

# ELEGANCE



LA MARQUE DE CHAUSSURES ET D'ACCESSOIRES DE MODE FEMININS ENTIEREMENT PERSONNALISABLES

# Le problème

01

## Le shopping c'est une histoire de compromis !

Magalie, 45 ans : « Cette chaussure est magnifique mais le talon de 11cm c'est beaucoup trop pour moi... je ne pourrai jamais les porter au travail »



Sophie, 31 ans : « La couleur de cette chaussure est superbe mais le bout est trop pointu, j'aurais préféré qu'il soit rond, décidément je ne trouverai jamais! »



Elodie, 20 ans : « J'adore ce modèle mais j'aurais aimé qu'il soit proposé en vert amande et bleu ciel pour aller avec mon dernier sac et une touche de jaune vif pour l'assortir à ma ceinture vintage.... »



02

## Car le choix est limité...

....A cause du modèle de ventes sur stock qui impose des collections restreintes.

03

## Aucune solution n'existe pour trouver facilement LA paire de chaussures idéale

Il n'y a que le bon vieux bâton de pèlerin pour aider les consommatrices à arpenter les allées commerçantes ou le dédale du net. Des heures, voire des jours de recherches sans aucune garantie de trouver.

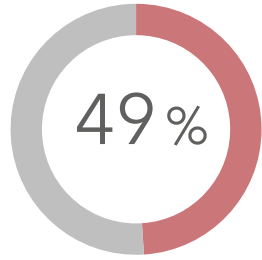
# La solution



## Une marque de chaussures pour femme personnalisables en ligne, offrant :

- ◆ **Des collections saisonnières et éditions limitées** confectionnées par nos soins, fabriquées à la commande
- ◆ **La possibilité inédite de modifier les collections à volonté :** modification de la hauteur et de la forme du talon (5cm, 12cm, aiguille, compensé...), ajout ou suppression d'un accessoire (nœud, strass, boucle, lanière...), changement de la forme de l'avant (bout pointu, rond, ouvert...), de la forme de l'arrière (fermé, ouvert...) ainsi que des matières (cuir, satin, paillettes...) et des coloris => **Tout est modifiable pour obtenir sa paire idéale!**
- ◆ **Des modèles vierges** (escarpins, ballerines, sandales, bottines...) **entièrement personnalisables pour les plus créatives**

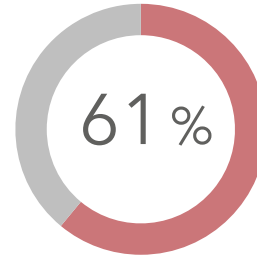
# La validation du marché



49%<sup>(1)</sup> des françaises achètent des chaussures en ligne

La vente de chaussures en ligne est devenue une pratique courante :

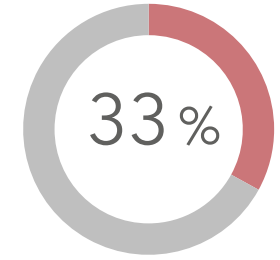
- CA de Spartoo : 140 millions d'euros <sup>(2)</sup>
- CA de Sarenza : 150 millions d'euros <sup>(3)</sup>



61%<sup>(4)</sup> des français souhaitent pouvoir personnaliser leurs produits

La personnalisation est en plein essor dans le secteur de la mode et de nombreuses grandes marques sont déjà positionnées :

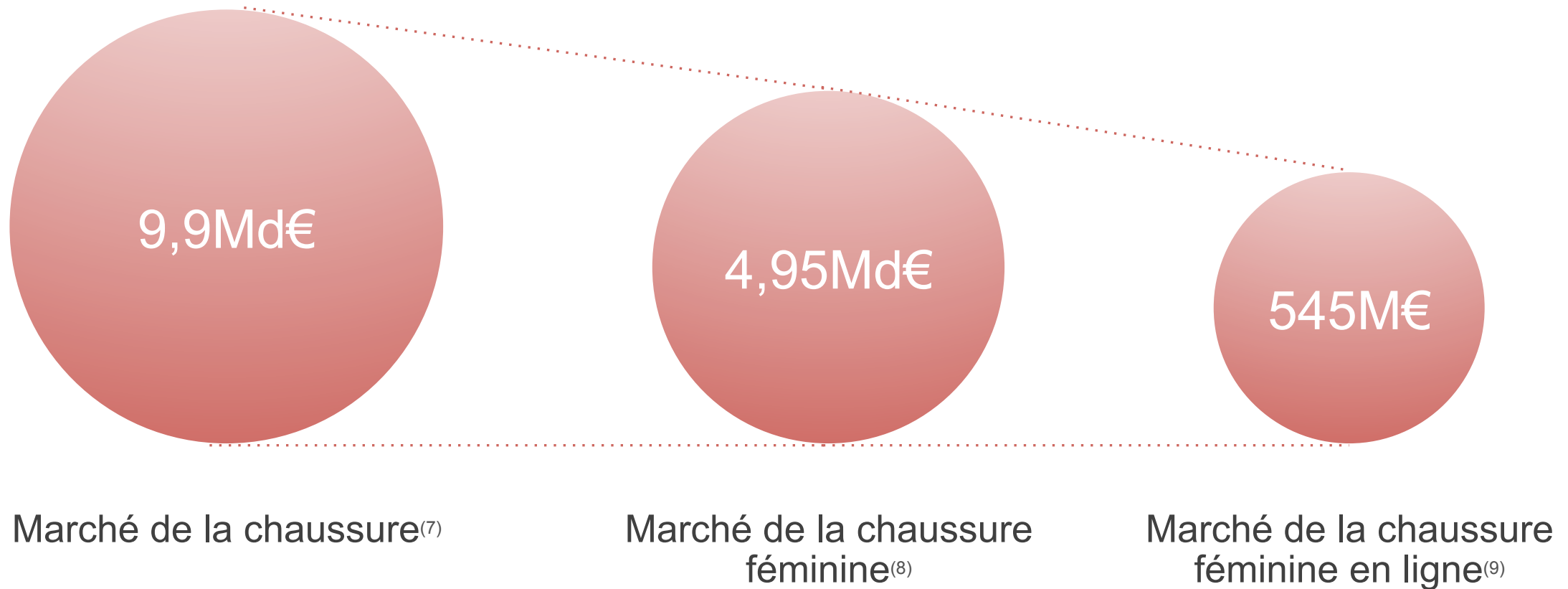
- Maroquinerie (Longchamp, Louis Vuitton...)
- Vêtements (Decathlon, Levis, Tailor4less...)
- Bijoux (Pandora, Maty...)
- Coques de téléphone (Zazzle, Vistaprint, Spreadshirt...)
- Lunettes (Rayban, Optic 2000, Oakley...)



