affaires pour une production de 10,1 millions de paires**, le bilan de l'année 2025 rassemble des situations très hétérogènes d'une entreprise à l'autre. Le repli de ces indicateurs par rapport à l'année précédente, tient compte de la cessation d'activité de quelques structures, et du ralentissement des marchés. Cette contraction de l'activité globale n'exclut pas des évolutions positives pour certaines entreprises, même si ces dernières sont minoritaires.

Les 82 entreprises du secteur emploient directement 3 250 salariés qui mettent en avant leurs expertises pour créer, développer, fabriquer et commercialiser leurs collections. **Les industriels de la chaussure participent au rayonnement de la mode française à l'international**. Evoluant sur des marchés avec une forte concurrence, ces entreprises réalisent en moyenne 28 % de leur activité à l'international en 2025. Cette proportion peut monter à 80 % pour certaines d'entre elles.

Les enjeux de notre filière sont nombreux, autour du maintien et de la transmission des savoir-faire, de l'appropriation des innovations technologiques dans toute la chaîne de valeur, et de l'engagement responsable. Majoritairement positionnées sur les gammes supérieures, premium et luxe, les marques françaises évoluent sur des marchés en constante évolution, avec des tensions géopolitiques qui impactent le commerce mondial.

French industry

*As part of the leather sector, the French footwear industry brings together organisations that draw **on diverse know-how and constant creativity**. Whether in leather, textile, synthetic materials or rubber, French factories and workshops offer a wide diversity of models, ranging from shoes to trainers, including sports shoes, safety shoes, as well as boots, sandals, espadrilles, clogs, charentaises or other slippers. Some manufacturers of shoe components (soles, laces) round out this overview.*

*With **€556 million in turnover and a production of 10.1 million pairs**, the 2025 results show very heterogeneous situations from one company to another. The decline in these indicators compared with the previous year reflects both the closure of a few businesses and the slowdown in the markets. This contraction of overall activity does not preclude positive developments for some companies, even though these remain in the minority.*

*The 82 companies in the sector directly employ 3,250 people who showcase their expertise to design, develop, manufacture and market their collections. **Shoe manufacturers contribute to the international reach of French fashion**. Operating in highly competitive markets, these companies generated on average 28% of their activity internationally in 2025. This proportion can reach 80% for some of them.*

The challenges facing our sector are many, including maintaining and passing on know-how, adopting technological innovations across the entire value chain, and responsible engagement. Predominantly positioned in the higher-end, premium and luxury segments, French brands operate in constantly changing markets, with geopolitical tensions impacting global trade.



72%

des Français considèrent que,
pour l'achat de leurs chaussures,
les marques sont un gage de qualité
(enquêtes FFC réalisées en avril-juin 2026 auprès de 4 000 personnes)

*of French people consider that, when buying
their shoes, brands are a guarantee of quality
(FFC surveys carried out in april-june 2026 among 4 000 people)*

Fédération Française de la Chaussure

La Fédération Française de la Chaussure accompagne les entreprises dans leur développement responsable en France comme à l'international. Son rôle est de valoriser les acteurs de la chaussure, de les représenter sur les scènes politique, économique et sociale. Ainsi, **la Fédération soutient 150 marques de chaussures à travers la transmission des savoir-faire, l'innovation numérique et technologique et le développement à l'international.** La mobilisation est également importante avec les partenaires de la filière mode-luxe pour accentuer les actions de lobbying et maintenir en alerte le gouvernement sur la situation de nos entreprises.

Une soixantaine d'actions collectives ont été mises en place en 2025 à travers différents domaines. Des actions transversales à la filière mode-luxe avec notamment les dispositifs Cuir & Savoir-Faire, l'incubateur Au-delà Du Cuir et la structure Faire de Lance, co-fondés par notre Fédération. Le service d'accompagnement en recherche de financement a également été très sollicité.

Différentes **actions de communication pour accompagner le développement commercial des marques françaises** ont été développées. En 2025, les plus significatives concernent la refonte de notre showroom digital, notre présence sur le salon du Made in France, la seconde édition de la Journée du Chaussou, et la réalisation permanente de dossiers de presse pour mettre en avant la créativité des marques françaises. A l'international, le dispositif repose sur une veille permanente, des études de marché, et une présence sur les salons professionnels et les plateformes digitales, avec un accent particulier porté sur les Etats-Unis, le Mexique, le Japon et la Corée du Sud en 2025.

La **Fédération a également soutenu ses adhérents dans leurs investissements** pour accélérer la digitalisation de leurs activités, et accompagné leurs réflexions autour de la RSE. En parallèle, les projets de recherche autour de la durabilité, du confort, des nouveaux matériaux, et des applications de l'IA ont été poursuivis avec l'appui de CTC, comité professionnel de développement économique de la filière cuir.

French Footwear Federation

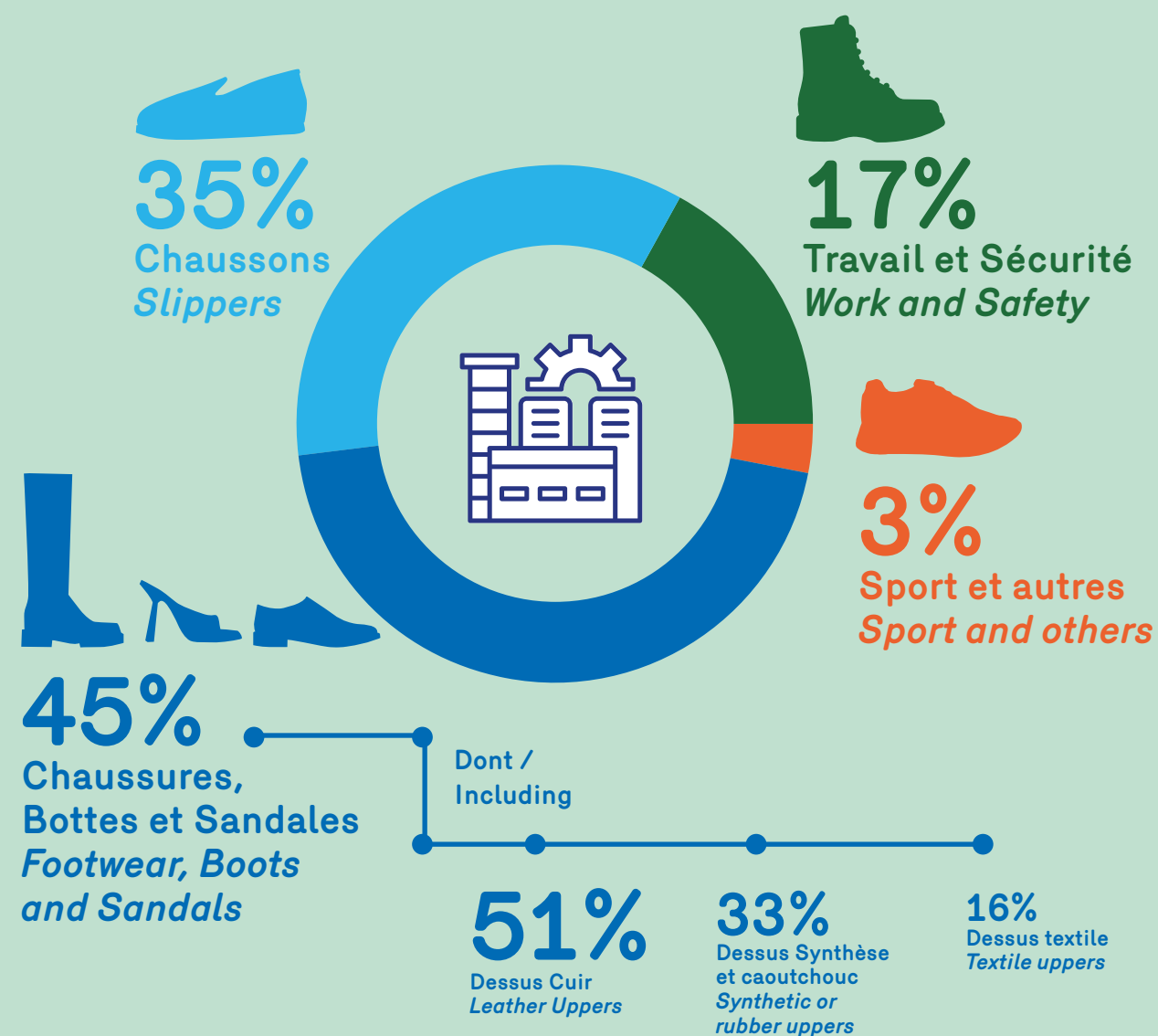
*The French Footwear Federation (Fédération Française de la Chaussure - FFC) supports companies in their responsible development both in France and internationally. Its role is to promote the players in the footwear sector and to represent them in the political, economic and social spheres. Thus, **the Federation supports 150 shoe brands through the transmission of know-how, digital and technological innovation and international development.** There is also significant mobilisation with partners in the fashion-luxury sector to step up lobbying and keep the government aware of the situation facing our companies.*

Around sixty collective actions were launched in 2025 in various areas. Cross-functional initiatives in the fashion-luxury sector, including Cuir & Savoir-Faire, the Au-delà Du Cuir incubator and Faire de Lance, co-founded by our Federation. The financing support service was also in great demand.

*Various **communication initiatives to support the commercial development of French brands** have been developed. In 2025, the most significant of these are the overhaul of our digital showroom, our presence at the Made in France trade show, the second edition of the Journée du Chaussou, and the ongoing preparation of press kits to showcase the creativity of French brands. Internationally, the initiative relies on continuous monitoring, market studies, and a presence at trade shows and digital platforms, with a particular focus on the United States, Mexico, Japan and South Korea in 2025.*

*The **Federation also supported its members in their investments** to accelerate the digitalisation of their activities, and guided their thinking on CSR. Meanwhile, research projects on sustainability, comfort, new materials and AI applications were pursued with the support of the CTC, professional committee for the economic development of the leather sector.*

Production par catégories d'articles en volume Production by category in volume



Entreprises selon leurs effectifs Companies according to their workforce





La FFC, une expertise juridique au service de la profession

La Fédération accompagne les entreprises dans leurs prises de décisions en matière sociale et négocie avec les partenaires sociaux des accords pour la Branche afin d'offrir aux entreprises du secteur des règles adaptées à leur activité. Ces derniers mois, ont été conclus des accords sur les salaires, l'activité partielle longue durée ainsi que sur la mise en œuvre de mesures urgentes en faveur de l'emploi et de la formation professionnelle.

La FFC, au cœur de la promotion des savoir-faire

La FFC ainsi que les fédérations professionnelles des secteurs cuir-marochinierie-ganterie et le CTC se mobilisent pour pérenniser les savoir-faire « Métiers » au travers notamment du dispositif Cuir & Savoir-Faire. Il s'agit d'une aide financière permettant aux entreprises d'anticiper et d'organiser leurs opérations de transfert de savoir-faire par le biais de la formation interne et externe.

