

TOP 100 DES MARQUES

Ce que le classement des recherches
PagesMode révèle du marché de la mode.

LIVRE BLANC N°1 - 2026

SOMMAIRE



1	La conception	p3
2	Les classements	p5
3	Les analyses	p8
4	Les sorties	p18
5	Synthèse	p19
6	Qui sommes-nous ?	p20



Qu'est-ce que le top 100 ?

Le Baromètre de référence PagesMode analyse en continu les comportements, l'intérêt et le parcours d'achat exclusif des consommateurs.

Le marché de la mode ne se contente plus d'évoluer ; il se fragmente et se redistribue à un rythme inédit. Face à des consommateurs de plus en plus volatils, sur-sollicités et guidés par des critères d'achat ultra-spécifiques, les indicateurs de performance traditionnels (comme les simples volumes de ventes passées) ne suffisent plus à anticiper l'avenir.

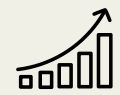
En s'appuyant sur les millions de points de données générés par la plateforme PagesMode, cette analyse exclusive dresse le bilan de trois années charnières (2024-2026).

À travers le prisme de notre Top 100 des marques, ce document a pour objectif de :

- Mesurer l'intérêt brut des consommateurs à travers le total de vues, un indicateur fiable de la désirabilité d'une marque.
- Révéler les bascules sectorielles : analyser comment certaines catégories grignotent des parts de marché historiques.
- Décrypter les cycles de vie des marques (de l'hyper-croissance à la correction de marché) pour en tirer des enseignements stratégiques.

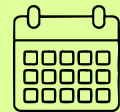
La Rigueur PageMode

Une base de données unique d'intention d'achat



VOLUME

Consolidation des vues de plus de 2,4 M d'utilisateurs par an et des points de vente référencés sur la plateforme



PÉRIODE

Janvier 2024 à Mai 2026



PÉRIMÈTRE

Toutes les marques de mode distribuées en France



CRITÈRE

Dans les premières recherches Google



RG	MARQUE	RG	MARQUE	RG	MARQUE	RG	MARQUE
1.	BIRKENSTOCK CABAIA CARHARTT K-WAY DR MARTENS	26	COMME DES LOUPS	51	SCHOLL	76	STEVE MADDEN
2.		27	HELVETICA	52	SALSA JEANS	77	LA PETITE ETOILE
3.		28	SUBDUED	53	BUFFALO	78	MEDUSE
4.		29	AMI	54	BENSON & CHERRY	79	ULLA POPKEN
5.		30	TAMARIS	55	RIEKER	80	FIVE JEANS
6	AUTRY	31	JACQUEMUS	56	NEW BALANCE	81	TANTA
7	VANESSA WU	32	VEJA	57	MONCLER	82	HOD
8	BARBOUR	33	THE NORTH FACE	58	CELINE	83	1083
9	STRADIVARIUS	34	NIKE	59	EASTPAK	84	ARMOR LUX
10	SKECHERS	35	PULL & BEAR	60	CATERPILLAR	85	KICKERS
11	STUSSY	36	HEY DUDE	61	SCHOTT	86	MOLLY BRACKEN
12	RAINS	37	PARAJUMPERS	62	LIU JO	87	SOLOVAIR
13	UGG	38	ONLY	63	SEMERDJIAN	88	ORAIJE
14	CROCS	39	DICKIES	64	UNDER ARMOUR	89	BRANDY & MELVILLE
15	PIKOLINOS	40	TIMBERLAND	65	CLOSED	90	HOFF
16	PATAGONIA	41	POLO RALPH LAUREN	66	LEVI'S	91	HAPPY SOCKS
17	CP COMPANY	42	MAISON HOTEL	67	JOTT	92	KANGOL
18	SEZANE	43	TBS	68	GOLDEN GOOSE DELUXE BRAND	93	RED WING
19	MASSIMO DUTTI	44	CONVERSE	69	HELLO HOSSY	94	ATELIER TUFFERY
20	GERTRUDE	45	COLUMBIA	70	BERSHKA	95	GUCCI
21	FREEMAN T-PORTER	46	HELLY HANSEN	71	TOMMY HILFIGER	96	FRED PERRY
22	STONE ISLAND	47	ARTE ANTWERP	72	SEBAGO	97	DEUS EX MACHINA
23	CLARKS	48	VON DUTCH	73	GOLA	98	SWEET PANTS
24	LAURA JO	49	UNIQLO	74	SMR 23	99	GRACE & MILA
25	COS	50	MANGO MAN	75	VERO MODA	100	HARRINGTON

Top 100 des marques recherchées

sur la plateforme PagesMode - 2024

Insight

L'année 2024 est caractérisée par une forte prédominance des segments "utilitaires" et "streetwear premium".

La performance de Birkenstock au sommet du classement confirme la pérennité du confort ergonomique, tandis que la présence de Carhartt (#3) et K-way (#4) souligne l'importance de la fonctionnalité dans les choix de consommation actuels. On notera également la solidité de marques de niche qui s'installent durablement dans le paysage de la visibilité numérique.

