



Créer sa marque de chaussures : par où commencer ?

Comment créer sa marque de chaussures, quelles étapes ? Quelles sont les clés pour réussir le lancement d'une marque de chaussures, de baskets, d'escarpins ou d'espadrilles ? Quels sont les pièges à éviter ?

Créer sa marque de chaussures, quel que soit le style (homme, femme, enfant, luxe, été, hiver, sport, streetwear...), nécessite de **solides compétences** et **une très bonne préparation**. Ce type d'aventure touche en effet à la créativité, au marketing, au savoir-faire productif, mais aussi au sourcing et au développement commercial.

Le monde de la chaussure est très exigeant et concurrentiel. Dans tous les cas, la **créativité**, la capacité à détecter les tendances et à mettre en valeur votre produit sont les premiers facteurs-clés de réussite. Il est difficile de rivaliser avec les grandes marques, et l'investissement financier de départ est souvent très important.

A noter que l'image de qualité et de raffinement à la française est un atout qu'il convient d'exploiter lorsqu'on crée une marque de chaussures.

Voici tout ce qu'il faut savoir pour créer une marque de chaussures en France.

Voir aussi notre article : [Créer une marque de luxe : opportunités, étapes, stratégie.](#)

Le marché de la chaussure en France et dans le monde.

Le marché de la chaussure est très hétérogène du fait de ses nombreux sous-segments :

- **les chaussures pour femmes** : sandales, tongs, spartiates, ballerines, baskets, sneakers, boots, low boots (bottes et bottines), cavalières, cuissardes, claquettes, genouillères, escarpins...

- **les chaussures pour hommes** : espadrilles, sneakers, richelieus, derbies, mocassins, bateaux, deserts boots, chukka boots, chelsea boots...
- **les chaussures de sport** : running, basket, football, randonnée...
- sans oublier **les chaussures pour enfants**.

En France, les ventes de chaussures sont **en stagnation** depuis 2010.

On compte seulement une centaine d'entreprise productrices de chaussures en France, dont la plupart se développent grâce à l'export : entre 2010 et 2017, leurs ventes à l'étranger ont bondi d'environ **18%**. Les premiers pays d'exportation sont l'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni. Un fort potentiel existe sur le **haut de gamme**, par exemple à destination du Japon, de la Chine, de la Corée du Sud ou des USA. **La créativité et le style à la française sont particulièrement appréciés.**

Le marché français de la chaussure présente les caractéristiques suivantes :

- Une très forte concurrence,
- Des réseaux de vente en franchise qui souffrent, et des détaillants multimarques qui résistent,
- Un développement fulgurant des **ventes par internet** (23% du chiffre d'affaires en France),
- Un marché de moins en moins tributaire des périodes de **soldes**,
- **Le boom des ventes de chaussures de sport** : 15% des ventes de chaussures, 38% sur le rayon homme, et même 40% sur le rayon enfant (27% sur le rayon fille). Le rayon femme reste en retrait sur les chaussures de sport mais représente un fort potentiel de marché. A noter la forte progression des ventes de chaussures de **running**.

Parmi les autres tendances du marché, on note :

- l'intérêt croissant du consommateur pour des chaussures **écologiques et/ou équitables**,
- l'intérêt croissant pour le made in France, même si certaines parties des chaussures sont sous-traitées en Chine ou au Vietnam,
- enfin le marché est marqué par une **forte innovation** et des évolutions de mode rapides, qui constituent autant d'opportunités mais aussi de risques pour les jeunes marques.

La réglementation relative à la production et à la commercialisation de chaussures.

La réglementation est relativement souple.

A noter les normes d'étiquetage définies au niveau européen :

- L'étiquette doit présenter la composition en français,
- L'indication du pays de fabrication du produit est conseillée (recommandé pour l'export),
- Les mentions concernant l'entretien du produit sont conseillées afin d'éviter tout problème consommateur.

D'autres obligations concernent la vente en magasin, si vous êtes concerné :

- Normes de sécurité et d'accessibilité,
- Affichage des prix en vitrine et à l'intérieur de l'établissement,
- **Affichages obligatoires** à l'attention du personnel,
- etc.

Créer sa marque de chaussures : les étapes.

