
FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE
DES GRANDS-PARENTS,
DES ENFANTS,
DES PETITS-ENFANTS,
DES CHAUSSONS !
JOURNÉE DU CHAUSSON
24 octobre 2026

Journée du Chausson 2026

Le chausson : un lien éternel entre les générations

Le samedi 24 octobre 2026, la Fédération Française de la Chaussure célèbre la troisième édition de la « Journée du Chausson ».

À l'occasion de cette nouvelle édition, la Fédération Française de la Chaussure réunit 9 maisons françaises pour célébrer le chausson comme emblème et trait d'union de toutes les générations #generationschaussons

Une journée dédiée à l'accessoire adoré des Français, à la promotion des talents et des savoir-faire des entreprises et artisans du beau, du confortable et du fabuleux chausson.

> ***« Cette troisième édition de la Journée du Chausson consacre le chausson comme l'objet et l'accessoire sacré de notre quotidien, capable de réunir toutes les générations autour de lui. Le 24 octobre célèbre l'amour que nous lui portons, que l'on soit enfant, parent ou grand-parent, et consacre le savoir-faire d'acteurs passionnés par la fabrication de chaussons. Grâce à leur créativité et leur talent à l'adapter aux goûts de notre époque, le chausson a su transcender les générations. »***
>
> ***Clémentine-Colin-Richard, Présidente de la Fédération Française de la Chaussure.***

Dans un monde où les tendances se succèdent à un rythme effréné, peu d'objets traversent les décennies avec autant de naturel que le chausson.

Une histoire qui commence à la maison

Présent dans presque tous les foyers, le chausson accompagne tous les moments de la vie. Des premiers pas d'un enfant, aux retours à la maison, des dimanches en famille aux matins de Noël, des rendez-vous du télétravail jusque dans la tenue quotidienne.
Qualité rare, le chausson appartient à toutes les générations simultanément, aux enfants, aux parents comme aux grands-parents et chacun en garde un souvenir particulier, une habitude, un rituel et un moment partagé.
Bien plus qu'un objet pratique, il traduit une certaine manière d'habiter son intérieur et de respecter les autres. Quitter ses chaussures à l'entrée pour enfiler ses chaussons est un signe de considération dans de nombreuses cultures, voire d'élégance discrète.
Objet intime et collectif, personnel et familial, le chausson continue de tisser un lien discret mais précieux entre les membres d'une même famille, au sein d'un couple ou d'un groupe d'amis. Accessoire incontournable du vestiaire, il nous accompagne pendant toutes les saisons, suit toutes nos humeurs. Un statut qui explique, en partie, son pouvoir émotionnel.

Le confort comme valeur universelle

Marqueur de l'intimité domestique, le chausson relie aussi les générations autour d'une même idée : le confort pour les pieds. A une époque où chacun cherche à ralentir, à prendre soin de soin et à créer des espaces rassurants, le chausson apparaît comme une réponse de bien-être immédiate et évidente.

Un accessoire qui s'adapte

Le chausson traverse les générations parce qu'il a su s'adapter en permanence aux modes et aux tendances. Apparu dès l'Antiquité dans certaines régions d'Asie et du Moyen Orient sous la forme de chaussures souples réservées à l'intérieur, il se décline aujourd'hui dans ses versions traditionnelles, en laine ou en feutre, privilégie les matériaux innovants et éco-responsables, s'équipe de semelles toujours plus ergonomiques. Suivant les envies du moment, ses designs s'inspirent aussi de la mode contemporaine.

Des affaires de famille

Naturellement, les maisons spécialisées dans le chausson sont souvent nées d'aventures familiales. Transmises de génération en génération, de nombreuses entreprises ont conservé un savoir-faire artisanal tout en adaptant leurs créations aux modes de vie contemporains.





Les Français, toujours accros au chausson

Après l'épisode du COVID et l'explosion des ventes en ligne, le marché du chausson affiche depuis 2020 une belle santé. Signe de l'attachement des Français, **plus de 33 millions de paires de chaussons ont été vendues en 2025**, pour un chiffre d'affaires global de 500 millions d'euros.

