

Revue de Presse Made in France

Contact : info@semioconsult.com

CHAUSSURES

Novembre 2020 – Décembre 2020



SémioConsult® est un cabinet de conseil spécialisé en stratégie d'entreprise et en stratégie de marque. Fondé par Anne-Flore MAMAN LARRAUFIE (Ph.D.), le cabinet dispose d'une expertise reconnue à l'international et d'une connaissance fine de la stratégie de gestion des marques, en particulier au sein du monde du luxe. L'entreprise est basée à Paris, Vichy, Singapour et Venise.

Spécialisé en gestion d'image de marque et en sociologie de la consommation, SémioConsult propose un accompagnement complet des marques de la définition de leur identité à l'optimisation de l'expérience-client et au déploiement opérationnel des stratégies définies. SémioConsult est aussi expert en gestion de l'identité de marque face à la contrefaçon et en valorisation du Made In France & Made in Italy.

Il compte dans son portefeuille clients de nombreux institutionnels et prestigieuses marques françaises et italiennes, ainsi que des PME et des entrepreneurs et start-ups.

SémioConsult mène également une activité de recherche et de publication d'articles dans des journaux spécialisés dont certains sont disponibles librement.

www.semioconsult.com



Ludovic
Bonnet
Il y a 1
semaine

[TEST & AVIS] Jules & Jenn : des baskets blanches made in France !



Aujourd'hui plus que jamais, les baskets blanches sont devenues une pièce centrale du vestiaire masculin.

Parmi toutes les références qui s'offrent à nous, on a voulu s'intéresser aux baskets proposées par la marque Jules & Jenn. Leur signe distinctif ? Elles sont fabriquées en France !





Jules & Jenn, la petite marque qui monte
 La mode en toute transparence
 Le concept de la slow fashion
 Notre avis sur les baskets blanches Jules & Jenn
 Style soigné dans les moindres détails
 Et le confort dans tout ça ?

Jules & Jenn, la petite marque qui monte

Vous le savez, on aime partager avec vous nos trouvailles mode. Vous aider à découvrir de nouvelles marques pour bien vous habiller et avoir du style. Parmi elles, l'une a retenu notre attention depuis plusieurs saisons déjà : Jules & Jenn. Si vous ne la connaissez pas encore, les lignes qui suivent sont faites pour vous...

La mode en toute transparence

C'est en 2017 que la marque voit le jour. Son nom renvoie directement à celui de ses fondateurs, Julien et Jennifer, "en couple depuis les bancs de l'école et globe-trotters dans l'âme".

Les deux amoureux aiment à partager leur histoire, en toute transparence. C'est d'ailleurs ce maître-mot qui les a guidés dans

création de la marque. **Jules & Jenn n'a rien à cacher à ses clients, et c'est tant mieux !**

Et cette volonté ne s'arrête pas aux belles paroles puisque les clients peuvent accéder librement aux méthodes de fabrication, et à tout un tas d'informations relatives aux ateliers et coûts pour chaque produit de la collection.

Le concept de la slow fashion

Responsable. Accessible. Essentiel. Ces trois mots apparaissent comme un leitmotiv sur le site de Jules & Jenn. Ils s'inscrivent aussi dans la volonté de ses créateurs de modifier notre rapport à la consommation en général et à l'habillement en particulier. Certes, ceci n'est plus un cas isolé aujourd'hui, mais cela mérite toujours d'être souligné : oui, **on peut être à la pointe de la mode sans consommer à outrance.**

De façon concrète, cela se traduit par des pièces durables, alliant matériaux de qualité et style intemporel. Pas très original, on vous l'accorde, mais terriblement efficace... dans la théorie. Et dans la réalité ? Vous allez voir que les promesses semblent bien tenues.

La mode responsable est elle accessible ?



Notre avis sur les baskets blanches Jules & Jenn

Des boots aux espadrilles, en passant par les chaussures bateau, derbies et mocassins, il n'y a que l'embaras du choix dans la collection de chaussures pour homme Jules & Jenn. Mais c'est finalement au rayon "baskets" que je me suis arrêté : à côté des sneakers en cuir fabriquées au Portugal et des chaussures en toile recyclée, c'est une paire de baskets blanches qui m'a fait de l'oeil. Pourquoi ? Parce qu'elle est **"100% fabriquée en France"**.



Style soigné dans les moindres détails

Au premier regard, ce modèle unisexe ne révolutionne pas le genre. On est sur une paire de baskets blanches classiques, avec des empiècements colorés sur les côtés et à l'arrière : du bleu, du rouge, du orange ou du noir, selon vos préférences. Et pour ce test, c'est un cinquième coloris que j'ai choisi, du beige.

Les tons sont doux, les couleurs harmonieuses : l'idéal pour une paire de baskets qui se marie aussi bien avec un jean, qu'un chino ou même un pantalon cintré. Jules & Jenn a opté pour des **lacets**



colorés, eux aussi, et c'est peut-être le seul bémol esthétique que j'émettrais ici.

Une **toute petite étiquette tricolore** vient rappeler la fabrication "made in France", mais celle-ci a le bon goût de rester très discrète. Pour le reste, j'apprécie la douceur des chaussures au toucher (tant pour le cuir blanc d'origine italienne que pour le cuir velours beige).

Les surpiqûres situées au niveau de la semelle témoignent enfin d'un réel savoir-faire et renforcent le sentiment de porter des chaussures de qualité. Un atout supplémentaire !



Et le confort dans tout ça ?

Oui, les baskets blanches de Jules & Jenn sont belles. Mais sont-elles aussi agréables à porter qu'à regarder ? La réponse est oui !

Souvent, ce genre de chaussures a tendance à être trop rigide, ce n'est pas le cas ici. La souplesse est bien au rendez-vous, mais cela n'empêche pas la cheville d'être parfaitement maintenue.

La semelle intérieure participe à ce confort, pendant que son homologue extérieure, anti-dérapante et épaisse de 2,5 cm, rend le modèle performant sur tous les terrains ou presque (oui, on parle bien de baskets, pas d'un SUV !).

Pour la pointure, Jules & Jenn conseille aux hommes de prendre la taille supérieure si vous êtes entre deux. Moi qui oscille habituellement entre un 45 et un 46, je me sens parfaitement à l'aise dans ma pointure 46.

En résumé, je crois que je viens de trouver **ma nouvelle paire de baskets blanches fétiches**. Après avoir essayé des modèles chez plusieurs concurrents, Jules & Jenn semble avoir trouvé le parfait compromis entre confort et style... le tout avec une fabrication 100% française ! Reste à voir comment la paire évoluera dans le temps, mais **pour 150 euros, le rapport qualité-prix semble excellent**. De quoi me donner envie de farfouiller dans les autres rayons de la marque ; j'ai déjà repéré des boots qui me faisaient de l'oeil !



Clichy : après ses chaussettes, Archiduchesse chausse ses baskets

La marque lance pour Noël une paire de baskets « made in France » et écoresponsable. Elles sont en prévente sur une plateforme de financement participatif pour lancer la première production.



Clichy, le 19 novembre. Chez Archiduchesse, spécialiste de la chaussette, Camille Zamon a imaginé une paire de baskets écoresponsable en matières recyclées. LP/A.-S.D.

Par **Anne-Sophie Damecour**

Le 22 novembre 2020 à 12h48

Enfile tes chaussettes et mets tes baskets ! Ce pourrait être le nouveau slogan

ENFIN LES CHAUSSETTES ET ICI LES BASKETS : CE POURRAIT ÊTRE LE NOUVEAU SLOGAN publicitaire d'Archiduchesse. Installée à Clichy, la marque de chaussettes colorées de fabrication française lance, pour Noël, une paire de baskets durable, éco-conçue à partir de matériaux recyclés et made in France.

« L'idée est née il y a deux ans, comme une suite logique de la chaussette, explique Camille Zamo, qui a repris [la marque Archiduchesse en 2017](#). Je voulais créer une basket intemporelle, qui s'inscrit dans une démarche écoresponsable. »

Une basket blanche, évidemment, avec quelques touches de rouge et de bleu à l'arrière et un petit drapeau tricolore sur la languette. Surtout, une basket sans matière animale : ici, le similicuir est un mélange de polyester recyclé et de

polyuréthane à base d'huile de maïs. La semelle intérieure est en mousse recyclée, comme la toile utilisée.



La basket Archi-Raisonnée est blanche avec des touches de bleu et de rouge. DR.

« Nous avons mis beaucoup de temps à trouver les bonnes matières premières en France, en Espagne et au Portugal, car les matières recyclées ne sont pas encore très

développées », remarque la créatrice, qui ne voulait pas aller plus loin que l'Europe pour la matière première. Et encore moins pour les autres étapes de la confection.

