

6 décembre 2021

## LE CONSEIL NATIONAL DU CUIR DÉVOILE LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE «LA PERCEPTION DU CUIR PAR LES FRANÇAIS»

Accompagné par la plateforme d'étude Happydemics, l'Observatoire Économique du Conseil National du Cuir révèle les résultats de son étude en ligne sur la perception du cuir par les Français. Menée auprès d'un échantillon représentatif de la population française, cette étude a permis d'évaluer l'image du cuir et les usages qu'en ont les Français.

### DURABILITÉ, SOLIDITÉ ET RÉPARABILITÉ DU CUIR SONT LES PRINCIPALES QUALITÉS RECONNUES PAR UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS

La matière cuir bénéficie d'une image positive en matière de résistance et de longévité. **74% des Français** déclarent qu'il s'agit d'une matière «durable» et «naturelle» et 64% d'entre eux la qualifie de «solide». Parmi ceux qui ont déclaré consommer des articles en cuir, **63% considèrent que le cuir est la matière la plus résistante**, devant les matières synthétiques et textiles. En effet, le cuir est avant tout un sous-produit de l'industrie agro-alimentaire qui, une fois passé entre les mains de l'Homme et de ses savoir-faire, devient une matière aux multiples possibilités.

### UNE MATIÈRE ANCRÉE DANS L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Le caractère réparable du cuir est également perçu de manière positive par les Français : 6 consommateurs sur 10 ont l'habitude de faire réparer leurs articles en cuir et **31% d'entre eux les achètent en seconde main**. A l'heure de la consommation responsable, le cuir regroupe toutes les qualités nécessaires pour une mode plus durable et éthique : pérennité, responsabilité et transmission.

### DES PROPRIÉTÉS PARFOIS MÉCONNUES DES JEUNES GÉNÉRATIONS

Si 73% des Français affirment que le cuir est une matière d'origine naturelle, il s'agit d'un fait mieux connu par les populations plus âgées : chez les 55 ans et plus, ce chiffre atteint 87%. A contrario, 54% des 18-24ans pensent que l'on élève des animaux pour faire du cuir tandis que 31% déclarent qu'il ne s'agit pas d'une matière d'origine animale.

De plus, parmi les 52% des Français qui n'achètent pas de cuir, 30% des 18-24 ans invoquent la protection animale pour justifier ce choix et 21% estiment ainsi protéger la planète.

Une image faussée de l'industrie qui est, pour rappel, la plus vieille activité de recyclage au monde : en France et en Europe, le cuir est fabriqué à partir de peaux d'animaux élevés pour leur viande ou leur lait. Aussi, il est important de rappeler que la peau représente en moyenne environ 5 % de la valeur totale d'un animal d'élevage. Ainsi, élever un animal pour sa peau représenterait un modèle économique sans aucune viabilité.

Pour démystifier les idées reçues sur la matière, la Filière Française du Cuir a lancé en octobre dernier une campagne digitale intitulée «RIUC®». Anagramme de «CUIR», cette opération a eu pour objectif de présenter le RIUC® comme une nouvelle matière qui revêt toutes les propriétés du cuir, en adoptant les codes de communication des nouveaux matériaux innovants. Une campagne qui a allié pédagogie, humour et créativité.

## DES USAGES ET DES HABITUDES DE CONSOMMATION DIFFÉRENTES SELON LES ÂGES

Si le cuir est perçu comme une matière onéreuse pour 70% des interrogés, près de la moitié des Français (48%) a l'habitude d'acheter des produits en cuir.

Parmi les articles les plus plébiscités, la chaussure est le produit en cuir le plus consommé par les Français (33%). La maroquinerie arrive en deuxième position (23%), suivie par les vêtements (18%), les gants et le mobilier (13%).

Aussi, les femmes déclarent acheter plus souvent de la maroquinerie que les hommes (30% contre 16%), alors qu'à l'inverse, les hommes plébiscitent plus les chaussures que les femmes (34% contre 32%).

*«Les résultats de cette étude démontrent que le cuir est perçu positivement par une majorité de Français, et ce, malgré de nombreuses idées reçues, souvent persistantes. Néanmoins, la filière du cuir met tout en œuvre pour accélérer le travail d'information et de sensibilisation mené ces dernières années, notamment auprès des jeunes générations. Matière responsable par essence, la filière cuir a à cœur de défendre les qualités intrinsèques de ce matériau exceptionnel»* déclare Frank Boehly, Président du Conseil National du Cuir

### LE CONSEIL NATIONAL DU CUIR

Le Conseil National du Cuir (CNC) est l'organisation interprofessionnelle de producteurs et utilisateurs de cuir et par extension, de tous ceux qui contribuent à la production, à l'utilisation ou à la distribution du cuir.

Constitué sous forme de confédération, il regroupe 21 fédérations ou syndicats professionnels depuis l'élevage jusqu'à la distribution des produits finis, en passant par le secteur industriel. Il a pour vocation d'animer l'ensemble de la Filière Française du Cuir.

### LA FILIÈRE CUIR EN FRANCE

- **12 800 entreprises** localisées sur tout le territoire français, dont les savoir-faire sont exceptionnels, maîtrisés et reconnus à l'international
- **Plus de 25 milliards** d'euros de chiffre d'affaires, dont **13 milliards** d'euros à l'export
- **133 000** personnes salariées dans les industries du cuir, de la tannerie-mégisserie, de la chaussure, de la maroquinerie, de la ganterie, du sport et de la distribution d'articles en cuirs.
- **Plus de 100** métiers du cuir
- **Un des leaders mondiaux** des cuirs de veau et peaux exotiques
- **3<sup>ème</sup>** exportateur mondial des cuirs et peaux bruts
- **3<sup>ème</sup>** exportateur mondial d'articles de maroquinerie
- **4<sup>ème</sup>** exportateur mondial d'articles en cuir