RG	MARQUE	RG	MARQUE	RG	MARQUE	RG	MARQUE
1.	BIRKENSTOCK CABAIA AUTRY SKECHERS CARHARTT	26	POLO RALPH LAUREN	51	VANS	76	GRACE & MILA
2.		27	TBS	52	STONE ISLAND	77	GOLDEN GOOSE DELUXE BRAND
3.		28	JACK & JONES	53	COLUMBIA	78	CATERPILLAR
4.		29	RAINS	54	JOTT	79	MOLLY BRACKEN
5.		30	VEJA	55	PARAJUMPERS	80	ARTE ANTWERP
6	CROCS	31	NEW BALANCE	56	SUPERDRY	81	BOSS
7	DR MARTENS	32	ONLY	57	LACOSTE	82	HELLO HOSSY
8	STRADIVARIUS	33	SCHOLL	58	PALLADIUM	83	DESIGUAL
9	BARBOUR	34	MEPHISTO	59	UNDER ARMOUR	84	SUBDUED
10	K-WAY	35	SEBAGO	60	ORAJE	85	SMR 23
11	GERTRUDE	36	DICKIES	61	HELLY HANSEN	86	BUFFALO
12	GEOX	37	MEDUSE	62	HOFF	87	PUMA
13	SWEET PANTS	38	SALOMON	63	MAISON HOTEL	88	GANT
14	RIEKER	39	CP COMPANY	64	ADIDAS	89	UNIQLO
15	AMI	40	EASTPAK	65	LIU JO	90	LA PETITE ETOILE
16	PIKOLINOS	41	HAVAIANAS	66	FLOTTE	91	PULL & BEAR
17	TIMBERLAND	42	LES TROPEZIENNES PAR M.BELARBI	67	VERO MODA	92	NO NAME
18	TAMARIS	43	VON DUTCH	68	LEVI'S	93	SCHOTT
19	UGG	44	TOMMY HILFIGER	69	KICKERS	94	ASICS
20	CLARKS	45	THE NORTH FACE	70	SAINT JAMES	95	REQINS
21	VANESSA WU	46	CONVERSE	71	STUSSY	96	NEW ERA
22	FREEMAN T-PORTER	47	SEZANE	72	ARMOR LUX	97	GOLA
23	HEY DUDE	48	SALSA JEANS	73	HELVETICA	98	MEYER
24	NIKE	49	BENSON & CHERRY	74	COMME DES LOUPS	99	PARABOOT
25	PATAGONIA	50	ZARA	75	STEVE MADDEN	100	ARA

Top 100 des marques recherchées

sur la plateforme PagesMode - 2025

Insight

En 2025, la hiérarchie de tête se stabilise avec le maintien du duo Birkenstock-Cabaia. L'analyse souligne l'ascension de Autry (#3), marquant le retour en force de l'esthétique "retro-tennis" dans le segment des sneakers.

Un fait d'intelligence de marché majeur est la résilience exceptionnelle de Cabaia, qui conserve sa deuxième place pour la deuxième année consécutive, témoignant d'une stratégie de fidélisation et de visibilité particulièrement efficace.

RG	MARQUE	RG	MARQUE	RG	MARQUE	RG	MARQUE
1.	BARBOUR CABAIA SKECHERS AUTRY A.POIL CASHMERE	26	ORAIE	51	A L'AISE BREIZH	76	ARMOR LUX
2.		27	RAINS	52	MAISON HOTEL	77	TOMMY HILFIGER
3.		28	TBS	53	DICKIES	78	AIGLE
4.		29	ONLY	54	HEY DUDE	79	LA PETITE ETOILE
5.		30	A-DAM	55	VANESSA WU	80	SAINT JAMES
6	A.P.C.	31	CONVERSE	56	BENSON & CHERRY	81	STEVE MADDEN
7	BIRKENSTOCK	32	PIKOLINOS	57	MOLLY BRACKEN	82	MEDUSE
8	CARHARTT	33	UGG	58	MEYER	83	KUJTEN
9	DR MARTENS	34	JOTT	59	EASTPAK	84	LACOSTE
10	CROCS	35	DESIGUAL	60	CP COMPANY	85	CECIL
11	GEOX	36	SALOMON	61	PALLADIUM	86	HOFF
12	1083	37	NIKE	62	SCHOLL	87	HAVAIANAS
13	RIEKER	38	SALSA JEANS	63	NO NAME	88	IMPERIAL
14	K-WAY	39	SEBAGO	64	JACK & JONES	89	ARA
15	CLARKS	40	VEJA	65	CAVAL	90	REQINS
16	A PUNTO B	41	SWEET PANTS	66	A KIND OF GUISE	91	CATERPILLAR
17	STRADIVARIUS	42	ABOUT COMPANIONS	67	PARAJUMPERS	92	ZARA
18	TIMBERLAND	43	POLO RALPH LAUREN	68	THE NORTH FACE	93	CAMPER
19	TAMARIS	44	PATAGONIA	69	A BIENTOT... MERCI	94	WRANGLER
20	NEW BALANCE	45	SUPERDRY	70	AMI	95	GOLA
21	MEPHISTO	46	COLUMBIA	71	KICKERS	96	DOCKERS
22	GERTRUDE	47	FLOTTE	72	GANT	97	GABOR
23	ABRO	48	VERO MODA	73	FLUCHOS	98	HELLY HANSEN
24	VANS	49	ADIDAS	74	VILA	99	BUFFALO
25	FREEMAN T-PORTER	50	LIU.JO	75	PARABOOT	100	VON DUTCH

