

Filière Française du Cuir : ralentissement des échanges au premier semestre 2026

Le premier semestre 2026 est marqué par un ralentissement des échanges extérieurs de la filière française du cuir. **Les importations** s'établissent à 6,5 milliards d'euros, **en baisse de 5 %** par rapport au premier semestre 2025. **Les exportations reculent** également, mais dans une moindre mesure, à 9,2 milliards d'euros, soit une diminution de 2 %. Les échanges ralentissent ainsi à la fois à l'import et à l'export, dans un contexte de demande plus modérée sur plusieurs grands marchés.

Cette évolution recouvre toutefois des situations très contrastées selon les métiers et les zones géographiques. Le recul des exportations est notamment lié à la **baisse des ventes de cuirs et peaux bruts et au ralentissement de certains marchés du luxe**, tandis que la **tannerie-mégisserie française** connaît un début d'année particulièrement **dynamique**.

Des exportations de cuirs bruts pénalisées par le ralentissement italien

Les exportations françaises de cuirs et peaux bruts diminuent de 14 % au premier semestre. Cette baisse s'explique en grande partie par **l'affaiblissement de la demande italienne** : près des trois quarts des cuirs bruts exportés par la France sont destinés à l'Italie. Les tanneurs italiens sont eux-mêmes confrontés au ralentissement de l'activité des industries en aval, ce qui pèse mécaniquement sur leurs besoins en matières premières.

Les données disponibles pour le premier trimestre 2026 confirment cette moindre dynamique. Les **exportations italiennes de maroquinerie ont reculé** de 3,7 % en valeur et de 12,4 % en volume. Si les statistiques italiennes du deuxième trimestre ne sont pas encore disponibles, ces résultats permettent d'éclairer en partie le recul des exportations françaises de cuirs bruts vers l'Italie.

Cette évolution contraste avec la bonne tenue de l'industrie française de la tannerie-mégisserie. Sur les six premiers mois de l'année, ses exportations progressent de 11 % et son chiffre d'affaires augmente de 10 %. Ses principaux débouchés restent européens : l'Italie, le Portugal, l'Espagne et la Roumanie représentent ensemble un peu moins des deux tiers des exportations.

L'Asie constitue néanmoins un relais de croissance de plus en plus visible. Les exportations de la tannerie-mégisserie française vers cette région passent de 15,5 à 21,1 millions d'euros, soit une progression de 36 %. L'Asie ne représente encore que 17 % des exportations du secteur, mais plusieurs évolutions sont particulièrement

encourageantes. Le **Vietnam**, vers lequel la France exportait jusqu'à présent très peu, est devenu depuis le début de l'année le **deuxième client asiatique, derrière la Chine et devant Hong Kong et le Japon**. Les exportations portent principalement sur du wet-blue et du cuir semi-fini, le finissage étant réalisé localement en fonction des besoins d'une industrie vietnamienne du cuir en plein essor.

Les produits finis pâtissent principalement du recul des ventes aux États-Unis

Les **ventes de produits finis** — chaussures, maroquinerie, gants et vêtements en cuir — atteignent 9,0 milliards d'euros au premier semestre, **en baisse de 1,5 %** sur un an. La situation est relativement stable en Europe et légèrement moins favorable en Asie, où les ventes reculent de 1,4 %. **Le principal point de faiblesse se situe aux États-Unis**, avec une diminution de 10 % des exportations françaises. Le Japon connaît également un recul de 7 %.

Les principaux clients de la filière française sont la Chine, les États-Unis, l'Italie, Hong Kong et le Japon. **La présence française en Asie et aux États-Unis repose largement sur l'industrie du luxe**. Le positionnement des exportations françaises est particulièrement haut de gamme sur ces marchés : le prix moyen en douanes d'un sac à main exporté est de 159 euros en Europe, contre 470 euros aux États-Unis et 873 euros en Asie.

Une Chine qui résiste malgré l'évolution des comportements d'achat

Après avoir diminué de 4 % en 2025, **les exportations françaises vers la Chine progressent** légèrement de 0,7 % au premier semestre 2026. La performance est donc meilleure que l'an passé, sans pour autant constituer un véritable redémarrage. La demande chinoise demeure néanmoins à un niveau élevé : la Chine représente environ 15 % des exportations françaises de la filière.

Le **consommateur chinois** n'a pas cessé d'acheter des produits de luxe, mais ses comportements ont profondément évolué. Il est désormais **davantage attentif au prix**, à la qualité réelle du produit, à sa valeur de revente, à son authenticité et à son caractère intemporel. Le marché reste donc important pour les entreprises françaises, mais la demande est devenue plus sélective.

Les ventes vers l'Italie, déjà stables en 2025, le restent au début de 2026. **Hong Kong** constitue en revanche une évolution très favorable, avec une **progression de 20 %** des exportations françaises au premier semestre.

États-Unis : une demande plus polarisée

Le recul de 10 % des exportations vers les États-Unis doit être interprété avec nuance. Les consommateurs américains restent intéressés par le luxe français, mais la demande se

polarise davantage entre les **ménages les plus aisés et les consommateurs dits « aspirationnels »**.