LIRE AUSSI > [Les entreprises tricolores adoptent de plus en plus le made in France](#)

L'assemblage est 100 % français, grâce à la Manufacture 49, artisan chausseur basé dans le Maine-et-Loire depuis 1927. Tout comme les lacets réalisés par la Société choletaise de fabrication, ou l'emballage en carton recyclé.

« Ce n'est pas une basket à jeter au bout de six mois »

Le tout pour un produit vendu 159 euros, soit 30 euros plus cher qu'une [célèbre basket blanche](#) en cuir fabriquée en Asie. « Avec des marges qui n'ont évidemment aucun rapport », sourit Camille Zamo, qui insiste également sur l'aspect « durable » de la chaussure qu'elle teste depuis plusieurs mois.

De nombreux prototypes ont été éprouvés ces deux dernières années. « Il n'était pas question de proposer un produit, qui ne soit capable de résister dans le temps. Ce n'est pas une basket à jeter au bout de six mois », insiste également la cheffe d'entreprise.

Newsletter Hauts-de-Seine

Chaque matin, l'actualité de votre département vue par Le Parisien

JE M'INSCRIS



Votre adresse mail est collectée par Le Parisien pour vous permettre de recevoir nos actualités et offres commerciales. [En savoir plus](#)

La basket Archi-Raisonnée prête à être commercialisée, l'entreprise a décidé de proposer 150 paires en précommande [sur la plateforme de financement participatif Ulule](#). La vente se clôturera le 4 décembre pour les fêtes mais une seconde

production sera lancée dès le début de l'année prochaine pour les commandes suivantes.

Une centaine de paires ont déjà été réservées avec livraison garantie avant le 24 décembre. « L'idée était de proposer un cadeau made in France et de soutenir ainsi toute une chaîne de production française, comme nous le faisons déjà avec les chaussettes », souligne Camille Zamo.

La marque, qui réalise 80 % de son chiffre d'affaires grâce à [son site d'e-commerce](#), a vu ses ventes de chaussettes augmenter de 40 % avec [le reconfinement](#). Garantissant ainsi du travail à son fournisseur, en l'occurrence [Broussaud Textiles](#), une entreprise familiale du Limousin fondée en 1938.

 [VOIR LES COMMENTAIRES](#)

Ailleurs sur le web

Contenus sponsorisés par



Foies gras artisanaux : tous les expatriés français se fournissent sur ce site

Foiegrasgourmet.com



[TEST] 10 questions pour évaluer votre taux de testostérone

Cercle Apogée



Hypothyroïdie : quand le corps fonctionne au ralenti

Pure Santé

Clichy

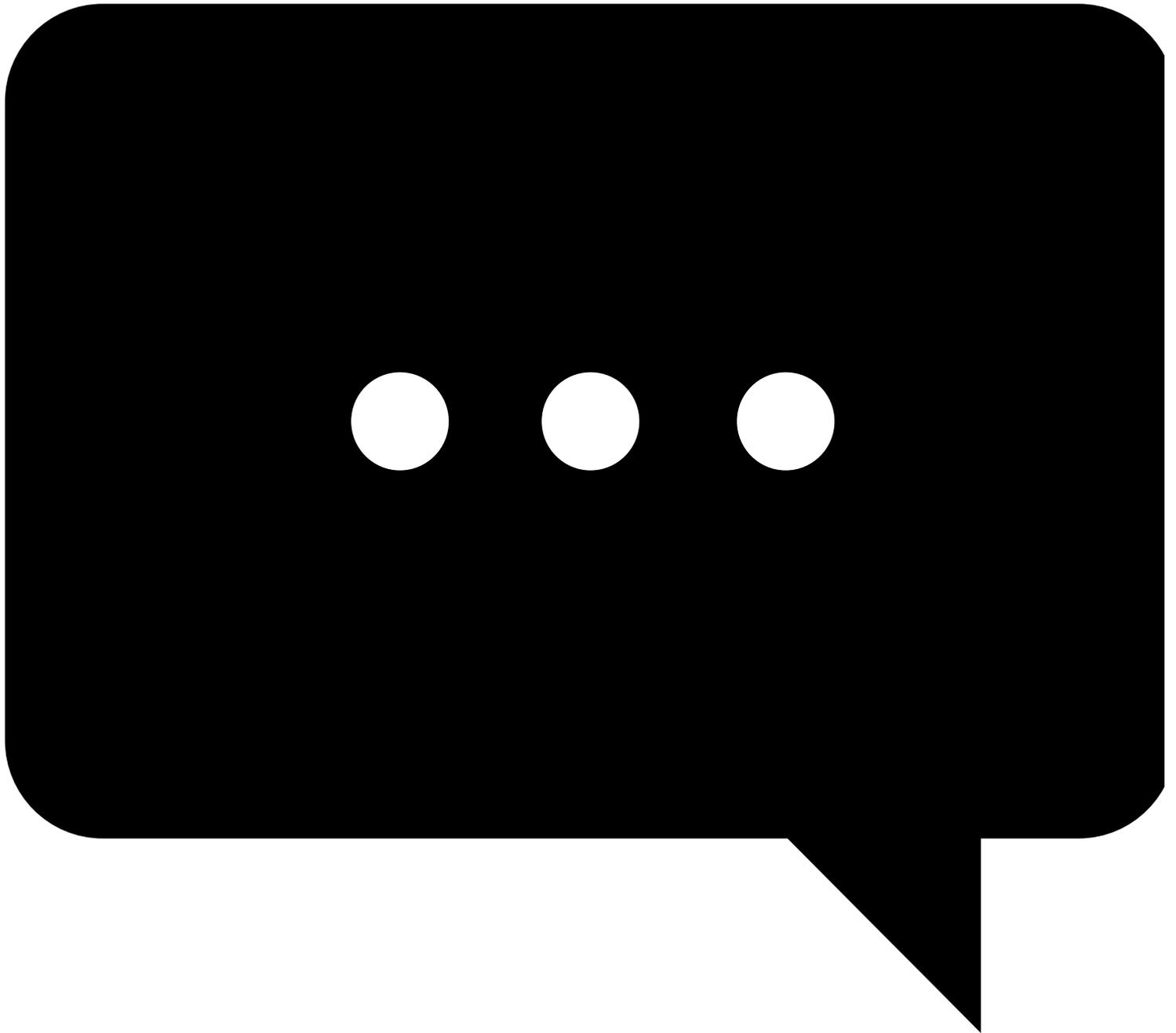
COMMERCE

Des chaussures Le Soulor 1925 sur le catalogue du Made in France Expo



Un des modèles made in Béarn est en vente sur le catalogue du MIF Expo.

© archives j.-p. gionnet



1
PAR MIREILLE DUDUN, PUBLIÉ LE 20 NOVEMBRE 2020 À 10H37.

Les chaussures Le Soulor 1925 font partie des marques référencées "Made in France".

Du 6 au 8 novembre à Paris, devait se tenir le 9e Salon Made in France Expo. Ce salon, créé en 2012 par Fabienne Delahaye, devait accueillir 600 entreprises françaises aux savoir-faire reconnus. Comme nombre de manifestations cet automne, ce MIF Expo a été annulé pour raison sanitaire.

Les organisateurs ont alors travaillé sur un salon « virtuel », à travers un catalogue en ligne – depuis ce mardi 17 novembre – et interactif de produits fabriqués en France, bien évidemment. **Près de 900 produits mode, accessoire de mode, maison, déco, jouets, gastronomie sont ainsi référencés.** Parmi eux, un des modèles des chaussures Le Soulor 1925.

Bientôt le déménagement à Nay

Fabriquées artisanalement à Pontacq dans les ateliers du Béarnais Phillipe Carrouché et du Basque Stéphane Bajenoff, ces chaussures robustes sont fabriquées avec une grande majorité de produits locaux comme le feutre de chez Laulhère qui sert pour des empiècements. Le Soulor 1925 s’apprête à vivre une mutation avec le déménagement, en début d’année prochaine, de l’atelier de Pontacq à Nay, dans l’ancienne caserne de pompiers, actuellement en travaux. Cette entreprise locale aurait dû participer au MIF Expo 2020 pour la troisième année consécutive. Elle tient un magasin rue des Cordeliers Pau.



Recevez notre **newsletter coronavirus - Le point en Béarn**

Tous les jours, à midi, suivez les dernières informations sur le coronavirus

S'inscrire

. . EbeneMagazine – en français – Vidéo. La technologie de couture est l'expertise du service de retour exquis de la Charentaise « Made in France »

By EBENE MAGAZINE - GM - 14 novembre 2020



. .

Deux entrepreneurs n'ont pas pu voir la production de la Charentaise, symbole national du soulagement d'une France domestiquée. Olivier Rondino et Michel Violo ont acheté de vieilles machines et ont formé une petite équipe d'experts pour relancer le Slipper Star – Extrait du magazine « 1:15 PM Saturday » du 14 novembre 2020.