Le chausson, objet de plaisir

Accessoire fétiche des Français, le chausson fait partie de leur vie quotidienne. **79%* des Français avouent prendre du plaisir et éprouver un moment de relaxation une fois qu'ils enfilent leurs chaussons.** Une habitude mise en oeuvre dans le cocon familial et qui représente pour 76% des Français, "une bonne pratique transmise de génération en génération."

Accros aux chaussons, **67% des Français déclarent qu'il leur arrive même d'emporter leurs chaussons quand ils quittent leur domicile** pour les vacances ou pour une destination week-end.

2 paires de chaussons à la maison

Autre signe de l'affection portée aux chaussons, 61% des Français déclarent posséder au moins 2 paires de chaussons chez eux, pour faire le bon choix en fonction de la météo et des saisons.

Pantoufles et charentaises en premier

Consommateurs de chaussons, les Français plébiscitent **les pantoufles et les charentaises qui représentent plus de 36% des ventes**. Sur le podium, les mules intéressent 31% des consommateurs.

Les femmes, premières consommatrices

Enfin, les femmes représentent aujourd'hui 43% des consommateurs, devant les hommes (32%) et les enfants (25%).

**Source : Etude FFC, mai 2026 auprès d'un échantillon de 1500 personnes*

Les marques partenaires de la Journée du Chausson



Oui, le chausson français a encore de beaux jours devant lui. Des fameuses charentaises au tartan traditionnel ou revisité, jusqu'aux modèles plus urbains, le chausson français rassure.

Un savoir-faire aujourd'hui mis à l'honneur par une dizaine d'entreprises adeptes de la production Made in France, qui, conjugué, à l'artisanat et aux innovations technologiques, a permis de fabriquer plus de 3,5 millions de paires « Made in France » en 2025.

Le Jeu-concours

A l'occasion de la troisième édition de la Journée du Chausson, la Fédération Française de la Chaussure organise du 1er au 24 octobre un Jeu Concours à destination du grand public pour gagner des bons d'achat dans un des établissements de centres de spas, bien-être et beauté.

Le Jeu Concours sera relayé par 900 détaillants en chaussures et chaussons dans toutes les villes de France, et depuis le site Internet et les réseaux sociaux de la Fédération Française de la Chaussure.

Les bons d'achat d'un montant de 200€ seront offerts aux 4 gagnants du jeu concours par le partenaire FFC Spas de France, 1er groupement de centres de bien-être et beauté, avec près de 200 établissements sur l'ensemble du territoire. Spas de France présente également une sélection Prestige Collection, qui propose des expériences complètes associant spa, gastronomie et nuitée, au sein d'établissements soigneusement sélectionnés. Les gagnants bénéficieront également de -10% de remise sur les offres Prestige Collection by Spas de France.

Les chaussons Coco





Fondée en 1890 par Emile Audouin, la société Audouin, Entreprise du Patrimoine Vivant, imagine, dessine et produit en France, les sabots, sandales et mules réunis sous la marque Bosabo. Représentants de la cinquième générations, Alexis et Justine Audouin, étoffent en 2020 l'activité de la société et lancent la ligne de chaussons Coco.

Avec le changement de mode de vie imposé et la quête d'un confort absolu à la maison, nait l'idée d'un chausson au style épuré, à la ligne minimaliste, qui réinvente la pantoufle classique autour d'un design plus moderne et d'une palette de couleurs profondes.



« Le chausson, un allié pour renforcer la complicité »







Fabriquée à la main, dans l'atelier de Montigné-sur-Moine dans le Maine-et-Loire, chaque paire Coco opte pour les matières nobles les plus durables pour traverser les années et les saisons : un dessus en cuir velours de grande qualité, une doublure intérieure en laine naturelle, une semelle extérieure en microfibre…

« Le chausson fait partie de notre intimité ! Enfiler ses chaussons en rentrant chez soi, marque la reconnexion avec son cercle le plus proche, sa famille. Au-delà de son esthétique, c'est un accessoire destiné aux retrouvailles, aux moments de détente partagés, à la complicité. » - Alexis et Justine Audouin.

www.bosabo.com

Erel

“Le chausson transcende les âges”



L’histoire des souliers d’intérieur Erel commence en 1947 à Limoges. Faisant écho aux initiales de son fondateur, René Leriche, la marque dévoile ses premières gammes de chaussures d’intérieur en cuir pour hommes, femmes et enfants dans la pure tradition du cousu américain, une technique artisanale unique (où la chaussure est piquée sur l’envers et retournée deux fois), qui donne un confort, une légèreté, une souplesse et une élégance incomparable.