Voici les étapes majeures pour créer sa marque de chaussures :

1. **Réalisez une [pré-étude sur le segment visé](#)** (exemple : les chaussures pour bébé),
2. **Imaginez votre futur produit** : soyez créatif, essayez d'arriver à un prototype conforme à votre idée, rédigez un cahier des charges précis,
3. **Testez votre idée de produit** auprès d'un panel de consommateurs,
4. **Vérifiez la disponibilité** de votre nom de marque et déposez-le ([voir notre article dédié](#)),
5. **Identifiez vos sous-traitants** (cette phase essentielle peut prendre beaucoup de temps),
6. **Elaborez un [plan financier](#)** ; recherchez des financements,
7. **Concevez votre image de marque** et votre site internet avec l'aide de professionnels (graphistes),
8. Identifiez un espace de stockage, de vente, ou un showroom,
9. Choisissez un [expert-comptable](#) et un statut juridique,
10. Créez vos outils commerciaux et commencez la **prospection commerciale**,
11. **Déclarez votre activité** :
 - A la Chambre de Commerce s'il n'y a pas de production en propre,
 - A la Chambre des métiers si vous produisez vous-même,
12. **Lancez la première production**,
13. **Démarrez les ventes !**

Comment trouver des sous-traitants fabricants de chaussures ?

Où faire fabriquer ses chaussures ? Si vous ne comptez pas produire vous-même, vous devrez identifier des sous-traitants et négocier avec eux les conditions de partenariat notamment en terme de qualité, de quantités minimales, de délais et de prix.

Choisissez des sous-traitants capables de vous livrer une chaussure finie de A à Z ; fournissez-leur un prototype (si vous avez pu en réaliser un) ou à défaut **un cahier des charges précis** du produit que vous imaginez. A noter que certains producteurs proposent aussi des « gammes blanches », prêtes à personnaliser.

Retenez des sous-traitants qui vous inspirent confiance et qui comprennent votre langage. Ne tardez pas trop à négocier les prix. Faites jouer la concurrence. N'hésitez pas à vous déplacer.

Vous pourrez identifier vos sous-traitants :

- par une recherche sur internet (places de marché en ligne telles *Alibaba*),
- en contactant les organismes français à l'étranger tels *Business France*.

Créer sa marque de chaussures : 7 conseils pour réussir.

1. **Ne pas se précipiter.** La création d'une marque de chaussures demande du temps et beaucoup de recul,
2. **Prévoir un investissement financier suffisant.** La phase de conception/lancement est très coûteuse ; il serait dommage de sortir de cette phase en étant déjà « à sec » niveau trésorerie,
3. **Assumer son positionnement** : le positionnement doit être basé sur un concept facile à identifier et à retenir dans toutes les langues. Positionnez-vous sur une niche pour multiplier

vos chances de percer,

4. **Choisir clairement son circuit de distribution** : boutique en propre, détaillants multimarques, internet ?
5. **Se concentrer sur le marketing plutôt que sur la production,**
6. **Viser le haut-de-gamme,** même si c'est un marché exigeant,
7. **Rester en veille permanente** afin d'anticiper les nouvelles tendances.

Quel statut juridique pour lancer sa marque de chaussures ?

Il est fortement conseillé de **créer une société** plutôt qu'une micro-entreprise ou une entreprise individuelle.

Le régime juridique **le plus porteur si vous êtes seul est celui de la SASU** ; il permet d'éviter la sécurité sociale pour les indépendants (ex-RSI).

Créez votre entreprise directement en ligne.

WikiCréa a sélectionné **Legalstart** pour vos formalités de création d'entreprise en ligne. **Pourquoi Legalstart ?** Tout simplement parce qu'il s'agit de l'offre la plus complète et la moins chère du marché. [Cliquez ici pour en savoir plus et débiter vos démarches en ligne.](#)

Des fichiers Excel pour votre entreprise (gratuit) :

- un modèle de **plan financier**, facile à compléter : [cliquez ici pour y accéder.](#)
- un **facturier** permettant d'établir devis et factures : [cliquez ici pour y accéder.](#)
- un **livre de recettes**, obligatoire pour les auto-entrepreneurs : [cliquez ici pour y accéder.](#)
- un **modèle de suivi de trésorerie** : [cliquez ici pour y accéder.](#)