Christian est assis devant une machine à coudre industrielle préservée de l'éclatement pour assembler la semelle du feutre dans ce qui deviendra les semelles: «Tenez les jambes et le haut des semelles en les mettant à l'envers, car la particularité de ce principe est qu'il est retourné. C'est pourquoi nous l'appelons le point arrière », explique-t-il au magazine, » 13h15 un samedi « (Répétition). Grâce à ses vingt ans d'expérience de la profession, il fait partie de la petite équipe de l'atelier charentaise, cofondée par Olivier Rondinaud et Michel Violleau à La Rochefoucauld, en province de Charente.

Les deux entrepreneurs ont conservé le matériel de La Manufacture Charentaise, mis en liquidation en 2019, laissant près d'une centaine de salariés sur le terrain. Sans elle, cette pantoufle typiquement française risque de ne pas être produite dans son pays natal. . Christian travaille pour dissiper cette perspective: «Là, je mets le premier morceau de nettoyage que nous appelons une« couette »car elle est en laine. Sur la mousse qui permet un confort chaleureux, est-ce du volume. On raconte le patrimoine charentais, mais c'est le patrimoine français. Le plus souvent, les Français sont représentés par des chapeaux, du pain et des chaussons.

A lire aussi

EbeneMagazine – US – Bulls 2020 NBA Project Prospects: Denny Avdega is expected to land in Chicago

La Charentaise a été créée au 17ème siècle, sous le règne du roi Louis XIV. Pour fabriquer la semelle légendaire, les artisans ont eu l'idée de récupérer le feutre issu de la fabrication du papier. Pour les pantoufles, ils ont utilisé des bouts de tissu de l'uniforme de la marine. « Le tissu pied-de-poule représente le style charentais de nos ancêtres et il y a des clients qui ont encore besoin de

ce tissu, de cette qualité, de ce design », explique Oliver, « Rondinaud est au milieu de la collection futuriste avec de multiples motifs et couleurs existants. ».

Le marché de niche de la Charentaise estime 100 000 paires par an et cela s'inscrit dans les nouvelles capacités de l'entreprise: «Quelle est la demande aujourd'hui, la Californie ???? c'est d'avoir des produits de qualité, c'est-à-dire de la vraie Charentaise. Les clients en raffolent », se réjouit-il lorsque le co-fondateur Michel Violo ajoute:« C'est un produit naturel! La doublure est en laine et l'assemblage est en coton. Ce qui motive les entrepreneurs qui n'ont pas pu voir quelque chose du patrimoine national disparaître, convaincus qu'ils portent le retour du «Made in France».

> Les retours des magazines d'actualités de France TÃ© © visions sont disponibles sur le site et l'application mobile de Franceinfo (iOS & Android), rubrique « Journaux ».

charentaise, France, Charente

EbeneMagazine – FR – VIDEO. La technologie de couture est l'expertise du service de retour exquis de la Charentaise « Made in France »

. . **Titre associé :**

- <a href = "/? s = VIDEO. La technique du backstitching est une expertise en service de retour " charentaise; Fabriqué en France " VIDÉO. La technologie Backstitch est l'expertise du service de retour " exquis de Charentaise; Fabriqué en France "

- 13h15, samedi. . .

- <a href = "/? s = La Charentaise et Olivier Rondinaud au l& # 39; onneur sur France 2, le site de l& # 39; Charentaise et Olivier Rondinaud à l& # 39; Hommage à France 2, l& # 39; Atelier Charentaises qui a été agressé

- <a href = "/? S = . . Nouvelles du monde – en français – 13h15, samedi. . . Ne touchez pas à la Charentaise. . Nouvelles du monde – en français – 13h15, samedi. . . Ne touchez pas à la Charentaise

Ref: <https://www.francetvinfo.fr>

QU'EN PENSEZ-VOUS?



Partners:

Journal D'Afrique (<https://www.journaldafrique.com/>)

A lire aussi

. EbeneMagazine – IN – Yogi government's big decision, migrant laborers to get house rent in UP. hi

Ebene News (<https://www.ebenenews.com/>)

PUBLICITÉS



Pendant le confinement, restez informé !

Découvrez FashionNetwork Premium
sans engagement pour 1€ le premier mois

S'ABONNER

Abonnement mensuel avec tacite reconduction. 1€ HT le premier mois puis 29,50€ HT/mois. Résiliation possible à tout moment

La filière chaussure inquiète de l'impact du reconfinement

C'est des podiums sur lesquels on ne souhaite pas figurer. En 2020, le commerce de chaussures accuse, selon la fédération Procos, un recul de 27,5% à fin octobre. Un repli qui place le secteur au triste rang de troisième secteur de la distribution le plus affecté depuis le début de l'année, derrière la restauration (-32,9%) et les commerces de jouets et loisirs (-29,5%). Même lors du mois d'octobre, pas encore reconfiné, le secteur accusait un recul de plus de 14% par rapport à la même période par rapport à 2019.



Artisan travaillant dans la cité de la chaussure à Romans, en 2019 - AFP Archives

Nécessairement le secteur fait partie de ceux qui appellent à un déconfinement le plus rapide possible pour permettre à ces acteurs, enseignes comme chausseurs indépendants, de pouvoir reprendre leur activité. La fédération française de la chaussure (FFC) "plaide pour la réouverture des magasins au plus vite, dans le respect d'un protocole sanitaire renforcé et une extension des heures et jours d'ouverture", appuie Michelle Bonnet, déléguée générale de l'organisation.

Avant ce second confinement, l'industrie tentait de s'organiser face aux impacts des deux mois de fermeture du printemps. Car, avec les revendeurs qui sont menacés, c'est toute une filière qui est en sursis. Les industriels français de la chaussure, même si certains ont pu se convertir un temps à la fabrication de masques, ont ainsi vu la campagne de vente pour le printemps-été 2021 être très perturbée.

"Beaucoup de salons professionnels ont été annulés, souligne Michelle Bonnet. Nous avons engagé de longue date la question de la digitalisation en soutenant nos adhérents pour qu'ils soient sur des plateformes numériques. Nous avons aussi créé un showroom numérique. Chaque marque dispose de son espace pour présenter son offre aux acteurs du *retail*". Une trentaine de marques homme, femme, enfant sont déjà présentes et cet outil a vocation à accompagner la prospection des acteurs en France mais aussi à l'international.

Pour faire face à cette crise, les entreprises, même chahutées, doivent ainsi investir pour renforcer leur présence sur le digital mais aussi leur capacité à se démarquer.

"Pendant le confinement, tous les acteurs qui avaient un site ont eu un retour intéressant, estime Régis Feuillet, président de la FFC. Les entreprises n'osaient pas forcément auparavant avoir leur propre site pour ne pas concurrencer les détaillants avec qui elles faisaient 80% de leur chiffre d'affaires. Mais les choses évoluent. Beaucoup d'entre elles ont dû se restructurer et sont allées vers des stratégies de marque en propre. Nous les accompagnons, par exemple sur la stratégie réseaux sociaux. Nous vivons une période de transition. Le commerce du futur pour ces entreprises s'articule aussi avec une marque qui est reconnue, qui exporte, qui est omnicanale."

Dans cette idée, le made in France peut être un atout, associé à une approche responsable et une amélioration des process. L'annonce de la mise en place d'une unité de production de chaussures de performance en Ardèche a d'ailleurs suscité beaucoup d'intérêt en septembre. Des critères qui peuvent faire la différence en France mais aussi à l'export: un relais pour de nombreux acteurs. Pour des entreprises dynamiques de la filière, le plan de relance annoncé en septembre pourrait constituer un tremplin pour valider des projets. Du côté de la FFC, une dizaine de projets ont d'ailleurs été répertoriés. Un projet d'usine du futur est en

parallèle mené afin de robotiser l'industrie avec des aides pour la modernisation des outils de production mais aussi l'acquisition de logiciels ERP, PLM, CRM...

La fédération travaillait aussi à la mise en place d'un outil d'autodiagnostic sur les sujets de la responsabilité sociale et environnementale pour début 2021. Mais avec ce second confinement, les cartes des priorités des industriels, qui ne disposaient que de quelques mois de visibilité sur leurs carnets de commandes, ont une nouvelle fois été rebattues.

"L'impact du reconfinement à cette période cruciale pour les ventes sera extrêmement important pour les boutiques de chaussures tout comme sur l'industrie en amont, même pour les maisons les plus stables, souligne Michelle Bonnet. Pour ceux qui font du BtoC, l'e-commerce est loin de compenser le manque à gagner des magasins. Avec la fermeture des rayons non essentiels dans la grande distribution, les entreprises qui travaillent l'article d'intérieur sont encore plus pénalisées que lors du premier confinement. La production tourne donc au ralenti pour les entreprises qui fournissent du réassort."