Parmi les actions de promotion des métiers, la FFC organise des événements donnant l'opportunité aux étudiants des lycées professionnels de la Chaussure et aux entreprises du secteur de se rencontrer et de nouer des liens. La FFC réalise des films sur les métiers de la Chaussure pour faire découvrir cet univers aux étudiants et aux personnes en reconversion. Ces vidéos sont diffusées sur les réseaux sociaux et lors des forums et salons.

La Fédération développe des partenariats avec la filière des industries créatives et techniques mode et luxe réunies au sein d'OPCO2i, avec notamment les campagnes de communication « Savoir pour Faire » et « Avec l'industrie ».

The FFC: legal expertise at the service of the industry

The Federation assists companies with decisions on social matters and negotiates agreements for the sector with social partners, in order to provide companies in the sector with the rules adapted to their business. In recent months, agreements have been reached on wages, on long-term partial activity, and on the implementation of urgent measures to promote employment and vocational training.

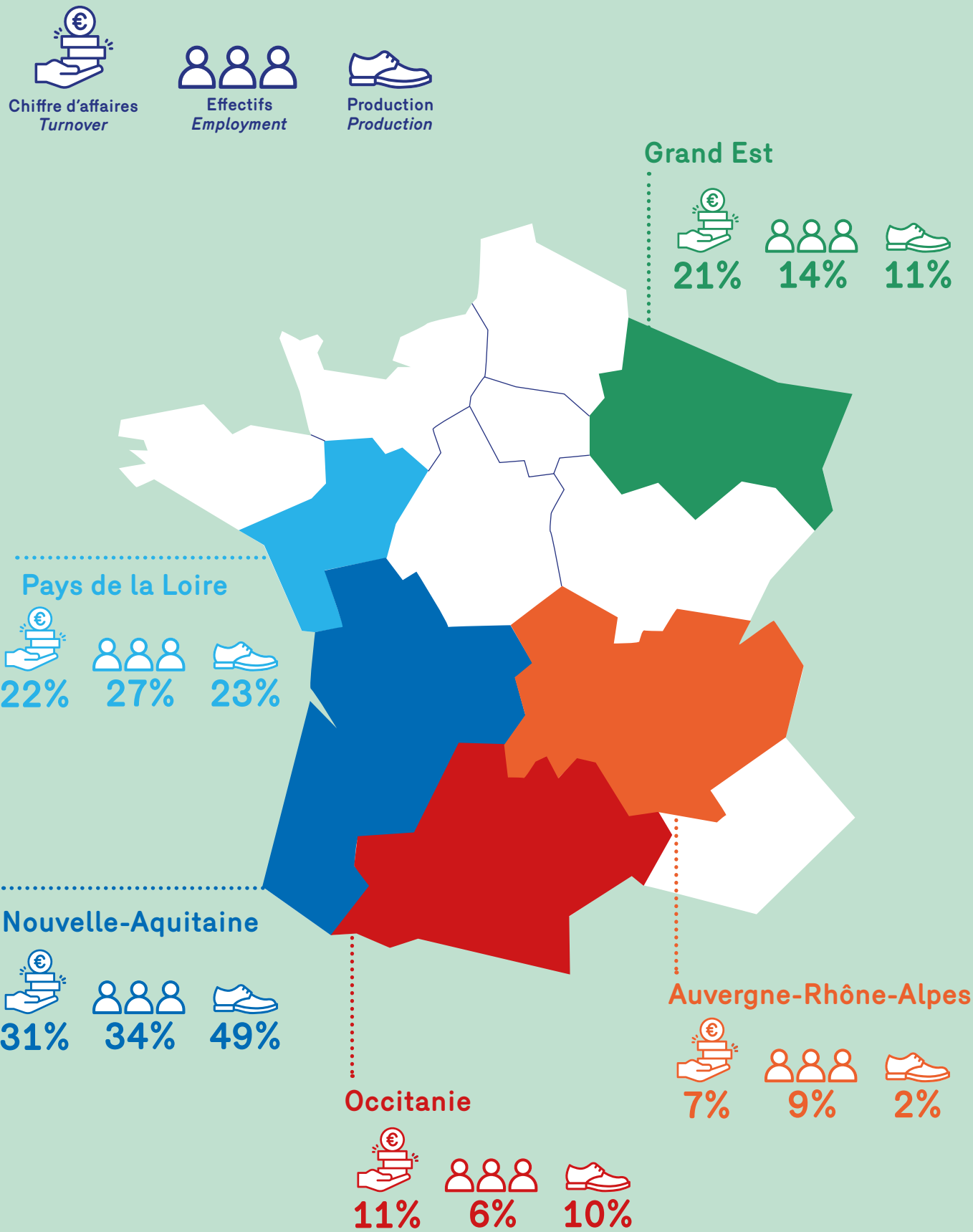
The FFC: at the heart of promoting expertise

The FFC, the professional federations of the leather, leather goods and glove sectors and the CTC are working together to ensure the long-term survival of professional expertise, in particular through the Cuir & Savoir-Faire scheme. This financial aid enables companies to anticipate and organise their know-how transfer operations through internal and external training.

As part of its efforts to promote the footwear industry, the FFC organises events that gives students of footwear from vocational colleges and companies in the sector the opportunity to meet and forge links. The FFC makes films about the footwear industry to help students and people undergoing retraining discover the world of footwear. forums and trade fairs. These videos are shared on social media and at forums and trade shows.

The Federation is developing partnerships with the creative and technical fashion and luxury industries within OPCO2i, notably with the "Savoir pour Faire" and "Avec l'industrie" communication campaigns.

IMPLANTATION RÉGIONALE REGIONAL PRESENCE



Implantation régionale

Cinq régions françaises rassemblent une très grande majorité de l'industrie de la chaussure. Cet ensemble regroupe plus de 90% de l'activité nationale suivant les indicateurs économiques, comme le chiffre d'affaires, les effectifs ou la production en volume.

Avec des acteurs du luxe, des fabricants d'articles d'intérieur, des spécialistes des chaussures de sécurité, en passant par les chaussons de danse ou les bottes en caoutchouc, 29 entreprises se situent en **Nouvelle Aquitaine**, du Limousin au Pays basque, en passant par la Charente et la Dordogne. Ces usines et ateliers occupent une place plus importante dans la production en volume, que dans les effectifs ou le chiffre d'affaires national.

Seconde région, les **Pays de la Loire** assurent entre un cinquième et un quart de l'activité nationale selon les indicateurs. Les entreprises sont majoritairement concentrées autour de Cholet. La région **Grand Est** regroupe peu de structures, mais des structures ayant une taille relativement importante. Ce qui explique que cette région capte un cinquième du chiffre d'affaires national et 14% des effectifs. Les entreprises situées en **Occitanie** sont également peu nombreuses, et réalisent environ un dixième du chiffre d'affaires national. La quinzaine d'entreprises situées en **Auvergne-Rhône Alpes** est majoritairement composée de très petites structures, qui concentrent près du dixième des effectifs pour seulement 2% de la production nationale.

Regional presence

Five French regions account for the vast majority of the footwear industry. This ensemble accounts for more than 90% of national activity according to business indicators such as turnover, head-count and volume production.

From luxury goods and slippers manufacturers to safety footwear specialists, dance shoes and rubber boots, there are 29 companies in the **Nouvelle Aquitaine** region, from Limousin to the Basque Country, including Charente and Dordogne. These factories and workshops represent a larger share of production volume than of the national workforce or the national turnover.

As the second-largest region, **Pays de la Loire** accounts for between one fifth or one quarter of national activity, according to the indicators. The companies are mainly concentrated around Cholet. There are few businesses in the **Grand Est** region, and some are relatively large. This explains why the region accounts for a fifth of national sales and 14% of the workforce. The number of companies located in **Occitanie** is also small, accounting for one tenth of national sales. The fifteen or so companies located in **Auvergne-Rhône Alpes** are mainly very small structures, which nevertheless account for a tenth of the workforce and just 2% of national production.



Commerce exterieur *Foreign* *trade*

En 2025, les échanges commerciaux de chaussures sont marqués par la mise en place de barrières tarifaires par les Etats-Unis. Ce protectionnisme rend plus difficile l'accès au marché Américain pour les marques françaises, mais aussi pour les fournisseurs asiatiques qui tentent de compenser en accentuant leur pression sur les marchés européens.

In 2025, the footwear trade is shaped by the United States' implementation of tariff barriers. This protectionism makes accessing the US market more difficult for French brands, as well as for Asian suppliers, who attempt to compensate by intensifying their pressure on European markets.



La Fédération Française de la Chaussure accompagne les créateurs et les marques dans leur stratégie internationale

En 2025, la Fédération Française de la Chaussure a proposé des actions sur une quarantaine de salons internationaux en France comme à l'étranger. Conseils sur les salons, mise en relations, communication collective, prospection auprès des acheteurs sont des services parmi d'autres que la FFC a proposé tout au long de l'année à ses adhérents.

Des missions de prospection ont été organisées sur les marchés du **Japon** et de la **Corée du Sud**, en collaboration avec Business France. L'opération a permis aux marques françaises de tester leur offre auprès d'une clientèle asiatique très sélective, et de rencontrer de potentiels partenaires pour la distribution de leurs collections.

En novembre 2025, la Fédération Française de la Chaussure a organisé, en collaboration avec les acteurs de la filière mode et Business France, **la seconde édition du forum dédié au développement des marques à l'international**. Intitulé **Welcome On Board, Mode & International**, cette édition a permis de rassembler plus de 200 participants à Paris. A travers de nombreux ateliers et tables rondes, les dirigeants de marques ont pu rencontrer les acheteurs internationaux et découvrir de nouvelles opportunités de développement.

The French Footwear Federation supports designers and brands in their international strategy

In 2025, the French Footwear Federation proposed actions at around forty international trade fairs in France and abroad. Advice on trade shows, networking, collective communication and prospecting for buyers are just some of the services that the FFC offered its members throughout the year.