Les premiers continuent de consommer, soutenus notamment par la création de richesse dans la technologie, l'intelligence artificielle et les marchés financiers. Le consommateur aspirationnel, en revanche, se montre beaucoup plus prudent. Après plusieurs années de fortes hausses de prix dans le luxe, il est davantage contraint dans ses dépenses et arbitre plus fortement ses achats.

Cette situation pousse certaines maisons à reconstruire une **offre d'« entry luxury » ou à revoir leur politique de prix**. Le prix moyen en douanes des sacs à main en cuir exportés vers les États-Unis a ainsi diminué de 3 % au premier semestre. Cette baisse peut notamment refléter une évolution de la composition des produits vendus, mais elle constitue également un indice d'une demande devenue plus sensible au prix.

Le Japon revient progressivement à une situation plus normale

Les exportations françaises vers le Japon reculent de 7 %. Cette évolution intervient après l'envolée enregistrée en 2024 et correspond en partie à un retour progressif vers une situation plus normale. Les consommateurs japonais restent attachés au luxe et au savoir-faire français, mais le **contexte économique est moins favorable**.

La **faiblesse persistante du yen** renchérit les produits importés, tandis que l'accélération de l'inflation japonaise, notamment sous l'effet du coût des importations, pèse sur le pouvoir d'achat. Pour les consommateurs japonais, cette combinaison signifie que les produits étrangers deviennent structurellement plus chers, ce qui affecte particulièrement les produits de luxe français.

Le recul des importations traduit une demande intérieure moins dynamique

Les importations de la filière française du cuir diminuent de 5 % au premier semestre. **Cette baisse concerne quasiment tous les secteurs** : -26 % pour les cuirs et peaux bruts, -7 % pour la chaussure, -2 % pour la maroquinerie et -3 % pour les vêtements en cuir.

Cette contraction reflète notamment la faiblesse de la demande intérieure. Les données de l'INSEE montrent que le chiffre d'affaires du **commerce de détail de la chaussure recule de 4,1 %, tandis que celui du commerce de détail de la maroquinerie diminue de 12,5 %**. Ces évolutions témoignent d'une consommation particulièrement prudente sur des catégories de dépenses qui peuvent être reportées ou arbitrées.

Le **pouvoir d'achat** réel ne progresse plus véritablement et pourrait même reculer en 2026. La Banque de France prévoit une **baisse de 0,4 %** du pouvoir d'achat des ménages sur l'ensemble de l'année. Par ailleurs, les ménages continuent d'épargner à un niveau

élevé, ce qui limite leurs dépenses de consommation et pèse particulièrement sur les achats discrétionnaires.

La baisse des importations s'accompagne d'une **diminution des prix moyens des produits achetés à l'étranger**. Sur les six premiers mois de l'année, le prix moyen en douanes recule de 4 % pour les chaussures et de 7 % pour les sacs à main. Dans un contexte de consommation plus contrainte, cette évolution peut traduire une recherche de produits moins coûteux et une adaptation de l'offre à une demande devenue plus sensible au prix.

Enfin, **l'inflation** demeure un frein à la consommation des ménages. Même si le rythme de hausse des prix a ralenti, le niveau atteint après plusieurs années d'inflation continue de peser sur la perception du pouvoir d'achat. Ce décalage entre l'évolution de l'inflation et le ressenti des consommateurs contribue à maintenir des comportements de prudence.

Une filière qui s'adapte à une demande mondiale plus sélective

Le premier semestre 2026 **ne traduit donc pas un recul uniforme de la Filière Française du Cuir, mais plutôt une phase d'ajustement** à une demande moins dynamique et plus sélective. Le ralentissement des importations reflète principalement la faiblesse de la consommation française, tandis que le recul plus limité des exportations masque des situations très différentes selon les métiers et les marchés.

La tannerie-mégisserie française affiche ainsi une solide progression, portée par ses débouchés européens et par le développement de nouveaux marchés asiatiques, notamment au Vietnam. À l'inverse, les exportations de cuirs et peaux bruts sont pénalisées par le ralentissement de la demande italienne. Pour les produits finis, la résistance de la Chine et la forte progression de Hong Kong ne compensent pas entièrement le recul des États-Unis et du Japon.

Au-delà des évolutions conjoncturelles, les **comportements des consommateurs constituent désormais un facteur déterminant**. En Chine comme aux États-Unis, les clients restent intéressés par le luxe français mais se montrent plus attentifs à la valeur réelle des produits et au prix. En France, la faiblesse du pouvoir d'achat et le niveau élevé de l'épargne limitent les dépenses discrétionnaires.

Dans ce contexte, la **capacité de la filière à diversifier ses débouchés**, notamment en Asie, à adapter son offre aux **nouvelles attentes des consommateurs** et à **préserver son positionnement** fondé sur la qualité et le savoir-faire constitue un enjeu majeur pour la seconde moitié de l'année 2026.