Alors qu'à la rentrée, les industriels misaient sur un rebond de l'activité dès début 2021, ils savent à présent que les commandes de l'automne-hiver prochain seront fortement impactées. A voir si les projets de modernisation et de digitalisation pourront être menés et leur permettre de traverser cette période.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2020 FashionNetwork.com

Contenu conçu et proposé par 14HAUSSMANN

Les pieds dans de bonnes mains

Ce petit atelier récemment labellisé Entreprise du Patrimoine Vivant, a bien failli disparaître il a quatre ans. Deux repreneurs providentiels l'ont remis sur les rails, en diversifiant et en augmentant la production, et en s'appuyant sur le numérique pour accroître leur notoriété et leurs ventes.

Par 14HAUSSMANN

Publié le 27/11/2020 à 13:12



Le Soulor, atelier de fabrication de chaussures de montagne *Henri de Lestapis*

Contenu conçu et proposé par



C'est un atelier de fabrication de chaussures de montagne, niché sur les premiers contreforts des Pyrénées. Une cloche de vache fait office de carillon d'entrée, et le sourire des dirigeants de bureau d'accueil. Dans ces murs, tout respire l'authenticité: L'odeur du cuir, le bruit sourd des marteaux de cordonnier, et la concentration des compagnons, tout à leur ouvrage. Ce patrimoine paraît éternel. Pourtant, sans l'intervention de Stéphane Bajenoff, il aurait disparu. Ancien responsable régional chez Décathlon, le nouveau dirigeant de l'atelier est tombé sous le charme dès l'instant où il a poussé la porte. «Il n'y avait plus que le propriétaire, Joseph Paradis, et son ouvrier Robert, 37 ans de maison, qui travaille désormais parmi nous», se rappelle Stéphane Bajenoff, «ils faisaient un cousu norvégien admirable. J'étais effaré lorsque Joseph m'a confié qu'à plus de 70 ans, il allait fermer sans personne pour prendre la relève ».



Stéphane Bajenoff et Philippe Carrouché *Henri de Lestapis*

En 2016, le passionné décide de reprendre le flambeau, vite rejoint par Philippe Carrouché, un enfant du pays. Ils s'attèlent ensemble à la redynamisation de l'activité. Pour augmenter la production, les entrepreneurs ont embauché de nouveaux compagnons. Ils ont aussi effectué un important travail commercial, en jouant sur deux

tableaux. Tout d'abord, l'ouverture de l'atelier au public, ainsi qu'une boutique à Pau (64). Le numérique ensuite. Mais les deux hommes ne sont pas des aficionados du digital. Ils ont donc appelé au secours Stéphanie Carrouché, la femme de Philippe, qui a pris la main sur ce poste. Elle a placé les deux compères devant la caméra, pour réaliser des petits films promotionnels. «Ils sont meilleurs comédiens que digital officers» plaisante-t-elle. Stéphanie sait qu'une présence web inactive ne suffit pas. «Je mets régulièrement des photos neuves sur Google My Business. Mais je n'envoie de newsletters que lorsque nous avons quelque chose de nouveau à dire. Les clients sont reconnaissants que nous ne saturions pas leurs boites mails».

En 2016, l'entreprise produisait 300 paires de chaussures par an. En 2019, elle en a produit 3000. Le Soulor emploie 8 salariés, et le carnet de commandes est plein. Les deux confinements ont été des moments délicats. Lors du premier, le Web est resté le seul lien de communication que Le Soulor pouvait entretenir avec ses clients. Le second confinement a vu annuler tour à tour le salon du Made In France et le Salon de l'agriculture, où Stéphane et Philippe prenaient habituellement un stand. «C'est important d'être présents à Paris car nous avons constaté sur Google Analytics que la majorité des connexions à notre site viennent d'Ile de France» confie Stéphanie Bajenoff. Faute de salons, Le Soulor a fait la promotion de son dernier modèle sur le Web. L'opération a fonctionné et l'atelier enregistre des commandes. Le Soulor propose également des modèles plus citadins. «Mais nous n'abandonnerons jamais la fabrication de chaussures de montagne, qui équipent les randonneurs et les bergers. C'est notre cœur de métier. C'est l'âme du Soulor!» jurent les deux dirigeants, le regard tourné vers les sommets alentour.



Lyon : Toile en coton bio, semelle en caoutchouc naturel... Il crée des baskets zéro plastique

MODE RESPONSABLE David Chapon, créateur lyonnais de la marque Wilo, commercialise des baskets végétales, faites avec du coton bio et du lait d'hévéa

Elisa Frisullo | 🕒 Publié le 09/11/20 à 08h05 — Mis à jour le 09/11/20 à 08h05



Les baskets végétales créées par Wilo, marque lyonnaise. — E. Frisullo / 20 Minutes

- La marque de mode Wilo, créée par un Lyonnais, a imaginé des baskets zéro plastique, commercialisées depuis quelques mois.
- David Chapon, qui voulait un produit écolo et made in France, a notamment fait appel à une entreprise iséroise pour fabriquer ses semelles en lait d'hévéa.

La livraison des précommandes, prévue en mars dernier, a été retardée par le confinement du Printemps. Mais en dépit de ce contexte sanitaire et économique compliqué, David Chapon a tout de même réussi le lancement de ses centaines de premiers modèles qui se sont vendues sans difficulté ces derniers mois. Un signe encourageant pour ce jeune entrepreneur Lyonnais (<https://www.20minutes.fr/lyon/>) qui s'est lancé le défi, il y a deux ans, de créer une basket « zéro plastique » fabriquée uniquement à partir de matières végétales. Ce pari osé s'est concrétisé ces derniers mois avant le lancement de ses [chaussures Wilo](https://www.wilo-store.com/), (<https://www.wilo-store.com/>) made in France, **et totalement écolos**. (<https://www.20minutes.fr/search?q=mode+responsable>)

Lorsqu'il s'est lancé dans la mode responsable après sept années passées chez Schneider Electric, David Chapon, expert en économie d'énergie de 32 ans, a décidé de s'attaquer à l'un des symboles du consumérisme : la basket. « J'étais dans une démarche écologique maximale et sans compromis. Je ne voulais ni produits animaux, ni matières synthétiques, ni plastique », souligne le Lyonnais, qui a derrière lui une formation dans le commerce et l'ingénierie.

Le seul atelier à faire des semelles en lait d'hévéa

Son concept en tête, le jeune entrepreneur s'est rendu au Portugal, devenu le champion de la chaussure, pour trouver un fabricant, mais est revenu bredouille, ne trouvant pas d'entreprises collant parfaitement à ses aspirations écologiques. C'est finalement à moins d'une centaine de kilomètres de Lyon qu'il a trouvé chaussure à son pied. « J'ai découvert cette société familiale Reltex, labellisée entreprise du patrimoine vivant et inscrite à l'Unesco. C'est le seul atelier au monde capable de faire des semelles en caoutchouc naturel, à partir de lait d'hévéa », explique David Chapon.



Les baskets vendues par Wilo, jeune marque lyonnaise, sont fabriquées avec des matières naturelles. Les semelles sont faites avec du lait d'hévéa, en caoutchouc naturel donc. - E. Frisullo / 20 Minutes

Des partenaires avec la même éthique

L'entreprise, créée dans les années 70 à Panissage en Isère, produit de manière artisanale 1.200 paires de semelles par jour, avec ce lait récolté au Vietnam, en Malaisie et en Thaïlande. Une fois caoutchouc naturel livré en Isère, après un voyage en bateau, la semelle, garantie sans colorant et sans additif, est moulée à la main, cuite puis dorée dans des séchoirs en bois. « David est parti de zéro. Créer une marque c'est très difficile et encore plus en France. Faire une chaussure organique, c'est dans notre philosophie, lance le Pdg de Relter Brice Giroud, qui a rapidement adhéré au concept. Sa société, comme l'atelier de Cholet, l'un des rares fabricants de chaussures « travaillant encore à l'ancienne », sont devenus partenaires du projet, lancé fin 2019 par David Chapon grâce à une campagne de financement participatif réussie.

Une production confidentielle

Côté commercialisation, l'engouement du public aussi est au rendez-vous, avec 500 pré commandes réalisées au lancement pour un objectif de départ de 150. « Le plastique est présent partout dans notre quotidien, dans la mode, en particulier dans les baskets. Ces microparticules ont des conséquences dramatiques pour notre santé et notre environnement », poursuit le jeune homme dont la démarche séduit. « Les gens veulent de plus en plus de l'écolo et du durable. Nos clients sont des gens sensibilisés au made in France et à l'écologie », ajoute l'entrepreneur.