33%<sup>(5)</sup> des leaders de marques de sport proposent la personnalisation de chaussures en ligne

- Nike, Addidas, Converse, Reebok, Puma...
- ➔ NikeiD (service de personnalisation de Nike) représente 1/3<sup>(6)</sup> des ventes en ligne de Nike avec une croissance annuelle de 10%<sup>(6)</sup>

# La taille du marché français



- Les parts de marché de la vente en ligne de chaussures sont par ailleurs en forte croissance : 4% du marché de la chaussure en 2010<sup>(10)</sup>, 9% en 2013<sup>(11)</sup>, 11% en 2015<sup>(11)</sup>
- Le marché de la chaussure en Union européenne représente quant à lui 67,2 milliards d'euros<sup>(12)</sup> dont 70% se concentrent sur 5 pays : France, Allemagne, Italie, Grande Bretagne et Espagne

# Notre spécificité : une solution de personnalisation perfectionnée (1/2)

ELEGANCE

Recherche

AIDE

FR / FR

CONNEXION / CRÉER UN COMPTE

MON PANIER 1

NOUVEAUTES

COLLECTIONS


LOOKBOOK

OCCASIONS

CREEZ VOTRE CHAUSSURE PARFAITE

AIDE

QUE RECHERCHEZ-VOUS?



defaire tourner

179,00 €

✓

MODELE

✓

HAUTEUR

✓

FORME DE TALON

✓

AVANT

✓

ARRIERE

✓

MATIERES ET COLORIS

TISSUS A MOTIFS

ECAILLES DE POISSON

PAILLETTES

✓

ACCESSOIRES

FINALISATION AUTOMATIQUE

AJOUTER AUX FAVORIS

PARTAGER

f

ig


p


AJOUTER A MON PANIER


✓ LIVRAISON OFFERTE


INSPIREZ-VOUS DES CREATIONS DE NOS STYLISTES


<


























>

## Un configurateur de produits :

- Permettant une **personnalisation intégrale de sa paire de chaussures**
- Offrant des **visuels 3D photos réalistes**
- Proposant la visualisation **des photos et des vidéos réelles des matériaux et accessoires** proposés
- Suggérant automatiquement, en fin de création, le **produit agrémenté d'accessoires** (nœud, strass...) **pour augmenter le panier moyen**

A terme, développement d'un **moteur de suggestions** permettant l'ajout :

- **D'un bandeau d'inspiration de modèles** qui s'actualise en temps réel à chaque nouveau choix de l'utilisateur
- **D'un module de cross selling** capable d'analyser les caractéristiques de l'achat en cours pour générer des accessoires (pochettes, ceintures, portefeuilles, coques de téléphone...) parfaitement assortis
- **D'une option de « finalisation automatique »** : pour compléter automatiquement les zones restées vierges avec des matières et couleurs assorties aux zones déjà personnalisées
- **D'une solution de deep learning** : reconnaissance automatique d'images pour la création instantanée de chaussures, sacs et accessoires

# Notre spécificité : une solution de personnalisation perfectionnée (2/2)

Deux exemples de personnalisation possibles à partir du même modèle de chaussure que celui du slide précédent

Modification de l'arrière de la chaussure et de la hauteur de talon

**ELEGANCE** Recherche AIDE (C) / FR CONNEXION / CRER UN COMPTE MON PANIER

NOUVEAUTES COLLECTIONS LOOKBOOK OCCASIONS **CREEZ VOTRE CHAUSSURE PARFAITE** AIDE

QUE RECHERCHEZ-VOUS?

179,00 €

- ✓ MODELE
- ✓ HAUTEUR
  - 
  - 
  - 
  - 
  -
- ✓ FORME DE TALON
- ✓ AVANT
- ✓ ARRIERE
- ✓ MATIERES ET COLORIS
- ✓ ACCESSOIRES

**AJOUTER A MON PANIER**

✓ LIVRAISON OFFERTE

défaire tourner

FINALISATION AUTOMATIQUE AJOUTER AUX FAVORIS PARTAGER

INSPIREZ-VOUS DES CREATIONS DE NOS STYLISTES



Modification de la couleur sur certaines zones et de la hauteur de talon

**ELEGANCE** Recherche AIDE (C) / FR CONNEXION / CRER UN COMPTE MON PANIER

NOUVEAUTES COLLECTIONS LOOKBOOK OCCASIONS **CREEZ VOTRE CHAUSSURE PARFAITE** AIDE

QUE RECHERCHEZ-VOUS?

179,00 €

- ✓ MODELE
- ✓ HAUTEUR
  - 
  - 
  - 
  - 
  -
- ✓ FORME DE TALON
- ✓ AVANT
- ✓ ARRIERE
- ✓ MATIERES ET COLORIS
- ✓ ACCESSOIRES

