

Revue de Presse sur le Fabriqué en France :

Chaussures

<u>Date</u>: Avril 2018 – Octobre 2019 <u>Proposé par</u>: SémioConsult®

Auteur: Anne-Flore Maman Larraufie, PhD

<u>Contact</u>: info@semioconsult.com

SémioConsult® est un cabinet de conseil pour entreprises et particuliers fondé sur une expertise reconnue à l'international et une connaissance fine du monde de la marque, du luxe et de ses codes. Spécialisé dans la gestion de la marque incluant la compréhension des consommateurs, les problématiques liées au Made in France & Made in Italie, et dans la lutte contre la contrefaçon, il compte dans son portefeuille-clients des institutionnels, des PME, ainsi que des marques prestigieuses en France et en Italie.

www.semioconsult.com



Accueil > Infos > Économie - Social > Le Soulor, l'enseigne des chaussures béarnaises, lance une cagnotte pour s'agrandir

Économie - Social

Le Soulor, l'enseigne des chaussures béarnaises, lance une cagnotte pour s'agrandir

Mercredi 6 juin 2018 à 19:33

Par Marion Cazanove, France Bleu Béarn

Reprise il y a moins de deux ans, l'enseigne de la chaussure béarnaise Le Soulor rêve de s'agrandir. Dans cette optique, les deux patrons de la marque lancent une opération de financement participatif sur Internet. Objectif: aller se faire connaître au salon du Made in France à Paris.



Philippe Carrouché devant sa boutique de Pau © Radio France - Marion Cazanove

Pau, France

Un atelier à Pontacq, une boutique à Pau, à Tarbes...et peut-être Paris ? C'est l'ambition de Philippe Carrouché et Stéphane Bajenoff, les deux associés qui ont repris l'affaire béarnaise il y a un peu moins de deux ans. Ils ont décidé de mettre les internautes à contribution, en lançant un appel au financement participatif. La cagnotte servira, entre autres, à participer au salon du Made in France qui aura lieu à Paris en novembre.

Pour chaque don, une contrepartie

Le principe est simple : pour chaque don à l'enseigne, Le Soulor envoie une contrepartie. "Par exemple, pour 50 euros, l'internaute reçoit une ceinture en cuir, qui vaut normalement 60 euros", explique Philippe Carrouché, l'un des deux associés. Et la cagnotte marche bien : en trois semaines, le premier objectif de 3 500 euros a été atteint.





A terme, Le Soulor aimerait récolter 12 500 euros. Une cagnotte qui leur permettrait, en plus de participer au salon du Made in France, d'agrandir l'équipe qui compte 8 salariés actuellement, et d'envisager de s'exporter au-delà du Béarn.

Mots-clés : artisanat Béarn entreprise Pau

Par:

Marion Cazanove

Sur le même sujet

Économie - Social

Les salariés de l'usine Toray d'Abidos, dans les Pyrénées-Atlantiques, en grève contre les conditions de travail

Économie - Social

La guerre des baguettes a fait des victimes : à Lescar, les boulangeries "Hameau" ferment

Économie - Social

Inondations en Béarn : une trentaine d'entreprises sinistrées

CONTENUS SPONSORISÉS



Comment apprendre une langue en 20 minutes par jour

Babbel



Le footballeur brésillen Daniel Corrêa Freitas sauvagement assassiné

RFI



30 malsons campagnardes à couper le souffle

Maison & Travaux



Une nouvelle battue sera organisée dans les Landes pour retrouver Laura Fay



VIDÉO - Indre : l'abattoir du Bolschaut épinglé par une nouvelle vidéo de l'association L214





L'avocat des parents de Maëlys porte plainte après des propos diffamants et insultants sur les réseaux sociaux





France: onze nouveaux cas de bébés sans bras dans l'Aln

Vuol pi



Vuol provare i progressivi? Perché non con i Comfort a soli 109€?

occhiali24.it

RFI

AU QUOTIDIEN

Le supplément d'âme des espadrilles Espigas

Thérèse Paré | 05 juin 2018

L'été arrive, les congés se négocient et bientôt vous pourrez défiler fièrement avec de jolies espadrilles. Pour cela, quoi de mieux que de choisir des modèles 100% made in France fabriquées par des personnes en situation de handicap.

I l'entreprise Espigas n'a qu'un mois d'existence, elle ne manque pas d'ambitions. Ce fabricant d'espadrilles qui a installé son unique atelier à Marseille a une particularité : le choix de ses employés. Trois d'entre eux sont en situation de handicap explique au journal *La Provence* Yohan Auguin, le chef de production : « Ils ont d'excellentes compétences [...] C'est gagnant gagnant ». Fier de son équipe, il rappelle que la fabrication de ces chaussures en toile réquisitionne des compétences multitâches et requiert différentes étapes : l'assemblage des chaussures, la personnalisation et enfin l'envoi. Autant de tâches qui requièrent énormément de dextérité et de professionnalisme. Les employés relèvent ce challenge avec beaucoup de motivation.

Ce projet entrepreneurial est d'autant plus remarquable que l'entreprise s'engage, pour l'achat d'une paire d'espadrilles en ligne ou en magasin, à reverser deux euros à l'ONG italienne Mato Grosso, présente dans de nombreux pays d'Amérique du sud. Elle souhaite avant tout « aider ses volontaires bénévoles à aller au bout de la lutte contre l'extrême pauvreté et l'illettrisme notamment en créant des écoles dans des zones reculées de la Cordillère et en formant les jeunes sur des métiers d'art pour leur permettre de rester sur leur terres ancestrales et d'y vivre décemment », souligne <u>Espigas</u> sur son site Internet.

Tags: HANDICAP | SOLIDARITE

u

Produits dans l'Eure, des escarpins « made in Normandie » pour repartir du bon pied

Innovation. Caroline Macaron, créatrice tourangelle, a imaginé des escarpins adaptés pour les femmes concernées par les déformations appelées hallux valgus, et trouvé un fabricant de choix à Pont-de-l'Arche, dans l'Eure.

Marc BRAUN

PUBLIÉ LE 04/06/2018 À 22:40

MIS À JOUR LE 05/06/2018 À 10:35

TEMPS DE LECTURE : 2 MINUTES



Caroline Macaron tenant trois escarpins de sa création, au cœur de la fabrique de Pont de l'Arche

01 / 03

Concernée par le problème, et avouant avoir « un peu peur d'une opération » pourtant très courante, <u>Caroline Macaron</u> a imaginé des escarpins pour les femmes souffrant d'hallux valgus, qu'elle fait fabriquer dans l'Eure, à Pont de l'Arche, grâce à une très ancienne entreprise de chaussures : <u>Marco</u>.

Quel est cet hallux valgus qui touche une femme sur quatre de moins de 65 ans et une sur trois de plus de 65 ans ? « Communément appelé « oignon », il correspond à une déformation du premier orteil (« gros orteil » ou « hallux ») s'inclinant vers les orteils latéraux (vers l'extérieur, en « valgus »). Cette déformation génère une saillie osseuse sur la partie médiale de l'orteil, à l'origine de phénomènes douloureux et d'une gêne au chaussage,

explique l'association française de chirurgie du pied. *On ne connaît pas réellement les causes de cette déformation mais l'origine congénitale (héréditaire, présent dès la naissance et s'accentuant dans le temps) semble la plus vraisemblable ».*

L'hallux valgus peut être accentué par le port de chaussures à talons et à bouts étroits. « Je sentais que ça pouvait vite devenir douloureux, témoigne Caroline Macaron, et que, petit à petit, la déformation pouvait s'aggraver. Mais plutôt qu'une opération chirurgicale, je me suis tournée vers des chaussures plus larges, plus souples, mais très moches quand j'en trouvais! D'où l'idée d'en fabriquer moi-même ».

À lire aussi: Petit-Couronne : l'entreprise Nomen'k fabrique des barres céréales nouvelle génération

Le savoir-faire eurois

L'ancienne responsable de marketing en Grande-Bretagne part alors en quête de pieds concernés. « J'ai rencontré des femmes touchées par cette déformation, ai observé leurs pieds, consigné leurs remarques. Puis, j'ai interrogé des podologues, imaginé un standard de chaussures pouvant couvrir 80 % des besoins ».

La créatrice travaille longuement sur une forme de semelle, plus large entre la fin de la voûte plantaire et l'avant-pied. « J'ai en tête déjà des ballerines, des escarpins (50 % de la production aujourd'hui), des bottines, des sandales dans des styles féminins chics, raconte Caroline Macaron. Les talons, ils oscillent entre 1,5 et 5 centimètres. J'ai d'abord trouvé un atelier de fabrication à Roman, dans la Drôme, en 2012, puis à Cholet, en 2016. Mais je n'étais pas contente du résultat, de la qualité des fabrications. Jusqu'à ce que j'entende parler de Marco en Normandie, que je rencontre les dirigeants, que je visite l'atelier, que je constate la qualité des fabrications, des cuirs aussi : du veau et non de la vachette, de l'agneau et non du mouton ; des cuirs qui viennent de France, d'Italie, d'Espagne ».

D'un essai à l'autre, les modèles naissent, sont testés. « Si les semelles sont un peu plus larges que celles du commerce, la qualité et la souplesse du cuir créent l'alchimie. Portées, impossible de voir la différence avec d'autres chaussures courantes, assure l'entrepreneure. Depuis 2016, nous avons déjà fait fabriquer ici, dans l'Eure, 3 000 paires de chaussures, avec d'excellents retours ». Au bout du compte, poursuit la créatrice, « on parvient à un hallux valgus stabilisé la plupart du temps. Les clientes disent avoir moins de douleurs aux pieds, au dos et aux genoux, au-delà du fait qu'elles trouvent les chaussures à leur goût ».

Les « Caroline Macaron » ont un prix évidemment : environ 200 € les escarpins, 280 € les bottines..., que la fille de Caroline met en scène sur les réseaux sociaux et le site web de la marque. « *C'est du solide, du durable, du made in France* », revendique **Estrella Barrientos**, directrice de l'entreprise euroise.

Datant de 1750, Marco est une des dernières fabriques de chaussures en France. « Nous sommes 45, fabriquons 30 000 paires chaque année, comptons 500 magasins indépendants comme clients. La qualité des cuirs, le savoir-faire de l'assemblage, notamment de piqûres, font notre réputation. Et ça vaut maintenant pour les Caroline Macaron! »

À noter : braderie unique vendredi 15 juin des chaussures Marco à Pont de l'Arche, 17 rue Maurice Delamare.



À lire aussi:

- À Deauville, le secrétaire d'État au Numérique salue une Team Normandie en avance sur l'hyper-innovation

ÉCONOMIE . ECONOMIE . PONT-DE-L'ARCHE

Contenus sponsorisés



Vuoi provare i progressivi? Perché non con i Comfort a soli 109€?



Lo SmartWatch economico che sta andando a ruba in Italia

OGGIBENESSERE.COM



Ecco com'era Donatella Versace e com'è oggi!

Abonnements

Abonnez-vous

Simple et rapide, choisissez l'abonnement qui vous correspond !

DANS NOS COEURS

Économie Recevez chaque matin le débrief complet de l'information

Politique Annonces immo Votre adresse email

Société Version Femina

Faits divers TV Mag

S ts Le P'tit Normand Contactez-nous

Cu..ure/Loisirs Jeux

France/Monde Boutique

P' interactif Vous êtes témoin d'un évènement ?

Contact publicitaire

Contact abonnement

Contact redaction

La lettre EcoNormandie

Vous êtes perdus ?

Découvrir nos archives

Mise en garde juridique

Le Club

Emploi

Utilisation cookies

© ParisNormandie.fr 2018 — Tous droits réservés













DES CHAUSSURES SUR-MESURE, PERSONNALISABLES ET MADE IN FRANCE : "CHAMBERLAN RÉINVENTE LE MÉTIER DE BOTTIER"

Publié le 10 juillet 2018 à 16:01 DEMAIN (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CATEGORY/DEMAIN/) | 1497 vues

La Maison Chamberlan propose des chaussures sur-mesure grâce à une application 3D qui permet de scanner chaque pied pour en obtenir ses dimensions les plus précises. Rencontre avec la cofondatrice de cette marque de luxe qui marie savoir-faire artisanal et tech.

Créée en 2016 par Sophie Engster (ex-LVMH) et Franck le Franc (ancien gestionnaire de fonds pour banques privées), la maison **Chamberlan (https://www.chamberlan.com/)** se positionne comme héritière des artisans d'art du XIXème siècle qui travaillaient "en chambrée à la lueur de bougies dont ils accroissaient la flamme par un système de globes de verre emplis". Elle réussit la prouesse d'allier savoir-faire français d'excellence et innovation technologique, en renouant avec les techniques ancestrales des bottiers d'antan, qu'elle complète par une application 3D sur mobile qui permet d'obtenir les mesures exactes de chaque pied de la cliente en prenant compte non seulement sa longueur, mais également sa largeur et son périmètre-doigt. Des données qui serviront à la modélisation en atelier de chaussures adaptées, et personnalisées selon les goûts de chacun.