Les sneakers, bleues, blanches ou rouges, se vendent via internet du 35 au 47. « Ce sont des baskets réparables et nettoyables qui vont durer, souligne le jeune homme, dont les chaussures sont vendues 169 euros. Ce produit n'a pas vocation à être fabriqué en grande quantité. Nous voulons juste atteindre le seuil de rentabilité avec un prix acceptable ». Une fois commandés, les modèles peuvent être livrés sous quinze jours via Atelier sans frontière, une entreprise d'insertion de public fragilisé basé à Paris.

Wilo, qui s'active pour assurer les commandes de Noël, devrait lancer une levée de fonds en 2021 pour se développer.

BORDEAUX

Bordeaux : A Darwin, Veja ouvre une boutique pour offrir une seconde vie à ses sneakers

PLANÈTE

Bientôt une note environnementale et sociale sur les vêtements, façon « Nutri-Score » ?

AILLEURS SUR LE WEB

Contenus Sponsorisés



ALTERNATIF BIEN-ÊTRE

Sous quelle forme ingérer la vitamine D ? Quel dosage favoriser...



CERCLE APOGÉE

[Stress] Pourrez-vous faire comme un pilote d'avion de chasse



L'INVESTISSEUR TECH

Investissement : 3 entreprises qui vont cartonner en bourse...

A LIRE SUR 20 MINUTES

Maine-et-Loire. Archiduchesse, la basket vegan, écolo et made in France

La marque de chaussettes Archiduchesse lance sa première paire de tennis éco-conçue à partir de matières recyclées, durable et française. Elle est produite à La Manufacture, à Montjean-sur-Loire (Mauges-sur-Loire), dans le Maine-et-Loire.



À la Manufacture, 280 000 paires de chaussures sont produites chaque année.
| ANAËL BOULAY

Ouest-France Marion AUVRAY.

Publié le 19/11/2020 à 16h54

« **Archiduchesse, c'est une histoire de pieds** ». Au départ, le dada de cette marque née en 2009 à Saint-Etienne (Loire), c'était les chaussettes. Des rouges, des bleues, des montantes, des bouclettes ou des socquettes. Et voilà que sa patronne, Camille Zamo, une ancienne spécialiste du e-commerce chez Chanel devenue « **big boss de la chaussette** » en 2016, a décidé de s'attaquer aux baskets. « **Cela fait deux ans que nous travaillons sur l'idée d'une tennis éco-conçue**, explique-t-elle. **C'était avant tout une demande de notre communauté et puis on essaie de diversifier notre offre.** »

...

Mauges. Le sabotier Joël Audouin appelle « l'État à montrer l'exemple »

Les entrepreneurs sont encouragés à faire preuve de civisme en achetant français. « L'État devrait aussi montrer l'exemple », assène le patron des Établissements Audouin, à Montfaucon-Montigné.



Montfaucon-Montigné (Sèvremoine), lundi 9 novembre. Joël Audouin aimerait être soutenu via des commandes publiques. | CO – FABIEN LEDUC

Le Courrier de l'Ouest Fabien LEDUC

Publié le 18/11/2020 à 17h00

Abonnez-vous

Le « **conçu en France** » mais « **pas produit en France** » l'agace au plus haut point. « **Ici, on fait tout de A à Z. Ici, à Montigné-sur-Moine** », aime répéter Joël Audouin.

« **L'un des derniers sabotiers de France** » caresse ses cuirs de la main et du regard. « **Du cuir épais et nourri pour avoir une certaine souplesse** ». Et si ses peaux sont d'origines bretonnes, il est contraint comme tous ses collègues français d'acheter son cuir tanné hors des frontières. En Espagne pour sa part. « **Mais pas au Bangladesh, en Amérique du Sud ou en Inde !** », peste le futur retraité de 59 ans, en retournant une doublure en laine traversée d'un galon tricolore.

Coup de gueule

Alors, quand il entend des responsables politiques rappeler aux entreprises leur « **devoir d'acheter français et à proximité d'elles** », il ne résiste pas à « **pousser un coup de gueule** » : « **On aurait aussi besoin d'avoir des commandes des collectivités, pas intégralement car on ne produit que 30 000 paires par an, mais au moins une partie...** » Car les prix du « made in France » de sa gamme professionnelle Safty-Sabot lui ferment les portes des appels d'offres publics. Le marché des hôpitaux, des crèches, des restaurants collectifs lui échappent au profit des sabots de travail fabriqués en Asie, mieux-disante. « **Comme dans toutes les jardinerie françaises d'ailleurs** », souffle le sabotier.

Joël Audouin a instauré dans son entreprise une charte éthique et écologique. Il achète déjà ses outils dans les Mauges, exploite des forêts domaniales éco-certifiées et « **situées dans un périmètre d'une centaine de kilomètres** »... Le patron aimerait donc que « **l'État montre aussi l'exemple** », en assouplissant les conditions des marchés publics, pas assez protectionnistes selon lui. Très remonté, Joël Audouin s'en est même ouvert par courrier « **au ministre de l'Économie Bruno Lemaire, au député, au maire de Sèvremoine...** ».

Mauges. Les sabotiers Audouin façonnent aussi des chaussons

Les Établissements Audouin (Bosabo) de Montfaucon-Montigné se préparent à changer de main, tout en se diversifiant. La cinquième génération lance des chaussons « made in Mauges ».



Montfaucon-Montigné (Sèvremoine), lundi 9 novembre. Justine et Alexis Audouin, ici avec deux modèles de chaussons, comptent reprendre les rênes de la société à la retraite de leurs parents. | CO – FABIEN LEDUC

Le Courrier de l'Ouest Fabien LEDUC

Publié le 18/11/2020 à 17h00

Chez les Audouin, chaque génération a apporté sa marque, au sens propre comme au sens figuré. Celle de Justine et Alexis Audouin, cinquième génération à relever le gant de leur ancêtre Émile, pourrait être un chausson. « **Nous cherchions à équilibrer la production en fabriquant davantage en hiver** », se souvient la trentenaire. Le chausson s'est imposé. Encore plus depuis le reconfinement, tant télétravailler en chaussons pourraient devenir tendance !

...

Partager cet article [fermer](#)

 Montfaucon-Montigné (Sèvremoine), lundi 9 novembre. Justine et Alexis Audouin, ici avec deux modèles de chaussons, comptent reprendre les rênes de la société à la retraite de leurs parents.

Mauges. Les sabotiers Audouin façonnent aussi des chaussonsOuest-France.fr

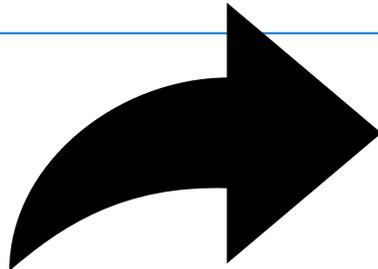
Même en hiver , l'espadrille est tendance avec Payote !

écouter (01min)



PO 2.0

France Bleu Roussillon



Mercredi 18 novembre 2020 à 6:26

L'entreprise perpignanaise Payote, la marque d'espadrille Made in France, propose toute une gamme d'espadrilles fourrées à partir de vêtements usagés !



espadrilles d'hiver

Grande nouveauté 2020 pour l'entreprise locale Payote : une nouvelle paire éco-responsable vient enrichir la collection. La particularité de ce modèle ? ces espadrilles sont fabriquées à partir de vêtements usagés, une façon de sensibiliser aux enjeux environnementaux comme nous l'explique Marine Yamamaka chargée du marketing.

Près de Cholet. Nés au cœur des Mauges, leurs sabots ont étincelé au mariage du Prince Harry

À 130 ans, les Établissements Audouin et leurs sabots n'ont pas pris une ride, mais plutôt des couleurs. Un savoir-faire renouvelé à Montfaucon-Montigné avec une gamme de chaussons.



Montfaucon-Montigné (Sèvremoine), lundi 9 novembre. Françoise, Joël, Alexis et Justine Audouin s'interdisent de parler boulot (et sabot) lors des repas de famille.

| CO – FABIEN LEDUC

Le Courrier de l'Ouest Fabien LEDUC

Publié le 18/11/2020 à 07h03

Les aïeux de Joël Audouin ont chaussé les paysans des Mauges durant des décennies. **« Émile, mon arrière-arrière-grand-père, allait de ferme en ferme, baluchon sur le dos. Une fois arrivé, on lui disait : « Tu vois l'arbre là ? Tu le tombes. Et avec, tu nous façannes des sabots pour toute la famille. » Il pouvait rester deux, trois jours par ferme, les enfants étaient plus nombreux en 1890... »**

...