**AJOUTER A MON PANIER**

✓ LIVRAISON OFFERTE

défaire tourner

FINALISATION AUTOMATIQUE AJOUTER AUX FAVORIS PARTAGER

INSPIREZ-VOUS DES CREATIONS DE NOS STYLISTES





# L'analyse du marché français : une opportunité à saisir



Société	<ul style="list-style-type: none"> <li>Française créée en 2011</li> <li>CA 2013 : 203K€ <sup>(13)</sup></li> <li>7,7K visites/mois en moyenne sur le site web<sup>(14)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Australienne créée en 2009</li> <li>CA 2015 estimé : 13,8 millions de dollars</li> <li>Levées de fonds : 27 millions de dollars <sup>(15)</sup></li> <li>380k visites/mois<sup>(14)</sup> en moyenne dont 20k sur le .fr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Française créée en 2013</li> <li>CA 2016 estimé sur la chaussure : 6,9M€</li> <li>300k visites/mois en moyenne sur le site web<sup>(14)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Française créée en février 2016 : SAS FT CUSTOMIZATION GROUP (lancement du site prévu pour début octobre 2017)</li> </ul>
Cible géographique	<ul style="list-style-type: none"> <li>France</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etats-Unis et Australie principalement</li> <li>Présence timide en Europe : aucune véritable action promotionnelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>France principalement (&gt;85%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Année 1 : France</li> <li>Expansion géographique en Allemagne, Italie, Royaume-Uni et Espagne dès que possible</li> </ul>
Positionnement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une solution de configuration de chaussures en ligne à partir de modèles vierges et de modèles d'inspiration réels</li> <li>Rendu des chaussures personnalisées sous forme de dessin, visualisables sous un seul angle de vue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une solution de configuration de chaussures en ligne à partir de modèles vierges et de modèles d'inspiration 3D</li> <li>Rendu des chaussures personnalisées sous forme de visuels 3D</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une marque de mode en ligne offrant plusieurs collections de chaussures (et vêtements) par an, dont de nombreuses éditions limitées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Une marque de mode en ligne offrant plusieurs collections et éditions limitées de chaussures réelles par an, personnalisables à volonté</li> <li>La possibilité de créer intégralement sa paire de chaussures à partir de modèles vierges</li> <li>Rendu des chaussures personnalisées sous forme de visuels 3D</li> </ul>
Prix de base (TTC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>De 200€ à 370€</li> <li>Livraison gratuite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De 129€ à 199€ (hors bottes)</li> <li>Livraison gratuite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De 140€ à 190€</li> <li>Livraison payante : de 4€ à 8€</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De 145€ à 190€</li> <li>Livraison gratuite</li> </ul>
Délai de livraison	<ul style="list-style-type: none"> <li>5 à 7 semaines</li> <li>Supplément de 50€ pour une livraison en 4 semaines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 à 5 semaines</li> <li>Supplément de 40€ pour une livraison en 2 semaines</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 à 4 jours ouvrés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4 semaines (2 semaines à partir de A2)</li> <li>Supplément de 40€ pour une livraison en 2 semaines (en A1)</li> </ul>
Service client	<ul style="list-style-type: none"> <li>Service client français</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Service client uniquement australien et américain : barrière de la langue, décalage horaire et coût d'appel à l'étranger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Service client français</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Service client français</li> </ul>
Politique de retour	<ul style="list-style-type: none"> <li>Echange ou remboursement</li> <li>Frais de retour à la charge du client : ≈ 8€</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Echange ou remboursement</li> <li>Frais de retour à la charge du client : ≈ 30€ =&gt; les articles ne peuvent être renvoyés que vers l'Australie ou les USA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Remboursement</li> <li>Retours gratuits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Echange ou remboursement sur les modèles de la collection</li> <li>Echange sur les modèles personnalisés</li> <li>Frais de retour à la charge du client : ≈ 8€</li> </ul>
Origine de fabrication	<ul style="list-style-type: none"> <li>Française</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chinoise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Européenne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Européenne</li> </ul>

→ Un concept innovant fondé sur des succès avérés

Note : quelques acteurs de petite taille (similaires à Dessine-moi un soulier) existent entre autre à l'étranger, nous tenons un tableau comparatif à disposition



# La stratégie de communication

## Communication directe



- **SEO** : optimisation sémantique, technique, ergonomique et stratégie de netlinking
- **SEA** : google search/shopping/display
- **Retargeting**
- Diffusion **d'annonces ciblées** sur Facebook
- Création d'une **communauté sur les réseaux sociaux** avec **jeux concours pour viraliser**
- Création d'un **blog mode** pour attirer du trafic vers le site et améliorer le référencement
- **Parrainage**
- Participation au **salon du mariage**
- **Medias** : presse écrite/en ligne, TV, radio

## Communication indirecte



Youtubeuse

Blogueuse

Wedding planner

- Diffusions d'articles et de vidéos par des **blogueuses** et **youtubeuses** mode pour présenter notre marque
- Organisation de **soirées privées avec des influenceurs** (blogueuses, youtubeuses, journalistes & meilleurs clients)

A terme :
- Mise en place de **partenariats avec des blogueuses, youtubeuses et designers influents** pour leur permettre de créer leurs collections de chaussures et de les commercialiser directement sur notre site
- Mise en place de **partenariats avec les wedding planners et créateurs de robes de mariée** pour commercialiser nos produits auprès des mariées

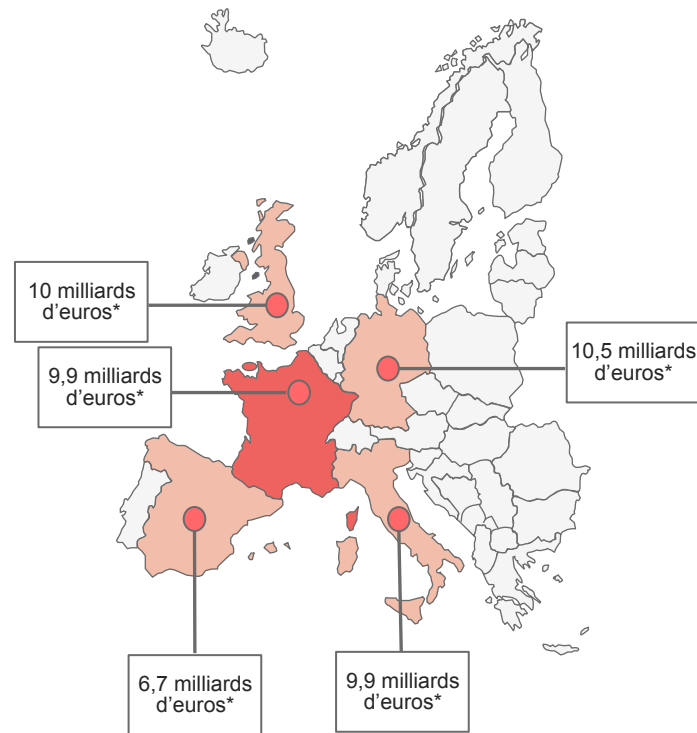
# La stratégie de développement et de diversification