Aux mains de la famille Leriche jusqu’en 2016, la marque Erel est finalement reprise en 2024 par Valérie Kawerk et Richard Heyraud . Ils déménagent les ateliers dans des locaux plus adaptés à Limoges, maintiennent un esprit de famille fondé sur la polyvalence et la volonté de transmettre le savoir-faire du “cousu-américain” et obtiennent la reconnaissance “Métiers d’art”.












Aujourd'hui, la manufacture, pilotée par Valérie Kawerk décline des collections qui s'intéressent à toutes les générations, du 25 au 48. Symbole du lien intergénérationnel, le modèle historique Pirou, tout en agneau, est rebaptisé Pitchoun et se décline chez les adultes avec sa version Klub et Klube.

"Chez Erel, les grands-parents viennent acheter la paire de leur enfance pour leurs petits-enfants. Le chausson est un vrai trait d'union entre les générations et transcende naturellement les âges. Fort de cet héritage, nous souhaitons aujourd'hui l'inscrire dans de nouveaux modes de vie en le transformant en soulier d'intérieur pour les actifs adeptes du télétravail ou des professions libérales." – Valérie Kawerk.

wwww.erel-france.fr

Erel
CRÉATEUR DE CONFORT

Hellocotton

“Des chaussons pour tout le monde”