Top 100 des marques recherchées

sur la plateforme PagesMode - 2026

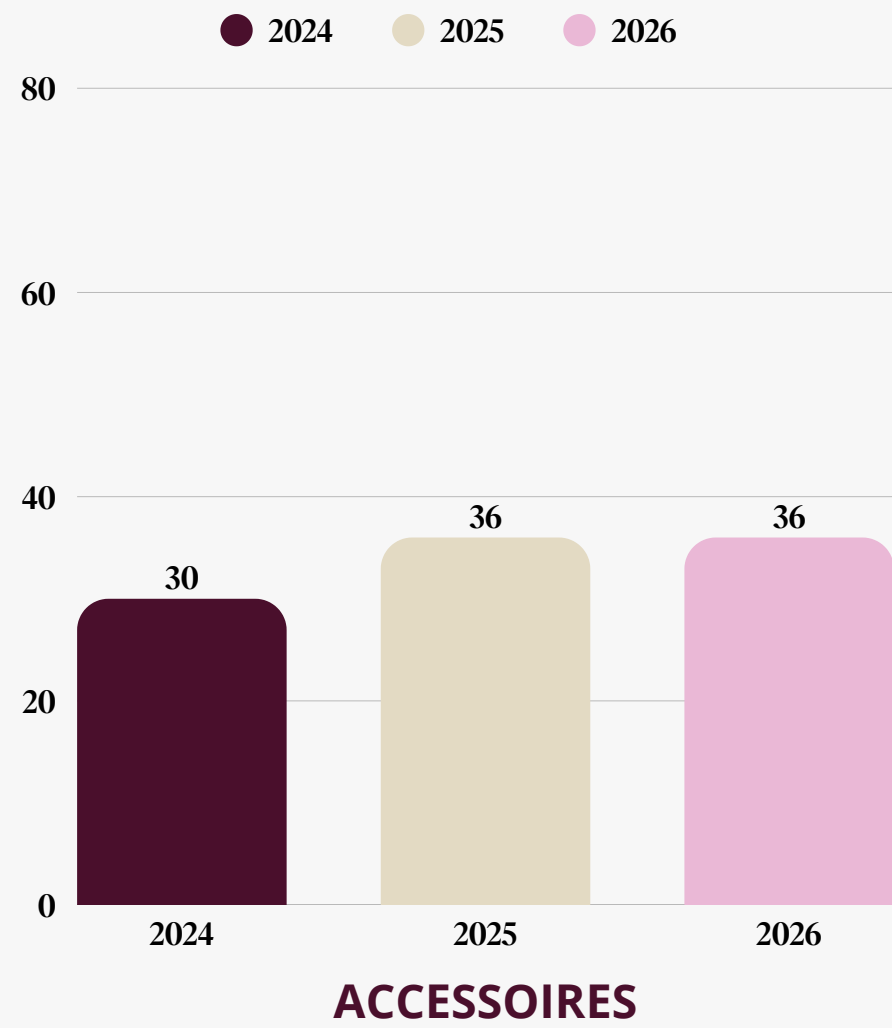
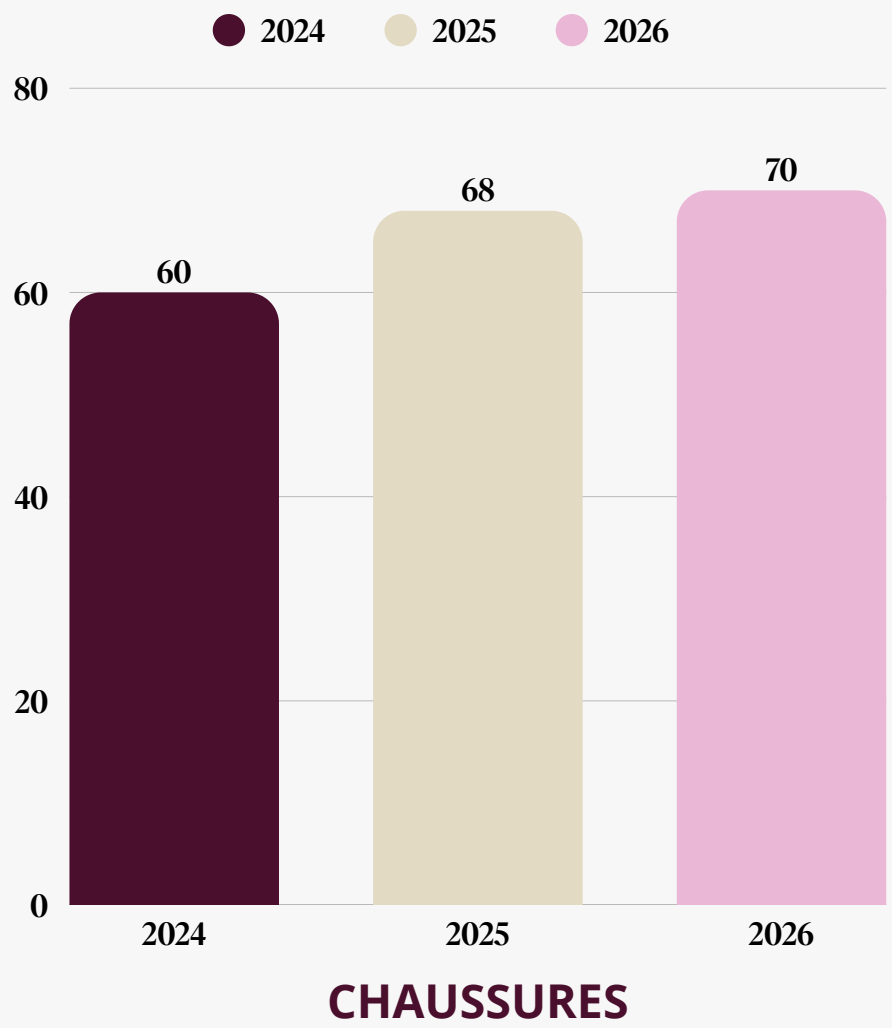
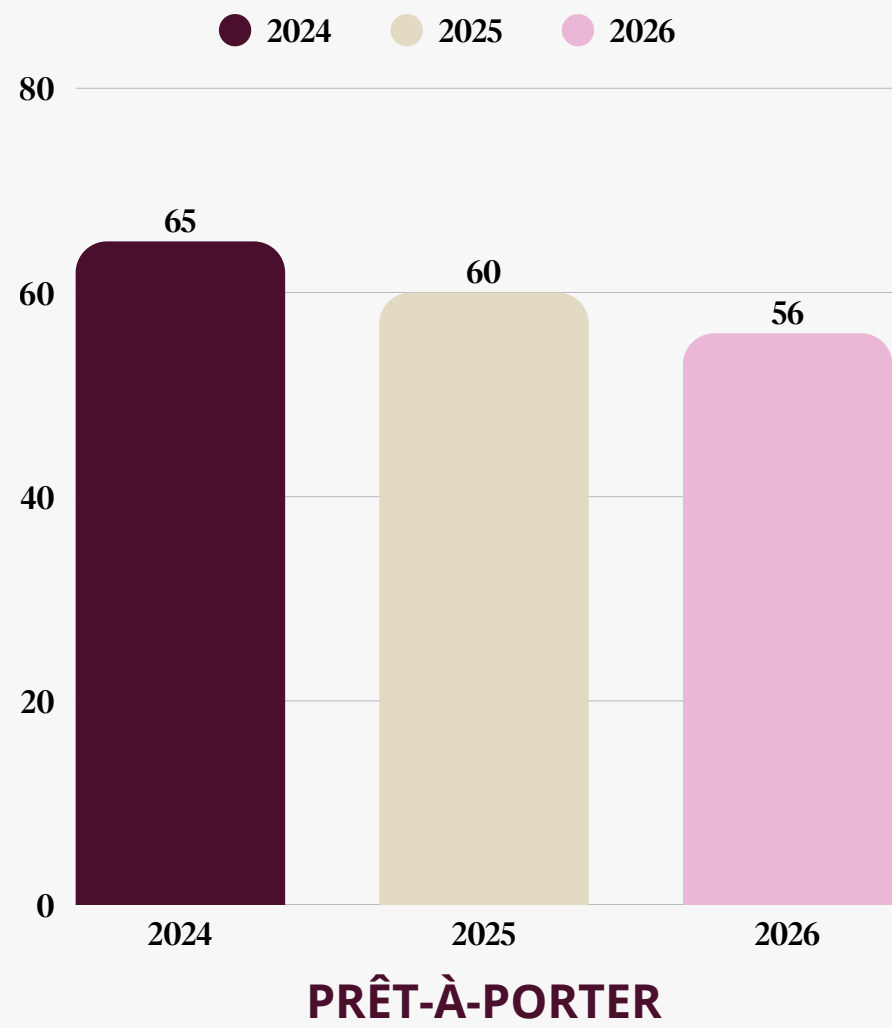
Insight

