

Etude Commerce de la Maroquinerie : le magasin est le lieu préféré des Français avec 94% des consommateurs qui achètent leurs articles de maroquinerie chez les détaillants

- 71% des Français déclarent acheter au moins un article de maroquinerie par an
- Les Français renouvellent ainsi leurs articles de maroquinerie en moyenne tous les deux ans
- 27% des Français attendent toujours les soldes ou les promotions pour faire leurs achats de maroquinerie
- Lors de leurs achats, les Français sont soucieux de la qualité qui arrive premier ex-aequo avec le prix (70%)
- 61% des consommateurs déclarent être prêts à payer plus cher pour un produit écoresponsable, cela monte à 80% pour les 25/34 ans

Où les Français font-ils leurs achats de maroquinerie ?

À quelques semaines des soldes, l'Observatoire Economique de l'Alliance France Cuir dévoile les résultats de son étude sur les comportements d'achat des Français pour le secteur de la maroquinerie (sacs à mains, petite maroquinerie, bagages et business). Pour cette première édition, l'étude confirme que la maroquinerie est bien ancrée dans les habitudes de consommation des Français. L'étude révèle également que la qualité est le critère le plus important mis en avant par les Français lors de leurs achats de maroquinerie (en dehors du critère prix). Par ailleurs, le magasin reste le lieu d'achat privilégié pour une grande majorité des Français. Enfin, l'étude souligne les pratiques responsables et durables des consommateurs de maroquinerie.

La qualité, premier critère d'achat

À la question : « À quoi faites-vous le plus attention lorsque vous achetez de la maroquinerie ? », les Français répondent en moyenne, toutes catégories de produits confondus, **la qualité quasi-exæquo avec le prix (70%)**. Pour les consommateurs de bagages ou d'articles business, la qualité arrive seule en tête. Une spécificité pour le marché de la maroquinerie, la qualité n'arrivant jamais aussi haut dans les critères d'achat pour les autres secteurs, notamment s'agissant des biens de consommation. Les 18-44 ans sont plus sensibles à ce critère de qualité (75% en moyenne). La qualité prime également sur la marque qui ne semble plus être un argument aussi prégnant pour les achats de maroquinerie des Français. Ces derniers semblent très attachés au contact avec le produit. Selon l'étude, **85% des consommateurs souhaitent voir et toucher les produits avant achat**.

« Alors que le prix est habituellement, et de loin, le critère le plus important lors d'un achat, le secteur de la maroquinerie se distingue en laissant la qualité y occuper une place de choix. Si la qualité des produits de maroquinerie est plébiscitée par les Français, c'est qu'il existe un rapport culturel assez fort. Le cuir est souvent associé à la tradition, à l'excellence et à la durabilité en phase avec les attentes des consommateurs. A l'heure des débats sur la fast fashion, c'est une bonne nouvelle qui va dans le sens d'une consommation raisonnée », analyse Marc Brunel, Directeur général de l'Alliance France Cuir.

Les magasins ont toujours la côte

L'étude montre que **94% des Français achètent leurs articles de maroquinerie en magasin** : 42% sur un modèle hybride magasin/internet et 52% exclusivement en boutique. Les jeunes restent également attachés au magasin : 43% des 18-24 ans y font exclusivement leurs achats (vs 11%

uniquement sur internet). Si les Français plébiscitent les magasins, c'est qu'ils apprécient la possibilité d'évaluer les articles (61%), d'avoir les articles immédiatement (55%) et ont plaisir à faire les magasins (45%). L'étude précise que le modèle hybride permettant de croiser les canaux boutique-internet, prévaut. C'est notamment le cas chez les actifs (57% des 35-44 ans). Le repérage en boutique reste cependant une pratique fréquente avant un achat en ligne.

Parmi les lieux d'achat physique, **les boutiques de maroquinerie traditionnelles sont les plus fréquentées et bénéficient d'une image très positive** (modernes, bien achalandées, agréables). **Plus d'un tiers des Français préfèrent faire ses achats de maroquinerie dans les boutiques de centre-ville**, y compris chez les 18-24ans qui sont 40% à les placer en premier choix. Si les boutiques continuent d'être plébiscitées, c'est que les Français ont de fortes attentes autour des services en magasin.

Plus d'un acheteur en magasin sur 2 souhaiterait être davantage conseillé en boutique, faisant ainsi des vendeurs, un pivot essentiel de l'acte d'achat. Les acheteurs souhaitent également plus d'accompagnement et d'informations au sujet des matières utilisées (63%), de l'entretien des produits (46%) et de la provenance des articles (46%). La réparation (58%) et l'entretien (53%) sont les deux services en magasin les plus attendus par les consommateurs.

« Les Français restent attachés au produit, ils veulent y avoir un accès physique, le voir, le toucher, l'essayer. Le magasin reste donc un élément central du parcours d'achat, que ce soit pour du repérage ou pour l'acte d'achat lui-même. Dans ce contexte, il n'est donc pas étonnant que les boutiques de maroquinerie traditionnelles, accessibles et de bon conseil, aient leur préférence », explique Philippe Gilbert, Directeur de l'Observatoire Economique.

Un pas vers l'écoresponsabilité

A l'heure où les achats éthiques et durables gagnent du terrain, l'étude montre que **61% des consommateurs déclarent être prêts à payer plus cher pour un produit écoresponsable**. Cela monte à 80% chez les 25/34 ans contre 50% chez les +65 ans. Pour la majorité d'entre eux, le surcoût ne devra en revanche pas excéder 20% du prix initial.

Autre tendance soulignée par l'étude, **1 Français sur 3 a déjà eu recours à la seconde main** pour ses achats en maroquinerie. Cela monte à plus de la moitié chez les 18/34 ans. Le choix du neuf reste la norme, notamment chez les plus âgés (92% des plus de 55 ans) et chez les hommes (91%).

Retrouvez l'intégralité de l'étude sur

www.alliancefrancecuir.org/publication/commerce-maroquinerie-ou-les-francais-font-ils-leurs-achats/

Sources : Etude « Commerce de la Maroquinerie : Où les Français font-ils leurs achats ? » - Mars 2025 – Observatoire Economique de l'Alliance France Cuir.

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.

Contact presse :

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