*Prospecting missions were organised in the markets of **Japan** and **South Korea**, in collaboration with Business France. The operation enabled French brands to test their offering with a highly selective Asian clientele, and to meet potential partners for the distribution of their collections.*

*In November 2025, the French Footwear Federation organised, in collaboration with stakeholders in the fashion sector and Business France, **the second edition of the forum dedicated to the international development of brands**. Entitled **Welcome On Board, Fashion & International**, this edition brought together over 200 participants in Paris. Through numerous workshops and round tables, brand leaders were able to meet international buyers and discover new development opportunities.*



L'Asie et l'Europe concentrent **98%** des exportations mondiales de chaussures en valeur comme en volume



Asia and Europe account for **98%** of global footwear exports in terms of both value and volume

Les échanges mondiaux de chaussures repartent à la hausse en 2024

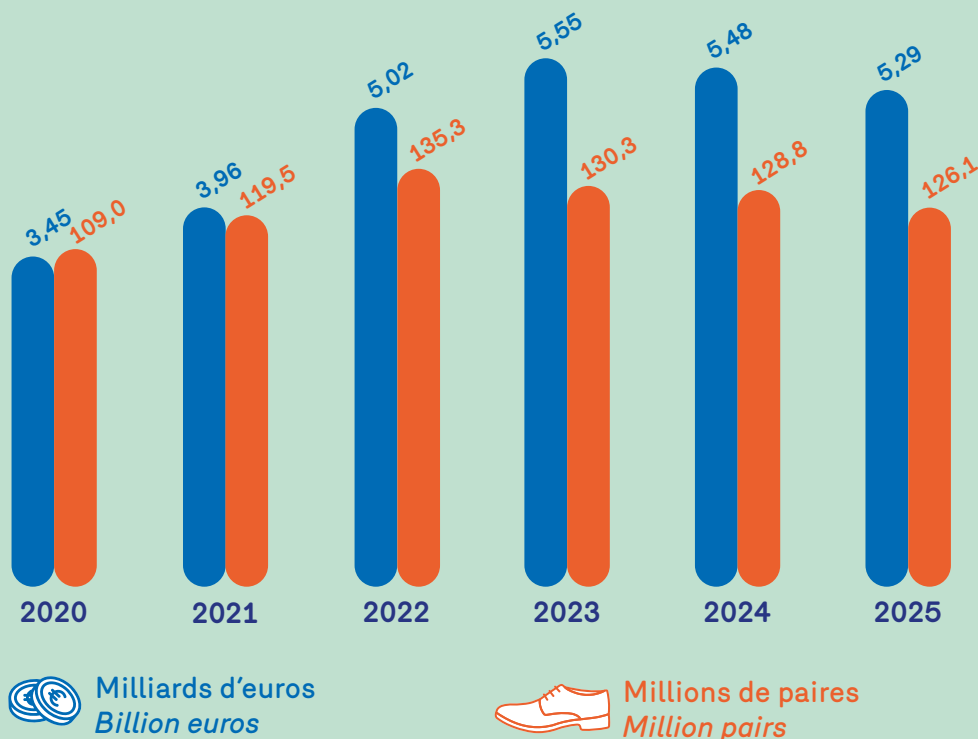
En 2024, les exportations mondiales de chaussures et articles chaussants représentent un volume de 15 milliards de paires pour un chiffre d'affaires d'environ 170 milliards de dollars américains. Regroupant les plus importantes usines de chaussures au monde, **l'Asie regroupe 85% des volumes exportés pour 60% de leur valeur**. La Chine, le Vietnam et l'Indonésie et sont les trois principaux pays exportateurs de chaussures au monde. L'Inde se positionne au cinquième rang, et le Cambodge au huitième rang mondial.

Avec un positionnement prix beaucoup plus élevé, et une plus forte proportion de chaussures à dessus cuir, **l'Europe réalise 37% de la valeur des exportations mondiales, pour seulement 13% des volumes**. Une grande majorité de ces exportations est réalisée entre pays européens (84%), et repose sur des activités de négoce (importations / ré-exportations).

Global footwear trade is picking up again in 2024

*In 2024, global exports of shoes and footwear represented a volume of 15 billion pairs, with sales of around 170 billion US dollars. Home to the world's largest footwear factories, **Asia accounts for 85% of export volumes and 60% of their value**. China, Vietnam and Indonesia are the world's top three footwear exporters. India ranks fifth, and Cambodia eighth, globally.*

*With a much higher price positioning, and a higher proportion of shoes with leather uppers, **Europe accounts for 37% of the value of global exports, but only 13% of volumes**. The vast majority of these exports are between European countries (84%), and are based on trading activities (imports/re-exports).*



Après avoir enregistré de fortes croissances ces dix dernières années, les exportations françaises de chaussures et articles chaussants connaissent un certain ralentissement depuis 2024, dans une conjoncture mondiale instable.

After recording strong growth over the past ten years, French footwear exports have experienced a slowdown since 2024, in an unstable global context.

Dans un contexte international sous tensions, avec notamment la mise en place de mesures protectionnistes aux Etats-Unis en mars, et sur des marchés de consommation globalement au ralenti, **le bilan de l'année 2025** s'inscrit sur une baisse de -4% en valeur et de -2% en volume. Les exportations françaises atteignent 5,29 milliards d'euros pour 126 millions de paires.

Dans ce cadre, **le marché européen**, qui capte une grande majorité des exportations de chaussures, **joue un rôle rassurant pour les marques françaises** (+1% en valeur en 2025). Les ventes vers notre premier pays client, l'Italie, s'inscrivent en léger repli (-1%), tout comme celles à destination de l'Espagne (-3%), du Royaume-Uni (-2%) ou des Pays-Bas (-2%). Alors que les exportations françaises vers l'Allemagne (+2%), la Belgique (+3%) et la Pologne (+5%) suivent une pente positive en 2025. Globalement, l'Europe géographique absorbe les deux tiers des exportations françaises en valeur, soit deux points de plus qu'en 2024.

Sur le grand export, l'année 2025 est plus délicate, notamment sur les **Etats-Unis** où la mise en place de taxes douanières a freiné les exportations françaises (-14% en valeur par rapport à 2024). Ce résultat pousse les Etats-Unis au troisième rang de nos pays clients, derrière l'Allemagne. En Asie, les exportations marquent le pas vers la **Chine** (-6%), après six années de croissance continue. Les marques françaises enregistrent également des revers à destination de Hong-Kong, de Singapour, de la Corée du Sud et du Japon. Sur ces marchés, les ventes françaises avaient atteint des sommets en 2023, et malgré le renversement de tendance, les résultats 2025 restent proches des meilleurs niveaux observés sur chacun de ces pays. En 2025, les **Emirats arabes unis** et le **Canada** sont les deux principaux marchés grand export où les marques françaises réalisent de nettes progressions.

En ce qui concerne les catégories de produits, les chaussures à dessus cuir représentent la moitié des exportations françaises en valeur en 2025. Par rapport à 2024, l'évolution est à la baisse (-5%) pour cette catégorie. Seules les sneakers et autres chaussures de sport évoluent à la hausse. Les chaussures à dessus textile englobent plus du tiers des ventes françaises à l'international, et se stabilisent (+1%) d'une année à l'autre. Enfin les exportations de chaussures à dessus synthétique ou caoutchouc se replient de -8% en 2025.

Les **résultats du premier trimestre 2026** montrent la même stabilité globale sur l'Europe géographique (avec une tendance positive sur l'Italie, l'Espagne et le Portugal), et des difficultés toujours présentes sur les Etats-Unis. A l'opposé, les marchés asiatiques semblent s'inscrire sur la voie de la reprise, et particulièrement la Chine et Hong-Kong. Compte tenu du contexte international, les ventes vers les pays du Proche et Moyen Orient se dégradent nettement. En ce qui concerne les catégories de produits, les exportations de sneakers et chaussures de sport à dessus cuir gardent leur dynamisme sur le début d'année 2026.

*In a tense international context, notably with the introduction of protectionist measures in the United States in March, and in generally sluggish consumer markets, **the 2025 result** shows a decline of 4% in value and 2% in volume. French exports amount to €5.29 billion for 126 million pairs.*

*In this context, **the European market**, which captures a large majority of footwear exports, **plays a reassuring role for French brands** (+1% in value in 2025). Sales to our top client country, Italy, are slightly down (-1%), as are those to Spain (-3%), the United Kingdom (-2%) and the Netherlands (-2%). Meanwhile, French exports to Germany (+2%), Belgium (+3%) and Poland (+5%) show an upward trend in 2025. Overall, geographical Europe absorbs two-thirds of French exports by value, two percentage points more than in 2024.*

***On overseas markets**, the year 2025 is more challenging, notably in the **United States** where the introduction of customs duties has slowed French exports (-14% in value compared with 2024). This result pushes the United States into third place among our client countries, behind Germany. In Asia, exports to **China** have slowed (-6%), after six years of continuous growth. French brands also recorded setbacks in Hong Kong, Singapore, South Korea and Japan. In these markets, French sales had reached peaks in 2023, and despite the reversal in trend, 2025 results remain close to the best levels observed in each of these countries. In 2025, the **United Arab Emirates** and **Canada** are the two main overseas markets where French brands achieved marked gains.*

***Regarding product categories**, shoes with leather uppers account for half of French exports by value in 2025. Compared with 2024, this category is down (-5%). Only trainers and other sports shoes are increasing. Shoes with textile uppers account for more than a third of French international sales and stabilise (+1%) year-on-year. Finally, exports of shoes with synthetic or rubber uppers declined by 8% in 2025.*

***The results for the first quarter of 2026** show the same overall stability across geographical Europe (with a positive trend in Italy, Spain and Portugal), and continuing difficulties in the United States. By contrast, Asian markets appear to be on the path to recovery, particularly China and Hong Kong. Given the international context, sales to the Near and Middle East are deteriorating sharply. Regarding product categories, exports of trainers and sports shoes with leather uppers are maintaining their momentum in early 2026.*

EXPORTATIONS
EXPORTS



Par catégories d'articles
By categories



VALEUR VALUE
Millions d'euros
Million euros



VOLUME VOLUME
Millions de paires
Million pairs

	2024	2025	2024	2025
Dessus Cuir <i>Leather Uppers</i> dont including	2 773	2 633	31,0	32,4
Homme <i>Man</i>	726	708	6,0	6,0
Femme <i>Woman</i>	962	879	8,9	9,7
Enfant <i>Child</i>	110	116	3,9	4,1
Sandales <i>Sandals</i>	612	547	4,0	3,9
Sneakers et Sport <i>Sneakers and Sports</i>	304	329	6,2	6,9
Autres <i>Others</i>	59	54	2,0	1,8
Dessus Tissu <i>Textile Uppers</i>	1 809	1 824	47,0	45,2
Pantoufles <i>Slippers</i>	43	37	5,0	5,0
Dessus Synthèse et Caoutchouc <i>Synthetic and Rubber Uppers</i>	775	711	41,4	40,1
Autres <i>Others</i>	79	81	4,4	3,4
Total	5 479	5 286	128,8	126,1