L'édition 2026 marque un tournant historique avec le "Barbour takeover" : Barbour s'empare de la pole position, détrônant les leaders habituels. Cette année est également le théâtre d'un phénomène de fragmentation de l'audience au profit de marques de niche très ciblées (A.Poil Cashmere, A Punto B, A-Dam,...), signalant une sophistication accrue des recherches des utilisateurs.

Il est remarquable de noter que Cabaia maintient sa position de #2 pour la troisième année consécutive, un cas unique de stabilité absolue sur le podium triennal. Enfin, la remontée spectaculaire de 1083 (#12) illustre la vitalité du segment "Made in France".

Le Footwear prend le pouvoir

Répartition du top 100 par type de produit



NB : une marque peut être comptée avec 2 types de produits

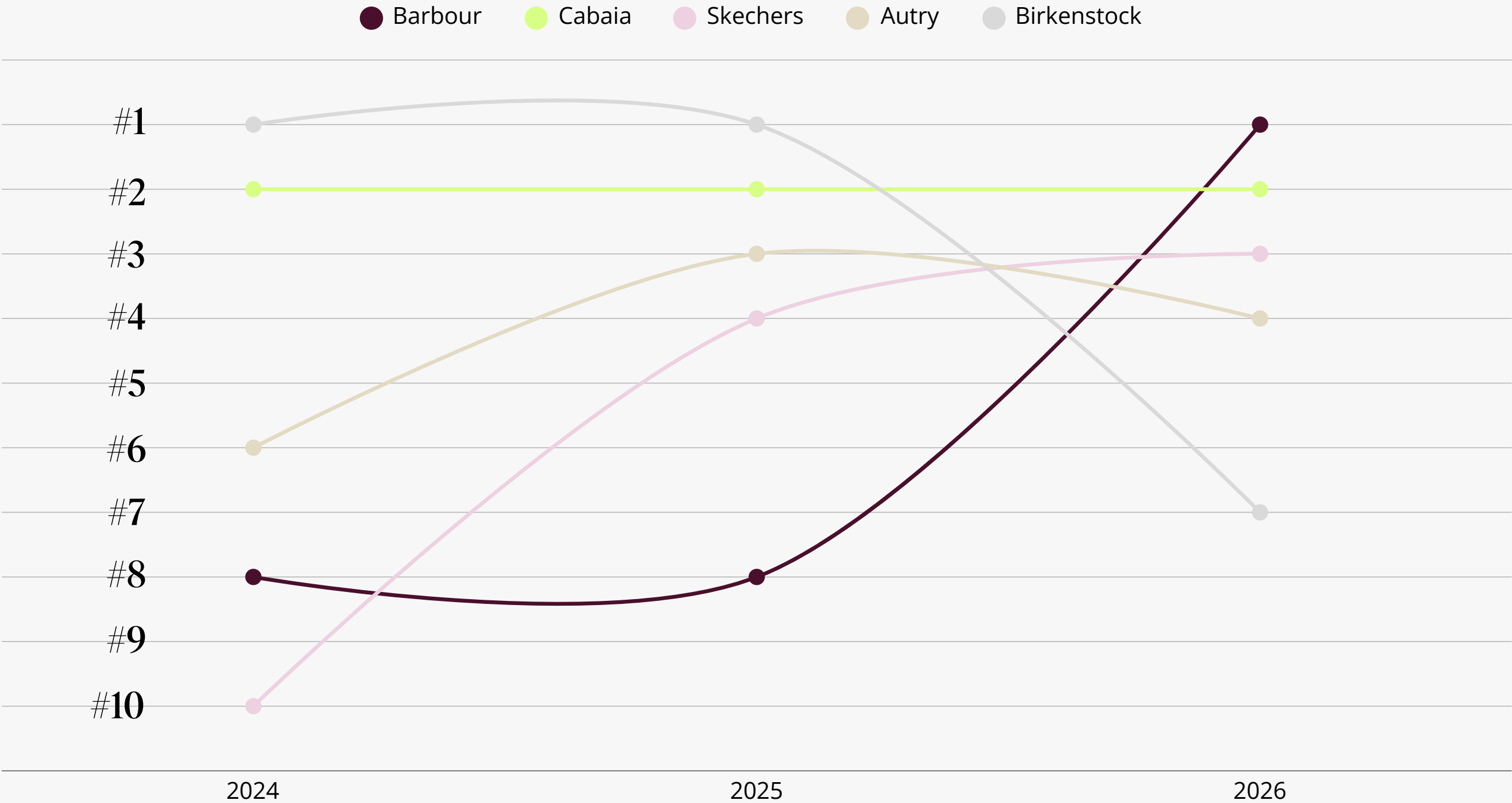
Au premier semestre 2026, 70 marques de chaussures se hissent dans le Top 100.

