

Où les Français achètent-ils leurs chaussures ?

Avec 2,5 paires de chaussures achetées en moyenne chaque année*, les Français font de leurs achats de chaussures un acte réfléchi, principalement motivé par le prix. Le contexte économique et les évolutions de consommation jouent évidemment un rôle important dans les processus d'achat et in fine dans le choix des lieux où ils sont opérés. Le commerce physique demeure la norme et l'expérience d'achat y est de plus en plus déterminante. C'est ce que nous apprennent les résultats de la dernière étude consommateurs menée par l'Observatoire Economique de la filière Cuir.**

Le prix pèse lourd dans le choix du lieu d'achat

Pour les chaussures comme pour d'autres produits du quotidien, les Français sont rationnels. Lorsqu'on les interroge sur les raisons qui les poussent à acheter des chaussures sur Internet ou sur celles qui leur font choisir un magasin plutôt qu'un autre, la réponse est univoque : le prix.

Les Français qui achètent des chaussures sur Internet sont 37% à se dire motivés par la compétitivité des prix affichés et plus qu'un quart plébiscitent la possibilité de comparer les prix. Chez les acheteurs en magasin, 54% disent choisir leur lieu d'achat selon les prix qui y sont pratiqués.

Partant de ce constat, nous avons voulu savoir si les soldes et promotions avaient un impact lors de l'achat de chaussures. Et c'est bien le cas puisque **24% des Français attendent toujours les rabais pour se chausser** – seuls 7% des Français n'attendent jamais de pouvoir bénéficier de réductions pour procéder à leurs achats.

Le magasin conserve une place importante dans le cœur des Français

Plus de 9 Français sur 10 achètent encore leurs chaussures en magasin – 52% exclusivement en magasin, 42% à la fois en magasin et sur internet. La population française est donc toujours attachée au commerce physique : cela s'explique notamment par une volonté de voir, de toucher et d'essayer les produits avant achat - pour 83% des interrogés.

Le lèche-vitrine et le plaisir à faire les magasins y sont aussi pour beaucoup. En effet, 6 Français sur 10 déclarent entrer dans une boutique après une session de lèche-vitrine et 62% d'entre eux sont par la suite incités à l'achat (38% sur l'ensemble de la population). Le plaisir à faire les magasins est la troisième raison avancée par les Français pour motiver l'achat d'une paire de chaussures (par 31% des Français, 36% des femmes et 47% des 18-24 ans). Ce shopping épicurien séduit principalement un public jeune et féminin (7 femmes sur 10 et 80% des 18-24 ans entrent en magasin après avoir fait du lèche-vitrine).

Cet attachement au magasin est principalement motivé par le contact humain. En effet, 64% des Français affirment que les relations avec le personnel de vente sont importantes et près d'un Français sur deux souhaiterait recevoir davantage de conseils et d'accompagnement durant ses achats de chaussures. Par ailleurs, ils jugent le personnel en magasin suffisamment nombreux (82%), formé et apte à les aider durant leurs achats (75%).

Le centre-ville, maillon fragile mais central des achats de chaussures

Bien que plus de 4 Français sur 10 choisissent de faire leurs achats en zones commerciales (en périphérie des villes), les boutiques de centre-ville séduisent encore plus d'un quart de la population.

Sans surprise, le prix dépensé est corrélé au lieu d'achat : 65% des personnes achetant en zones commerciales dépensent moins de 75 euros par paire tandis que 38% des personnes qui se rendent en boutiques de centre-ville ont un budget de plus de 100 euros. Les prix pratiqués ont donc moins d'impact sur les achats en centre-ville, **les acheteurs leur préférant la qualité de l'offre** (53% pour la qualité des produits vendus contre 40% pour les prix pratiqués).

Mais la différence ne s'arrête pas là, on constate en effet que **les interactions avec le personnel de vente sont d'autant plus importantes** lors d'achat en boutiques de centre-ville (75% en centre-ville contre 58% en zones commerciales) - 53% des acheteurs étant en demande de plus de conseils en point de vente (contre 40% en zones commerciales).

La pratique du lèche-vitrine suit les mêmes tendances puisque 67% des personnes choisissant de faire leurs achats en centre-ville entrent dans un magasin après s'être baladés, contre 55% pour les amateurs de zones commerciales. Et ils sont d'autant plus incités à l'achat post-lèche-vitrine en centre-ville (68%) qu'en périphérie (56%).

Les boutiques de centre-ville, bien que moins fréquentées, restent un lieu stratégique pour le commerce de la chaussure, **l'expérience d'achat étant la clé** pour accéder aux placards des Français.

* Nombre moyen de paires de chaussures achetées chaque année par les Français pour eux-mêmes - déclaratif.

** La restitution complète de cette étude est publiée sur alliancefrancecuir.org.

Source: Etude « Commerce de la Chaussure : Où les Français font-ils leurs achats ? » - Juillet 2024 – Observatoire Economique de l'Alliance France Cuir.

LES CHIFFRES CLÉS DE LA FILIÈRE FRANÇAISE DU CUIR EN 2023

- 12 800 entreprises
- 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dont 19 milliards d'euros à l'export
- 133 000 emplois dans la filière
- 4ème exportateur mondial
- 3ème exportateur mondial des cuirs et peaux bruts
- 3ème exportateur mondial d'articles de maroquinerie

L'Alliance France Cuir porte la voix de 21 fédérations professionnelles, unies par la passion du cuir et de ses savoir-faire d'excellence depuis 1948.

Notre Observatoire Economique est l'unique structure à produire et à diffuser les études et statistiques liées aux activités de l'ensemble de la Filière Française du Cuir.

Contacts presse :

LA VILLA Maison de Communication • Esther Lemblé • Tel : +33 (0)6 23 49 63 61 •

elemble@lavillagroupe.fr

Alliance France Cuir • Charlotte Beauté • Tel : +33 (0)1 43 59 89 39 • cbeaute@afcuir.org