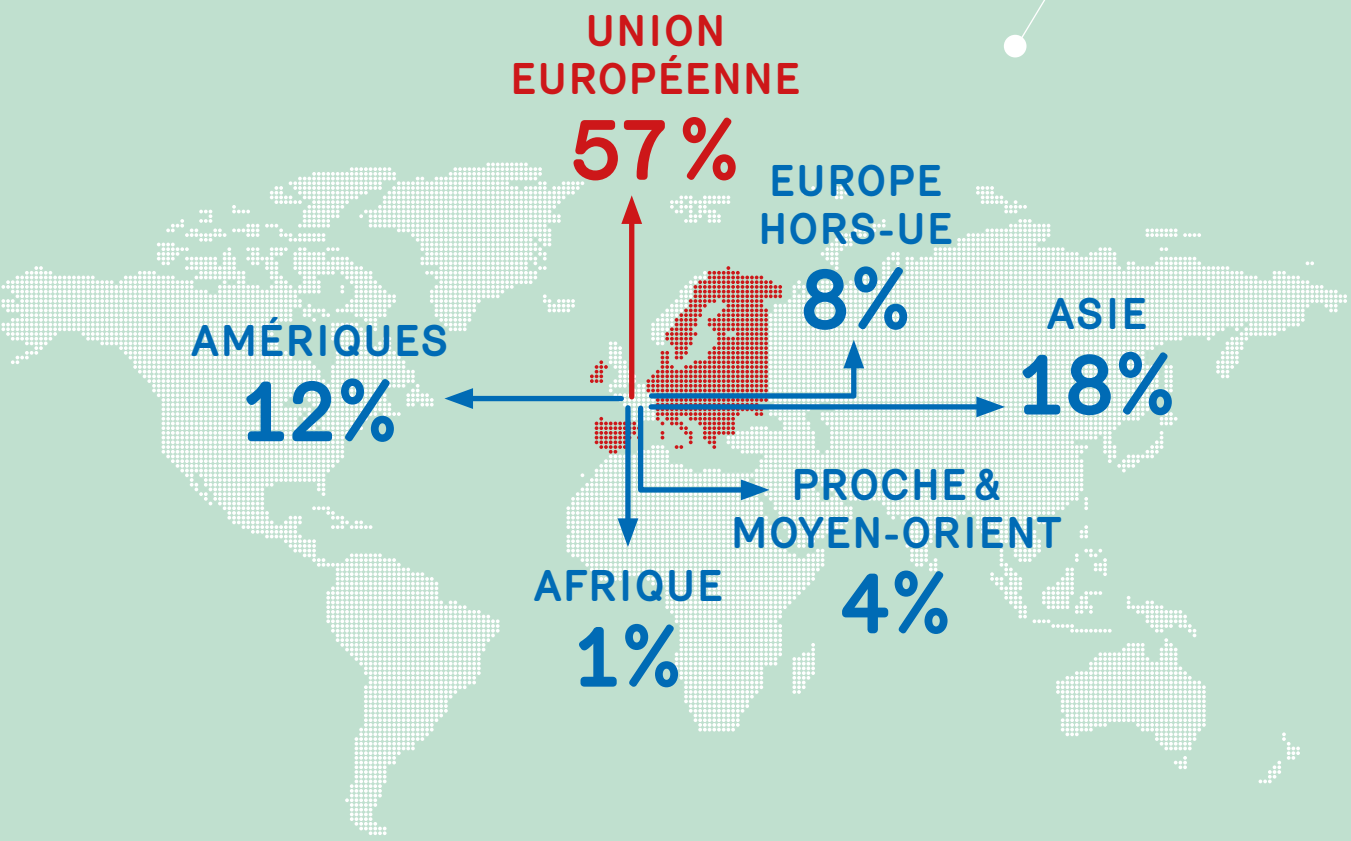


DESTINATION DES EXPORTATIONS EN VALEUR
DESTINATION OF FOOTWEAR EXPORTS IN VALUE



Dans un contexte géopolitique sous tensions, les marchés européens jouent un rôle rassurant pour les marques françaises de chaussures en 2025. L'Amérique du Nord et l'Asie offrent moins d'opportunités face au ralentissement de la consommation locale sur les segments premium et luxe.

In a tense geopolitical context, European markets play a reassuring role for French shoe brands in 2025. North America and Asia offer fewer opportunities due to a slowdown in local consumption within the premium and luxury segments.





EXPORTATIONS
EXPORTS



PRINCIPAUX PAYS CLIENTS EN VALEUR
MAIN TRADING COUNTRIES IN VALUE

	2025 Millions d'€ Million €	/ 2024	2025 Prix moyen Average price	/ 2024
Italie	672,3	-1%	41,8 €	+4%
Allemagne	604,4	+2%	32,2 €	-6%
Etats-Unis	520,4	-14%	261,7 €	-4%
Espagne	492,1	-3%	27,4 €	+10%
Chine	301,7	-3%	146,7 €	-28%
Belgique	264,3	+3%	20,5 €	-8%
Royaume-Uni	252,0	-2%	62,5 €	-1%
Pologne	245,6	+5%	18,3 €	+5%
Pays-Bas	212,4	-2%	31,2 €	-2%
Hong-Kong	208,2	-12%	352,5 €	-12%
Emirats Arabes Unis	166,7	+12%	263,7 €	+3%
Japon	139,7	-14%	269,7 €	-2%
Suisse	123,7	-7%	57,3 €	-7%
Singapour	92,2	-24%	367,2 €	-1%
Corée du Sud	80,5	-13%	255,2 €	-4%
Portugal	80,3	+2%	18,3 €	+1%
République Tchèque	69,1	+9%	34,2 €	-9%
Autriche	64,9	+6%	50,6 €	+0%
Roumanie	53,0	-4%	14,2 €	+9%
Turquie	52,8	-2%	60,5 €	-2%
Hongrie	49,0	+19%	14,7 €	+9%
Canada	40,3	+18%	159,0 €	+9%
Grèce	35,0	+4%	23,0 €	-0%
Danemark	33,9	+5%	40,2 €	+7%
Mexique	30,7	-22%	347,7 €	-7%
Autres pays	400,7	-	-	-
Total	5 285,8	-4%	41,9 €	-1%

EXPORTATIONS
EXPORTS



PRINCIPAUX CLIENTS PAR CATÉGORIE EN 2025
TOP CLIENTS BY CATEGORY IN 2025

	En milliers d'euros Thousands euros	Prix moyen Average Price
CHAUSSURES FEMME CUIR WOMAN LEATHER SHOES		
Etats-Unis	151 203	264,3 €
Italie	109 753	108,9 €
Allemagne	71 371	73,7 €
Chine	65 609	79,4 €
Royaume-Uni	48 903	186,0 €
Hong-Kong	47 159	332,8 €
Belgique	46 749	16,5 €
Espagne	42 906	57,7 €

CHAUSSURES HOMME CUIR MAN LEATHER SHOES		
Etats-Unis	87 009	284,6 €
Chine	75 640	421,2 €
Italie	68 491	101,1 €
Hong-Kong	62 941	400,6 €
Allemagne	51 606	63,2 €
Espagne	38 953	56,7 €
Japon	38 569	253,3 €
Royaume-Uni	38 322	159,6 €

CHAUSSURES ENFANT CUIR CHILD LEATHER SHOES		
Belgique	20 900	11,8 €
Italie	19 725	53,3 €
Allemagne	18 257	35,7 €
Espagne	10 358	33,7 €
Pays-Bas	5 634	41,6 €
Etats-Unis	5 513	175,0 €
Pologne	5 171	23,6 €
Royaume-Uni	4 630	65,5 €

SANDALES EN CUIR LEATHER SANDALS		
Etats-Unis	86 202	261,2 €
Italie	61 409	108,7 €
Allemagne	47 038	95,2 €
Emirats Arabes Unis	45 313	326,2 €
Royaume-Uni	36 917	200,6 €
Espagne	26 745	56,9 €
Chine	22 185	337,6 €
Japon	20 298	307,6 €





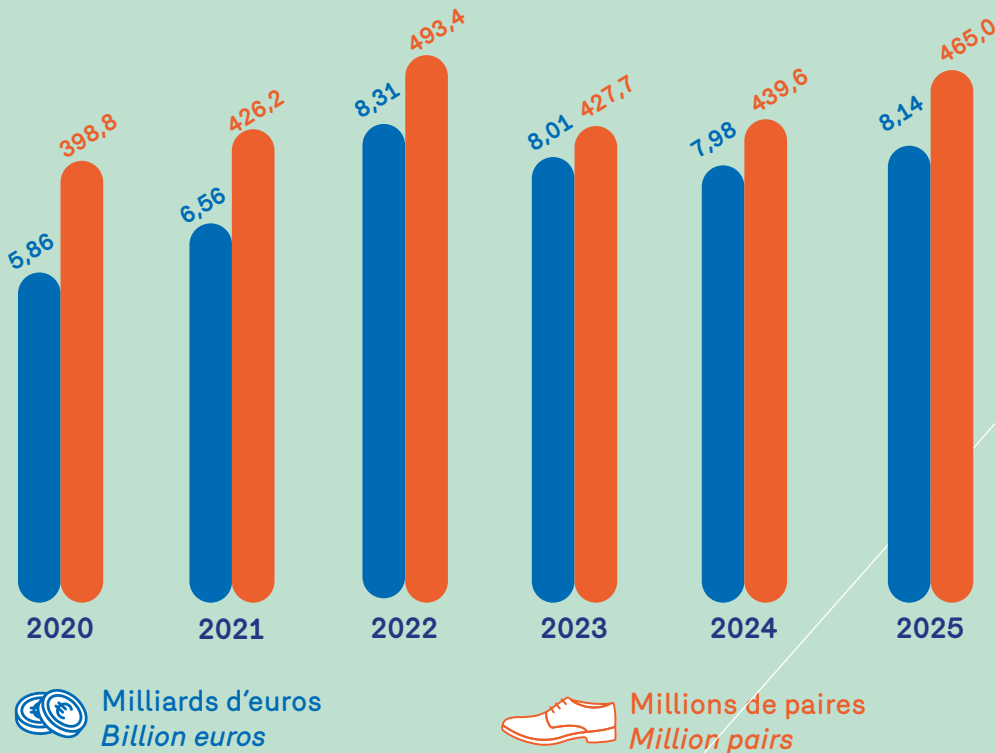
EXPORTATIONS
EXPORTS



PRINCIPAUX CLIENTS PAR CATÉGORIE EN 2025
TOP CLIENTS BY CATEGORY IN 2025

	En milliers d'euros Thousands euros	Prix moyen Average Price
CHAUSSURES DE SÉCURITÉ EN CUIR SAFETY LEATHER SHOES		
Italie	8 067	31,4 €
Pologne	3 303	18,9 €
Belgique	3 243	31,6 €
Espagne	2 698	15,7 €
Allemagne	2 002	31,7 €
Emirats Arabes Unis	1 576	37,7 €
Tunisie	1 533	48,4 €
Portugal	1 119	15,1 €
CHAUSSURES TISSU TEXTILE UPPER SHOES		
Italie	248 736	37,1 €
Allemagne	239 016	32,0 €
Espagne	225 219	30,5 €
Etats-Unis	127 582	302,1 €
Chine	109 521	136,0 €
Pologne	102 739	19,5 €
Pays-Bas	79 439	34,0 €
Royaume-Uni	75 027	55,7 €
PANTOUFLES SLIPPERS		
Etats-Unis	5 700	280,8 €
Allemagne	5 343	6,9 €
Espagne	4 500	4,9 €
Belgique	4 461	4,9 €
Italie	2 915	7,5 €
Pologne	1 768	4,6 €
Royaume-Uni	1 303	20,5 €
Pays-Bas	1 263	4,4 €
CHAUSSURES CAOUTCHOUC ET PLASTIQUE SYNTHETIC OR RUBBER SHOES		
Allemagne	105 574	17,5 €
Italie	101 133	20,3 €
Espagne	92 801	16,2 €
Pologne	64 759	12,1 €
Belgique	40 131	15,0 €
Etats-Unis	38 669	169,6 €
Pays-Bas	31 487	13,4 €
Royaume-Uni	28 421	20,5 €