La trajectoire des leaders

Évolution du Top 5 sur 3 ans

Insight :

Barbour de #8 à #1
Skechers de #10 à #3
Autry de #6 à #4 en 2025, perd une place en 2026
Birkenstock de #1 à #7
Cabaia reste stable depuis 3 ans



Le moteur principal

Le confort n'est plus une option

25%

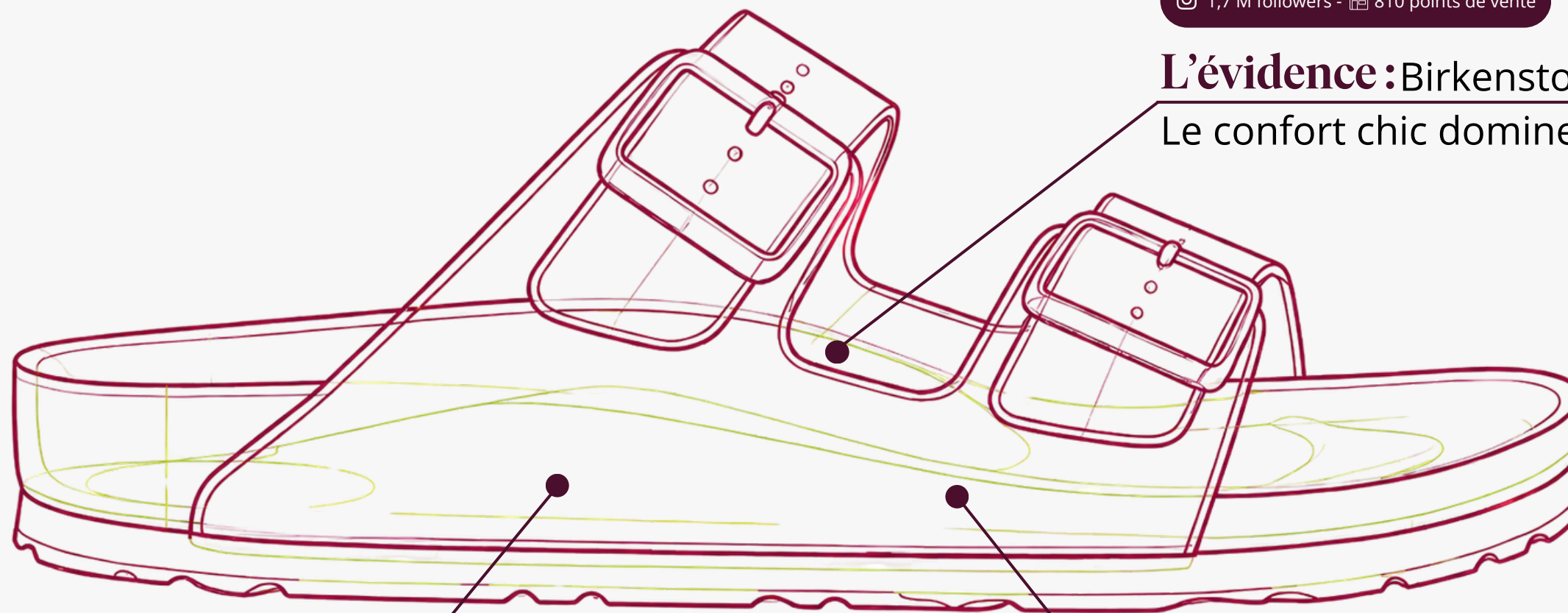
des recherches globales

📷 2,7 M followers - 🏪 623 points de vente

L'irrévérence: Crocs - 88 907 recherches.
Confort iconique et décomplexé

📷 1,7 M followers - 🏪 810 points de vente

L'évidence: Birkenstock - 177 188 recherches.
Le confort chic domine.



📷 1,6 M followers - 🏪 1368 points de vente

La technique: Skechers - 100 991 recherches.
La fiabilité au quotidien

LE CONFORT EST DEvenu UNE EXIGENCE CENTRALE DE LA MODE

Données cumulées de 2024 à 2026



Source : A·Poil Cashmere, site officiel — page d'accueil



Source : A.P.C. — site officiel, rubrique Denim

Les entrées remarquées du Top 100 - 2026

En 2026, deux marques font une entrée fracassante directement dans le Top 10 du classement, alors qu'elles ne figuraient pas dans les éditions précédentes (2024 et 2025).

A·POIL
CASHMERE

17,3 k followers - 72 points de vente

#5

L'arrivée directe d'A.Poil Cashmere au milieu du Top 10 montre la force des marques de niche qui misent sur la mono-catégorie.

Le produit phare : Le cachemire de haute qualité, mais abordé avec une image modernisée, épurée et plus accessible que les maisons de luxe traditionnelles. Sa présence optimisée sur PagesMode booste sa visibilité sur Google et les IA.

A.P.C.

1,5 M followers - 81 points de vente

#6

Pour A.P.C., l'histoire est un peu différente. C'est une marque historique (fondée par Jean Touitou en 1987) qui a toujours cultivé une forme de discrétion volontaire. Son entrée directe dans le Top 10 en 2026 est le résultat d'un retour de balancier du marché.

Le secret de la percée : après des années dominées par la "fast fashion" et le streetwear très voyant, les consommateurs se tournent massivement vers des vêtements durables, bien coupés et sans fioritures. A.P.C. incarne parfaitement cet uniforme urbain chic, ce qui l'a propulsée au sommet des classements de désirabilité cette année.