Salomon veut fabriquer ses chaussures en France

Par **Rédaction Entreprendre** - 13/11/2020



La célèbre marque spécialiste du sport se lance en partenariat avec *Chamatex* pour créer en 2021 l'*Advanced Shoe Factory 4.0*, une nouvelle usine de fabrication de chaussures à Ardoix en Ardèche. Une excellente nouvelle pour le Made in France !

Ce projet de Chamatex, acteur réputé de la fabrication textile, a su rassembler plusieurs marques françaises. Son ambition est de créer une usine intelligente, automatisée, proche des grandes zones de clientèle. Le groupe Chamatex a donc ouvert son projet à son voisin d'Annecy, Salomon, installé sur place depuis 1947. Une démarche logique puisque les deux entreprises ont déjà lié une relation ancienne. Un accord a rapidement été conclu entre les deux partenaires.

Le nouveau « bébé » se présente bien

Ce partenariat tombe à pic en cette période où l'on parle de relocalisation et de proximité. Une occasion en or pour Salomon de rapprocher une partie de sa production, une ambition déjà présente dans la stratégie de la marque, mais difficile à mettre en place. Car le projet a déjà des qualités remarquables : sa naissance va permettre une production dont les chaînons logistiques seront raccourcis ce qui palliera plus rapidement d'éventuelles ruptures de stock. La proximité permet également une meilleure souplesse en matière d'innovation.

Une robotique de pointe

Gestion des cookies

Cependant, le principal argument réside dans la robotique et la ligne automatisée conçue par Siemens. Cette nouvelle technologie permet ainsi de mieux se positionner par rapport à la concurrence des pays asiatiques et de poursuivre dans la voie de chaussures de sport personnalisées. Plus de droits de douane, moins de transport, moins de stockage, voici de quoi compenser les coûts supérieurs de main d'œuvre. En bref, des coûts et un bilan carbone amélioré. Et du « fabriqué en France », une aubaine pour le marketing !

Un projet créateur d'emplois

Une quarantaine d'emplois qualifiés seront créés pour ce nouveau site de production. La première pierre a été posée le 17 septembre dernier, pour une naissance programmée en milieu d'année prochaine. Le business plan prévoit une production de quelques 500 000 paires de chaussures d'ici cinq ans, dont la moitié à marque Salomon. L'autre moitié ira vers d'autres partenaires de Chamatex. En effet, d'autres entreprises sont également parties prenantes dans l'usine ASF 4.0 : Babolat et Millet. Chacun ses produits et ses concepts, mais un partage en matière de savoir-faire de production.

Des frères et sœurs ?

Salomon envisage ce mouvement comme une première. Si le test s'avère positif, rien n'empêchera le groupe d'investir vers d'autres usines proches de ses marchés de consommation, en Europe comme sur d'autres continents, américain ou asiatique. D'autant que Salomon a pour projet de lancer une nouvelle ligne de sneakers pour les commercialiser dans la centaine de boutiques dont elle dispose dans le monde. A noter que dans un premier temps, les semelles des chaussures de sport seront fabriquées ailleurs, mais une extension est prévue prochainement afin de les produire à partir d'un fichier numérique.

Toute une région mobilisée

L'initiative lancée par Chamatex a reçu l'adoubement des officiels. Laurent Wauquiez, le président de la région, a d'ailleurs profité de l'occasion pour donner son soutien afin de « défendre la production industrielle pour reconquérir le marché ». Cette évolution a sans doute plu à l'ancien dirigeant de Salomon qui a quitté l'entreprise en décembre dernier. En effet, Jean-Marc Pambet a doublé la taille de Salomon en dix ans en diversifiant ses activités. L'année 2020 marque décidément un nouveau départ dans l'histoire de l'entreprise : nouveau dirigeant, nouvelle usine, nouveau propriétaire pour Amer Sports, propriétaire de Salomon, voici le temps de tous les possibles. De nouvelles aventures dignes de la devise du fondateur, le savoyard Georges Salomon : « Je suis fasciné par ce que je ferai demain ». Le moins que l'on puisse dire c'est que c'est réussi...

E.S.

Gestion des cookies

VIDEO. La technique du cousu-retourné est un savoir-faire au service du grand retour de la charentaise "made in France"

Deux entrepreneurs ne pouvaient se résoudre à voir disparaître de France la production de la charentaise, icône nationale du confort domestique. Olivier Rondinaud et Michel Violleau ont racheté de vieilles machines et constitué une petite équipe d'experts pour relancer la star de la pantoufle... Extrait du magazine "13H15 le samedi" du 14 novembre 2020.

•2

France 2France Télévisions

Mis à jour le 14/11/2020 | 16:04
publié le 14/11/2020 | 15:31

PartagerTwitter[Envoyer](#)

LA NEWSLETTER ACTU Nous la préparons pour vous chaque matin

France Télévisions utilise votre adresse email afin de vous adresser des newsletters. Pour exercer vos droits, [contactez-nous](#). Pour en savoir plus, [cliquez ici](#).

Christian est installé devant une machine à coudre industrielle sauvée de la casse pour assembler la semelle en feutre avec ce qui va devenir le chausson : "J'attrape des tiges, le dessus de la pantoufle et je la mets à l'envers, parce que la particularité de ce principe est de monter à l'envers. C'est pour ça qu'on l'appelle le cousu-retourné", explique-t-il au magazine "[13h15 le samedi](#)" (replay). Grâce à l'expérience de ses vingt ans de métier, il fait partie de la petite équipe de l'Atelier charentaises, cofondé par Olivier Rondinaud et Michel Violleau à La Rochefoucauld, dans le département de la Charente.

Les deux entrepreneurs ont sauvé le matériel de La manufacture charentaise, placée en 2019 en liquidation judiciaire, laissant sur le carreau une centaine d'employés. Sans eux, ce chausson typiquement français risquait de n'être plus produit sur sa terre d'origine. Christian travaille à éloigner cette perspective : "Là, je suis en train de poser la première de propreté qu'on appelle la 'douillette' parce que c'est de la laine posée sur mousse qui permet d'avoir un confort... douillet, détaille-t-il. On dit patrimoine charentais, mais c'est le patrimoine français. La plupart du temps, le Français est représenté avec le béret, le pain... et les pantoufles."

"Ce qui est demandé aujourd'hui, c'est d'avoir des produits qualitatifs"

La charentaise a vu le jour au XVIIe siècle, sous le règne du roi Louis XIV. Pour fabriquer la semelle légendaire, des artisans ont eu l'idée de récupérer le feutre issu de l'industrie du papier. Pour le chausson, ils utilisaient des chutes de tissu des uniformes militaires de la Marine. "Le tissu pied-de-poule représente la charentaise de nos aïeux et il y a une clientèle qui a encore besoin de ce tissu-là, de cette qualité et de ce dessin", précise Olivier Rondinaud au milieu de la future collection aux multiples motifs et couleurs actuels.

Le marché de niche de la charentaise est estimé à 100 000 paires par an et cela rentre dans les capacités de la nouvelle entreprise : "Ce qui est demandé aujourd'hui, c'est d'avoir des produits qualitatifs, soit la véritable charentaise. Les clients en sont friands", se réjouit-il quand le cofondateur Michel Violleau ajoute : "Et c'est un produit naturel ! La doublure est en laine et l'assemblage, c'est du coton." De quoi motiver les deux entrepreneurs qui ne pouvaient se résoudre à voir disparaître un objet du patrimoine national, convaincus d'être portés par le retour du "made in France".

Cadeaux de Noël : les Charentaises ne connaissent pas la crise



fabricants ont du mal à suivre et doivent mettre les bouchées doubles.

TOUTE L'INFO SUR

LE 20H



Olivier Rondinaud a monté un atelier au printemps dernier dans le berceau de la Charentaise. Il tourne à plein régime. Avec son associé, il a parfaitement compris le goût des Français pour ce chausson. Il y a un an, les derniers fabricants en Charente ont été placés en liquidation judiciaire. Alors l'entrepreneur, issu d'une famille de

fabricant, a racheté le matériel et embauché une quinzaine de salariés qui s'étaient retrouvés au chômage. Sa volonté, relancer une production historique. Le fabriqué en France, artisanal, est un moteur pour cet atelier, porté par un savoir-faire et des machines uniques. Ce chausson français de qualité en pleine renaissance est en passe de devenir un incontournable de la maison.

Charentaises Rivalin : « En 2020, notre meilleur chiffre d'affaires depuis un siècle »



Vincent Rivalin, dirigeant de la Maison Rivalin qui fabrique des charentaises à Quimper (Finistère) depuis quatre générations. L'entreprise a été fondée par son arrière-grand-père en 1925. | OUEST-FRANCE

Ouest-France Rose-Marie DUGUEN.

Publié le 15/12/2020 à 17h32

Abonnez-vous

« **Hallucinant.** » C'est ainsi que [Vincent Rivalin, dirigeant de la PME du même nom qui fabrique des charentaises](#) à [Quimper \(Finistère\)](#), décrit cette année 2020.