Réponse Conso: Le métier de la chaussure est plus qu'en perdition dans l'Hexagone; comment en êtes-vous arrivés à croire en ce secteur?

Sophie Engster: Frank et moi ne connaissions absolument pas le milieu de la chaussure. J'ai fait une école de commerce, puis j'ai travaillé chez LVMH pour Givenchy et Dior. Longtemps, j'ai eu à cœur de créer mon entreprise, mais le concept de chaussures sur mesure ne m'est venu que très tard. C'est Frank qui est à l'origine de l'idée: nous nous sommes rencontrés à la fête de la crèche; je me souviens qu'il pensait à voix haute "mais comment est-ce possible que ma femme ait toujours aussi mal au pied le soir en rentrant? Nous serions à même de personnaliser jusqu'aux rétroviseurs d'une voiture, mais incapables de concevoir des chaussures à talon un tant soit peu confortables pour nos femmes?". Il est à l'origine de ce mot d'esprit: "Les femmes commencent leur journée avec je n'ai rien à me mettre et la finissent avec j'ai mal aux pieds".

J'ai longuement réfléchi à sa réflexion, et j'ai senti qu'il y avait quelque chose à creuser. Nous en avons donc longuement discuté, et avons fini par nous donner trois mois pour évaluer notre capacité à travailler ensemble et voir s'il y avait un business plan viable à monter. Ces trois mois nous ont été favorables, alors nous avons démissionné de nos emplois respectifs. Il était inenvisageable de concilier la conception de cette marque avec autre chose : créer une start-up, c'est tellement chronophage. Chamberlan, c'est réinventer le métier de bottier en quelque sorte. La preuve en est : lorsque nous avons fait une étude de marché, nous nous sommes demandé quels étaient nos potentiels concurrents et partenaires. Ça nous aura pris moins de deux heures : on recense moins de 10 bottiers en France. Et pour cause : ce sont des petites mains qui font tout elles-mêmes, qui coupent le cuir, qui assemblent les pièces de cuir pour former la tige, qui clouent la semelle... Voilà pourquoi le prix de leur produit démarre autour des 1500 euros la paire ; pour les bottines les plus reconnues en revanche, ça peut monter jusqu'à 7000 euros, avec des délais de livraison compris entre 1 et 3 ans. C'est là que nous sommes dits qu'il y avait certainement quelque chose à faire pour baisser les prix et réduire le temps de livraison.



Un bottier de Chamberlan prenant les mesures d'une forme de pied en bois

Comment avez-vous répondu à ces enjeux ?

S.E.: Nous avons imaginé utiliser notre smartphone pour prendre les mesures des pieds de nos clientes et utiliser les méthodes de l'industrie pour fabriquer des chaussures sur mesure. Nous avons alors cherché des sous-traitants, mais avons vite abandonné : c'est une usine à gaz en réalité. Les boîtes qui font des chaussures vont lancer 200 paires de 37 en noir par exemple, toutes pareilles. A l'inverse, faire des modèles uniques avec les dimensions exactes des pieds et personnalisés d'après les goûts du client, agit comme une perturbation pour les chaînes de production. Bref, ça n'intéressait personne. Pour résoudre ce problème de fabrication et faire baisser les prix, nous avons décidé de créer notre propre atelier de production. Nous avons donc cherché un local dans les régions théoriquement liées à la chaussure, à savoir : Romans-sur-Isère, Cholet, le Limousin et la Dordogne. Nous avons visité ces coins de fond en comble pour chercher un local, des artisans qui travaillent la chaussure, et les machines adéquates pour cette production (il faut au moins une cinquantaine de machines différentes pour la conception d'une paire de chaussures, NDLR).

Pourquoi avoir choisi d'installer votre atelier à Nontron en Dordogne plutôt qu'ailleurs ?

S.E : Notre choix s'est porté sur la Dordogne, en Nouvelle Aquitaine : nous avons été convaincus par l'excellence du savoir-faire local de cette région extrêmement dynamique. À elle seule, elle héberge les ateliers de Repetto – la référence absolue en ballerines avec ses 500 000 chaussures de danse produites par an à Saint-Médard-d'Excideuil – ; ceux d'Hermes et de CWD (une sellerie de luxe qui fait des selles sur mesure pour chevaux, NDLR). Ensemble, nous formons une grappe industrielle (ou cluster) : Reso'Cuir Nouvelle-Aquitaine, dont Chamberlan est aujourd'hui trésorière. L'idée étant de faire émerger des synergies dans la région.

Votre Maison a-t-elle déjà permis la création d'emplois?

S. E : Une des difficultés majeures de la filière de la chaussure, c'est de recruter du personnel qualifié, donc nous nous sommes attelés à mettre en oeuvre des formations qualifiantes. La maison emploie aujourd'hui 10 personnes (monteurs, coupeurs, formiers), parmi lesquelles deux compagnons du devoir, toutes recrutées et formées avec l'aide du Conseil régional et des organismes professionnels.

Vous avez développé pour l'occasion "MyChamberlan", une application étonnante avec IFP Energies nouvelles, comment la décririez-vous?

S. E : À partir de photos prises avec un smartphone, on reconstitue le pied en 3 dimensions, on en extrait toutes les mesures et on fabrique des chaussures selon ces proportions. Sont pris en compte la longueur du pied, sa largeur et le périmètre doigt – sachant que personne n'a les pieds exactement symétriques. Cela permet d'atteindre un degré de confort optimal.

Quel sera votre prochain chantier?

S. E : Il s'agira de travailler avec des éleveurs locaux pour produire des peaux de premier choix, car il est pour l'instant impossible d'en trouver en France. En effet, il reste moins de 23 tanneries, sur ces 23 tanneries françaises, toutes ne produisent pas du cuir adapté à la chaussure. Les rares qui en proposent exigent d'acheter 50m2 d'une même matière et d'une même couleur. Parfois 300m2. Sachant qu'en terme de prix, le mètre carré de peau équivaut à 80 euros. Seulement, chez nous, c'est bien la demande qui fait l'offre : certaines clientes veulent du marron, d'autres du rose, certaines du jaune... Et ne proposer que du cuir noir ou marron, ça n'est pas viable pour nous. Nous sommes donc contraints, pour l'instant, de nous fournir en Italie qui dispose d'un plus large éventail de peaux.

Peut-on espérer un jour trouver des modèles masculins?

S. E: Nous y travaillons. Nous nous refusons à faire une simple transposition du féminin au masculin, comme d'autres marques le font. Nous aimerions proposer un modèle qui sied parfaitement aux hommes, d'un point de vue confort bien sûr, mais également esthétique.



Pour le grand jour, Chamberlan propose même d'inscrire les initiales des mariés au dos des chaussures

Yannis BENZAID

Message	
Je ne suis pas un robot reCAPTCHA Confidentialité - Conditions	
Envoyer	

SURPRISE

[http://actualites.reponse-conso.fr/gaspillage-alimentaire-une-petition-pour-changer-les-dates-de-peremption/]

Quand c'est pas dépassé, c'est pas terminé!



Gaspillage alimentaire : une pétition pour changer les dates de péremption (http://actualites.reponse-conso.fr/gaspillage-alimentaire-une-petition-pour-changer-les-dates-deperemption/)

> TOUTES LES VIDÉOS (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CATEGORY/VIDEO-A-LA-UNE/)

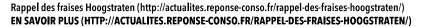
RAPPEL DE PRODUIT



Rappel de produit : Candia Baby Croissance 4 (20-36 mois) (http://actualites.reponse-conso.fr/rappel-de-produit-candia-baby-croissance-4-20-36-mois/)

EN SAVOIR PLUS (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/RAPPEL-DE-PRODUIT-CANDIA-BABY-CROISSANCE-4-20-36-MOIS/)

(http://actualites.reponseconso.fr/rappel-deproduit-candia-babycroissance-4-20-36-mois/)





(http://actualites.reponseconso.fr/rappel-desfraises-hoogstraten/)



(http://actualites.reponseconso.fr/salmonellerappel-des-moules-dehollande/)

Salmonelle: rappel des moules de Hollande (http://actualites.reponse-conso.fr/salmonelle-rappel-des-moules-de-hollande/) EN SAVOIR PLUS (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/SALMONELLE-RAPPEL-DES-MOULES-DE-HOLLANDE/)

> TOUS LES RAPPELS DE PRODUIT (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CATEGORY/RAPPEL-DE-PRODUIT/)



SUR LE MÊME THÈME



(http://actualites.reponse-conso.fr/upper-east-seine-des-bougies-parfumees-naturelles-et-engagees/)

UPPER EAST SEINE : DES BOUGIES PARFUMÉES NATURELLES ET ENGAGÉES (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/UPPER-EAST-SEINE-DES-BOUGIES-PARFUMEES-NATURELLES-ET-ENGAGEES/)

11 octobre 2018 par Marine VAUTRIN

DEMAIN (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CATEGORY/DEMAIN/)



(http://actualites.reponse-conso.fr/astuces-ecologiques-et-economiques-pour-entretenir-ses-chaussures/)

ASTUCES ÉCOLOGIQUES ET ÉCONOMIQUES POUR ENTRETENIR SES CHAUSSURES (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/ASTUCES-ECOLOGIQUES-ET-ECONOMIQUES-POUR-ENTRETENIR-SES-CHAUSSURES/)

5 octobre 2018 par Justine Dupuy

AUJOURD'HUI (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CATEGORY/AUJOURDHUI/)



(http://actualites.reponse-conso.fr/chic-des-chaussettes-made-in-france/)

CHIC! DES CHAUSSETTES MADE IN FRANCE (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CHIC-DES-CHAUSSETTES-MADE-IN-FRANCE/)

29 septembre 2018 par Marine VAUTRIN

AUJOURD'HUI (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CATEGORY/AUJOURDHUI/)



(http://actualites.reponse-conso.fr/les-petites-francaises-des-tasses-comestibles-et-made-in-france/)

LES PETITES FRANÇAISES : DES TASSES COMESTIBLES ET MADE IN FRANCE (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/LES-PETITES-FRANCAISES-DES-TASSES-COMESTIBLES-ET-MADE-IN-FRANCE/)

22 septembre 2018 par Marine VAUTRIN

AUJOURD'HUI (HTTP://ACTUALITES.REPONSE-CONSO.FR/CATEGORY/AUJOURDHUI/)



MENTIONS LÉGALES (/MENTIONS-LEGALES) | QUI SOMMES NOUS (/QUI-SOMMES-NOUS)

CHARTE DES DONNÉES PERSONNELLES (/CHARTE-DE-PROTECTION-DES-DONNEES-PERSONNELLES/) | CGU (/CGU) NOUS CONTACTER (/CONTACTEZ-NOUS)

| MADE IN POTAGER (HTTP://WWW.MADEINPOTAGER.COM/) | FITNESS-GYM (HTTP://FITNESS-GYM.FR/) | CHORUS (HTTP://WWW.CHORUS.FR/)

f (https://www.facebook.com/reponseconso.fr/)♥ (https://twitter.com/madeinpotager)© (https://www.instagram.com/madeinpotager/)
P (https://fr.pinterest.com/madeinpotager/)♠ (http://actualites.reponse-conso.fr/feed/)

SAV DES MARQUES

- > Contacter Ryanair (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-ryanair-146.html)
- $> {\tt Contacter Free (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-free-95.html)}$
- > Contacter SFR (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-sfr-1592.html)
- $> Contacter\ Air\ France\ (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-air-france-150.html)$
- $> Contacter \ Vueling \ (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-vueling-2524.html)$
- > Contacter Darty (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-darty-90.html)
- > Contacter Priceminister (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-priceminister-187.html)
- > Contacter Airbnb (http://www.reponse-conso.fr/service-clients/contact-air-bb-3216.html)

LETTRE TYPE

- > Modèle lettre pour Résilier son abonnement (http://www.reponse-conso.fr/modele-lettre/telephonie-internet/resilier-un-abonnement-telephonique-lettre77.html)
- > Demande de dégrèvement pour fuite d'eau (http://www.reponse-conso.fr/modele-lettre/energie/demande-de-degrevement-pour-fuite-deau-lettre303.html)
- > Achat d'un produit défectueux (http://www.reponse-conso.fr/modele-lettre/commerce/adresser-une-reclamation-suite-a-un-achat-dun-produit-dysfonctionnant-lettre160.html)
- > Résiliation abonnement à un club de sport (http://www.reponse-conso.fr/modele-lettre/voyage-vacances/demande-de-resiliation-dun-abonnement-a-un-club-de-sport-lettre311.html)

FICHE PRATIQUE

- > Indemnisation en cas de vol retardé (http://www.reponse-conso.fr/voyage-vacances/compagnies-aeriennes/le-retard-de-vol-a104468)
- $> Connexion\ internet\ d\'efaillante\ (http://www.reponse-conso.fr/telephonie-internet/panne/resoudre-ses-problemes-de-connexion-a104449)$
- > Colis endommagé : les recours (http://www.reponse-conso.fr/commerce/produit/colis-endommage-les-recours-a1014107)
- $> In demnisation\ en\ cas\ de\ vol\ annul\'e\ (http://www.reponse-conso.fr/voyage-vacances/compagnies-aeriennes/annulation-de-vol-a104462)$

MADE IN POTAGER

- $> {\it Fruits et l\'egumes Dordogne (http://www.madeinpotager.com/search?search=dordogne)}$
- $> Fruits\ et\ l\'{e}gumes\ Pays\ Basque\ (http://www.madeinpotager.com/search=Pays+Basque\%2C+Pyr\%C3\%A9n\%C3\%A9es-Atlantiques\%2C)$
- > Fruits et légumes Loire-Atlantique (http://www.madeinpotager.com/search?search=la+baule)
- > Fruits et légumes lle de France (http://www.madeinpotager.com/search?search=paris)

Edith & Marcel, des chaussures d'intérieur made in Normandie



Edith & Marcel, un nom en hommage au couple Edith Piaf et Marcel Serdan, propose depuis le mois de mai 2018 via son e-shop des chaussures d'intérieur finement ouvragées. Ces pièces en cuir pour homme et femme (de la taille 35 à la taille 46) s'exposeront pour la première fois sur le salon Maison & Objet qui se tiendra du 7 au 11 septembre prochain, avant de participer en novembre au salon du Made in France Porte de Versailles.