## Nouveau canal de vente



- **Ouverture de magasins pour :**
  - ➔ Créer une **synergie cross-canal**
  - ➔ Acquérir des **clients additionnels**
  - ➔ Renforcer l'**image de marque haut de gamme**
  - ➔ Capter des **clients physiques pour des ventes immédiates** grâce à des collections disponibles en magasins

## Expansion géographique



\* Marché de la consommation de chaussures au sein de chaque pays <sup>(16)</sup>

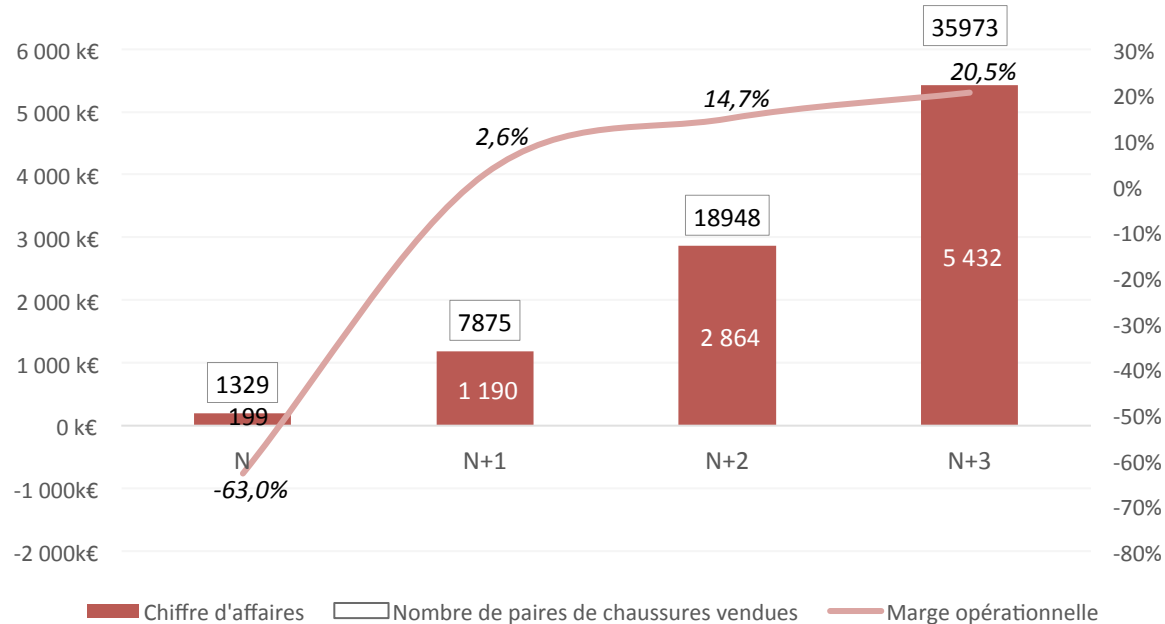
## Elargissement de la gamme de produits et nouvelles cibles



- **Lancement de nouveaux produits en vente directe et en vente croisée :** sacs à main, ceintures, portefeuilles, pochettes, coques de téléphone...
  - ➔ 55%<sup>(17)</sup> des femmes laissent leurs chaussures au placard en attendant de trouver le look qui sera parfaitement assorti pour les porter
  - ➔ Le marché français de la maroquinerie représente 3,6 milliards d'euros<sup>(18)</sup> et celui des coques de téléphone 133 millions d'euros<sup>(19)</sup>
- **Evolution de la gamme de modèles** (bottes, espadrilles, baskets...)
- **Nouveaux segments clients :** enfants 20%<sup>(20)</sup> et hommes 30%<sup>(20)</sup> du marché de la consommation de chaussures en France

# Les prévisions financières

## Chiffre d'affaires (K€) et marge opérationnelle

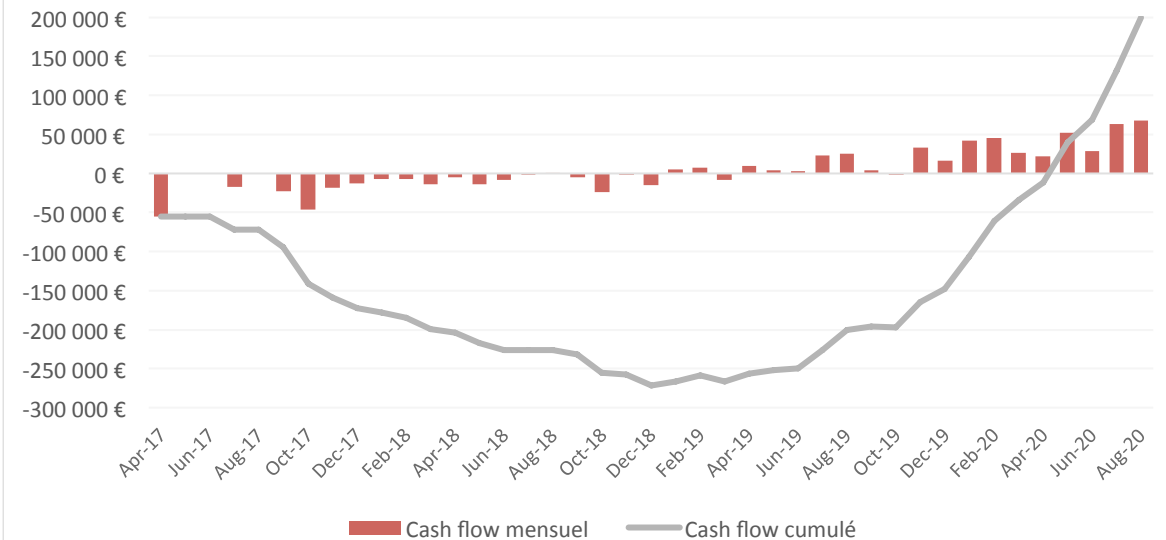


### Note

Les prévisions financières ci-dessus :