IMPORTATIONS FRANCAISES
FRENCH IMPORTS



IMPORTATIONS
IMPORTS



En 2025, déjà dominantes, les importations françaises en provenance d'Asie augmentent de +5% en valeur, alors que celles en provenance des pays européens sont stables. Face au protectionnisme nord-américain, les fournisseurs asiatiques accentuent leur pression sur les autres marchés, dont la France

In 2025, already dominant, French imports from Asia increase in value by 5%, while those from European countries remain stable. Faced with North American protectionism, Asian suppliers are increasing their pressure on other markets, including France

Malgré l'atonie des marchés, les importations françaises de chaussures et articles chaussants affichent une augmentation de +2% en valeur et de +6% en 2025. Cette évolution s'inscrit dans la tendance déjà observée en 2024. Les mouvements atteignent 8,14 milliards d'euros pour 465 millions de paires. Une part non négligeable de ces flux alimentent les exportations. Trois pays jouent un rôle important avec près du quart des parts de marché pour le Vietnam, autant pour l'Italie et quasiment un cinquième pour la Chine.

L'année 2025 est marquée par l'offensive des **pays asiatiques** qui, rencontrant des barrières sur le marché nord-américain, **accentuent leur pression sur les marchés européens**. L'Asie représente 59% de la valeur des importations françaises et 81% des volumes. L'augmentation des flux en provenance du **Vietnam** place ce pays, pour la première fois, au premier rang des pays fournisseurs, devant l'Italie. Les mouvements depuis la **Chine** repartent à la hausse après deux années de repli. Les chaussures originaires d'Indonésie et du Cambodge s'inscrivent également sur une pente ascendante en 2025.

Côté européen, les flux en provenance d'**Italie** s'inscrivent en retrait pour la deuxième année consécutive. En s'appuyant sur une reprise des chaussures à dessus cuir, le **Portugal** améliore légèrement sa position, ce qui n'est pas le cas de l'**Espagne**. Les importations en provenance d'Allemagne perdent un peu de terrain, tandis que les mouvements en provenance des Pays-Bas et de Belgique profitent des activités portuaires et logistiques de ces deux pays.

Dans le **détail des catégories**, les chaussures à dessus **cuir** représentent 43% des importations françaises en valeur. Tous les segments du cuir (femme, homme, enfant, sandales, sécurité) reculent sauf les sneakers et chaussures de sport. Les chaussures à dessus **textile** enregistrent une hausse de +7% et représentent un tiers des importations totales. Enfin, les flux de chaussures à dessus **synthèse ou caoutchouc** évoluent peu (+1%) d'une année à l'autre, et totalisent plus du cinquième des importations.

Les **résultats du premier trimestre 2026** démontrent une stabilité globale des importations françaises de chaussures et articles chaussants. Les prix moyens connaissent des évolutions très fortes suivant les zones géographiques, évolutions qui seront à confirmer. Cela se traduit par une nette hausse sur l'Europe, notamment en provenance d'Italie et du Portugal. A l'opposé, les prix moyens s'inscrivent en net repli en provenance d'Asie, tendance qui s'explique en partie par l'appréciation de l'euro.

Despite sluggish markets, French imports of footwear and footwear articles recorded an increase of 2% in value and 6% in volume in 2025. This development is part of the trend already observed in 2024. Movements amount to €8.14 billion for 465 million pairs. A significant share of these flows goes into exports. Three countries play an important role, with Vietnam holding nearly a quarter of the market, Italy the same, and China almost one-fifth.

*The year 2025 is marked by an offensive from **Asian countries** which, facing barriers in the North American market, **are increasing their pressure on European markets**. Asia accounts for 59% of the value of French imports and 81% of the volumes. The increase in flows from **Vietnam** places the country, for the first time, as the leading supplier, ahead of Italy. Movements from **China** are picking up again after two years of decline. Shoes originating from Indonesia and Cambodia are also on an upward trend in 2025.*

***On the European side**, flows from **Italy** are down for the second consecutive year. Supported by a recovery in shoes with leather uppers, **Portugal** slightly improves its position, which is not the case for **Spain**. Imports from Germany lose some ground, while flows from the Netherlands and Belgium benefit from the port and logistics activities of those two countries.*

*In the **category breakdown**, shoes with **leather** uppers account for 43% of French imports by value. All leather segments (women's, men's, children's, sandals, safety) decline except trainers and sports shoes. Shoes with **textile** uppers record a +7% rise and account for one third of total imports. Finally, flows of shoes with **synthetic or rubber** uppers change little (+1%) year on year, and account for over one fifth of imports.*

*The **first-quarter 2026 results** show an overall stability in French imports of shoes and footwear articles. Average prices show very strong variations across geographic areas, which will need to be confirmed. This is reflected by a clear increase in Europe, notably from Italy and Portugal. By contrast, average prices show a marked decline for goods coming from Asia, a trend partly explained by the appreciation of the euro.*

IMPORTATIONS FRANCAISES
FRENCH IMPORTS



Par catégories d'articles By categories	 VALEUR VALUE Millions d'euros Million euros		 VOLUME VOLUME Millions de paires Million pairs	
	2024	2025	2024	2025
Dessus Cuir <i>Leather Uppers</i> dont including	3 559	3 490	80,6	89,5
Homme <i>Man</i>	889	887	15,1	15,6
Femme <i>Woman</i>	1 053	1 015	18,6	20,3
Enfant <i>Child</i>	250	216	8,5	8,4
Sandales <i>Sandals</i>	556	500	12,4	12,3
Sneakers et Sport <i>Sneakers and Sports</i>	658	716	19,9	24,1
Autres <i>Others</i>	153	156	6,1	8,8
Dessus Tissu <i>Textile Uppers</i>	2 504	2 689	131,5	139,2
Pantoufles <i>Slippers</i>	140	140	52,3	55,2
Dessus Synthèse et Caoutchouc <i>Synthetic and Rubber Uppers</i>	1 728	1 752	170,4	176,6
Autres <i>Others</i>	49	66	4,8	4,5
Total	7 980	8 137	439,6	465,0

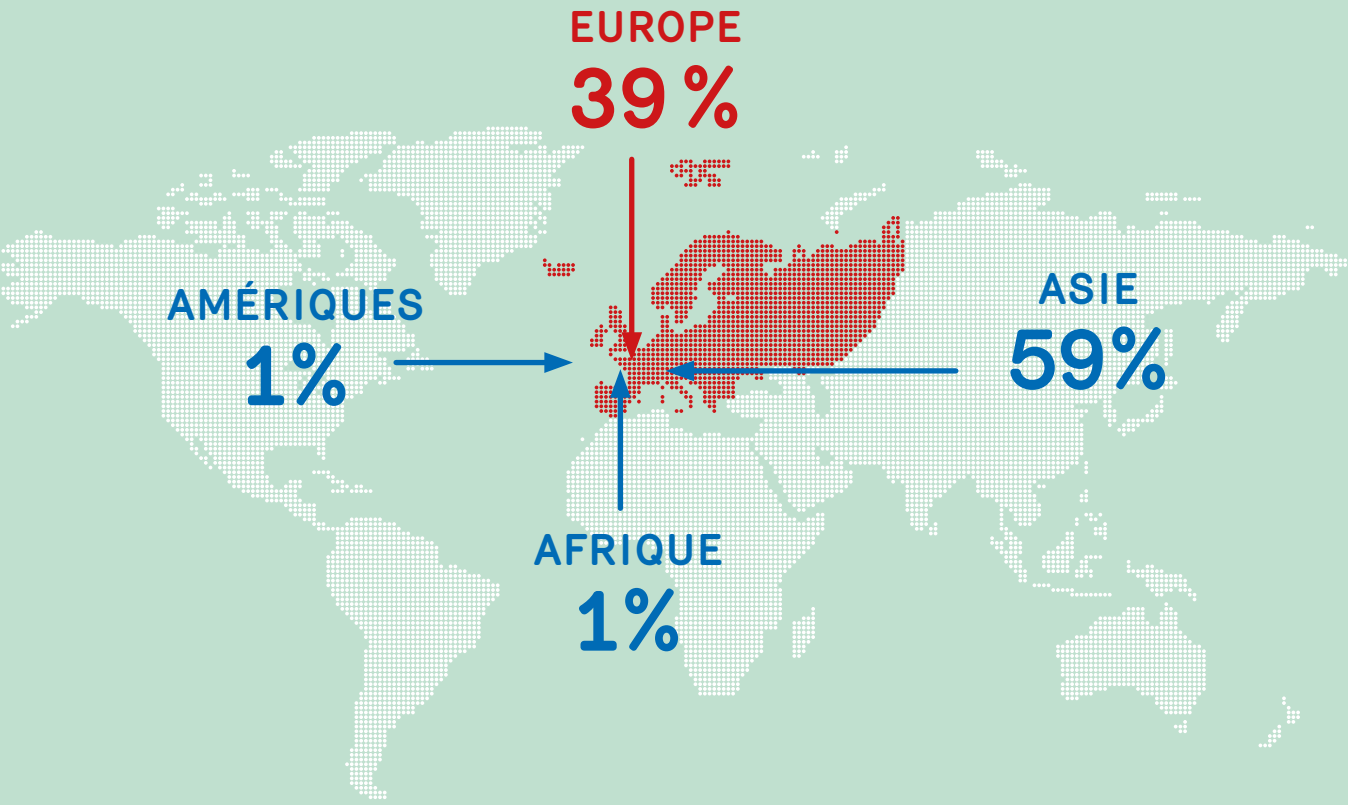


ORIGINE DES IMPORTATIONS EN VALEUR
ORIGIN OF IMPORTS IN VALUE



En 2025, les fournisseurs asiatiques accentuent leur pression sur les marchés européens, y compris le marché français. Le Vietnam devient, pour la première fois, le premier pays fournisseur dans les importations françaises, devant l'Italie et la Chine.