Les chaussons d'intérieur signés Edith & Marcel - DR

Derrière Edith & Marcel, Aurélie Estienney-Varin, une mère de trois enfants qui, avant de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, a fait toute sa carrière dans le marketing et la direction opérationnelle de grands groupes pharmaceutiques. « J'avais envie de faire quelque chose de joli mais surtout de contribuer au maintien de l'emploi et du savoir-faire français... Un vrai combat mais je suis ravie car j'ai réussi », explique Aurélie Estienney-Varin.

Vendus au prix unique que 249 euros, les souliers d'intérieur signés Edith & Marcel sont

fabriqués au sein de l'usine Marco, la plus ancienne fabrique de chaussures de France basée à Pont-de-l'Arche, dans l'Eure, depuis 1750. Les cuirs viennent quant à eux de la fabrique de Bodin Joyeux à Levroux, dans l'Indre. Même les étiquettes des chaussures et le papier de soie qui les enveloppe viennent de l'Hexagone.

Edith & Marcel a déjà fait fabriquer 200 paires de souliers, une production de fabrication française honorable pour Aurélie Estienney-Varin qui souligne : « Je pense que l'international sera un levier de croissance important pour la marque qui a déjà convaincu un site web et une boutique aux Etats-Unis. Je cherche également un partenaire pour l'Asie. »

Le nom de la marque a d'ailleurs été choisi en partie pour séduire le grand export. « Edith Piaf et Marcel Serdan, c'est le couple mythique des années 40/50, des décennies qui représentent le chic à la française. Il s'agit d'un couple très connu à l'international qui symbolise l'amour torturé, ce qui est très français », détaille Aurélie Estienney-Varin, qui se voit bien lancer une déclinaison de souliers pour enfant l'année prochaine.

Par Sarah Ahssen

Tous droits de reproduction et de représentation réservés. © 2018 FashionNetwork.com

La Compagnie vosgienne de la Chaussure, placée en redressement judiciaire pendant les congés des salariés

Mardi 31 juillet 2018 à 13:13

Par Isabelle Baudriller, France Bleu Sud Lorraine et France Bleu

Le tribunal de commerce de Nancy a placé, ce mardi, la Compagnie vosgienne de la Chaussure en redressement judiciaire. Les 130 salariés de l'entreprise de Champigneulles sont en congé actuellement.



liciaire de la CVC est prononcé avec une période d'observation de 6 mois © Radio France - Isabelle Baudriller

Nancy, France

Ils sont en congé depuis bientôt une semaine. Les 130 salariés de la Compagnie vosgienne de la Chaussure (CVC) à Champigneulles, à une dizaine de kilomètres de Nancy, apprennent mardi 31 juillet que leur usine est placée en redressement judiciaire avec une période d'observation de six mois.

Décision prononcée par le tribunal de commerce de Nancy, à l'issue d'une **courte audience** du président du groupe Hanse Industriekapital (HIK) basé à Hambourg, propriétaire de l'entreprise de chaussures depuis un an et demi, et de deux représentants du personnel. La direction avait annoncé la cessation de paiement lors d'un comité d'entreprise le 24 juillet, à l'avant-veille de la fermeture estivale de l'usine.

La priorité, c'étaient les salaires et nous avons eu la garantie que les salaires de juillet seraient versés sous dix jours" - Francisco Rodrigues, délégué CGT de l'entreprise



Isabelle Béthus et Francisco Rodrigues, délégués CGT de la Compagnie vosgienne de la chaussure © Radio France - Isabelle Baudriller

Le groupe allemand a perdu plus de 5 millions d'euros l'année dernière et n'a pas réussi à se positionner sur le **marché de la chaussure de luxe**, comme il le promettait. "On voulait promouvoir le made in France auprès de la clientèle allemande. C'est triste que cela se termine comme ça", se cantonne à expliquer Marc Eberle, président de HIK.

Repreneurs potentiels

Quatre candidats à la reprise de la Compagnie vosgienne de la Chaussure se seraient manifestés. "Une des meilleures solutions, c'est qu'ils reprennent tout le personnel ou la grande majorité du personnel. Pour nous, c'est le seul but", insiste Francisco Rodrigues. "On va essayer de motiver tout le personnel pour que l'éventuel repreneur prenne confiance", ajoute Isabelle Béthus, elle aussi déléguée CGT de la CVC.

Les salariés de l'entreprise reprennent le travail le 20 août. La moyenne d'âge dans l'entreprise est de plus de 50 ans. "Des gens qui ont entre 30 et 35 ans d'ancienneté, qui ont fait toute leur carrière à la CVC", souligne Francisco Rodrigues. "S'il arrive quelque chose, ce sera un désastre." Des réunions avec l'administrateur judiciaire sont prévues début septembre.

Ils inventent les premières baskets made in France en laine recyclée



Les premières paires de baskets en laine recyclée seront livrées d'ici février 2019, annonce la marque. **Ubac**



Un couple d'entrepreneurs ligériens a créé la marque Ubac qui commercialise des baskets écolos tissées et assemblées en France. D'ordinaire, l'ubac désigne le versant le moins ensoleillé d'une montagne. Désormais, c'est aussi une marque de chaussures. Mathilde Blettery, une jeune entrepreneuse de Roanne (Loire), et Simon Nicolas, son compagnon, ont en effet imaginé la première basket en laine recyclée 100 % naturelle et française.

« La notion écologique n'est pas forcément présente dans la laine. Mais en cherchant un peu, nous avons découvert dans le Tarn une filière qui récupère et recycle la laine. » Le tissage de cette basket écolo est réalisé à Castres et l'assemblage à Cholet (Maine-et-Loire). « Les lacets sont issus du recyclage de matière plastique et les étiquettes produites à Saint-Étienne (Loire) », précise Simon Nicolas.

« Lorsque vous portez ces baskets en laine dans la rue, vous avez l'impression d'avoir une paire de pantoufles aux pieds. » Contrairement à ce que l'on pourrait craindre, la laine n'est pas l'ennemie de l'eau. « Nos baskets sont déperlantes et résistent à la pluie. »

OFFRES D'EMPLOI avec RegionsJob



Trouvez le job de vos rêves!

Pour lancer la production de ces baskets en laine recyclée naturelle, les deux jeunes créateurs de la marque Ubac ont lancé une campagne de crowdfunding. « Nous avons déjà enregistré plus de 900 commandes. » Les premières paires de baskets en laine recyclée seront livrées d'ici février 2019. Ubac s'engage en outre à planter un arbre à chaque commande passée.

Cyril Michaud

Entreprises et Start-up

Ubac Basket écolo

Laine recyclée

Made in France

Ubac

Réduction finances	Bons de réduction Hello Bank	Codes promo Amazon	Devenez franchisé
<u>Le Parisien</u>	<u> Le Parisien</u>	<u> Le Parisien</u>	<u>Le Parisien</u>

Béarn: le Soulor au salon du Made in France



La bottine Montparnasse allie cuir tanné au Pays-Basque et laine de mouton de Coarraze / © Elise Daycard France 3 Pau Sud Aquitaine

Les chaussures béarnaises <u>le</u>
Soulor s'exposent au salon du made in France à Paris. Une bottine a été créée pour l'occasion dans les ateliers de <u>Pontacq.</u> Avec le même savoir-faire ancestral.

Par Elise Daycard Publié le 07/11/2018 à 18:25 L'atelier est au fond d'une cour, à Pontacq, petit village béarnais sur la route de Lourdes. A l'intérieur, des machines d'un autre âge, du bruit, une odeur de cuir et de colle, et des petites mains qui s'activent inlassablement.

Cousu norvégien

La fabrication des chaussures le Soulor est la même depuis 1925. D'abord, des matières premières françaises de grande qualité: des cuirs produits et tannés au Pays-Basque ou en Alsace, de la laine de mouton de Coarraze en Béarn... Et ce cousu norvégien que seules 3 marques perpétuent en France: un cousu en 2 temps qui garantit solidité et étanchéité de la chaussure.

D'abord fabricant de chaussures de montagne ou de travail, prisées notamment des bergers pyrénéens, le Soulor s'est lancé depuis 2 ans dans la bottine de ville, toujours avec la même exigence. Et pour le salon du made in France, un modèle a été spécialement créé, il s'appelle Montparnasse et allie cuir du Pays-Basque et laine de mouton de Coarraze.

Montage à la main

Presque à l'abandon, l'entreprise a été reprise il y a 2 ans avec un seul ouvrier. Aujourd'hui, 9 personnes travaillent dans l'atelier, elles montent toujours les chaussures à la main, à l'ancienne. Des produits haut de gamme mais pas hors de prix. Des chaussures qui durent des années sans accroc.

Au salon du made in France, le Soulor sera hébergé sur le stand de la région Nouvelle-Aquitaine. Une opportunité pour l'entreprise qui peut démarcher une clientèle urbaine avide de qualité et de savoir-faire, et rencontrer des exportateurs.

La Botte Gardiane, du France made in famille

Par Laurence Haloche (http://plus.lefigaro.fr/page/laurence-haloche) | Publié le 02/11/2018 à 07:00



Modèles Bertrand veau velours, 355 €. LA BOTTE GARDIANE

Grâce à Antoine, Julien et Fanny Agulhon, la marque camarguaise, qui fête ses 60 ans, incarne toujours l'excellence d'un savoir-faire français authentique.

Rien n'était écrit. Travailler en famille n'était pas l'intention première de Michel Agulhon. Ce sont les pieds de nez de la vie qui ont fédéré les compétences de ses deux fils et de sa fille aujourd'hui à la tête de la société. Lorsqu'en 1995, ce spécialiste de la chaussure de sécurité, rachète La Botte Gardiane, il n'a qu'une obsession: sauver le savoir-faire de cette maison née en 1958, la seule de Camargue à réaliser encore à la main des bottes pour les gardians. «J'ai été touché par ce produit unique où la pleine fleur du cuir est à l'intérieur et la chair à l'extérieur pour que le cavalier déchausse plus facilement en cas de chute», explique-t-il.



Joseph Melin/LA BOTTE GARDIANE

A produit de niche, clientèle ciblée. Engagé dans des études le destinant à la finance, Antoine est le premier à venir épauler son père sur les Salons spécialisés dans l'équitation. Il se souvient encore de l'année 2002 qui fût celle de tous les dangers: «Les ventes stagnaient quand au Midec, des Japonais se sont intéressés à l'une de nos sandales. Leurs commandes nous ont permis de continuer.» Non sans difficultés. Aux grands espoirs, les grandes frayeurs. Quelques jours plus tard, l'usine est détruite par les inondations qui frappent la région. Le sort de La Botte Gardiane devient alors l'affaire de toute la famille. Grâce à chacun, la livraison sera effectuée dans les temps. Le clan a fait bloc, il va se renforcer avec les arrivées dans la société de Julien, ingénieur en génie électrique, puis de Fanny, diplômée de la London College of Fashion, qui contribuent à son développement avec succès.

<u>» LIRE AUSSI - La bottine, ça nous botte! (http://www.lefigaro.fr/mode-homme/2018/01/15/30007-20180115ARTFIG00005-la-bottine-ca-nous-botte.php)</u>





Gardian veau naturel, 350 €.

En mai, une nouvelle unité de production associé à une boutique (la quatrième en France avec Paris et Lyon), a été inaugurée à Aigues-Vives, dans le Gard. Une vingtaine d'artisans y fabriquent à la main deux collections par an composées de 200 modèles masculins et féminins disponibles dans une centaine de coloris. «Plusieurs options sur-mesure sont possibles, précise Fanny, directrice artistique de la marque. Vous pouvez changer la forme du bout, la hauteur du talon, la couleur du cuir...» Les peausseries viennent principalement de la tannerie alsacienne Degermann qui fournit les grandes maisons de luxe dévoile Julien: «Ce tanneur n'utilise que du veau de l'Aveyron. Les cuirs épais, retannés à la graisse chaude selon le même procédé depuis six générations, sont très souples et résistants. Un client nous a ramené une chaussure qui avait 26 ans!»