L'anatomie d'un succès

Le retour du bon produit

En 2024, Barbour occupait la 8ème place. Deux ans plus tard elle domine le marché.

- 61 499 recherches sur 5 mois
- 1,1 M Followers Instagram
- 384 Points de vente en France

Le levier ? Un créneau prêt-à-porter durable. Barbour capitalise sur le besoin de durabilité face à l'éphémère. Barbour n'a pas eu besoin de se réinventer, elle a simplement attendu que l'époque s'aligne sur ses valeurs historiques.

Insight

140 413 recherches sur la période, déjà 61 499 en 2026



Source : Barbour, Pinterest officiel — The Original & Authentic Tartans, collection SS26

La 2ème place du classement

Cabaia, l'indétrônable

Cabaia a conservé sa position sur le podium (Top 3) trois années de suite.

86 691 vues en 2025. Près d'un demi-million de followers sur Instagram.

- Une offre d'accessoires ultra-ciblée, une praticité rigoureuse, et une communauté soudée autour d'un storytelling fort.
- La marque casse les codes traditionnels de la maroquinerie.
- Le système d'interchangeabilité : avec ses pochettes éponymes (MOLLE), la marque a transformé un accessoire du quotidien en un objet ludique et personnalisable.
- La proximité : La marque tutoie ses clients, les implique dans le choix des futurs designs et utilise un ton humoristique et décalé qui humanise l'entreprise.

Système Molle

La marque renouvelle la maroquinerie avec un système d'accessoires interchangeables, à la fois pratique et ludique.



Praticité rigoureuse

Des formats bien pensés, des poches accessibles et des finitions conçues pour suivre le rythme du quotidien.

Birkenstock & Autry

La volatilité du Hype

Propulsée au sommet en 2025 avec 109 165 vues (plus du double de 2024), *Birkenstock* connaît un repli pour le moment en 2026 à la 7ème place.

Pareil pour *Autry* qui connaît plus du double du vues de 2024 à 2025, et connaît un ralentissement en 2026. Elle reste tout de même dans le top 5.

Une démonstration de la fulgurance des cycles de tendance actuels et de la dépendance aux effets d'influence.



L'outdoor & le workwear au sommet

L'esthétique Gorpcore

La performance technique devient un style de vie. L'habit doit être fonctionnel pour plaire.

- Carhartt se maintient dans le Top 10, 8ème en 2026, propulsée par l'affection des citadins pour ce types de silhouettes.
- Timberland, Salomon ou encore The North Face captent une audience ultra-active en se plaçant à la 18ème, 36ème et 68ème places.

Insight

Salomon, c'est le cas d'école de la chaussure de trail running (notamment la gamme XT-6) devenue l'accessoire mode ultime des défilés et de la rue. Le système de laçage rapide Quicklace et les membranes techniques y sont autant appréciés pour leur confort que pour leur design futuriste.



1,7M followers - 269 points de vente



1,5M followers - 693 points de vente

La French Touch

L'excellence tricolore : entre héritage et modernité



Elles représentent près d'1 quart des entrées du top 100.

Pourquoi une telle performance ?

- Un storytelling fort : savoir-faire, qualité, durabilité.
- Un retour au sens : transparence, circuits courts, responsabilité.
- Une esthétique premium assumée.
- Une image positive auprès de la Gen Z & Y.

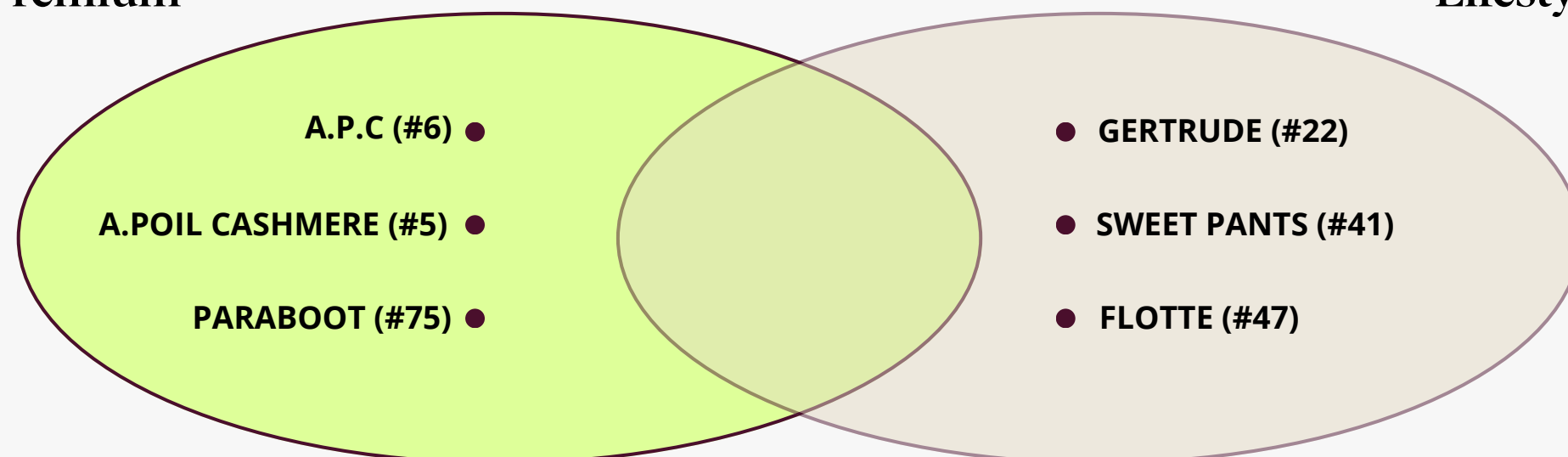
NB : classement du top 100 - 2026

#5	A .POIL CASHMERE	#22	GERTRUDE
#6	A.P.C.	#41	SWEET PANTS
#12	1083	#47	FLOTTE
#14	K-WAY	#75	PARABOOT

La bipolarité de la French Touch

Du premium au lifestyle : le prestige à la française

L'écosystème
Premium



L'écosystème
Lifestyle

Insight

Le paysage des grandes marques françaises s'articule autour de deux segments : le lifestyle grand public et le premium intemporel. Bien qu'elles couvrent des budgets diamétralement opposés, elles partagent un même pilier de confiance : l'authenticité.