Ces dernières semaines, les ventes se sont littéralement envolées. **« Dès le printemps, on s'attendait à un possible pic de production à l'automne, s'il y avait un reconfinement. Mais pas autant... »**, confie-t-il.

De 200 commandes par semaine, l'entreprise est désormais passée à 200 par jour. La première semaine de décembre, elle a réalisé autant de chiffre d'affaires grâce aux ventes en ligne que durant toute l'année 2019.

Le made in France tendance

« Nous n'avons plus une seule paire en stock et fabriquons en flux tendu. Toutes les commandes prises depuis le 6 décembre seront livrées à partir du 4 janvier 2021. Et les clients ne se détournent pas pour autant, au contraire », résume celui qui dirige l'entreprise familiale fondée par son arrière-grand-père en 1925. Les deux autres derniers fabricants français de charentaises croulent, eux aussi, sous les commandes.

Pourquoi un tel succès ? Ces charentaises sont un produit de niche. Elles sont *made in France* et le consommateur local a le vent en poupe. Confinés et reconfinés, de plus en plus de Français ont envie de bien-être chez eux. Depuis plusieurs années, la Maison Rivalin avait aussi pris le parti de moderniser

ses collections et de se développer sur le Web. Et cette année, le panier moyen des consommateurs pour Noël est visiblement plus élevé.

« Carnet de commandes déjà plein pour 2021 »

La Maison Rivalin va réaliser 1,2 million d'euros de chiffre d'affaires (20 % de plus en un an) : « **Notre meilleur chiffre d'affaires depuis un siècle.** » Dont un tiers (300 000 €) grâce aux ventes en ligne, contre 7 % en 2019. « **C'est comme si nous avions quatre autres magasins physiques, avec 200 personnes connectées certains jours, en plus de notre magasin du centre-ville de Quimper (qui pèse pour 7 % du chiffre d'affaires)** », met en perspective le patron finistérien. La très grande majorité des clients vit en France ; l'export – en Belgique, Suisse, Angleterre – reste anecdotique.

80 000 paires de charentaises Rivalin vont être fabriquées cette année (73 000 en 2019). « **Nous aurions même pu en faire 20 000 de plus mais l'équipe (quinze salariés) n'a été complète que trois mois cette année.** » [Se former à ce savoir-faire rare prend du temps](#) et les candidats manquent.

L'entreprise cherche ainsi à recruter une couturière et un coupeur de matières premières.

Pour 2021, « **le carnet de commandes est déjà plein** ». Pas question pour autant d'avoir la tête qui tourne : « **2020 reste une année très particulière. Notre trésorerie est solide mais il convient de rester prudent** », conclut Vincent Rivalin.

Choletais. Les derniers échos de l'économie

Des bottines développées dans les Mauges, Adecco qui recrute des CDI à Cholet... Voici les derniers échos de l'économie.



Vincent Bernard, dirigeant des Ateliers Pulsion Design, entouré de Guillaume Humeau, directeur général de Méduse et d'Anne-Céline Humeau, PDG de Humeau.
| 16.9

Le Courrier de l'Ouest Alexandre BLAISE

Publié le 26/12/2020 à 08h03

Des bottines signées Pulsion Design et Méduse

Récemment récompensés par le Trophée de l'innovation de l'année par *Le Courrier de l'Ouest*, les Ateliers Pulsion Design continuent sur leur lancée. Après un rapprochement avec AD Confection (Trémentines) en mai dernier, l'entreprise de La Séguinière collabore avec Humeau. Une société bien connue dans les Mauges, et au-delà, puisque fabricant les fameuses sandales Méduse. Ensemble, ils ont développé et fabriqué « **une bottine citadine** » pour femme, comprenant « **entre 10 % et 30 % de PVC recyclé** ».

Chaussures en vente contre une cinquantaine d'euros sur le site www.seizepointneuf.fr, site de la marque « made in France » lancée cet automne par Pulsion Design.

...

Économie - Social

Dossier : La nouvelle éco : comment le coronavirus bouleverse l'économie

La nouvelle éco : le fabricant de chaussures Soft'in à Romans-sur-Isère s'en sort bien malgré la crise

Lundi 7 décembre 2020 à 8:27 - Par [Mélanie Tournadre](#), [France Bleu Drôme Ardèche](#)

Depuis la crise sanitaire, les Français semblent de plus en plus privilégier le made in France, le made in local. Exemple avec l'entreprise Soft'in basé à Romans-sur-Isère. Le fabricant de chaussures éco-responsables s'en sort bien malgré une année très compliquée.



Soft'in fabrique des chaussures éco-responsables à Romans-sur-Isère. - Soft'in

A deux semaines et demi de Noël, vous êtes sûrement en pleine recherche de cadeaux pour vos proches. Et cette année, face à la crise sanitaire et aux confinements, beaucoup veulent acheter français, voire local.

C'est ce que constate le fondateur de **Soft'in qui fabrique des chaussures et des chaussons éco-responsables à Romans-sur-Isère** dans la Drôme. Il était l'invité de "la nouvelle éco" ce lundi sur France bleu Drôme Ardèche. "*On constate une augmentation des ventes sur notre site internet à l'approche des fêtes de Noël et une vraie prise de conscience des consommateurs, une envie encore plus forte de made in local, made in France depuis le premier confinement!*" précise Patrick Mainguené, fondateur de Soft'in.

Une forte demande de made in local

'On a beaucoup perdu de ventes en mars et avril 2020 mais on a rattrapé en mai, juin, juillet. La demande de local, de faire travailler les artisans, les fabricants français est vraiment là' précise Patrick Mainguené. "*Au printemps, après le premier confinement, dans les quarante boutiques qui vendent nos chaussures, on a fait du réassort, on a plus vendu que ce qu'on avait prévu finalement!*".



Sneaker vector, fabriquée dans l'atelier Soft'in à Romans, tricotée avec un fil issu du recyclage de bouteilles en plastique. - Soft'in

De nouvelles collaborations avec de grandes marques

"Depuis plusieurs années, la demande de produits locaux et éco-responsables est en forte hausse et cette année encore plus". **"Nous avons également plus de demandes de partenariat avec des grandes marques comme l'été dernier avec notamment avec Cacharel, Agnès B, Royal Mer"** explique Patrick Mainguené. "On va également travailler l'été prochain avec une grande marque mais on ne peut pas encore révéler laquelle".

Patrick Mainguené était invité de "la nouvelle éco" ce lundi matin sur France Bleu Drôme Ardèche :

Patrick Mainguené dans "la nouvelle éco"

France Bleu est à vos côtés après la crise sanitaire et économique. Chaque jour à 7h15 dans "La nouvelle éco", votre radio s'intéresse à une entreprise ou un secteur d'activité. Comment se porte-il ? Comment se projeter dans l'avenir ?

LE POP-UP STORE DE NOËL AMROSE : DE RAVISSANTES BASKETS EN CROCHET MADE IN FRANCE

Partager

Partager

Tweeter

Épingle

Par Anne-christine C. · Publié le 20 décembre 2020 à 15h00 · Mis à jour le 21 décembre 2020 à 08h12

Vous connaissez les baskets en crochet ? Non ? Alors il est grand temps de découvrir celles d'Amrose qui s'exposent jusqu'à Noël chez The Real McCoy le grocery store US du 7ème. Un pop up store où shopper sneakers et candy, on dit oui ! Que ce soit pour nous ou pour des cadeaux de Noël originaux, les créations d'Amrose vont nous séduire. On file les découvrir avant les fêtes. Et la bonne nouvelle c'est qu'on peut même faire personnaliser ses baskets ! Rendez-vous vite dans le 7ème du 5 au 24 décembre pour un shopping franco américain qui sent bon les fêtes.

Amrose, c'est la première marque de **sneakers tricotées**. Originales, et surtout **faites main en France**, ces **baskets** ont tout pour plaire. A l'approche de **Noël**, la marque investit **The Real McCoy** rue de Grenelle et y installe son **pop-up store** festif et coloré. Alors rendez-vous dans le 7ème **du 5 au 24 décembre 2020**, du lundi au dimanche de 11h à 19h pour y trouver la perle rare à se mettre aux pieds, ou à offrir bien sûr ! Et pour ceux qui préfèrent ne pas se déplacer, on prend rendez-vous par zoom ou visioconférence sur <https://calendly.com/amroseparis/amrose-in-paris-pop-up>. Alors zéro excuses pour ne pas aller chiner ces jolies baskets tricotées !

Cette année, **Amrose** a fait le tour du monde grâce à ses **pop-up stores**. Mais pour **Noël**, retour aux bases, la marque française de sneakers en crochet réinvestit la capitale, tout comme l'année dernière.