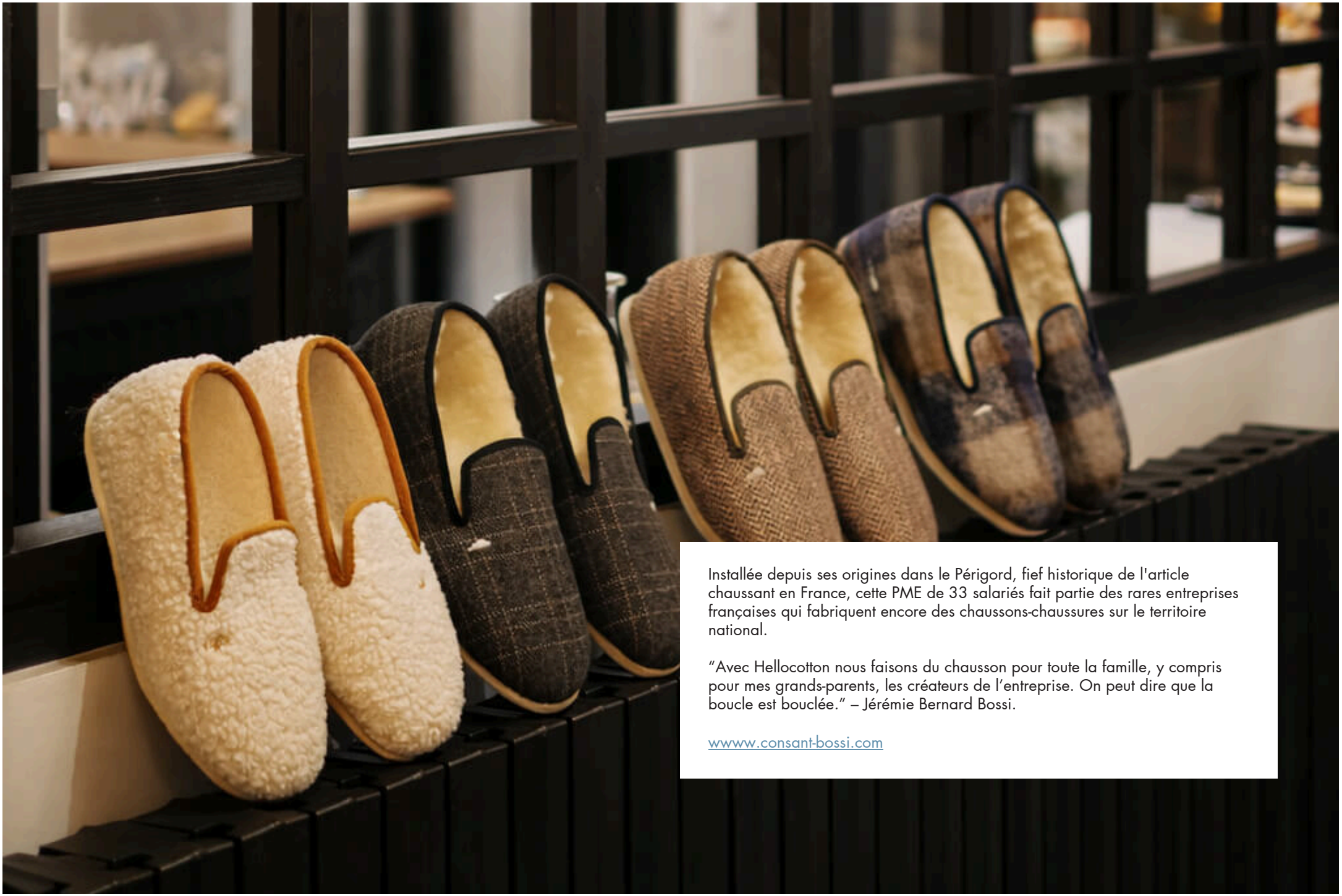


Fondée en 1973 par Constant et Francette Bossi, l’entreprise Constant Bossi se fait connaître avec ses première lignes de chaussons pour bébés et enfants. En 2024, Jeremie Bernard Bossi succède à son père, et poursuit l’objectif de diversification de la maison.

En 2025, la maison dévoile lors de la dernière édition de la Journée du Chausson, sa nouvelle marque Hellocotton, consacrée aux chaussons bébés, enfants, femmes et hommes. L’expertise de l’entreprise auprès des lignes pour enfants et la maîtrise des savoir-faire d’impression de tissu, de broderie, de piqure et de marquage profite au développement des lignes adultes qui s’enrichissent au fil des saisons et permettent de créer des thématiques communes entre parents et enfants.







Installée depuis ses origines dans le Périgord, fief historique de l'article chaussant en France, cette PME de 33 salariés fait partie des rares entreprises françaises qui fabriquent encore des chaussons-chaussures sur le territoire national.

“Avec Hellocotton nous faisons du chausson pour toute la famille, y compris pour mes grands-parents, les créateurs de l’entreprise. On peut dire que la boucle est bouclée.” – Jérémie Bernard Bossi.

wwww.consant-bossi.com

Volubilis Paris

“Des chaussons qui cultivent avec allure l’art de vivre chez soi”







Après une carrière dans les médias et la tech, Virginie Courtieu imagine en 2021 la marque Volubilis avec l’envie de promouvoir le made in France et l’ambition de rajeunir une catégorie de produits de plus en plus recherchée : le chausson.

Pensés pour allier le confort du chausson à l’élégance intemporelle d’une ballerine ou d’un mocassin, les modèles signés Volubilis Paris se caractérisent par leurs finitions raffinées : cuir naturel souple et délicat, brodures fines, velours soyeux, doublure en coton et même motif pied-de-poule pour une touche intemporelle. La signature distinctive de la marque se niche dans les détails: des bordures sublimées et des doublures colorées aux imprimés exclusifs, à l’image d’une récente collection capsule qui reprend les tissus de la célèbre maison provençale Les Olivades.



Fabriqués dans des ateliers français aux savoir-faire exceptionnels, reconnus depuis des décennies dans la sélection des matériaux les plus exigeants, les chaussons Volubilis s'adressent à tous ceux, familles ou tribus, qui conçoivent "le vivre ensemble" avec élégance.

"Cultiver avec allure, l'art de (mieux) vivre chez soi, voilà la promesse de nos souliers d'intérieur Volubilis Paris. Une promesse qui s'applique parfaitement à toutes les maisons où règnent convivialité, partage et art de recevoir". – Virginie Courtieu.

www.volubilis-paris.com

Esperluette



En 2020, Pierre Longueville et son fils Quentin associent leurs talents et leurs expériences pour reprendre DM Production, une entreprise spécialisée depuis plus de 30 ans dans la fabrication de chaussons de toutes les formes. Ensemble, ils souhaitent préserver un savoir-faire unique et perpétuer une production 100% made in Charente.