- ◆ Concernent uniquement le marché français et sans diversification
- ◆ Ont été déduites à partir d'une analyse détaillée, basée sur le principe du retour sur investissement publicitaire (budget injecté dans les différents canaux publicitaires mis en corrélation avec leurs taux de transformation respectifs) puis validées par l'analyse des indicateurs de nos concurrents

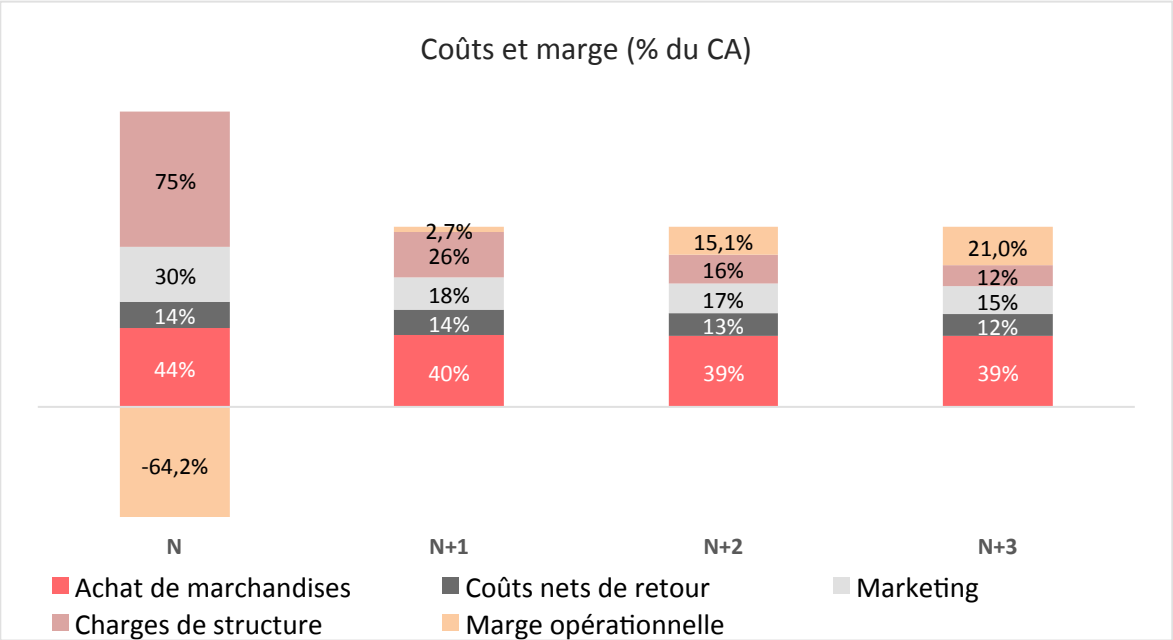
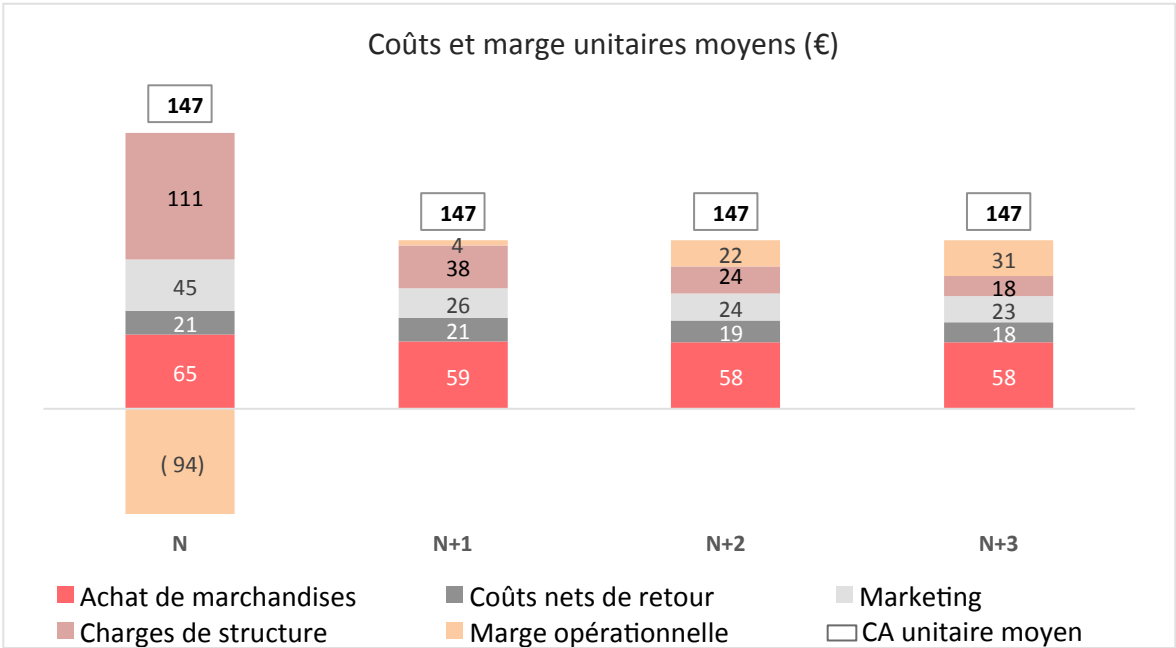
## Trésorerie