Ici on trouve une belle sélection des modèles phares de la marque. Les modèles classiques, évidemment, mais aussi des modèles fourrés pour avoir bien chaud aux pieds. Le modèle classique en coton est à 130€. On adore **Primaires** avec sa broderie multicolore, parfait à offrir à des proches qui partent se dorer la pillule pour le jour de l'an. Fabriquée à la main, chaque **sneakers Amrose** est unique, habillée d'un **motif original** et accompagnée d'une **illustration** racontant l'histoire de ce motif. C'est joli ! Et cette année encore, **Amrose** propose la **personnalisation** de nos sneakers, pour un cadeau vraiment unique.

En choisissant de s'établir chez **The Real McCoy, Amrose** place la gourmandise au coeur de cette expérience **shopping** et nous offre une friandise pour chaque achat. En effet, cette boutique, c'est le repère de tous les américains à Paris, où l'on trouve les délices des USA, pas forcément encore popularisés en France. Des plaisirs coupables allant de la pâte à tartiner au chamallow, en passant par les Oreos au peanut butter, de quoi se mettre dans l'ambiance gras et sucre juste avant les fêtes !

[Accueil](#) > [Economie](#)

Payote, le monde aux pieds



Economie, Pyrénées-Orientales

Publié le 03/12/2020 à 05:05 , mis à jour à 05:12

Difficile d'imaginer où ce jeune entrepreneur catalan va s'arrêter. Avec ses espadrilles, Olivier Gelly a déjà conquis une partie de la France. Aujourd'hui, il rêve en grand.

Il rêvait de mettre la France à ses pieds, finalement pourquoi ne pas conquérir le monde ? Olivier Gelly, le trentenaire créateur de la marque d'espadrilles Payote, court derrière la réussite. Pour mémoire, cet ancien rugbyman a troqué les crampons en 2016, contre une paire d'espadrilles. Seulement voilà, ses chaussures estivales font grise mine. Pas de style ni de motif attrayant, rien pour satisfaire ce Perpignanais plutôt très attentif à son apparence. Olivier Gelly customise alors la vieille paire à papa et crée la jalousie chez son entourage. L'idée fait alors son chemin : pourquoi ne pas concevoir des espadrilles à la mode 2020 ?

Quatre ans seulement après ces premières réflexions, la société Payote emploie douze salariés. En 2019, son chiffre d'affaires atteignait les 565 000 €. Cette année, il devrait dépasser le million d'€. Une belle partie de la France chausse désormais les espadrilles Payote.

Bientôt vendues au Louvre

Depuis deux ans, la société est la star du salon Made in France à Paris. La marque perpignanaise a également pignon sur rue dans les rayons du BHV et des Galeries Lafayette parisiennes. La griffe a aussi signé un partenariat de distribution avec le spécialiste du prêt-à-porter pour hommes Jules. Clou du spectacle, en janvier dernier les espadrilles Payote ont été exposées au palais de l'Élysée dans le cadre de l'accrochage Made in France.

Rien que cela ? Non. En 2021, des éditions inédites des Payote seront vendues dans la boutique souvenir du Louvre, soit le musée parisien le plus visité au monde. L'ancien sportif poursuit son marathon entrepreneurial sans, pour l'heure, jamais s'essouffler. Depuis ses débuts, Olivier Gelly s'était fixé l'objectif (très) ambitieux de construire son usine à Perpignan. Car, aujourd'hui encore, les espadrilles Payote sont confectionnées dans un atelier de Mauléon-Licharre au Pays basque. Il en rêvait, il le fait. Et il ne perd pas une seconde puisque la première étape de son projet est déjà enclenchée. Olivier Gelly a loué des locaux adjacents aux bureaux de sa société situés au Polygone nord à Perpignan. Les premières paires "Made in Perpignan" sortiront de cet entrepôt au printemps prochain.

Cet investissement, chiffré à 1 M d'€ engendre avec lui l'embauche de dix-neuf salariés, dont quinze couturières, des responsables produits et logistique, un contrôleur qualité et un assistant. Mais pour la création de son usine, Olivier Gelly voit plus grand. Il recherche actuellement un terrain de 8 000 m² minimum sur la ville de Perpignan avec vue obligatoire sur le Canigó. "Je ne veux pas faire une simple usine, je veux faire le Disneyland de l'espadrille. L'été, quasiment tous les jours, je reçois des appels de groupes de touristes me demandant de visiter les ateliers Payote. C'est assez dingue. Comme on communique beaucoup sur le Made in France et sur Perpignan, les gens veulent voir l'envers du décor."

Le Perpignanais imagine sa firme comme un campus Google. Une garderie pour les enfants de ses salariés, une cantine pour les travailleurs, des panneaux solaires, des ruches et des installations pour les travailleurs handicapés font partie des exigences de son dessein. Le tout pour une enveloppe globale de 6 à 7 M€ nécessaires à la naissance de cette manufacture. Pas de quoi freiner le rugbyman puisque certaines institutions comme l'UPE 66 ont déjà promis d'entrer dans la mêlée. Face à tant d'essais transformés, une question reste en suspens. Où Olivier Gelly s'arrêtera-t-il ? Les paris sont ouverts.



JDM

[VOIR LES COMMENTAIRES](#)

Cette visière de protection transparente a envahi le monde. L'idée est géniale

CleanShield | Sponsorisé

Cosa sarebbe successo se aveste investito \$1K in Netflix un anno fa?

eToro | Sponsorisé

Toulouse. Air max, Stan smith... Ils transforment des baskets iconiques en souliers haut de gamme

Le Bottier Toulousain, un créateur de souliers installés à Toulouse développe sa gamme de sneakers. Et transforme des modèles existants en souliers haut de gamme.



Les sneakers sont inspirés de modèles existants et fabriqués à Toulouse. (©Le Bottier Toulousain)

Par **Lucie Fraisse**

Publié le 7 Déc 20 à 10:41

Des sneakers haut de gamme, inspirées de modèles **iconiques** et **made in Toulouse**. C'est ce que propose [le Bottier toulousain](#), un créateur de souliers de la Ville rose, depuis le mois de novembre.

À lire aussi

À Toulouse, Docteur Sneaker restaure, nettoie et customise... vos baskets !

Technique du « bespoke »





Plusieurs modèles ont été imaginés (©Le Bottier Toulousain)

Le projet est né d'une rencontre entre **Jean-Emmanuel Pialoux**, le fondateur du Bottier toulousain, et **Nicolas Fournes**, un jeune homme passionné de sneakers et fan de bespoke, cette discipline qui consiste de déconstruire complètement les baskets pour n'en conserver que la semelle et en refaire **un nouveau modèle**.

Nicolas Fournes explique :

J'ai découvert le bespoke sur internet. J'ai commencé chez moi en découpant une vieille paire de basket et un vieux jean. Je suis en suite allé voir Jean-Emmanuel pour lui parler de mon projet.

Nicolas Fournes

Apprenti Bottier Toulousain

Air Jordan, Air max, Stan smith

Le projet attire l'attention de Jean-Emmanuel, Nicolas devient son apprenti. Ensemble ils revisitent des classiques des sneakers : **Air jordan, Air max 1, Stan smith, Superstar...** En utilisant des matériaux haut de gamme, comme du **cuir made in France** (directement venu d'une tannerie appartenant à la maison Hermès) et en travaillant entre 20 et 30 heures sur chaque paire.

« Tous nos modèles sont déclinés en deux versions », explique Jean-Emmanuel Pialoux. « Une version « OG » qui reflète la sneaker originale, et une version bottier qui revisite complètement le modèle ».

Un développement qui doit permettre une embauche





Entre 20 et 30 heures de travail sont nécessaires pour réaliser une paire de sneakers (©Le Bottier toulousain)

L'occasion pour les fans de sneakers de découvrir des **modèles totalement inédits**, parfois complètement iconoclastes. Et forcément, vu le temps de travail et la qualité des matériaux, les prix sont plutôt éloignés de ceux qu'on trouve dans les commerces traditionnels : compter **entre 750 euros et 1 350 selon les modèles**.

[Une campagne de prévente est organisée en ligne actuellement](#) et les modèles sont vendus un peu moins cher. L'argent récolté lors de cette campagne de financement participatif doit aussi permettre de financer les premiers mois du **contrat de travail** que devrait prochainement signer Nicolas chez le Bottier Toulousain.

Une paire aux couleurs du Stade toulousain

Petit plus : Nicolas et Jean-Emmanuel ont imaginé une **Air max 1 aux couleurs du Stade Toulousain**. « Pour nous c'était une évidence ! La paire reprend les couleurs du Stade, mais il y a aussi des références aux quatre coupes d'Europe et aux 20 championnats de France remportés ».

Une paire de sneakers commercialisée depuis mercredi 2 décembre.