

# Revue de Presse Made in France

Contact : [info@semioconsult.com](mailto:info@semioconsult.com)

## CHAUSSURES

*Avril 2021 – Juin 2021*



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](http://www.semioconsult.com)

## Accueil Culture et loisirs Patrimoine Artisanat Ces espadrilles occitanes marchent sur l'Elysée



### Artisanat, Occitanie, Insolite

Publié le 18/04/2021 à 05:11 , mis à jour à 05:15

**A force de customiser les espadrilles de ses copains, le Perpignannais Olivier Gelly a créé sa marque, Payote, qui entrera cet été au catalogue de la boutique de l'Elysée.**

Francine se lance à la conquête de l'Elysée... Faite de coton, de corde et de caoutchouc, cette espadrille à rayures bleu-blanc-rouge fera son entrée cet été dans la boutique présidentielle, qui diffuse déjà un certain nombre d'articles souvenirs et vêtements. Made in France, comme tout article entrant dans le prestigieux magasin en ligne, cette espadrille fabriquée à Mauléon, berceau basque de la savate à semelle tressée, est dessinée par une jeune marque de Perpignan, Payote. Les pieds nus sous son bureau, le créateur Olivier Gelly, 36 ans, nous raconte l'histoire de ses espadrilles élyséennes...

"À force de customiser des espadrilles pour les copains, j'ai cherché à créer ma boîte et c'est à Mauléon que j'ai trouvé un fabricant avec qui travailler, MEGAM", dit Olivier Gelly, fondateur de Payote, nom évoquant le soleil autant que le pelhot, le chiffon en catalan. "En 2017, quand j'ai ouvert le site internet, la demande a explosé, parce qu'on offrait du made in France sympa à prix raisonnable" (de 19,90 € à 55 €).

## La paire qui sent bon !

Made in France, le mot est lâché et lui ouvre la porte du premier salon du même nom au palais de l'Elysée en 2019... Les services de la Présidence le rappellent quelques semaines plus tard pour lui demander de présenter des modèles pour la boutique officielle de l'Elysée. "On en a montré quatre, deux ont été retenues, dont la bleue à liseré rouge, qui est ma préférée", dit le Perpignannais jamais à court d'idées.

En 2018, il lance avec le créateur de Montpellier Arthur Dupuy une option "déo" contre les odeurs de transpiration inhérente au port d'espadrilles, et en 2019, c'est l'ajout de fibres recyclées à partir de déchets marins collectés par Seaqual.

Et parce que les inconditionnels veulent aussi en porter en hiver, Payote, qui compte 16 salariés (28 prochainement) a lancé une collection de 60 espadrilles fourrées ! Tous modèles confondus, elle vend 150 000 paires par an, pour une demande mondiale dix fois supérieure.

On attend de voir le président, l'été prochain à Brégançon, sortir sur la terrasse avec des Payote aux pieds. Quant à Brigitte, rien encore ne dit que le modèle Francine la fera renoncer à ses talons vertige.

## Shopping présidentiel !

En bleu-blanc-rouge dans la boutique officielle de l'Elysée, les espadrilles Payote rejoignent les pulls et polos Saint-James, Slip français et Lemahieu, les cabas de Luz, la montre Lip Elysée, les boules de pétanque Obut gravées FR, les bougies La Française, la vaisselle Degrenne, etc. *Articles à partir de 3 € (le crayon à papier Bic) sur [boutique.elysee.fr](https://boutique.elysee.fr)*

Pierre Mathieu

VOIR LES COMMENTAIRES

**Poste Italiane e altre: investi 250 € e scopri come potresti ottenere un secondo reddito!**

TM Payote

lundi 19 avril 2021

# Easy Peasy : le retour des chaussures de pré-marche

## PARTAGER :

La jolie griffe de **chaussons en cuir souple** Easy Peasy annonce, pour l'automne-hiver 2021, des **chaussures pré-marche** et des accessoires en coton biologique pour les enfants et leur maman. Toujours attachée à son atelier de Beaupréau-en-Mauges, dans le Maine-et-Loire, **Easy Peasy** entend élargir ses collections à toute la famille. Valentine Renaud, responsable de l'offre Toobrandts enfant, et Delphine Boucher, cheffe de produit, reviennent sur l'ADN de la marque et ses sources d'inspiration.