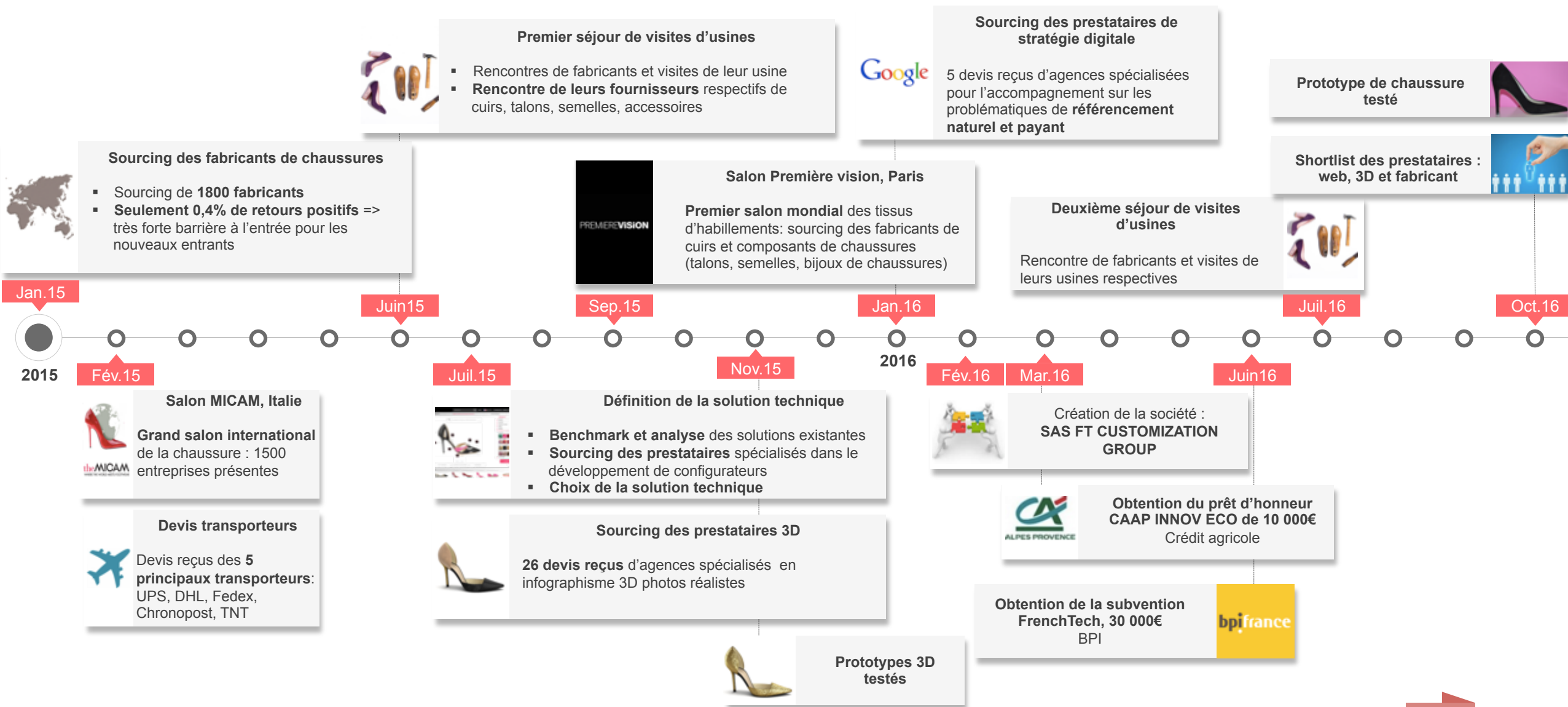
### Note

- ◆ Lancement du site prévu pour début octobre 2017
- ◆ Ne prend pas en compte les apports financiers
- ◆ Plus de 100k€ de cash flow mensuel généré en fin d'année 4

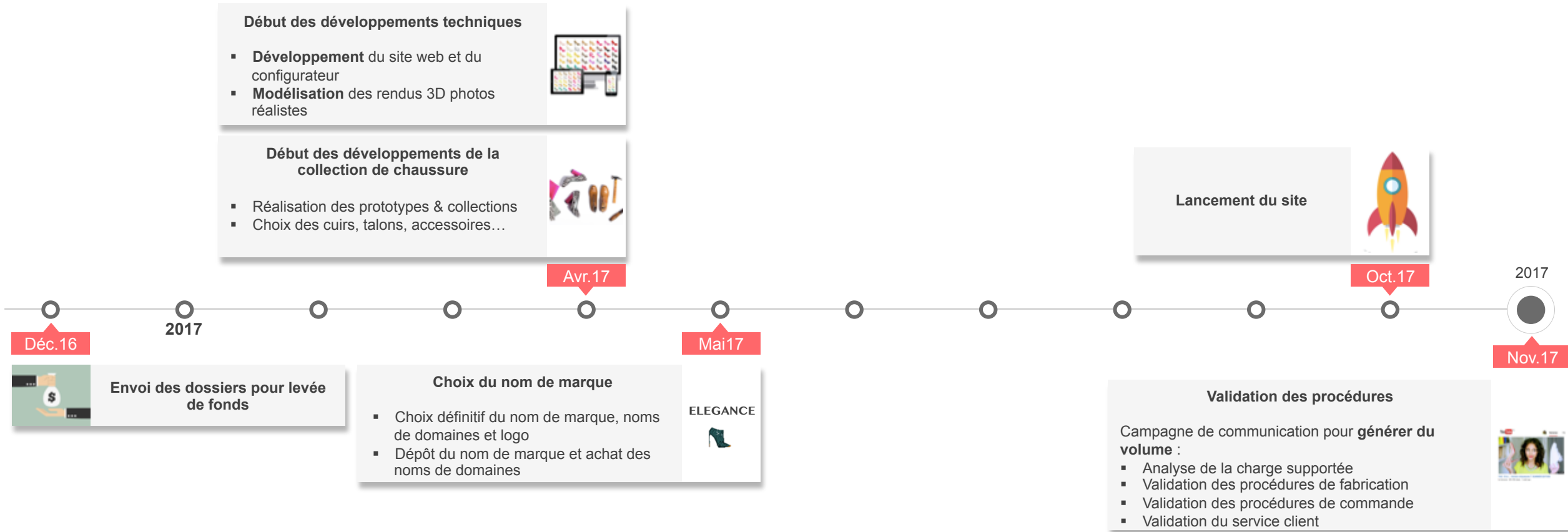
# Coûts et marges



# L'état d'avancement



# Le planning



Note : ce planning est conditionné par l'obtention de fonds, d'où une estimation du démarrage en avril 2017.