Entreprise du patrimoine vivant depuis 2007, La Botte Gardiane pérennise un savoir-faire devenu parfois rarissime comme pour le montage «cousu, cloué, collé». Découpe des semelles, tranches peintes à la main, piquage, emboîtage... Deux ans de formation sont nécessaires pour maîtriser parfaitement les gestes. Tout est fait sur place. Du vrai Made in France à un prix raisonnable... On serait tenté de garder pour soi cette adresse devenue de moins en moins confidentielle, notamment depuis que les Galeries Lafayette l'exposent dans le cadre de l'opération Go for Good. Un slogan qui va bien à la famille Agulhon.

(Labottegardiane.com).



Laurence Haloche

(http://plus.lefigaro.fr/page/laurence-haloche)

Ses derniers articles

<u>Célinou, la box à goûter (http://www.lefigaro.fr/gastronomie/2018/11/02/30005-20181102ARTFIG00019-celinou-l...</u>
<u>Le papier peint brille... et parle!</u> (http://www.lefigaro.fr/lifestyle/2018/10/26/30001-20181026ARTFIG00053-le-pa...

Contenus sponsorisés

(https://greencardorganization.com/landing/register-39-2-1-t-1? lang=fr&utm_source=taboola&utm_medium=discovery&utm_campaign=Bundle_EUR_V2_desk_fr&utm_lp_name=V2fr&utm_image=http%3A%2F%2Fcdn.taboola.com%2Flibtrc%2Fstatic%2Fthumbnails%2Fde465f1062aaa71e08d2eac9f8a lefigaro&utm_campaign_id=1338586&utm_text=Derniers+jours+pour+vous+inscrire+au+programme+DV-2019)

Derniers jours pour vous inscrire au programme DV-2019

(https://greencardorganization.com/landing/register-39-2-1-t-1?
lang=fr&utm_source=taboola&utm_medium=discovery&utm_campaign=Bundle_EUR_V2_desk_fr&utm_lp_name=V2fr&utm_image=http%3A%2F%2Fcdn.taboola.com%2Flibtrc%2Fstatic%2Fthumbnails%2Fde465f1062aaa71e08d2eac9f8a
lefigaro&utm_campaign_id=1338586&utm_text=Derniers+jours+pour+vous+inscrire+au+programme+DV-2019)
(http://k.ilius.net/?mtcmk=875684&fsid=070&utm_source=taboola&utm_medium=referral)



+ Rubriques

La plus vieille usine de chaussures de France, à Pont-del'Arche, dans l'Eure, fait mieux que résister

Lancée en 1750, l'usine Marco a connu d'immenses difficultés, jusqu'à risquer la liquidation judiciaire en 2010. Aujourd'hui, elle se relance et pérennise ses emplois.

Publié le 25 Nov 18 à 15:00



L'entreprise compte 49 salariés, dont 41 dans l'usine et huit représentants. (©La Dépêche de Louviers – CC)

L'activité se porte depuis quelques années. Les effectifs sont loin de leur splendeur d'avant « jusqu'à 150 salariés du temps de Louis XV », explique Aurélie Varin, créatrice de la marque Édith et Marcel, qui fait fabriquer sa ligne de produits sur place. Mais avec ses 49 salariés, l'usine revient déjà de loin. « On est passé tout près de la liquidation judiciaire en 2010 », confie Estrella Barrientos, directrice de l'usine Marco.

La première est client de la seconde, mais, assurent-elles, cela va bien au-delà d'une relation de soustraitance. « Il y a beaucoup d'échanges, c'est là où réside le secret du Made in France. Si on fabriquait en Chine, on n'aurait pas ce niveau de dialogue. Je suis à une heure de voiture de l'usine, et ça n'a pas de prix. »

Des chaussons d'intérieur

D'ailleurs, Aurélie Varin n'y va pas de main morte lorsqu'il s'agit de défendre la production française. « J'ai créé une grande entreprise pour donner du sens à mon travail, créer de l'emploi pérenne. Produire en France c'est un choix militant, ça ne va pas de soi. Mais c'est une tendance de société, pas juste une coquetterie temporaire. »

Pour vendre l'intérêt de l'usine dans un secteur a priori très compétitif, l'usine vante « le savoir-faire des employés, le coup de main et la maîtrise, pour que cela devienne de l'ordre du réflexe pour ces salariés », d'après la directrice.

Ces compétences permettre de mettre en œuvre des productions de niche, comme les chaussons d'intérieur d'Édith et Marcel. Chez eux, tous les éléments sont produits à la main. « Le papier de soie vient des Pyrénées, les étiquettes de France », énumère Aurélie Varin.

Les chaussons produits rappellent un autre temps, mais c'est le but, clairement assumé. « On veut remettre au goût du jour les chaussons d'intérieur, on en utilise moins actuellement, mais on veut que les gens en mettent à nouveau. »



La formation s'effectue principalement en interne. (©©La Dépêche de Louviers – CC)

Un marché principalement tourné vers l'export

Le segment de marché est tellement vintage qu'il plaît particulièrement à une clientèle qui est majoritairement étrangère. « On a plus de 80 % d'exportations depuis notre naissance officielle, en juin. Notamment du Japon, puisqu'il y a une histoire d'amitié entre les deux pays, et que c'est une culture au Japon. Quand on entre dans une maison, on met de souliers d'intérieur, même pour amener les enfants à l'école. »

« C'est une culture un peu perdue en France », reconnait-elle, tout en espérant reconquérir le cœur du public national.

Et, en matière de renouvellement, certains postes vont être renouvelés assez rapidement. « Il nous faut du sang neuf, affirme la directrice. Pour ces postes, il faut surtout du courage de la passion, du bon goût. De la persévérance et de la motivation. »

Le profil plutôt que les diplômes. « Ce sont des métiers manuels, l'apprentissage est très lent, car il y a un océan entre voir le faire une fois et bien le faire tout seul. » Mais il se réalise au sein de l'entreprise. D'ailleurs, les possibilités d'évolution en interne sont assez importantes. « Nous avons une ancienne piqueuse devenue acheteuse », relate fièrement Estrella Barrientos. « J'ai fait le tour de l'usine », répond, en riant, l'intéressée.

Cyrille Crespy

Par : Rédaction Louviers | (+ La Dépêche Louviers

Économie

Ailleurs sur le web

Auvergne-rhone-alpes : le gouvernement lance des subventions colossales pour vous équiper en panneaux solaires!

Gratuit & Sans Engagement | Sponsorisé

Auvergne-rhone-alpes: L'état finance vos panneaux solaires, c'est le moment de ne plus payer vos factures d'électricité comme avant!

Eco Astuce | Sponsorisé

Vichy: L'Etat isole votre maison pour 1€

Pacte Energie Solidarité - La Référence de l'isolation à 1 € | Sponsorisé

Ailleurs sur le web

Les panneaux solaires dernière génération sont enfin disponibles. Obtenez un rendement jusqu'à 30% supérieur aux panneaux actuels!

Photovoltaique.io | Sponsorisé

Le prix du serrurier à Vichy pourrait vous surprendre

Cholet. Une formation de piquage de chaussures relancée



À droite, Gilbert Mingant, formateur à l'Afpa, intervient auprès de treize stagiaires, qui l'entourent. Au second plan, Guy Canselier, président de Groupement régional de la chaussure. | OUEST FRANCE

Ouest-France Etienne ESTARELLAS. Publié le 20/12/2018 à 20h59

ABONNEZ-VOUS

Près de vingt ans après sa fermeture, l'Agence nationale pour la formation professionnelle des adultes a relancé une formation de piquage de chaussures, à Cholet. Objectif : sauvegarder un savoir-faire et répondre à une demande de fabricants des Pays de la Loire.

Une vaste salle de plus de 50m², du tissu et du cuir empilés sur des plans de travail, des rangées de tables sur lesquelles trônent des machines à coudre... Bienvenue en cours de piquage de chaussures. Quésaco? Le métier consiste à assembler différentes pièces formant une chaussure.

Depuis le début des années 2000, l'apprentissage de la profession, et plus globalement tous les métiers de la chaussure, n'était plus dispensé dans le Choletais. La délocalisation, qui a tiré les prix vers le bas, a forcé de plus en plus d'entreprises à se tourner vers l'étranger. Conséquence : les formations avaient progressivement disparu du paysage français.

« La situation commerciale n'a pas vraiment changé, reconnaît Guy Canselier, président du Groupement régional de la chaussure des <u>Pays de la Loire,</u> un syndical professionnel. Il n'y aurait plus d'entreprises de la chaussure si elles ne faisaient que du « made in France ». »

Pour autant, nombre de fabricants <u>choletais</u> ont conservé une partie de leur production sur place. Certains savoir-faire, tel que le <u>piquage</u> de chaussure, sont menacés de disparition. « **Nous avons fait un inventaire des besoins auprès des entreprises du Choletais, il y a beaucoup de départs en retraite,** explique Guy Canselier. La formation répond aux besoins de maintenir ce savoir-faire sur place et de rajeunir les effectifs. » Selon lui, le <u>Maine-et-Loire</u> représente « 2 500 travailleurs de la chaussure et 30 % de ce qui est fabriqué en France. »

Treize personnes formées

Le Groupement régional de la chaussure a relancé la formation de piquage de chaussures le 12 novembre. L'Agence nationale pour la formation professionnelle des adultes (Afpa) accueille les stagiaires et le Comité professionnel de développement cuirchaussure-maroquinerie-ganterie (CTC) fournit le matériel et cofinance la formation avec Pôle emploi.

Les deux formateurs se sont inspirés des méthodes des entreprises demandeuses : « Ils sont venus voir nos locaux pour savoir comment ça se passait et calquent l'apprentissage sur nos méthodes » , témoigne Anne-Cécile Humeau, la PDG de l'entreprise Humeau-Beaupréau.

Parmi les 35 candidats à la formation – dont deux hommes —, treize femmes ont été retenues. **« Parce que c'est le nombre de besoins actuels »**, justifie le président du syndicat Guy Canselier. Elles ont d'abord étudié les matières et la technologie.

« Une tige en autonomie »



Dès le troisième jour, elles se lançaient sur les machines. « Elles ont appris la fabrication de la refente, qui est le travail de l'épaisseur du cuir, jusqu'à la fabrication de la tige (la partie sur le dessus de la chaussure, N.D.L.R.), développe Marguerite Winling, formatrice CTC de la formation. Elles peuvent réaliser une tige en autonomie. Ce qui compte maintenant, c'est la régularité. » Un travail de longue haleine : « Une piqûre, précise-t-elle, c'est comme le sport ou la musique, ça demande de l'entraînement. C'est un art, ça ne se fait pas du jour au lendemain. »

À compter du 8 février et après onze semaines de formation, les treize stagiaires pourront exploiter leurs nouvelles compétences. Y aura-t-il une deuxième session? « Elle peut être renouvelée selon les besoins. Ou on lancera peut-être une formation de montage » , répond Thierry Voisin, directeur de la gestion du savoir-faire au CTC. Guy Canselier complète : « Il y a un réel besoin sur les 18 mois qui viennent. »





Renault OCCASIONS

RENAULT ST CHAMOND Boulevard de Fonsala 42400 ST CHAMOND





"Voir conditions sur renault-occasions.f

> Hauts-de-France > Lilleactu

+ Rubriques

Et si vous testiez les chaussons bouillotte « made in France » de La Bouillotte magique, cet hiver?

Avec l'arrivée du froid de l'hiver, La Bouillotte magique lance un nouveau produit en décembre 2018 : le chausson bouillotte. Une idée judicieuse, née de la demande des clients.

Publié le 14 Déc 18 à 20:18



Passez l'hiver les pieds au chaud, avec les chaussons bouillotte proposés par La Bouillotte magique. (©La Bouilotte magique)

Il y a quelques mois, nous vous présentions La Bouillotte magique sur Lille Actu. L'entreprise basée à Villeneuve d'Ascq (Nord) et spécialisée dans... la bouillotte, bien sûr, sort un nouveau produit en décembre 2018 : le chausson bouillotte !

A la demande des clients

Nous avons lancé ce produit à la demande des clients, qui souhaitaient avoir les pieds au chaud pour l'hiver! » explique Marie Queyrel, gérante de La Bouillotte magique.

Le principe est simple : les utilisateurs du produit « made in France » n'ont qu'à **mettre leurs chaussons au micro-ondes** pour les faire chauffer, puis savourer la sensation d'être au chaud.

« Comme c'est le tout début, nous proposons une taille standard pour voir ce que ça donne », détaille Marie, précisant que les chaussons disponibles vont aux pieds de taille 36 à 42.

Δd



En noir, en bleu ou en rouge, vous pourrez les tester dès cet hiver 2018, et pourquoi pas l'offrir à Noël?

C'est typiquement un des produits qui est choisi pour offrir à Noël », note Marie.

Et d'ajouter que « les principales clients friands des bouillottes sont les femmes. Les femmes ont froid, ce n'est pas qu'une légende! », sourit la spécialiste.



Le modèle, adapté aux tailles de 36 à 42, est proposé dans plusieurs coloris : en noir, en bleu et en rouge. (©La Bouillotte magique)

Restez au chaud, chez vous ou à l'extérieur

Pour rappel, les produits de La Bouillotte magique proposent une gamme complète, adaptée à plusieurs usages.