NB : classement du top 100 - 2026



Source : Flotte, site officiel — fiche produit Amelot imprimé

Sortie du Top 100

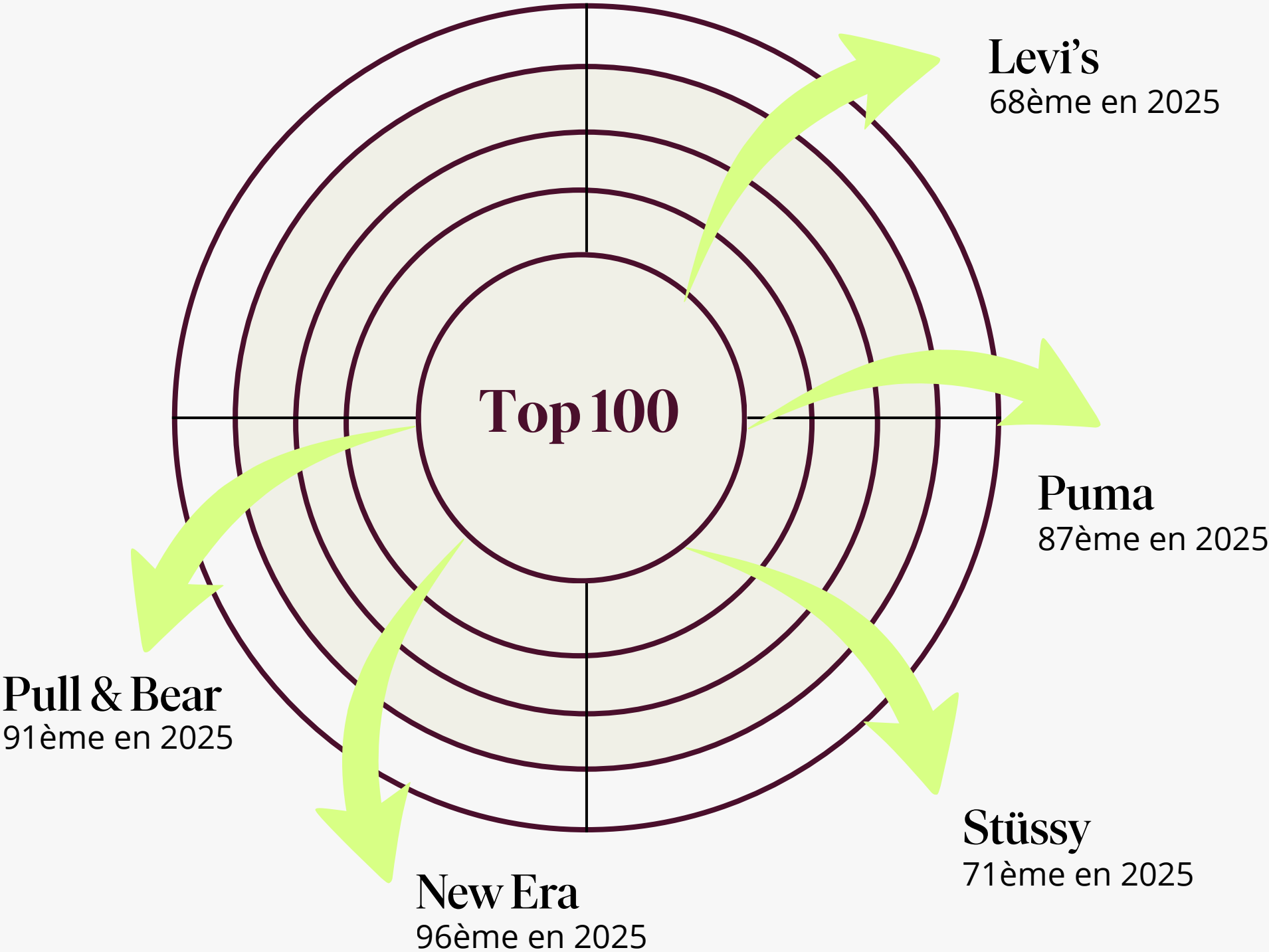
Trajectoire des marques sortantes (rang 2025-2026)

Le constat

Une chute brutale de l'intérêt pour le streetwear mainstream et la fast-fashion classique.

La raison

Saturation du marché, perte de pertinence culturelle face à une besoin grandissant de durabilité, et un pivot des jeunes consommateurs vers le premium accessible.



Synthèse

Les 4 Règles du Nouveau Marché

LE SENS DE LA VITESSE

Les consommateurs privilégient l'histoire authentique au volume pur. La fast-fashion perd son pouvoir de prescription.

LE PROBLÈME DÉMOCRATIQUE

Le "bon produit" l'emporte. Le client préfère investir dans une pièce durable et statutaire plutôt que d'accumuler.