In 2025, Asian suppliers are intensifying their pressure on European markets, including the French market. For the first time, Vietnam is becoming the leading source of French imports, overtaking Italy and China.





IMPORTATIONS
IMPORTS



PRINCIPAUX PAYS FOURNISSEURS EN VALEUR
MAIN SUPPLIERS IN VALUE

	2025 Millions d'€ Million €	/ 2024	2025 Prix moyen Average price	/ 2024
Vietnam	1 820,3	+10%	25,8 €	-2%
Italie	1 819,3	-6%	68,6 €	-7%
Chine	1 619,2	+6%	6,8 €	-4%
Indonésie	574,2	+3%	27,1 €	-8%
Portugal	309,5	+3%	34,4 €	+5%
Pays-Bas	270,7	-3%	35,5 €	+17%
Inde	235,9	-5%	19,3 €	-6%
Cambodge	231,2	+22%	21,4 €	+0%
Belgique	208,8	+17%	26,8 €	+45%
Allemagne	188,5	-2%	27,1 €	-15%
Espagne	162,8	-5%	20,5 €	+8%
Bangladesh	150,3	-22%	9,4 €	+3%
Roumanie	86,7	-0%	24,5 €	+3%
Tunisie	79,8	-2%	22,9 €	+6%
Brésil	45,7	-12%	14,5 €	-7%
Myanmar	37,2	+28%	15,8 €	+11%
Thaïlande	35,6	-6%	20,1 €	-2%
Maroc	33,2	+5%	17,4 €	-7%
Turquie	26,0	+2%	11,5 €	+7%
Bosnie-Herzégovine	16,0	-30%	22,1 €	+91%
Royaume-Uni	15,9	+14%	64,9 €	-41%
Philippines	12,3	-2%	28,8 €	+4%
Slovaquie	12,1	+13%	32,3 €	+10%
Pologne	12,1	-20%	11,2 €	-1%
Albanie	10,8	-9%	23,7 €	+13%
Autres pays	123,1			
Total	8 137,1	+2%	17,5 €	-4%

IMPORTATIONS
IMPORTS



PRINCIPAUX FOURNISSEURS PAR CATÉGORIE EN 2025
TOP SUPPLIERS BY CATEGORY IN 2025

	En milliers d'euros Thousands euros	Prix moyen Average Price
CHAUSSURES FEMME CUIR WOMAN LEATHER SHOES		
Italie	433 756	141,8 €
Portugal	131 630	43,9 €
Vietnam	93 045	40,7 €
Chine	78 357	22,6 €
Pays-Bas	42 747	90,9 €
Espagne	40 921	40,4 €
Indonésie	37 844	34,8 €
Inde	34 812	24,9 €

CHAUSSURES HOMME CUIR MAN LEATHER SHOES		
Italie	651 058	162,5 €
Vietnam	158 529	43,1 €
Chine	67 774	30,0 €
Portugal	54 620	42,7 €
Indonésie	51 710	49,9 €
Pays-Bas	45 779	100,4 €
Inde	39 372	26,2 €
Bangladesh	23 156	38,7 €

CHAUSSURES ENFANT CUIR CHILD LEATHER SHOES		
Vietnam	47 364	29,5 €
Indonésie	44 946	33,6 €
Italie	20 586	55,1 €
Chine	18 062	18,4 €
Inde	17 994	19,0 €
Portugal	10 803	30,5 €
Cambodge	10 606	32,2 €
Belgique	7 776	10,5 €

SANDALES EN CUIR LEATHER SANDALS		
Italie	279 324	103,9 €
Portugal	55 496	39,6 €
Inde	32 852	12,2 €
Espagne	29 713	34,2 €
Chine	23 387	14,7 €
Allemagne	21 958	45,9 €
Vietnam	15 903	21,8 €
Pays-Bas	8 663	21,3 €





IMPORTATIONS
IMPORTS



PRINCIPAUX FOURNISSEURS PAR CATÉGORIE EN 2025
TOP SUPPLIERS BY CATEGORY IN 2025

	En milliers d'euros Thousands euros	Prix moyen Average Price
CHAUSSURES DE SÉCURITÉ EN CUIR SAFETY LEATHER SHOES		
Italie	35 406	41,3 €
Tunisie	28 112	30,5 €
Chine	23 137	5,1 €
Inde	13 430	16,2 €
Allemagne	3 018	38,7 €
Belgique	2 829	16,7 €
Suède	2 698	33,0 €
Albanie	2 430	42,6 €
CHAUSSURES TISSU TEXTILE UPPER SHOES		
Vietnam	918 685	26,3 €
Chine	508 355	8,5 €
Italie	448 231	74,2 €
Indonésie	205 103	30,9 €
Belgique	138 521	36,9 €
Pays-Bas	113 115	39,9 €
Cambodge	87 351	19,7 €
Bangladesh	65 630	7,3 €
PANTOUFLES SLIPPERS		
Chine	97 490	2,0 €
Espagne	12 997	6,3 €
Italie	10 120	17,4 €
Turquie	2 805	2,9 €
Allemagne	2 640	4,9 €
Vietnam	2 568	9,4 €
Pays-Bas	2 373	3,6 €
Inde	921	5,2 €
CHAUSSURES CAOUTCHOUC ET PLASTIQUE SYNTHETIC OR RUBBER SHOES		
Chine	695 897	6,3 €
Vietnam	346 437	17,9 €
Indonésie	154 020	19,0 €
Italie	148 912	16,3 €
Cambodge	77 332	17,6 €
Roumanie	61 749	37,1 €
Bangladesh	38 804	7,1 €
Allemagne	33 088	18,2 €



Le Marché de la Chaussure *The Footwear Market*

Malgré une légère baisse du nombre d'achats, les dépenses des ménages français pour la chaussure et les articles chaussants se maintiennent difficilement au cours de cette année 2025. Le segment sport/sneakers et le marché Homme enregistrent les meilleurs résultats.

Despite a slight fall in the number of purchases, French household spending on footwear rose is barely holding steady in 2025. The sports/sneaker segment and the men's market are posting the best results.

Malgré des arbitrages de la part des consommateurs qui peuvent parfois être défavorables à la chaussure, l'achat de nouvelles chaussures est vécu positivement par une majorité de consommateurs (jusqu'à 74% pour les Femmes, et 76% chez les 18-35 ans). La majorité des personnes déclarent préférer acheter leurs chaussures en magasins plutôt que sur Internet. Et un peu moins de la moitié d'entre elles recherchent des conseils pour faire le bon choix.

Despite consumers making spending trade-offs that may sometimes be unfavourable to footwear purchases, buying new shoes remains a positive experience for the majority of consumers (up to 74% of women and 76% of 18-35-year-olds). Most people say they prefer buying their shoes in physical stores rather than online, and just under half seek advice to help them make the right choice.

👉 **Acheter des chaussures est toujours un moment de plaisir**

69% des personnes interrogées sont complètement d'accord, ou plutôt d'accord avec cette affirmation

👉 **Buying shoes is always a pleasure**

69% of those questioned completely agree or somewhat agree with this statement

👉 **Je demande souvent conseil aux vendeurs pour bien me chausser**

33% des personnes interrogées sont complètement d'accord, ou plutôt d'accord avec cette affirmation

👉 **I often ask sales assistants for advice to make sure I get the right shoes**

33% of those questioned completely agree or somewhat agree with this statement

👉 **Je préfère acheter mes chaussures en magasins, plutôt que sur Internet**

77% des personnes interrogées sont complètement d'accord, ou plutôt d'accord avec cette affirmation

👉 **I prefer to buy my shoes in stores rather than online**

77% of those questioned completely agree or somewhat agree with this statement

Source : Baromètre FFC en 2025 auprès de 16.500 personnes / Source: 2025 FFC surveys of 16,500 people

LE MARCHÉ DE LA CHAUSSURE THE FOOTWEAR MARKET



Le marché de la chaussure

Avec 8,82 milliards d'euros, les dépenses des ménages français pour l'achat de chaussures et articles chaussants stagnent en 2025. Cette stabilité des dépenses s'accompagne d'une légère baisse du nombre d'achats (-1,9%). L'indice des prix à la consommation pour la chaussure indique une croissance de +1,1% entre 2024 et 2025 selon l'INSEE. Sur une plus longue tendance, le marché de la chaussure, comme celui de la mode dans son ensemble, accuse toujours un retard de quelques points par rapport à son niveau pré-Covid. Dans une conjoncture tendue, la mode n'est pas un secteur prioritaire dans les dépenses de consommation des ménages.

Au niveau des segments de marché, la Femme enregistre une très légère hausse (+0,7%). Le segment Homme est plus actif (+1,5%), alors que le segment Enfant s'inscrit en net repli (-3,9%), pénalisé par une évolution démographique défavorable. En 2025, le pôle Sport/Sneakers poursuit son développement avec une croissance des ventes estimées à +2%, sous l'impulsion de l'usage sportif, alors que l'usage urbain est moins prolifique. Le pôle Chaussure (basses, montantes et été) voit ses ventes se replier. Après plusieurs bonnes années, les ventes du pôle Intérieur subissent un repli assez prononcé.

D'une année à l'autre, le poids des achats effectués à distance ne progressent plus sur le marché de la chaussure. Ils représentent un peu moins de 23% du marché en valeur. Les achats en magasins restent largement majoritaires. L'achat de seconde main représente une part de plus en plus importante sur le marché de la chaussure. En 2025, cela concerne près de 5% des achats. Le pôle Chaussure et le marché Enfant sont un peu plus touchés que les autres par l'achat de chaussures d'occasion.

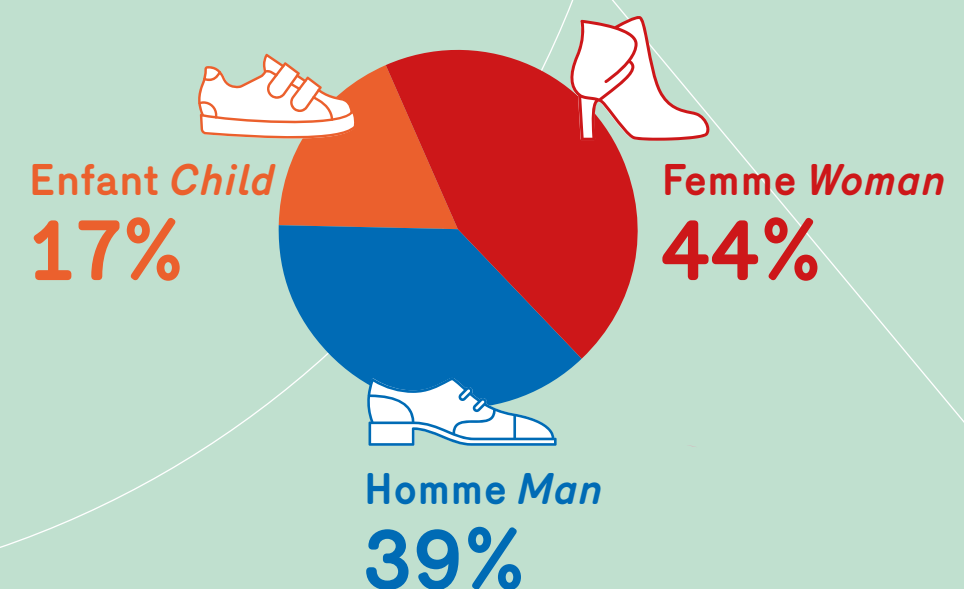
The footwear market

At €8.82 billion, French household spending on shoes and footwear articles stagnates in 2025. This stability in spending is accompanied by a slight decrease in the number of purchases (-1.9%). The consumer price index for footwear indicates growth of +1.1% between 2024 and 2025, according to INSEE. Over the longer term, the shoe market, like the fashion sector as a whole, still lags by a few points compared with its pre-Covid level. In a tense economic climate, fashion is not a priority in household consumer spending.