Vous pouvez profiter de produits à utiliser chez vous, comme les chaussons, ou les bouillottes électriques, mais aussi dehors.

Les bouillottes à pastilles s'adaptent parfaitement à une utilisation nomade », précise Marie.

L'entreprise propose aussi des vêtements chauffants :

- une veste;
- une écharpe;
- une casquette;
- des gants (une version polaire et une version sport) ;
- des semelles à placer dans les chaussures.

En bref, tout pour ne pas souffrir du froid! Une bonne nouvelle en ce mois de décembre, pendant lequel les températures basses s'installent...

» LIRE AUSSI : [INNOVATION] PRÈS DE FLERS, L'ENTREPRISE KIPLAY INVENTE LE VÊTEMENT DE DEMAIN

Eram se met à la chaussure connectée avec E-vone

PAR LISA HUMEAU - 16 JANVIER 2019 / 10H00

On l'avait aperçue au CES 2018, on l'a retrouvée cette année au même endroit, primée d'un CES Innovation Award dans la catégorie "Tech for a Better World". Zoom sur E-vone, la chaussure connectée dotée d'un système d'alerte qui facilite le quotidien des seniors.

Âgées ou fragilisées, certaines personnes rencontrent des difficultés pour se déplacer. Bien souvent, cela inquiète les proches qui craignent une chute alors que la personne est isolée. Quant à l'individu concerné, la peur de tomber peut engendrer perte d'autonomie et de liberté. Mais tout ça, c'était avant que la chaussure connectée E-vone ne s'invite dans leur quotidien.

Le concept

E-vone, c'est une chaussure qui, en cas de chute de son propriétaire, envoie automatiquement une alerte géolocalisée. Ni une ni deux, ses proches sont prévenus, permettant aux secours d'intervenir rapidement.

Si l'incident survient lorsque l'entourage n'est pas joignable, l'option sérénité propose une plateforme d'assistance téléphonique opérationnelle 24h/24 et 7j/7 permettant à un conseiller spécialisé de traiter l'alerte et d'avertir les secours.

La technologie dissimulée dans la semelle est composée d'un GSM (pour une communication autonome), d'un GPS (pour une géolocalisation ultra-précise), et de différents capteurs (gyroscope, accéléromètre).



Le savoir-faire

Pour rendre la chaussure jolie, pratique, et confortable, E-vone a pu compter sur l'expertise de <u>Eram</u>, entreprise spécialiste des chaussures depuis 1927. Sportives ou plus habillées, à destination des femmes ou des hommes, les chaussures sauront répondre aux préférences de chacun. Et, pas d'inquiétude, le dispositif est complètement invisible.

Les petits +

En plus d'être utile, la chaussure E-vone est écolo. Une partie de ses composants est recyclable, ce qui réduit son impact environnemental. En prime, le produit est 100% made in France, de quoi flatter le drapeau tricolore et favoriser la consommation locale.

CHU d'Angers, Gérontopôle de Nantes, institutions et partenaires experts de la santé et des technologies embarquées, acteurs de l'écoconception... E-vone compte déjà de nombreux soutiens. Le lancement commercial, lui, est prévu dès le printemps prochain.



16 JANVIER 2019 / 10H00





+ Rubriques

Une habitante de Saint-Pierre-des-Ifs veut conquérir le monde avec ses chaussons de luxe

Après avoir travaillé pendant dix dans l'industrie pharmaceutique, Aurélie Varin a décidé de monter son entreprise en créant une marque de chaussons de luxe. Interview.

Publié le 27 Jan 19 à 9:34



Originaire de l'Aisne, Aurélie Varin, âgée de 32 ans, vit à Saint-Pierre-des-Ifs. En juin dernier, elle a lancé la marque « Édith et Marcel » qui propose des souliers d'intérieur de luxe.

L'Éveil de Pont-Audemer. Quitter l'industrie pharmaceutique pour se lancer dans le marché du chausson de luxe, c'est plutôt surprenant ! Expliquez-nous les raisons de cette reconversion professionnelle ?

Aurélie Varin: « L'idée m'est venue il y a un an, pendant le congé maternité de mon troisième enfant. J'ai travaillé dix ans dans l'industrie pharmaceutique, mais je n'y trouvais plus mon compte. J'avais envie de donner du sens à ma vie. Je voulais créer de l'emploi en France et mettre en valeur le **savoir-faire français** pour l'exporter à l'étranger. »

Pourquoi avoir choisi le marché du chausson de luxe?

« Parce que c'est un marché qui n'existe pas. D'ailleurs, je n'aime pas trop le terme « chausson » qui renvoie une image un peu vieillotte. Je préfère parler de **soulier d'intérieur de luxe**. J'ai lancé mon activité en juin dernier en créant la marque « Édith et Marcel » en référence au célèbre couple **Édith Piaf** et **Marcel Cerdan**, ce **couple mythique** des années 1940-1950, qui représente le chic et l'élégance à la française. Ils sont très connus à l'international. »



Les souliers d'intérieur de luxe de la marque « Edith et Marcel » sont fabriqués à l'usine Marco, à Pont-de-l'Arche. (©La dépêche de Louviers – CC)

Devenir le n°1 mondial du soulier de luxe

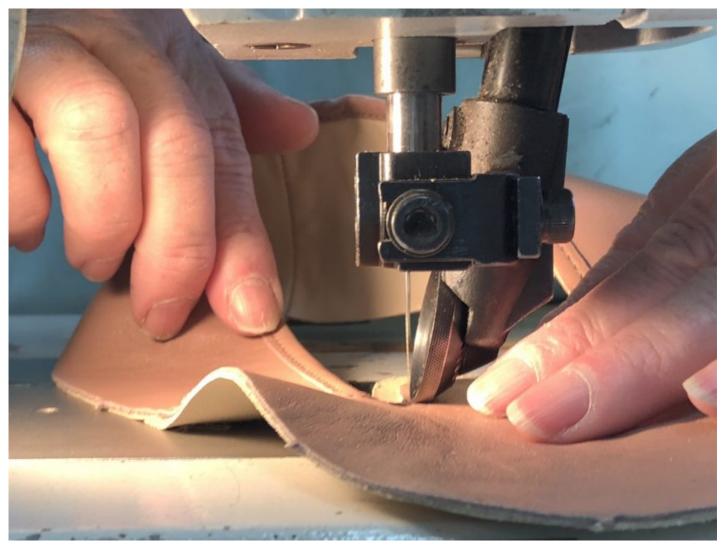
Où sont fabriqués vos souliers d'intérieur?

« J'ai la chance de travailler avec l'usine Marco à Pont-de-l'Arche (Eure). C'est la plus vieille usine de chaussures de France. Elle a été fondée en 1750. Depuis juin 2018, 300 paires de souliers d'intérieur ont été fabriquées et vendues. Ils sont en cuir d'agneau avec une semelle en chèvre velours. Les matières premières

viennent directement d'une tannerie située en **Indre-et-Loire**. La boîte à chaussures est fabriquée en **Sarthe**, le papier de soie vient de **Charente** et les étiquettes d'**Aix en Provence**. Bref, tout est made in France. »

Qui dit luxe dit aussi marché restreint. Quelle clientèle ciblez-vous ?

« En effet, une paire de souliers d'intérieur coûte 249 euros. Le marché du luxe est trop petit en France. Pour vendre mes produits en grande quantité, je m'attelle à trouver des clients professionnels dans le monde entier. Pour l'instant, mon plus gros client est une boutique japonaise. J'ai également des boutiques clientes en **Suisse**, aux **États-Unis** et en France. Mon objectif est de faire de la marque « Édith et Marcel », une référence mondiale dans le soulier d'intérieur de luxe. »



A l'usine Marco de Pont-de-l'Arche, les souliers de luxe sont fabriqués à la main avec minutie. (©Aurélie Varin)

Par : Stéphane Fouilleul | + L'Éveil de Pont-Audemer + Société

LES SABOTS CHICS ET CHAMPÊTRES DE LA MARQUE FRANÇAISE AMARAU



Bon, on vous l'accorde, c'est encore **l'hiver**, et donc la saison des bottes en fourrure, des moon boots et des cuissardes. Mais tout de même, penser déjà à notre **dressing de printemps et d'été** nous remonterait un peu le

moral, non?

Créée en 2017, **Amarau** est une **marque française de sabots**. Pour le printemps 2019, cette marque **100% made in France** a imaginé une collection de 5 modèles aux noms féminins (Ambre, Ariane, Aude, Andréa et Athénaïs), à assortir avec une petite robe d'été!

Réalisées en bois de hêtre et cuir de vachette du Maine-et-Loir par l'un des derniers sabotiers bretons, les chaussures Amarau se déclinent en 5 hauteurs de talons et en 13 couleurs de cuir, afin que chacune d'entre nous trouve chaussure à son pied.

À lire aussi

La Grande Débarque, dégustations gratuites de coquilles Saint-Jacques de Normandie à Paris et jeu

Où faire de bonnes affaires à Paris?

Paddock : Un Outlet géant débarque aux portes de Paris Bons plans de la semaine à Paris du 7 au 13 octobre 2019

Vous avez le choix entre des talons de 9cm, 7,5cm, 6,5cm, 6cm et 4,5cm; et des coloris allant du rose au bleu en passant par le jaune, l'orange, le rouge, le vert, le blanc et le noir.

Mais ce ne sont pas les seules couleurs ! En effet, **Amarau** dévoile, dans cette **collection 2019, 5 nouveaux coloris** : marine, nude, caramel, prune et chocolat.

Alors, vous êtes plutôt mule ou sandales avec brides ? Dans tous les cas, le printemps et l'été 2019 s'annoncent **chics et champêtres** !

Vous pouvez désormais louer vos chaussures avec Bocage!



Avec son nouveau service de location de chaussures, la marque Bocage fait un pas de plus vers une mode responsable. Ce nouveau projet rappelle que l'on peut aimer la mode tout en respectant l'environnement. Focus sur une alternative qui va vous séduire.

Alors que nos garde-robes se remplissent un peu plus chaque saison, jusqu'à atteindre le burn-out, serait-il temps de songer à la location? Si la location de vêtements est déjà répandue, la marque Bocage va encore plus loin et lance son propre service de location de chaussures. On vous explique tout!

Louer ses chaussures avec Bocage

Pour répondre aux besoins de ses clients tout en respectant l'environnement, la marque Made in France Bocage a imaginé un service unique en France.

Le principe est simple. Pour 29€ par mois, vous louez une paire de **chaussures Bocage** (plus de 300 références), pour une durée de deux mois. À la fin de cette période, si vous décidez de rendre votre paire, elle est aussitôt reconditionnée dans les ateliers de la marque, avant d'être vendue à petit prix sur la **plateforme de seconde main**.

Cela permet de **réduire le gaspillage** mais aussi de satisfaire vos envies mode. Avec une nouvelle paire de chaussures tous les deux mois, vous êtes libre d'expérimenter tous les styles, sans craindre les regrets!

La location de chaussures, une bonne alternative

Pour lutter contre la surconsommation actuelle, notamment engendrée par la **fast fashion**, Bocage propose une solution respectueuse de l'environnement sans pour autant frustrer les amoureux de la mode.

Il faut dire que chaque saison amène son lot de nouvelles tendances et qu'il est dur d'y résister! Avec le **service de location Bocage**, on renouvelle notre shoesing tous les deux mois sans pour autant l'encombrer (ou se ruiner). Chaussures à talons, mocassins, espadrilles compensées, vous n'avez plus qu'à faire votre choix. Pas de frustration : l'offre est disponible sur toute la collection Bocage.

Trouver la paire de chaussures de ses rêves, à petit prix et en respectant la planète : la combinaison est gagnante!

Comment la charentaise, made in Sud-Ouest, est devenue tendance

Le petit chausson, qui a opéré une vaste stratégie de reconquête, veut maintenant chausser les hipsters.

Par Valentin Etancelin



INSTAGRAM @ETS RONDINAUD

MODE - C'est une victoire pour la plus célèbre des pantoufles françaises. À compter de ce vendredi 29 mars, la charentaise peut être sereine. Elle bénéficie désormais de la protection d'une "indication géographique", une homologation qui couvre sa fabrication dans une aire limitée à la zone Charente-Périgord.

Signe de qualité, de notoriété ou de savoir-faire traditionnel, le label se matérialise par l'apposition d'un petit logo sur le produit, accompagné du nom de l'indication et de son numéro d'homologation. D'autres avant elles en ont déjà bénéficié, à l'instar de la porcelaine de Limoges, du grenat de Perpignan ou du granit de Bretagne.

Mais pour le petit chausson, cette labellisation est décisive. Depuis son redressement judiciaire, en 2018, et le regroupement avec trois autres des grandes maisons de la

région sous le nom de La Manufacture Charentaise, le célèbre fabricant Rondinaud a bien l'intention d'en finir avec l'image ringarde de la pantoufle, longtemps associée à nos grands parents.