En parallèle de leur production de charentaises destinés aux grands acteurs de la distribution spécialisée ou généraliste, ils créent en 2023, la marque Esperluette. Convaincus que chacun puisse trouver chausson à son pied, le duo met au point une offre de charentaises et mules la plus diversifiée, en tissus tartan, unis, à motifs, à rayures, ou encore à paillettes et proposés avec des semelles en feutre.



“Le chausson est un trait d’union entre les générations”





Des collections imaginées avec “cette idée d’élégance confortable et de douceur stylée” reconnait le duo, et créées pour répondre à un seul but : que chaque acheteur soit pressé d’enfiler sa paire de chausson et soit fier de les montrer.

“Le chausson est ce trait d’union entre toutes les générations. Le chausson n’est pas une histoire d’âge mais d’envie : de douceur, de confort, de relaxation, de style ! Et cela concerne tout le monde. Au saut du lit ou en rentrant du travail, on a tous envie d’une chose : être bien dans ses pompes.” – Quentin Longueville

www.chaussonsesperluette.fr

Exquise et Heller

La marque Heller est née en 1904 à Limoges en Limousin, terre historique de la tannerie et de l'industrie de la chaussure. À partir des années 1980, la maison invente le concept de chaussures d'intérieur qui donnera le jour à des collaborations avec de grands créateurs tels Pierre Cardin ou Paco Rabanne. Devenue une marque référence dans les chaussures d'intérieur et les ballerines, Heller propose des modèles classiques et intemporels des vestiaires masculin et féminin grâce à des matériaux de qualité sourcés en Europe.



"L'authenticité et le bien-être séduisent toutes les générations"



Autre marque, Exquise est née en 1930 et s'impose rapidement comme l'experte du chausson d'intérieur en développant une matière innovante et différenciante : l'Alcantara qui permet de fabriquer des chaussons légers, respirables et lavables en machine.







Réunies autour du groupe Danse Azur, les deux marques sont aujourd'hui pilotées par Julien Lassenne et son père Pierre, tous deux maîtres chaussonniers, qui partagent la même exigeance et la même passion du métier.

"Nos collections s'adressent aussi bien aux femmes qu'aux hommes de tout âge. A travers Heller et Exquise, nous perpétuons un savoir-faire et des valeurs de transmission, d'authenticité et de bien-être qui séduisent toutes les générations, et contribuent à créer ce lien unique intergénérationnel". – Julien Lassenne.

www.heller1904.com et www.exquise1930.com

La Pantoufle du Berry

« Le chausson n'a pas d'âge »



Fondée en 2011 sous le statut de SCOP (Société Coopérative et Participative), La Pantoufle du Berry perpétue le savoir-voir faire français de la fabrication de chaussons en proposant une large gamme de pantoufles, charentaises, mules, bottillons et babouches. L'entreprise s'est notamment faite connaître à la main dans son atelier de Vatan (Indre), elle est fourrée de laine naturelle pour un confort incomparable. Déclinée dans son traditionnel tartan, elle se réinvente au fil des collections avec des imprimés contemporains, alliant authenticité et modernité.

Aujourd'hui dirigée par Martine Bodin, Michel et Rémi Salmon, l'entreprise familiale poursuit son développement tout en restant fidèle à ses valeurs : préserver un savoir-faire artisanal, favoriser une fabrication locale et proposer des produits durables. Grâce à ses sept artisans, La Pantoufle du Berry fabrique chaque année plus de 40.000 paires de chaussons entièrement réalisées en France.





Après 15 ans d'existence, l'entreprise a franchi une nouvelle étape en ouvrant, en mars dernier, sa première boutique dans la ville de Bourges, capitale historique du Berry et future Capitale européenne de la culture en 2028. Pensé comme le prolongement de l'atelier, ce nouvel espace met à l'honneur les circuits courts et les matériaux responsables grâce à un mobilier et des présentoirs conçus en carton recyclé.