At the market segment levels, the Women segment records a very slight increase (+0.7%). The Men's segment is more active (+1.5%), while the Children's segment is in marked decline (-3.9%), penalised by an unfavourable demographic trend. In 2025, the Sport/Sneakers division continues to grow, with sales growth estimated at +2%, driven by sports use, while urban use is less prevalent. The Shoe division (low-top, high-top and summer shoes) has seen its sales decline. After several good years, sales of the Indoor division have suffered a fairly marked downturn

From one year to the next, the share of distance purchases in the footwear market is no longer increasing. They represent just under 23% of the market by value. In-store purchases still account for the vast majority. Second-hand purchases account for an increasingly large share of the footwear market. In 2025, this represented nearly 5% of purchases. The Footwear division and the children's market are slightly more affected by second-hand shoe purchases than other segments.

RÉPARTITION DES VENTES EN 2025 (EN VALEUR) SALES DISTRIBUTION IN 2025 (IN VALUE)





La Fédération, un observatoire privilégié de l'actualité et de l'évolution des marchés

La FFC propose de multiples outils afin d'accompagner les marques dans leur stratégie marketing. Plusieurs études de marché sont publiées chaque année. Les derniers thèmes abordés concernent **le marché de la chaussure de seconde main**, ou encore **la stratégie des grands acteurs mondiaux de la chaussure**.

Un observatoire complet est également installé **sur le marché français de la chaussure**. Les achats des consommateurs sont décryptés afin de détecter les changements du marché. Digitalisation croissante des achats, développement des sneakers, dynamique de l'achat de seconde main, évolution des enseignes et circuits de distribution sont autant de mouvements qui bousculent les acteurs du marché. En parallèle, **une veille permanente sur le marché français et à l'international** alimente régulièrement la stratégie des marques.

Afin d'accompagner les marques à l'international, des **études de marché** sont réalisées, avec une présentation des pratiques réglementaires, des habitudes de consommation, et des acteurs de la distribution locale. En 2025, les efforts se sont portés sur la **Corée du Sud** et le **Mexique**. En Europe, des fichiers qualifiés d'agents et de distributeurs multimarques sont régulièrement mis à la disposition des marques françaises.

The Federation, a privileged observatory of market news and developments

*The FFC offers a range of tools to support brands in their marketing strategy. Several market studies are published each year. Recent topics have included **the second-hand shoe market**, and **the strategy of major global players in the shoe industry**.*

*A comprehensive observatory has also been set up **on the French footwear market**. Consumer purchases are interpreted in order to detect changes in the market. The increasing digitization of purchases, the development of sneakers, the boom in second-hand purchases, and changes in retail chains and distribution channels are all trends that are shaking up the market. At the same time, **ongoing monitoring of the French and international markets** regularly feeds into the brands' strategy.*

*In order to support brands internationally, **market studies** are carried out, presenting regulatory practices, consumer habits and local distribution businesses. In 2025, the focus was on **South Korea** and **Canada**. In Europe, well-researched databases with agents and multi-brand distributors are made available to French brands.*

LA DISTRIBUTION RETAILING



Les mouvements concernant la distribution restent importants sur un marché de la chaussure où la concurrence est très forte. La majorité des acteurs cherchent à optimiser leur présence physique et digitale, et adapter leur offre afin de limiter les invendus et les ventes avec remises. La multiplication des opérateurs sur l'entrée de gamme et l'ultra fast fashion attirent toujours des consommateurs à la recherche du meilleur prix. Le marché de la seconde main est essentiellement capté par l'e-commerce.

Les **spécialistes chaussures** sous leurs différentes formes (détaillants indépendants, chaînes de magasins, succursalistes GSS) représentent un peu plus de 39% du marché en 2025.

- Les **chaînes de magasins** rassemblent toutes les structures ayant au moins neuf points de vente, situées en centre-ville ou au sein d'un centre commercial, sur de petites et moyennes surfaces. Parmi les principaux acteurs, on peut citer *Eram, Bocage, Mephisto, Geox, Tamaris, Finsbury, Mellow Yellow, Bexley...* En 2025, les difficultés rencontrées par le commerce de centre-ville comme par les centres commerciaux affectent l'activité de ces enseignes.

- Les **succursalistes GSS** (Grandes Surfaces Spécialisées) regroupent toutes les enseignes ayant au moins neuf points de vente, implantées dans la grande majorité des cas en périphérie des villes, et sur de grandes surfaces commerciales. Les principales enseignes sont *Chaussea, Gêmo, Besson, La Halle...* La disparition de quelques enseignes ces dernières années provoquent une concentration des acteurs. Les spécialistes du déstockage et les plateformes digitales d'ultra-fast fashion concurrencent les succursalistes GSS,

- La part de marché des **détaillants indépendants** spécialisés en chaussures évolue une nouvelle fois à la baisse en 2025. Les détaillants sont en majorité des entreprises indépendantes qui travaillent directement avec les fabricants ou par le biais de centrales d'achat. Positionnés en majorité sur les gammes moyennes supérieures et le haut de gamme, leur importance sur le marché de la chaussure est moindre en volume qu'en valeur.

Les **magasins de sport** (*Decathlon, Intersport, Go Sport, Courir, Nike, Adidas...*) sont les leaders du marché de la chaussure en France. En 2025, les marques et enseignes de sport tirent profit de la bonne tenue des chaussures de sport et améliorent ainsi leurs parts de marché.

Les **spécialistes du e-commerce** (*Amazon, Cdiscount, Veepee, Zalando, Spartoo, Sarenza, Shein, Vinted...*) captent plus de la moitié des ventes réalisées à distance sur le marché français de la chaussure.

Avec 5% du marché de la chaussure, les **magasins d'habillement** regroupent les structures diffusant majoritairement des vêtements mais proposant également des chaussures. Toutes les gammes sont représentées à travers des enseignes comme *Primark, H&M, Zara, Aigle* ou *Damart* par exemples. Les **grandes surfaces alimentaires** totalisent 4% de parts de marché, avec des positions fortes sur certains produits (notamment les articles d'intérieur).

Les **autres circuits de distribution** complétant cette répartition sont les grands magasins, le commerce ambulant (marchés et foires), les spécialistes du déstockage, les grandes surfaces de bricolage, les jardinerie, et les pharmacies.

Distribution trends remain significant in a highly competitive footwear market. Most players are seeking to optimize their physical and digital presence and adapt their offerings to limit unsold items and discounted sales. The proliferation of entry-level and ultra-fast fashion operators continues to attract consumers looking for the lowest prices. The second-hand market is dominated largely by e-commerce.

Footwear specialists in their various forms (independent retailers, retail chains, superstore retailers) accounted for more than 39% of the market in 2025.

- **Chain stores** include all stores with at least nine points of sale, located in town centres, small shopping centres and supermarkets. The main players include *Eram, Bocage, Mephisto, Geox, Tamaris, Finsbury, Mellow Yellow, Bexley...* In 2025, the challenges faced by both city-centre retail and shopping centres impact the business activity of these chain stores.

- **Large specialized chain stores** include all brands with at least nine outlets, the vast majority of which are located on the outskirts of towns and cities, and in large shopping centres. The main chains are *Chaussea, Gêmo, Besson, La Halle* etc. The disappearance of several retail chains in recent years is leading to a consolidation of market players. Off-price specialists and ultra-fast fashion digital platforms are competing with large-specialized chain stores.

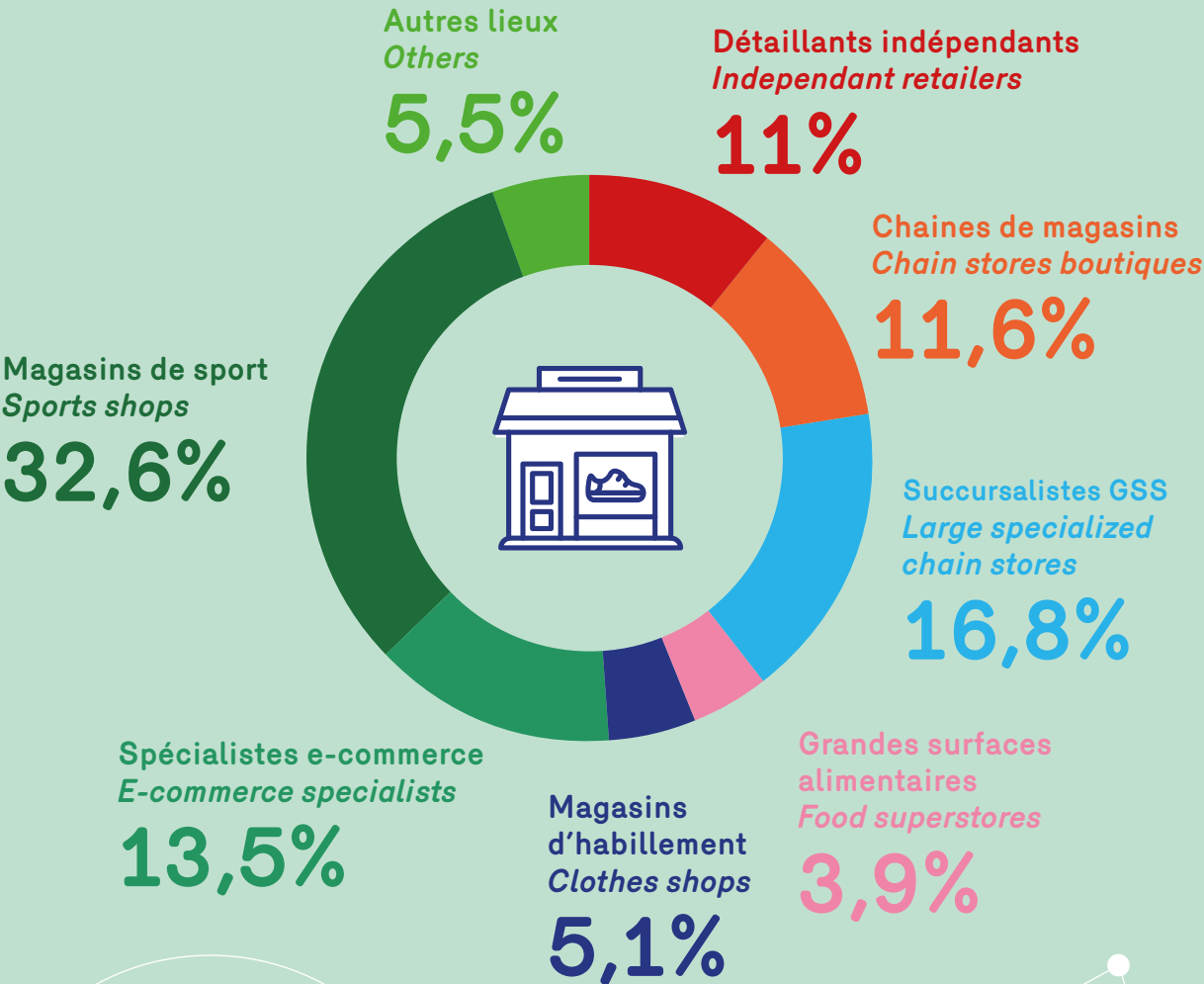
- The market share of **independent specialist footwear retailers** is set to decline again in 2025. They are mainly independent companies that work directly with manufacturers or through central purchasing bodies. Positioned mainly in the upper mid-range and top-of-the-range segment, their importance in the footwear market was less in terms of volume than in terms of value.