Un produit français

La charentaise veut être à la mode. Elle veut plaire aux jeunes, dans l'Hexagone et ailleurs dans le monde. Pour ce faire, l'entreprise a mis en place une stratégie bien rodée. À commencer par sa politique "made in France". "Nous on refait des charentaises comme au début du siècle", renseigne Pierre Rondinaud, responsable de la société, au micro de TF1.

Dans son usine de Rivières, en Charente, on produit ladite pantoufle "à l'ancienne", avec un matériel folklorique et complexe à manipuler. Leurs employés utilisent ce qu'on appelle une chèvre, un outil typique qui permet de retourner la charentaise. Une exigence à laquelle les Français sont de plus en plus sensibles.

Plaire aux jeunes

Mais pour ça, encore faut-il que tout le monde s'y retrouve. Pour attirer les jeunes, Rondinaud mise sur la nouveauté. "Si le best-seller de la maison est le motif écossais, [l'entreprise] utilise également [...] des tissus argentés, à pois ou à rayures", renseigne <u>Le Parisien</u> en visite à Rivières.

Une démarche qui s'est récemment accompagnée de collaborations avec certaines enseignes très prisées, comme La Pantoufle à Pépère, Princesse tam.tam, Saint James et même Le Slip Français. "S'associer avec des marques dites 'cools', ça nous apporte cette notoriété auprès de cette cible, les hipsters", concède Pierre Rondinaud.

Un mode de vie serein et confortable

Sur son compte Instagram, l'entreprise, qui compte plusieurs milliers d'abonnés, cultive l'esthétique confortable de ses chaussons. On se voit les porter au coin du feu dans son rocking-chair, un livre dans une main, une infusion à la verveine dans l'autre.

La charentaise devient alors un élément clé du <u>hygge</u>, cet art de vivre danois enclin à la sérénité et au calme qui cartonne depuis plusieurs années chez nous.

Et ça marche. Les ventes s'envolent. Environ 500.000 paires du modèle traditionnel sont fabriquées par an par les entreprises de la Manufacture de la Charentaise, pour un

chiffre d'affaires de 5,2 millions d'euros en 2018, rapporte l'AFP. Comme quoi, la charentaise ne compte pas s'arrêter là.



Le groupe Eram ouvre un magasin d'usine dans son berceau de Montjean-sur-Loire



Par Marion Deslandes
18 mars 2019

Capitalisant de plus en plus en termes de communication sur son ancrage dans le Maine-et-Loire, le groupe Eram se dote d'un premier outlet au sein de son site de production de Montjean-sur-Loire. En service depuis 1927, ce lieu de conception et de fabrication produit des souliers made in France pour les différentes marques du groupe (Bocage, Montlimart, Eram, Mellow Yellow...), mais crée aussi ses propres produits pour des marques tierces.



Le bâtiment est situé rue Albert-René Biotteau, qui est le fondateur d'Eram - La Manufacture

Ces différents modèles seront vendus à prix d'usine dans un espace de vente de 100 mètres carrés qui ouvrira précisément ses portes le 20 mars, au sein même de ce site baptisé La Manufacture 49 depuis 2016. « Il s'agit de paires fabriquées ici et issues

des précédentes collections des marques du groupe, mais aussi des modèles que

nous développons en inte Tricard, responsable marl France Garantie.

INSCRIPTION

Je désire recevoir gratuitement et quotidiennement FashionNetwork.com, la newsletter des professionnels de la mode, du luxe et de la beauté.



L'espace de vente s'étend sur 100 mètres carrés - La Manufacture

Employant 170 personnes, le site, situé à une vingtaine de kilomètres de Saint-Pierre-Montlimart, où se trouve le siège du groupe, est équipé d'un bureau d'études assurant la création et le développement de chaussures pour d'autres entreprises de mode, dont l'enseigne du groupe Etam 1.2.3, récemment rebaptisée Maison 123.

Une activité qui tend à prendre de l'ampleur. « On constate une appétence grandissante pour le made in France, du côté des consommateurs comme des entreprises. L'objectif est d'aller chercher des marques plus haut de gamme et de

générer 50 % de notre activité grâce à ces clients hors groupe (contre 30 %

actuellement) », indique V salon lors du prochain rer Temple à Paris, les 3 et 4 a

INSCRIPTION

Je désire recevoir gratuitement et quotidiennement FashionNetwork.com, la newsletter des professionnels de la mode, du luxe et de la beauté.

Par Marion Deslandes

Tous droits de reproduction et de re © 2019 FashionNetwork.com

Sur le Web, Crespin veut ranimer la chaussure made in France

BRUNO ASKENAZI Le 28/03 à 07:00

Les chaussures de la marque Crespin sont fabriquées par quatre entreprises de la chaussure traditionnelle situées à Cholet, dans les Pyrénées-Atlantiques et à Paris. - crespin-paris.com

Pour pratiquer des prix abordables, la marque de chaussures haut de gamme pour hommes Crespin Paris s'est focalisée sur la vente en ligne. L'entreprise envisage toutefois de faire évoluer son modèle de distribution pour toucher une clientèle plus large.

C'est à Dubaï que **Vincent Albouze**, consultant chez un éditeur de logiciels pour le secteur financier, a eu l'idée de créer, avec deux amis expatriés, une marque française de **chaussures pour homme haut de gamme**. **Crespin**, du nom du saint patron des cordonniers, était né. L'activité démarre en France en mars 2016 avec une campagne de <u>financement participatif sur Ulule</u> qui permet de collecter 30.000 euros. La trentaine de modèles est fabriquée par quatre entreprises de la chaussure traditionnelle situées à Cholet (49), dans les Pyrénées-Atlantiques et à Paris.

Economiser sur la distribution

L'ambition des créateurs de Crespin ? Faire revivre un savoir-faire français de la chaussure de qualité. Le défi n'est pas mince. Pour se faire une place sur un marché dominé par des acteurs aussi réputés que Weston, Church's ou Berluti, la jeune pousse a vite renoncé à passer par des accords de distribution. La marge prise par les magasins ne permet pas d'afficher des prix compétitifs. De fin 2016 à début 2017, une incursion a d'ailleurs été tentée dans le concept store parisien La Garçonnière . Les résultats n'ont pas été à la hauteur des attentes. A Dubaï, la marque avait pourtant obtenu un petit succès aux Galeries Lafayette locales. Mais la clientèle des émirats n'est pas celle du Marais.

Lire aussi :

Ouvrir un corner en grand magasin : les retours d'expérience de 3 start-up

De gauche à droite, Vincent Albouze, Sébastien Bréau et Benjamin Marceau, les fondateurs de la marque de chaussures haut de gamme pour hommes Crespin. - crespin-paris.com

Le modèle de distribution adopté ? Tous les produits sont vendus sur le site Web de l'entreprise, sans intermédiaire. Ce qui permet de pratiquer des **tarifs attrayants pour ce niveau de qualité**, soit 450 euros pour la majorité des modèles. Par comparaison, une paire de Weston coûte entre 600 et 900 euros. « Le canal Internet, décliné en version anglaise, est une bonne vitrine qui permet de toucher de nombreux clients à l'international », constate Vincent Albouze. En complément, Crespin donne la possibilité à la clientèle parisienne de prendre **rendez-vous pour toucher et essayer les modèles** de son choix. Le rendez-vous a lieu au domicile de l'internaute ou dans un salon loué par l'entreprise. Cette démarche concerne 20 % des clients. « Mais ces derniers sont déjà presque convaincus avant d'acheter. Le taux de transformation dépasse les 90 % », précise le cofondateur.

Lire aussi :

Juliette Levy (Oh My Cream): « Plus facile de rentabiliser un magasin qu'un site web! »

Deux tests de vente physique en projet

Avec environ **25.000 euros de chiffre d'affaires** réalisés en 2018, l'activité ne permet toujours pas aux associés d'en tirer des revenus suffisants et de s'y consacrer à plein temps. Si Crespin est maintenant connu des passionnés de belles chaussures, la marque est ignorée de nombreux acheteurs potentiels. Pour donner un coup d'accélérateur au business, Crespin a pour projet de <u>tester la vente à domicile</u>, comme le font des marques de lingerie ou de bijoux. Des « ambassadeurs » du chausseur made in France iraient présenter les produits directement au domicile de particuliers ou dans certaines entreprises pour toucher une clientèle plus large. En outre, une <u>boutique</u>

<u>éphémère</u> pourrait voir le jour. La marque a besoin d'aller chercher les clients chez eux et dans la rue. En attendant, pour renforcer les fonds propres et communiquer autour de nouveautés, une **nouvelle campagne de financement participatif** est envisagée dès cette année.

yoursen a monneur

Par Inès Bienvault | LE 04 JUIN 2019
Advertisement

You can close Ad in 3 s

Implanté dans le nord de la France, à Illies, la Fabrique des pieds propose des piètements au goût du jour et durables pour customiser ses tables. En associant savoir-faire et créativité, l'entreprise Made in France propose un large éventail de modèles sur-mesure.

Il y a deux ans, Florent Demars a décidé de s'attaquer à la pauvreté du choix des piétements de table. « A l'époque, on ne trouvait que de vulgaires tubes en aluminium brossé dans les grandes surfaces de bricolage. J'ai voulu utiliser des matériaux locauxet de qualité, pour proposer des modèles à un prix raisonnable. » L'entrepreneur nordiste lance donc sa propre marque. Et ses pieds en acier aux lignes sobres et résistantes cartonne. Après plus de 20 000 modèles écoulés, son entreprise compte désormais une dizaine de salariés qui façonnent intégralement chacun des modèles proposés. Et il voit plus grand pour les années à venir : « Nous souhaitons doubler notre capacité de production d'ici 2021! »

Pour ce faire, la Fabrique des pieds s'appuie sur un modèle industriel solide : « Quoi de plus simple que de dessiner, prototyper, façonner, souder, assembler, peindre et expédier depuis notre unique atelier dans le nord de la France ? », clame Florent.





Pied épingle renforcé 110 cm et plateau en bois en guise de table d'extérieur. Laurent DEPLA

La Fabrique des pieds propose ainsi des produits artisanaux qui permettent de personnaliser son intérieur. A l'heure où le mobilier grand public s'enferme dans une certaine standardisation, elle permet de changer régulièrement le style de ses tables sans se ruiner. Le credo de l'entreprise se résume ainsi : « La décoration est à la maison ce que le pied est au meuble. » De cette manière, la Fabrique limite également l'impact environnemental qu'engendrent les modes dans l'ameublement.



Collection IMAGINE: rangements sur-mesure pour optimiser l'espace

Gautier présente IMAGINE, sa nouvelle collection de rangements pour toute la maison 🏦 En bonus : 1 500 € de bon d'achat à gagner !

En partenariat avec Gautier





A gauche, table d'intérieur avec un grand pied circulaire pour 5-6 personnes. A droite, pied central circulaire pour 4-5 personnes.

Laurent DEPLA

La marque ne cesse de renouveler ses collections et propose régulièrement de nouveaux modèles. La saison estivale qui s'amorce met ainsi en lumière « Tulipe », une collection qui permettra de fabriquer des tables de jardin et des mange-debout pour les soirées d'été, à retrouver sur leur site internet en cliquant ici.





Issu de la collection été 2019, le pied Tulipe. *Laurent DEPLA*

Le Soulor propose ses chaussures dans une agence immobilière à Biarritz



Associés à la reprise d'un atelier de chaussures du Béarn (à Pontacq), Stéphane Bajenoff, ex-responsable régional golf chez Decathlon et à la tête de sa marque d'accessoires de golf Backskin, et Philippe Courraché, ex-pro de l'industrie agro-alimentaire, relancent en 2017 les ateliers et la marque Le Soulor, fondés en 1925. Deux ans après la reprise et l'ouverture d'une première adresse à l'enseigne à Pau, les associés prennent pied à Biarritz, au 2, rue d'Alsace. Il s'agit ici d'un emplacement pour le moins atypique puisque la marque a élu domicile au sein des locaux d'une agence immobilière, Carmen Immobilier, le réseau ayant décidé d'ouvrir ses portes à des artisans locaux pour générer du trafic.



La boutique Le Soulor à Biarritz

« Une initiative originale, explique Stéphane Bajenoff, destinée à accélérer notre rayonnement dans le Sud-Ouest, et aussi à augmenter la fréquentation du réseau d'agences Carmen, d'autres agences étant invitées à partager leur surfaces avec d'autres artisans locaux ».

Le nouvel espace est prévu dans un premier temps pour six mois. Sur les 15 mètres carrés alloués à Le Soulor seront présentées ses dernières collections de chaussures, celles de randonnée (les best-sellers de la maison), et toute la gamme de chaussures de ville réalisée autour du savoir-faire phare de la maison, le cousu norvégien.

Lancée sur fonds propres à ses débuts, l'entreprise a rapidement bénéficié d'une exposition médiatique liée à son positionnement made in France qui lui a valu le soutien de sept actionnaires privés. « Une étape nécessaire pour aller à la conquête d'une clientèle plus urbaine et au développement de collections moins rustiques ».