« Le chausson n'a pas d'âge. Il est le trait d'union entre les générations et le symbole universel du confort, du bien-être et du plaisir de rentrer chez soi. Chez La Pantoufle du Berry, nous répondons à toutes les envies en proposant des chaussons pour toutes les pointures et tous les goûts grâce à un large choix de motifs et de modèles. »

www.lapantoufleduberry.fr



Rivalin

«S'adapter aux goûts de l'époque, la clé pour plaire à toutes les générations »



En 1925, Emile Tréhout s'associe à son voisin pour inaugurer sa première fabrique de galoches à Quimper, et se spécialise rapidement dans la production de sabots et de charentaises. 60 ans plus tard, son petit-fils Gérard Rivalin reprend l'entreprise. Suivra Vincent, représentant de la quatrième génération, qui perpétue ce savoir-faire breton et fait main dans l'atelier historique et qui réinvente la traditionnelle charentaise.

Spécialité de la maison, la technique du cousu-retourné (les chaussons sont cousus à l'envers) garantit une solidité exceptionnelle et un sens de l'esthétisme unique, avec des coutures invisibles depuis l'extérieur. Les modèles de charentaises sont conçus à partir de matériaux nobles (laine, toile et coton et semelle en feutre) et le design s'intéresse aux classiques écossais, joue des motifs régionaux (les rayures bretonnes) et des imprimés animaux.









Labelisée « Entreprise du Patrimoine Vivant », l'entreprise Rivalin voit aujourd'hui ses chaussons traverser les frontières et s'inviter au Japon, où une clientèle fidèle témoigne de la renommée internationale de la marque.

« Nos chaussons s'adressent à toutes les générations, reconnaît Vincent Rivalin. Pour leur plaire, nous varions les propositions, des modèles très traditionnels aux plus originaux, créatifs, décalés et colorés. La clé tient dans notre adaptabilité aux goûts de l'époque, un travail où notre styliste Bleuenn Seveno apporte son regard créatif et son expertise de la mode. »

www.rivalin.fr

Caussün

Née à Marseille en 2020, Caussün est l'histoire d'un père, Philippe Aguad, et sa fille, Mélanie, engagés ensemble dans la création d'une toute nouvelle marque de pantoufles dessinée à Marseille, et produite artisanalement en Europe.

Eco-conçues, les pantoufles Caussün utilisent des matériaux naturels et recyclés, comme de la laine vierge d'Ardèche, de la feutrine à base de bouteilles en plastique recyclées, du liège, du coton bio ou encore de la mousse de matelas recyclée.

Pensée unisexe, la ligne estivale donne une seconde vie à d'anciennes serviettes en éponge, pour créer des modèles ultra confortables et frais, dotés de semelles en EVA recyclé, adaptés aussi bien à un usage intérieur qu'extérieur. Chaque paire est vendue dans un pochon confectionné à partir de draps recyclés, en coton.



« Des pantoufles éco-conçues pour toute la famille ! »





En parallèle de ses collections BtoC, Alternativ'Bio développe Caussün Hospitality une gamme destinée aux professionnels de l'hôtellerie. Les modèles en éponge et en toile recyclée sont confectionnés à partir de serviettes et de draps collectés auprès de l'industrie hôtelière. Lavés, teints et transformés, ces textiles connaissent une seconde vie en devenant des pantoufles durables, alliant confort, qualité et économie circulaire !

« *Chez Caussün, nous ne créons pas simplement des chaussons ; nous bâtissons un avenir plus respectueux et plus conscient pour les générations futures. Léger et confortable, Caussün réinvente le chausson du quotidien en utilisant des matières recyclées. Et notre Pack invité apporte une belle réponse pour accueillir les copains ou la famille, qu'ils se sentent comme à la maison, chaleur et confort inclus* » - Mélanie Aguad

www.lapantouflebio.com





Contacts:

Patricia Chelin - SOME PRess Tél. 06 68 62 15 68
patricia@somepress.com

Michelle Guilloux-Bonnet
Fédération Française de la Chaussure
Tél. 01 44 71 71 71 m.bonnet@chaussuredefrance.com

réalisé avec le soutien financier de CTC