# L'équipe

## ASSOCIES FONDATEURS



**Thomas Balle-Chabaud**  
Stratégie

- Fondateur et PDG de Valteo, société de distribution de matériel médical, depuis 2010
- Ingénieur d'affaires, Degetel, 2006-2008
- Analyste financier M&A, Natixis, 2006
- Diplôme d'ingénieur : Telecom SudParis, 2006



**Julia Balle-Chabaud**  
Direction (Présidente)

- Ingénieur d'affaires, Altran Télécoms & Médias, 2011-2014
- Business Developer & Chef de projet, Y-Proximité, start-up web (rachetée par Fiducial), 2011
- Formation de marketing digital, Shaw Academy, 2016
- Diplôme d'école de commerce : Télécom Ecole de Management, 2011

## BOARD



**Florian Prud'homme**  
Technique

- Ingénieur développement logiciel, Française des jeux, depuis 2012
- Ingénieur développement logiciel IT, Amadeus, 2007-2012
- Ingénieur R&D, CNRS, 2006-2007
- Diplôme d'ingénieur : Télécom SudParis, 2006



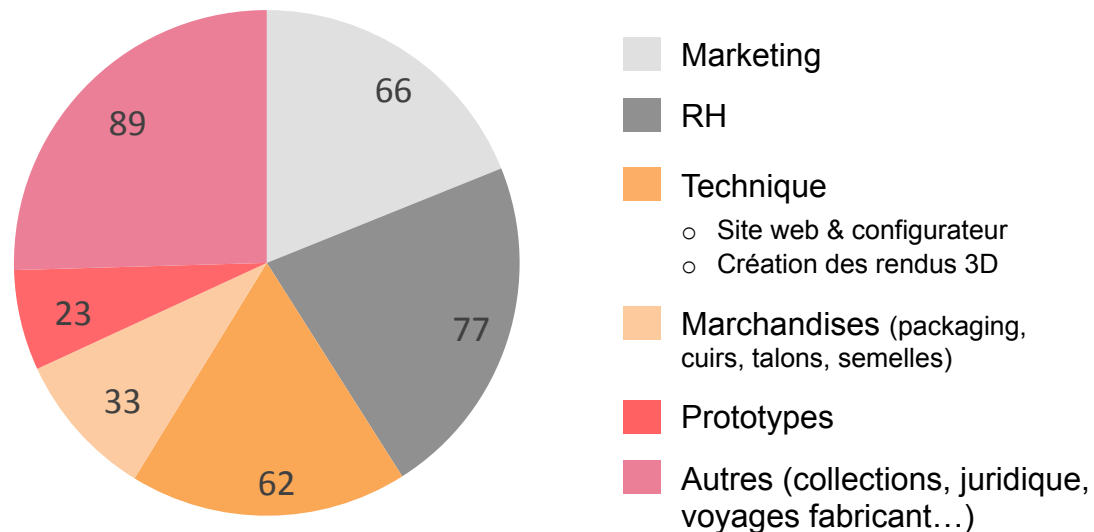
**Adam El Omari Alaoui**  
Finance

- Manager Corporate Development, Cimpres, depuis 2014
- Analyste M&A, QuantumWave Capital, 2012-2014
- Master 2 Ingénierie financière : La Sorbonne, 2012
- Diplôme d'école de commerce : Télécom Ecole de Management, 2011



# Le besoin en financement

- **Le besoin en financement de FT CUSTOMIZATION GROUP (SAS) s'élève à 350 000€ dont :**
  - 40 000€ sont apportés en fonds propres par les fondateurs dont 10 000€ au capital
  - 30 000€ ont été obtenus de la BPI sous forme de subvention; dispositif FrenchTech
  - 10 000€ ont été obtenus du Crédit Agricole, prêt d'honneur à taux zéro; dispositif pour start-ups innovantes; CAAP INNOV ECO
- **Répartition du besoin en financement (en K€) et détail de l'utilisation des fonds :**



- **Proposition aux investisseurs :**  
Prise de participation au capital de FT CUSTOMIZATION GROUP à hauteur de 15% pour un montant de 270 000€

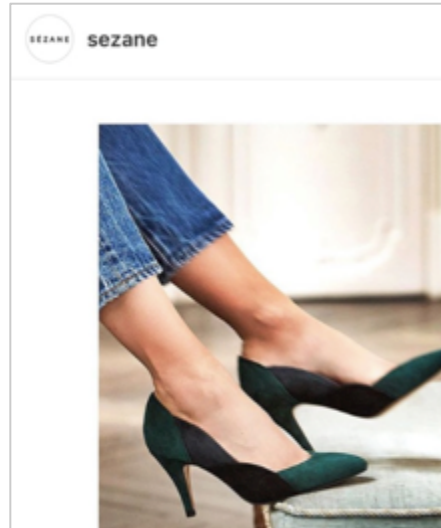
**NOUS CONTACTER :**

Julia BALLE-CHABAUD  
[julia.balle.chabaud@gmail.com](mailto:julia.balle.chabaud@gmail.com)  
+336 85 96 08 52

Thomas BALLE-CHABAUD  
[thomas.balle.chabaud@gmail.com](mailto:thomas.balle.chabaud@gmail.com)

ELEGANCE 

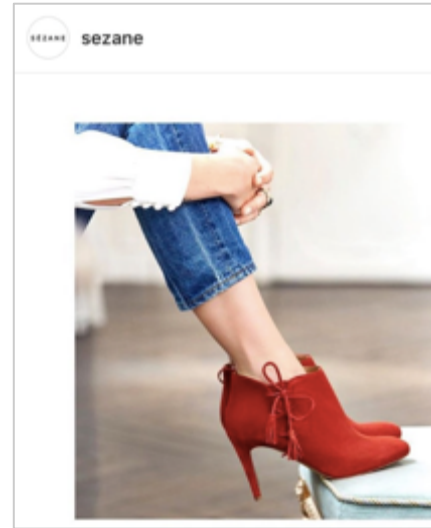
# Annexe : La demande clients validée\*



- sof2904** 12h  
J'adore ces escarpins parfaits 🥰🥰🥰 La découpe et les 2 couleurs, quelle brillante idée !!! Par contre le vert n'est pas dans mes couleurs, j'espère qu'il y aura d'autres déclinaisons ...
- ladybloomr** 4sem  
@sezane existeront t elle en Bordeaux please? Belle journée 🥰
- sezane** 4sem  
@ladybloomr Ce n'est malheureusement pas prévu !