LE CONFORT TECHNIQUE

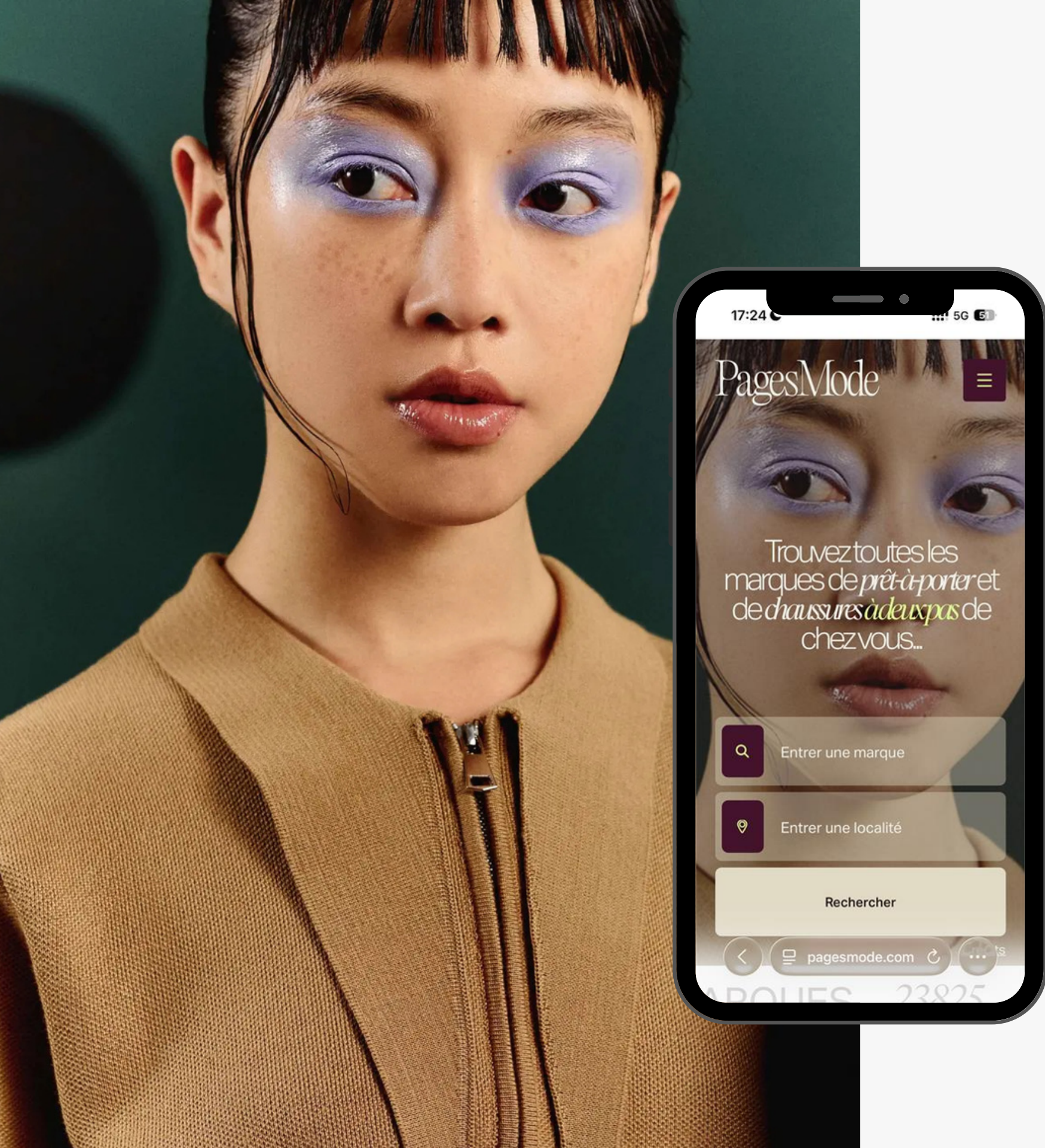
Devenu non-négociable. Le succès écrasant des marques "confort" et techniques, efface la frontière entre le vêtement de travail, l'outdoor et la mode urbaine.

L'EMPIRE DU PAS

La chaussure, nouveau centre de gravité de la mode. Elle explose, grimpant de 60 à 70 marques dans le top 100 (+16,6 % de part de marché).



Source : Sweet Pants, site officiel — fiche produit Patchwork Cap Night



Qui sommes-nous ?

La plateforme mode de référence

PagesMode est une plateforme digitale dédiée à la mode qui connecte les consommateurs, les marques et les boutiques multimarques indépendantes.

Lorsqu'un internaute recherche une marque dans une ville, PagesMode lui permet d'identifier immédiatement les boutiques qui la distribuent à proximité. Nous centralisons les informations clés de votre boutique : sélection de marques, localisation, univers, réseaux sociaux ou e-shop, afin de rendre votre point de vente facilement trouvable en ligne par des consommateurs en recherche active.

À la croisée du référencement local, de la visibilité omnicanale et de l'activation média, PagesMode transforme votre boutique en véritable destination mode. Nous ne remplaçons pas vos canaux existants : nous les connectons et les amplifions.



Vous êtes une marque ?

Mettez en avant votre collection sur PagesMode.

Vous êtes une boutique ?

Votre boutique, là où les consommateurs la cherchent.



PagesMode est membre du groupe WSN

À propos du groupe WSN

wsn-events.com

Depuis plus de 35 ans, nous imaginons et concevons des rendez-vous qui inspirent, connectent et célèbrent la créativité.

Nous sommes des passionnés.

Positionné à l'intersection de la mode, du design, du lifestyle et de la culture, le Groupe WSN propose des expériences qui unissent business et émotions.

Nous accompagnons marques, distributeurs, talents émergents et professionnels des industries créatives.

En 10 ans, nous sommes passés de 2 événements à 12 événements annuels, tous très différents et uniques, créés pour répondre aux multiples attentes des industries créatives.

Nous avons lancé avec succès de nouveaux formats : Matter & Shape, Shoppe Object Paris, DRP...

Au-delà de ces 12 rendez-vous et de notre rôle de connecteur, nous avons voulu aller encore plus loin et proposer également des solutions concrètes en continu : WSN Academy, RUN, des partenariats avec Ankorstore et Ulule...

La pluralité de nos entités est donc une force unique.

À Paris et à l'international, tout au long de l'année, chaque rendez-vous, petits et grands, sont autant de réponses aux problématiques diverses de nos clients et du marché.

L'évolution du groupe WSN:

→ 12 événements annuels, contre 2 il y a quelques années.

→ D'organisateur à opérateur de salons.

→ Développement de 4 solutions concrètes.

→ Des partenariats stratégiques avec l'ANDAM, Ankorstore, Ulule...

→ Un visitorat global de 150 000 professionnels chaque année.

Service visiteurs : info@wsn.community

Service exposants : exhibit@wsn.community