Une approche commerciale qui sort des sentiers battus

Présente au salon du Made in France et au Salon de l'agriculture, la marque Le Soulor privilégie les points de vente et collaborations atypiques. Elle est ainsi vendue à Paris au sein d'une librairie du XXème ou encore dans l'atelier de cordonnerie A la ville, à la Montagne. Par ailleurs, une collection capsule a été imaginée pour le palace parisien L'Hôtel de Crillon et une prochaine sera lancée avec la marque de bérets Laulhère. A la mi-septembre, Le Soulor s'invitera pendant quatre semaines dans la boutique du 14-16 rue du Faubourg Saint-Honoré où elle proposera un modèle inédit mi-cuir, mi feutre de béret.

Enregistrant de bons résultats — des 300 paires de chaussures vendues en 2017, les fondateurs espèrent atteindre les 2 500 fin 2019 -, Stéphane Bajenoff et Philippe Courraché pensent au marché asiatique (Japon, Hong Kong) pour accélérer leur développement, « une marche qu'il faut envisager progressivement, notre force de production actuelle ne pouvant répondre à la demande ».

En attendant, la société, qui compte douze employés, mise sur l'innovation pour se faire remarquer, des modèles hybrides « ville et randonnée » étant en réflexion.

Par Chenu Alexis

Tous droits de reproduction et de représentation réservés. © 2019 FashionNetwork.com

La Botte Gardiane s'invite à Lyon!

20/08/2019 | BUSINESS NEWS | 0 |



Photos DR

Facebook

LinkedIn

Créée en 1958 dans l'arrière-pays gardois, la Botte Gardiane connait un âge d'or pendant 3 décennies avant de déposer le bilan en 1995. Un seul homme, **Michel Agulhon**, croit au savoirfaire unique de cette entreprise. Une folie pour l'époque où le terme « Made In France » n'évoque rien pour le grand public.

Mais c'est véritablement sous l'impulsion de la 2ème génération (**Antoine**, **Julien** et **Fanny**) que La Botte Gardiane va connaitre son véritable essor. Revendue sur les 5 continents, de New-York à Singapour en passant par Tokyo ou Séoul, la marque développe sa gamme de produit et le service client : Plus de 220 modèles de bottes, bottines, sandales, chaussures sont proposés avec un service de personnalisation et de sur-mesure.

Ainsi, le client peut sélectionner son cuir parmi un choix de 110 coloris et textures, avec différents types de semelles, la possibilité de mixer les couleurs ou encore d'adapter le chaussant à la forme du pied. Le savoir-faire de l'entreprise est reconnu par l'obtention du label Entreprise du Patrimoine Vivant en 2007 que l'entreprise est l'une des premières à obtenir en Languedoc Roussillon. C'est aujourd'hui l'une des seules entreprises françaises qui fabriquent encore tout dans son atelier.

En 2018, pour ses 60 ans, La Botte Gardiane se pare d'un nouvel écrin. Un projet ambitieux de plus de 28 mois qui permet à l'enseigne de se doter d'un magnifique espace de travail à l'image des produits qu'elle confectionne. Construit selon la norme RT2012 qui vise à limiter les consommations d'énergie, ce nouvel atelier est aussi une vitrine de son savoir-faire.



Une nouvelle boutique dans le carré d'or

Après avoir investi Paris (dans le Marais et rue de Charonne dans le 11ème), La Botte Gardiane a choisi l'ancienne capitale des Gaules pour sa première boutique en région. C'est donc en plein centre de Lyon, dans le fameux carré d'or, au 6 rue confort plus exactement, que la marque a élu domicile.

Cette rue entièrement piétonne est idéalement placée, à deux pas de la place Bellecour, entre l'Hôtel Dieu et la place des jacobins mais suffisamment éloignée des artères mass-market, aux enseignes sans saveur. En harmonie avec le nouvel atelier, la boutique et ses 45m² de surface de vente offre une belle hauteur sous plafond et l'usage de matières naturelles brutes reflète une vision moderne de La Botte Gardiane.

L'ambiance se veut simple et chaleureuse, grâce à l'utilisation de son cuir emblématique sur les banquettes ainsi que dans certains détails audacieux du mobilier. La présentation épurée, semblable aux intérieurs des cabanes de gardians, se fait discrète pour laisser la part belle aux produits. Cela permet aux modèles des années cinquante et aux dernières créations de se côtoyer en parfaite harmonie.

6, rue Confort - Lyon 2 - Tel 04 37 57 68 09

Voici la paire de chaussures que le monde envie aux Françaises



Voici la paire de chaussures que le monde envie aux Françaises ©Bertrand-Hillion Marie-Paola/ABACA

Adoptée par une célèbre it-girl française, cette paire de chaussures « made in France » est convoitée à l'étranger. Et on valide.

En matière de mode et de beauté, la France fait l'objet de bien des convoitises. Ce n'est pas une surprise! La scène internationale érige l'Hexagone en tête du podium de l'élégance, du bon goût et du raffinement. Une réputation forgée par bon nombre d'icônes, ainsi qu'une poignée de Maisons historiques, au savoir-faire artisanal, qui œuvrent à sublimer la femme sous toutes les coutures. Mais nos voisins européens rivalisent aussi de virtuosité, à l'instar de Copenhague. La capitale danoise devenant ainsi un épicentre de la mode avec sa Fashion Week et ses marques minimalistes. Et si les it-girls Nordiques se créent une place de choix dans le milieu, les Françaises restent toujours enviées et adulées pour leur style effortless chic. Aucun excès dans leur allure. Tout est dans la mesure pour perpétuer le mythe de « La Parisienne ». Alors oui, vu de l'extérieur cela fait beaucoup de poncifs et une bonne

dose de chauvinisme... Mais l'œil aiguisé de « Who What Wear » envie une tendance propre aux Françaises en matière de chaussures. En ligne de mire du magazine britannique ? Jeanne Damas et ses paires de sandales à talons.

Une chaussure 100% française

Un brin vintage, entre les babies et l'escarpin ouvert, Jeanne Damas jette tantôt son dévolu sur des Vanessa Seward, tantôt sur des Michel Vivien. Les points communs de ces <u>sandales à talons</u>? Elles se composent d'une bride qui entoure la cheville et de lanières qui dévoilent délicatement le pied. Audacieux et glamour, ces souliers se parent d'un cuir gold, argenté ou mat pour une allure romantique et casual. Preuve en est, Jeanne Damas, associe sa paire de sandales à des looks décontractés ou plus sophistiqués. Avec un jean blanc, un tailleur noir ou une robe fleurie, la créatrice de Rouje est toujours bien chaussée.

Passé par les maisons Dior, Lanvin et Saint Laurent, <u>Michel Vivien</u> a lancé sa marque éponyme en 1998 et la décrit comme telle : « La sobriété est mon point d'orgue. J'essaie d'équilibrer les femmes dans ce fou déplacement qu'est de monter sur des talons. J'opère en me fiant à mes envies. Mon style est intemporel, je traverse joliment les saisons. »



Et si vos baskets sauvaient l'Océan ? Découvrez Corail, les sneakers Made In France, 100% végans et 100% recyclables fabriquées à partir des bouteilles plastiques échouées dans nos mers et océans !

Si vous ne connaissez pas encore <u>Corail, la basket qui sauve l'océan</u>, c'est peut-être le moment de la découvrir! Elle est disponible en précommande sur une campagne de crowdfunding <u>Ulule</u> jusqu'au 15 Octobre à un prix d'ami...

Non seulement ces <u>baskets</u> sont jolies mais en plus elles sont fabriquées à partir d'un matériau dont tous les océans du monde aimeraient se débarrasser : les <u>bouteilles</u> <u>plastiques</u> échouées dans nos océans, qui mettent des années, voire des siècles pour se désintégrer et dont les **micro-particules** se retrouvent malheureusement dans l'estomac des poissons que nous mangeons ! Une invention **Made In France** intelligente et salutaire ! Présentation.

A lire également : PlasticRoad, le plastique qui pollue les océans bientôt recyclé en routes

A l'occasion d'un voyage à Marseille, les fondateurs de Corail, *Paul* et *Alexis* ont été confrontés à une réalité bien différente des images de cartes postales : l'invasion des <u>déchets plastiques</u> sur les côtes de la cité phocéenne. Et ils ont décidé d'**agir pour la planète**.

Vidéo : Corail – La Basket Qui Sauve L'Océan

Concrètement il faut 8 bouteilles en plastique pour créer une **basket Corail**. Les bouteilles plastiques sont récupérées par des pêcheurs marseillais, elles sont ensuite transformées en granules, puis en fils, puis en tissu et enfin <u>assemblées en basket</u>.

Le résultat donne une basket style sneaker très sympa, qui plus est <u>végan</u>, anti-odeur et **100% recyclable** évidemment. Tous les éléments de la basket (semelle, lacets, doublure, renforts) sont fabriqués à partir du même matériau : les bouteilles plastiques !

La Corail rencontre un franc succès sur Ulule puisque plus de **1200 préventes ont été réservées contre 300 attendues** pour lancer la production. Elles sont disponibles au prix de 99€ (au lieu de 120€), du 35 au 47 et existent en plusieurs coloris (bleus, roses, blanches, vertes...) Les initiatives comme celles-ci sont primordiales pour la planète, et on ne doute pas une seconde du succès de ces Corail, tant au niveau économique qu'écologique. Des gens qui se bougent pour **sauver notre planète**, on ne pouvait pas ne pas vous en parler!

Crédit photo : Corail

UBAC, la basket made in France en laine recyclée fête ses un an

MIT IL Y A 3 SEMAINES



La basket made in France en laine recyclée fête ses un an avec une nouvelle collection au confort renforcé toujours aussi douces pour les pieds et l'environnement! <u>Ubac</u> dévoile une nouvelle collection de baskets, toujours fabriquées en France à partir de laine recyclée, une matière douce, respirante et résistante à l'eau.

Cette nouvelle collection propose une version encore plus confortable grâce à un maintien optimisé. La semelle intérieure est désormais amovible et constituée de papier de liège recyclé. Quant aux lacets, ils sont issus de bouteilles de plastique recyclées.

La marque offre également un plus large choix de couleurs avec 8 teintes tendances du Bordeaux Grenache au Vert Forêt en passant par un Jaune Pop Corn. Pour elle, pour lui et pour former de belles familles, la basket reste mixte (du 36 au 47).

La fabrication en France continue de valoriser notre artisanat avec pas moins de 7 partenaires français au savoir-faire d'excellence mobilisés. Enfin, la marque poursuit son action en faveur de la reforestation avec l'opération 1 paire achetée = 1 arbre planté grâce à un partenariat avec l'association Reforest Action. En 2018, plus de 2000 arbres ont été planté grâce à cette action en Amazonie péruvienne. Coté prix, le modèle est vendu 110 euros, livraison offerte.

L'authentique charentaise de Charente dans un mauvais pas

AU COIN DU FEU La Manufacture charentaise, dernière entreprise locale, cherche un repreneur

20 Minutes avec AFP Publié le 26/10/19 à 16h51 — Mis à jour le 27/10/19 à 16h11



D'authentiques charentaises produites en Charente. (archives) — GEORGES GOBET / AFP

Moins d'un an après avoir obtenu un label qui garantit son savoir-faire, la charentaise de Charente est dans un mauvais pas : La Manufacture charentaise (LMC), dernière fabrique dans le département de la célèbre pantoufle, symbole traditionnel de confort et de soirée au coin du feu, cherche un repreneur. Les 108 salariés de LMC à Rivières, au nord-est d'Angoulême, devraient être fixés sur leur sort très prochainement, avec néanmoins la quasi-certitude de la perte « colossale », selon une source syndicale, de près des deux tiers des emplois.

L'entreprise, placée en redressement judiciaire le 25 juillet dernier, fait l'objet de trois offres sérieuses de reprise mais la plus optimiste en termes d'emplois n'en reprendrait que 38. Les trois dossiers sont ceux des Tricots Saint-James, de Pascal Becker, ex-cadre supérieur du groupe suisse Givaudan (parfums et arômes), et d'un duo d'investisseurs parisiens Stéphane Collaert et Thierry Le Guenic, repreneurs de Chevignon.

Changement de stratégie hasardeux

Présidée par Renaud Dutreil, ex-ministre du gouvernement Raffarin, qui détient la moitié des parts, LMC est le fruit du regroupement en 2018 de quatre fabricants des célèbres chaussons charentais, qui réalisaient un total de 13 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel. Selon une source proche du dossier, la société a depuis presque divisé par deux ce chiffre et enregistré une perte nette pour les quatre premiers mois de 2019 de près de 700.000 euros, une situation notamment due à des problèmes de direction et de « mauvais choix de commercialisation ».

PUBLICITÉ

L'entreprise, qui s'est tournée vers le haut de gamme, aurait trop rapidement abandonné ses ventes traditionnelles en grande surface. Renaud Dutreil s'est refusé à tout commentaire, en évoquant un processus de reprise « avec comme principal objectif la préservation du patrimoine de savoir-faire de l'entreprise ».

Charentaises « relookés »

« Le produit ne va pas s'arrêter », tempère Alexandre Bataille, président de l'Association pour la promotion de la charentaise (APC) chargée de gérer l'« indication géographique » délivrée le 25 mars de cette année par l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi). Demander le label qui protège la « charentaise de Charente-Périgord », « c'était avec l'idée de dire, le "Made in France", c'est de la qualité, certes un peu plus cher mais on mise sur la technique et le savoir-faire pour les revaloriser », dit-il.