- ll3107** 4sem  
Et les jours de pluie ?! 🥰 Personnellement ce sont les seuls jours où je m'en sépare, ce serait sympa une version cuir lisse (certes beaucoup moins jolie mais plus pratique en cas de météo douteuse!). ❤️
- laurettesonnet** 4sem  
Si vous réfléchissez à des cuirs vernis je serai obligée de craquer ... parce que effectivement elles sont très belles mais pas pour les clientes Normandes du bord de mer 🥰😭 !



- clochette11** 2j  
@litchyoune trop talon aiguille pour moi 🥰
- gisouu** 1j  
@sezane 🥰 ..mais dans la catégorie des achats interdits. Impraticable pour tous les jours, c'est vraiment dommage que les talons soient si hautes et si aiguilles
- anne\_bordeaux** 2h  
Existeront-elles en version low ? 🥰
- sezane** 53min  
@anne\_bordeaux Elles ne sont pas prévues en version Low ! Belle journée
- au\_ro\_ra\_\_** 5sem  
@balzacparis va t il y avoir le même modèle en gris ? Merci
- balzacparis** 5sem  
Bonjour @au.rOraa, le coloris gris n'est pas prévu pour nos boots Arsène pour le moment ! 🥰
- le\_douillet** 5sem  
Sublime mais jalouse ! A quand des talons plus petits pour celles qui ne peuvent pas porter de talon aussi hauts ???



# Annexe : Compte de résultat résumé

K€	A1	A2	A3	A4
<b>Nombre de paires de chaussures</b>	<b>1 329</b>	<b>7 875</b>	<b>18 948</b>	<b>35 973</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>199</b>	<b>1 190</b>	<b>2 864</b>	<b>5 432</b>
<b>% Croissance</b>		<b>497%</b>	<b>141%</b>	<b>90%</b>
Fabrication	49	293	705	1 338
Packaging	9	55	133	252
Fret	26	107	243	460
Charges bancaires	2	13	31	58
Retours	31	190	423	758
<b>Coût des ventes</b>	<b>118</b>	<b>658</b>	<b>1 535</b>	<b>2 866</b>
<b>% CA</b>	<b>59,1%</b>	<b>55,3%</b>	<b>53,6%</b>	<b>52,8%</b>
<b>Marge brute</b>	<b>81</b>	<b>532</b>	<b>1 330</b>	<b>2 565</b>
<b>% Marge brute</b>	<b>40,9%</b>	<b>44,7%</b>	<b>46,4%</b>	<b>47,2%</b>
<b>Total marketing</b>	<b>60</b>	<b>205</b>	<b>460</b>	<b>818</b>
<b>% CA</b>	<b>29,9%</b>	<b>17,2%</b>	<b>16,1%</b>	<b>15,1%</b>
<b>Marge contributive</b>	<b>22</b>	<b>327</b>	<b>869</b>	<b>1 747</b>
<b>% Marge contributive</b>	<b>10,9%</b>	<b>27,5%</b>	<b>30,4%</b>	<b>32,2%</b>
Coût de personnel	70	208	317	462
Autres charges de structure	78	88	131	174
<b>Total charges de structure</b>	<b>147</b>	<b>296</b>	<b>447</b>	<b>636</b>
<b>% CA</b>	<b>73,9%</b>	<b>24,8%</b>	<b>15,6%</b>	<b>11,7%</b>
<b>Excédent brut d'exploitation</b>	<b>(125)</b>	<b>31</b>	<b>422</b>	<b>1 111</b>
<b>% Marge d'EBE</b>	<b>-63,0%</b>	<b>2,6%</b>	<b>14,7%</b>	<b>20,5%</b>

## Annexe : Un de nos produits modélisé en 3D (1/5)



## Annexe : Un de nos produits modélisé en 3D (2/5)



## Annexe : Un de nos produits modélisé en 3D (3/5)





## Annexe : Un de nos produits modélisé en 3D (4/5)



## Annexe : Un de nos produits modélisé en 3D (5/5)



# Annexe : Sources

- (1) BNP Paribas/Hello Banque, « Qui de nous deux dépense le plus? » juillet 2015
- (2) Xerfi, « La distribution de chaussures », août 2014
- (3) Le Figaro, « Sarenza se prépare à la conquête de l'Europe », juin 2014
- (4) Microsoft, « Les 8 tendances digitales 2015 »
- (5) Think Tank L2, « Sportswear: Product customization » février 2015
- (6) Pwc, « Mass customisation », septembre 2013
- (7) CBI (Center for the Promotion of Imports from developing countries), « Trade statistics footwear sector », 2014
- (8) Xerfi, « La distribution de chaussures », août 2014
- (9) Fédération française de la chaussure
- (10) L'Express, « La chaussure valeur sûre du e-commerce », août 2012
- (11) Fédération française de la chaussure
- (12) CBI (Center for the Promotion of Imports from developing countries), « Trade statistics footwear sector », 2014
- (13) [www.societe.com](http://www.societe.com)
- (14) [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) (*visites mensuelles moyennes sur les 6 derniers mois : de juin à novembre 2016*)
- (15) [www.crunchbase.com](http://www.crunchbase.com)
- (16) CBI (Center for the Promotion of Imports from developing countries), « Trade statistics footwear sector », 2014
- (17) Cosmopolitan, « les femmes ne portent qu'1/4 de leurs paires de chaussures », 2013
- (18) Xerfi, « La fabrication et la distribution de maroquinerie et d'articles de voyages », mai 2015
- (19) Les Echos, « Sur le marché des accessoires, les étuis pour smartphones sont les stars », septembre 2012
- (20) Xerfi, « La distribution de chaussures », août 2014