Sports shops (*Decathlon, Intersport, Go Sport, Courir, Nike, Adidas...*) were the leaders in the French footwear market. In 2025, sports brands and chains benefit from the good fit of sports shoes, improving their market share.

Online specialists (*Amazon, Cdiscount, Veepee, Zalando, Spartoo, Sarenza, Shein, Vinted...*) accounted for more than half of all mail-order sales in the French footwear market. With 5% of the footwear market, **clothes shops** include stores that mainly sell clothes but also stock footwear. All ranges are represented by brands such as *Primark, H&M, Zara, Aigle* and *Damart*. **Food superstores** had a total market share of 4%, with strong positions on certain products (particularly home furnishings).

Other distribution channels include department stores, itinerant retailers (markets and fairs), stock clearance specialists, DIY superstores, garden centers and pharmacies.

RÉPARTITION DES VENTES EN VALEUR, 2025
SHARE OF DISTRIBUTION CHANNELS, 2025



LES CHIFFRES CLÉS
KEY FIGURES



La chaussure en France
Footwear in France



INDUSTRIE / INDUSTRY	2025	/ 2024
CHIFFRES D’AFFAIRES en millions d’euros TURN OVER million euros	556	-4,5%
PRODUCTION en millions de paires PRODUCTION million pairs	10,1	-9,1%
NOMBRE D’ENTREPRISES Companies	82	-4
EFFECTIFS TOTAUX Employment	3.250	-6,6%

COMMERCE EXTERIEUR
FOREIGN TRADE



	2025	/ 2024
EXPORTATIONS en millions de paires EXPORTS million pairs	126,1	-2,1%
EXPORTATIONS en milliards d’euros EXPORTS billion euros	5,29	-3,5%
IMPORTATIONS en millions de paires IMPORTS million pairs	465,0	+5,8%
IMPORTATIONS en milliards d’euros IMPORTS billion euros	8,14	+2,0%
BALANCE COMMERCIALE en milliards d’euros TRADE BALANCE billion euros	-2,85	-2,50

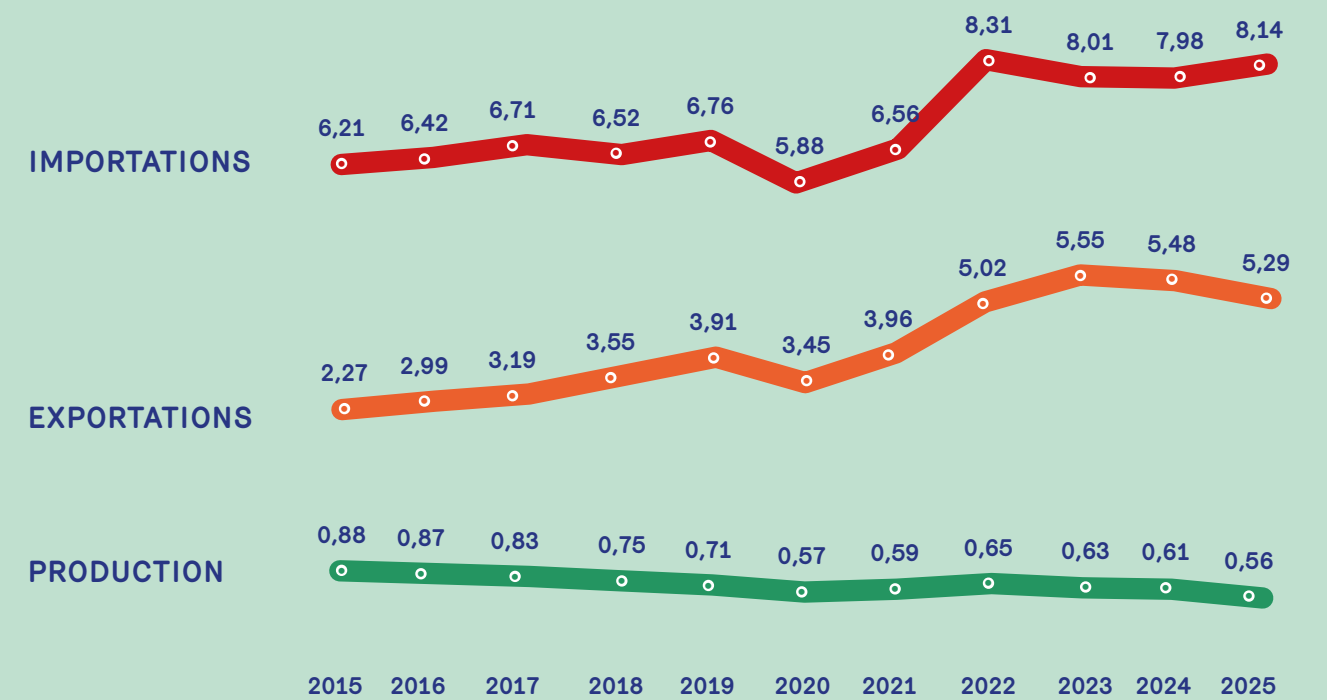
CONSOMMATION
CONSUMPTION



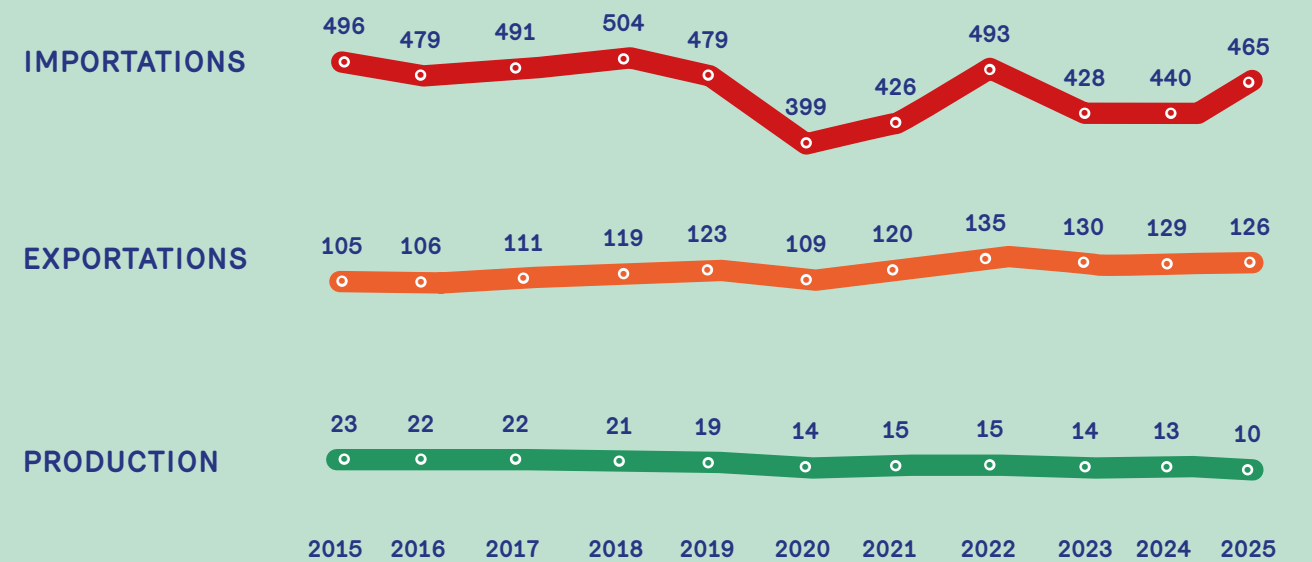
	2025	/ 2024
LE MARCHÉ en milliards d’euros THE MARKET billion euros	8,82	+0,2%



CHIFFRE D'AFFAIRES Milliards d'euros TURNOVER Billion euros



VOLUME Millions de paires VOLUME Millions pairs





Directeur de la publication :
Dorval Ligonnière

Données : AFC et FFC pour l'industrie, Douanes Françaises pour le commerce extérieur, FFC pour le marché et la distribution.

Publication réalisée avec la participation financière de la taxe affectée collectée par CTC. Tous droits de reproduction même partielle strictement réservés.

Crédits photos :

Couverture : Arche – p.1 : L. Casanova – p.2 : Caussün – p.4 : Adige – p.6 : Mephisto – p.10 : Paraboot – p.11 : Le Soulor – p.13 : Gaston Mille – p.14 : Caulaincourt – p.16 : Evi – p.18 : Kleman – p.20 : Little Mary – p.22 : J.M. Weston – p.25 : La Botte Gardian – p.26 : Maison Toufet – p.28 : Mephisto – p.30 : Boche – p.32 : Meeko – p.35 : Méduse – p.36 : Parallèle – p.38 : Youyou – p.42 : Jacques Solovière – p.44 : Zèta – p.46 : Souliers Martinez – p.48 : Heschung.

Conception graphique : Studio Camping design - David Valy



FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE

51 rue de Miromesnil – 75008 Paris
T. +33 (0)1 44 71 71 71 - info@chaussuredefrance.com
www.chaussuredefrance.com
www.french-shoes.fr

www.showroomfrenchshoes.com
Suivez-nous ! / Follow us!

Fédération Française de la Chaussure
FrenchShoesFederation