Car la charentaise, dont les modèles sont « relookés », « a le vent en poupe », assure-t-il, « avec une clientèle de plus en plus jeune. On est dans le cocooning, un peu bobo et écolo », poursuit Alexandre Bataille, président de Fargeot qui fabrique des charentaises, mais à Thiviers, en Dordogne.

La deuxième vie des chaussures Free Lance

08h00, le 11 octobre 2019

Par Sylvie Andreau

PREMIUM La marque de chaussures Free Lance, lancée dans les années 1980, compte sur une production made in France, pour renouer avec la croissance.



Au sous-sol de l'usine vendéenne, un musée retrace l'histoire de la production des chaussures Free Lance. (Nicolas Marques pour le JDD)

Partager sur:

Suspendues à des crochets, dans une salle grillagée et fermée à double tour, les peaux de python annoncent la couleur. La maison Free Lance a fait de leur travail et de celui des plus beaux cuirs, pleine fleur ou gras, sa marque de fabrique. Elle est l'une des dernières, au cœur de la Vendée, à continuer à produire dans ses ateliers les bottines et les escarpins qui font sa renommée depuis 1980. En France, sa trentaine de magasins, à l'étranger, ses revendeurs russes et japonais, assurent toujours un chiffre d'affaires proche de 35 millions d'euros. Mais la marque peut beaucoup mieux faire, estime son nouvel actionnaire Xavier Marie.

Du luxe accessible et à la française

Le fondateur de Maisons du Monde a déjà racheté la griffe de prêt-à-porter Paule Ka et surtout les cachemires Bompard. Free Lance sera le troisième pilier de ce nouveau groupe du luxe accessible à la française. Pour piloter sa relance, l'Italienne Camilla Schiavone, ancienne patronne du chausseur Roger Vivier et de la maison de haute couture Schiaparelli, a rejoint le groupe avant l'été. Chaque semaine, elle prend la direction de La Gaubretière, à une heure de route d'Angers.

Dans la région, la petite commune de 2.000 âmes est connue pour son magasin d'usines où le prix des chaussures Free Lance tombe sous la barre des 200 euros contre 500 à 600 en magasin. De l'autre côté de la rue, les ateliers du chausseur cultivent la discrétion.

Une histoire de famille

Leur histoire commence en 1870, quand un cordonnier de talent, Jean-Baptiste Rautureau, transforme son échoppe en - manufacture. Cent ans plus tard, la marque pour enfants Pom d'Api fera la fortune de la famille. Dans les années 1980, les frères - Rautureau, petits-fils de Jean-Baptiste, créent Free Lance. Les victimes de la mode vont vite s'enflammer pour les modèles chics et décalés des Vendéens.

Aux côtés de Free Lance, pour les femmes, la marque Jean-Baptiste Rautureau se fait un nom dans la mode masculine. Elle vient d'entrer au musée Grévin aux pieds du chanteur Soprano. No Name impose ses tennis à plateforme, pendant que Schmoove séduit les jeunes. Il y a deux ans, les frères Rautureau se décident enfin à tourner la page. Mais aussi à donner une nouvelle chance aux marques qu'ils ont portées jusque-là.

150 opérations nécessaires pour fabriquer une chaussure

Patrick Colin, le directeur de l'usine débauché de l'autre grand chausseur français, Clergerie, a pris l'habitude de descendre au sous-sol de l'usine pour s'imprégner de l'esprit maison. Des exemplaires de chaque collection se serrent sur les hautes étagères de la réserve. Des milliers de modèles dont des pièces iconiques, de la mule à pompons aux boots de motard qui confirment l'impressionnant foisonnement créatif de Free Lance ces quarante dernières années.

Dans les ateliers, il avoue avoir été surpris par le niveau d'expertise des 60 salariés. Sélection des peaux, découpe, piqûre, montage, bichonnage... La majorité d'entre eux répètent depuis près de trente ans les mêmes gestes. Le niveau de qualité visé par Free Lance nécessite la maîtrise des quelque 150 opérations nécessaires à la fabrication de chaussures.

Continuer à croître sur un marché inondé d'importations

Les Rautureau ont ainsi limité au maximum le recours à des sous-traitants du bassin méditerranéen ou chinois. La plupart des dizaines de pièces qui composent une chaussure sont made in Vendée, comme ces tiges faites d'une seule pièce, ou ces techniques de montage qui permettent de limiter l'usage de la colle. Le chaussant y gagne en souplesse. Une pâte de liège est même passée sur la première de montage pour assurer encore plus de confort... "La transmission de ce savoir, dans un bassin d'emploi qui ne connaît quasiment pas de chômage, est aujourd'hui notre principal problème", reconnaît Patrick Colin. Pour Camilla Schiavone, la difficulté est de continuer à croître sur un marché saturé de tennis (sneakers) et inondé d'importations.

"Maîtriser notre production nous permet d'approvisionner rapidement notre réseau et d'avoir un niveau de qualité avec lequel des sous-traitants peuvent plus difficilement rivaliser", reconnaît Camilla Schiavone. Entre le travail sur les collections et un coup de neuf dans les magasins, elle assure pouvoir doubler le chiffre d'affaires en cinq ans.

VINCENT CHARBONNIER

PUBLIÉ LE 13/10/2019 À 16H30



Evvo, raquette à neige développée par MPI

© MPI

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN FLIPBOARD EMAIL

C'est une raquette à neige qui se chausse comme une basket et se comporte comme un pneu. Pour la concevoir, Martin Plastiques <u>Innovation</u> (MPI) est parti des pratiques de randonneurs et sportifs et des observations de podologues et de biomécaniciens.

Après dix-huit mois de développement et un test grandeur nature auprès de 400 pratiquants, l'entreprise a mis au point une raquette plus ergonomique, plus légère, plus confortable thermiquement et moins bruyante. Davantage tout-terrain. La coopération avec <u>Michelin</u> a été essentielle pour créer une semelle en caoutchouc et une géométrie de crampons spécifiques. Sept brevets ont été déposés.

"Nous restons sur les codes de la chaussure", assure Olivier Reboullet, le responsable innovation de la marque Evvo, qui s'est entouré de trois designers et du cabinet SCDesignCo. Evvo représente une évolution majeure pour MPI (plus de 12 millions d'euros de chiffre d'affaires, 100 salariés). C'est le premier produit du domaine du sport conçu et fabriqué par ce sous-traitant spécialisé dans l'injection plastique, plus habitué aux coques de compteurs Linky. Produit 100 % made in France, cette raquette en thermoplastique recyclable fait appel à des sous-traitants régionaux. Son assemblage est réalisé dans l'usine de Bourg-Argental (Loire) de MPI. Commercialisée depuis décembre 2018 au tarif de 200 euros, elle vise les seniors, les accompagnateurs de randonnée, les professionnels du tourisme. Un partenariat a été conclu avec VVF pour équiper ses villages et la gendarmerie de la Loire chaussera ces raquettes l'hiver prochain. MPI compte aussi démarcher les pays scandinaves, le Canada, la Suisse, l'Autriche et le Liban.

[En images] Le site de production d'Éram lance sa gamme de chaussures recyclables et Made in France

RÉMI AMALVY PUBLIÉ LE 12/10/2019 À 11H00

MAGES A Montjean-sur-Loire (Maine-et-Loire), La Manufacture 49, usine réalisant déjà la production du groupe Éram, lance Sessile, sa marque de chaussures Made in France et "éco-conçues". Aidée par une campagne de financement participatif Ulule, elle prévoit les premières livraisons pour la fin d'année.



Les chaussures lancées par La Manufacture 49 pour Éram sont issues de composants utilisés

© La Manufacture 49

SUR LE MÊME SUJET



[L'industrie c'est fou] Une designer hollandaise recycle des chaussures Adidas en tapis



Adidas lance une paire de baskets entièrement recyclables



La Cité de la chaussure prend pied à Romans

OFFRE ÉQUIPEMENT OU SERVICE

Chariot Latéral Éléctrique Multidirectionnel | HUBTEX

Découpe du textile ultrason | MECASONIC (SOUDURE THERMOPLASTIQUES)

Tunnel de séchage TUN-3000 | BRAUMAT

Machines textiles et machine pour l'habillement

En partenariat avec L'EXPO

BESOIN D'AIDE ?

Nos experts trouvent pour vous

TWITTER FACEBOOK LINKEDIN FLIPBOARD EMAIL

Étes-vous prêts à débourser 120€ pour une paire de baskets Made in France et recyclables ? La Manufacture 49 fait le pari que oui. Située à Montjean-sur-Loire (Maine-et-Loire), cette usine - à laquelle fait appel le groupe Éram pour sa production, mais qui réalise aussi des collaborations exceptionnelles, notamment avec Le Coq Sportif - a décidé de lancer sa propre marque de sneakers "éco-conçues". Baptisée Sessile, elle est présentée comme "unisexe, durable et labellisée Origine France Garantie".

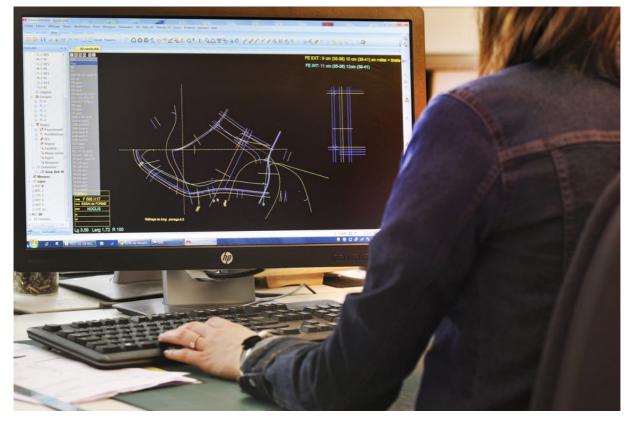
Éco-conçues, c'est à dire ? En pratique, cela signifie que "les composants utilisés sont naturels et/ou recyclables. Ils proviennent

également de fournisseurs français ou européens", détaille Virginie Radier-Tricard, responsable du développement à La Manufacture. Les semelles en caoutchouc recyclé à 70% proviennent du Portugal. Déchet de l'industrie agroalimentaire italienne, le cuir est tanné sans chrome, voire avec des tanins végétaux. Les œillets, les gallons et les lacets sont français. Ces derniers sont fabriqués à Cholet (Maine-et-Loire), à partir de coton bio.

UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL MOINDRE



La conception des chaussures est entièrement réalisée dans l'usine de La Manufacture 49, au sein de laquelle travaillent 150 salariés. Le site a également mis au point un nouveau procédé de démontage et de recyclage, actuellement en cours de brevetage. "On va encourager les clients à renvoyer leurs paires usées. Après réception, elles seront démontées, débactérisées et rénovées, avant d'être revendues", explique Virginie Radier-Tricard.



Lorsque ce cycle se brisera et que la paire sera devenue trop abîmée, la semelle sera envoyée à un prestataire. Refondue, elle redeviendra une semelle neuve. Des recherches sont en cours pour trouver un moyen de recycler les autres composants. Un procédé de retour est mis en place pour inciter le client à renvoyer sa paire. La boite est ainsi conçue pour servir de contenant, mais également de paquet d'envoi et de retour, ce dernier étant pris en charge par la marque.

Ces différentes initiatives devraient permettre de diviser par trois l'impact de la conception sur l'environnement, par rapport à une fabrication classique. "La création d'une paire équivaut à 4 kilogrammes de CO2", ajoute Virginie Radier-Tricard. L'utilisation de coton bio, de matières recyclées et du tannage sans chrome promet également une pollution des eaux amoindrie. Enfin, l'électricité est fournie par Enercoop, coopérative française qui distribue de l'énergie 100% renouvelable.

TRANSPARENCE DANS LES COÛTS

Comment décortiquer le tarif des produits, s'échelonnant de 109 à 129 euros ? "Pour une paire à 129 euros, 27 euros sont attribués aux matières premières, 42 euros à la main d'œuvre, 10 euros à l'expédition et au retour et 9 euros à la R&D, 19 euros au développement de la plateforme de commercialisation et 22 euros à la TVA, énumère Virginie Radier-Tricard. 60% des coûts sont liés à la fabrication et à l'expédition. Contre 25% dans la mode traditionnelle".

Lancée le 6 septembre 2019 sur le site web Ulule, une campagne de financement participatif a déjà permis de rassembler 269 préventes, mieux que l'objectif initial de 200. L'argent récolté permettra de financer la première production. Au-delà de 500 paires commandées, la marque pourra se lancer dans la conception de nouveaux modèles. "Nous voulons dans le futur proposer une paire de chaussures de ville 100% recyclable", conclut Virginie Radier-Tricard.



Pour un montant minimum de 109€, chaque précommande assure la livraison d'un modèle (parmi 4 disponibles) en décembre ou janvier prochain. Le transport est inclus dans le prix, sauf pour l'international, où il faut prévoir 10 euros supplémentaires.