*Propos recueillis par LDR*

Valentine Renaud est diplômée d'un bachelor d'école de commerce et d'un master directeur des produits de la mode. Elle a débuté en tant que chef de produit lingerie pendant sept ans. Depuis trois ans, elle s'occupe du développement des marques Easy Peasy, GBB et Little Mary en tant que responsable de l'offre Toobrandts enfant au sein du groupe Spartoo. Delphine Boucher, ingénieure chimiste spécialisée dans le cuir, a intégré l'entreprise Toobrandts à la sortie de ses études il y a 4 ans. Tout d'abord approvisionneuse, elle est devenue chef de produit pour le garçon chez GBB, puis Easy Peasy récemment.





## Comment la marque Easy Peasy est-elle née ?

**Valentine Renaud** : La marque est née en 2008 de la rencontre de deux jeunes créateurs : Camille Levai et Sébastien Germes. Ils ont eu envie d'allier leur préoccupation écologique et leur amour de la chaussure pour créer cette **marque de chaussons pour enfant**. Son positionnement de marque écologique était vraiment pionnier dans la mode enfantine à l'époque.

## D'où vient ce nom ?

**Delphine Boucher** : En anglais, *easy peasy* veut dire fastoche. Ce nom de marque s'est imposé comme une évidence tant il est ludique, rigolo et international.

## Quel est le postulat de la marque ?

**V. R.** : Easy Peasy est une **marque française** de chaussons, de chaussures et d'accessoires pour enfants et leur maman. Nous cherchons à donner du sens à la création grâce à une fabrication écoconçue. En utilisant les bons produits, nous nous engageons à préserver la santé de nos enfants, celle de nos employés, mais aussi celle de la planète. Nous participons en quelque sorte à la construction des **éco-family**. Les parents Easy Peasy évoluent dans une démarche éthique. Avec l'arrivée du bébé, le souci de l'autre et l'avenir de la planète sont au cœur de leurs préoccupations quotidiennes. Tous nos cuirs sont tannés dans l'Hexagone avec des pigments végétaux à base de mimosa et de quebracho. Même nos lacets sont made in France et fabriqués en coton biologique. Et, pour le bien-être du pied, nous utilisons essentiellement des colles à l'eau.



## Comment l'équipe de style est-elle organisée ?

**V. R.** : Les collections sont le fruit d'un travail d'équipe entre la cheffe de produit, la styliste, l'acheteur, le bureau d'études et l'atelier. La styliste étudie les tendances fortes de la saison et propose des gammes de couleurs et des imprimés.

Notre colorama, qui est exclusif, est extrêmement important pour l'identité de notre griffe. Parallèlement, la cheffe de produit étudie les tendances de consommation et les besoins du marché. Une fois les idées couchées sur papier, les patronages, puis les prototypes, voient le jour dans notre atelier de Beaupréau-en-Mauges. Nous avons la chance d'être en contact direct avec les piqueuses et les patronniers pour ajuster les créations. Outre la couleur, les acheteurs font un immense travail sur les matériaux afin qu'ils répondent à notre ambition écoresponsable.

## Quelles sont vos sources d'inspiration ?

**D. B.** : Nous nous inspirons beaucoup de la nature, de l'environnement et des changements actuels. Derrière chaque motif d'imprimé, floral ou animal, il y a une histoire de bienveillance vis à-vis de la nature. On milite à notre façon pour la faune et la flore en voie de disparition... En parallèle, nous nous inspirons de l'univers de la décoration et de la maison pour que nos produits se fondent dans le paysage des familles.

## Comment vos collections sont-elles segmentées ?

**D. B.** : L'idée, avec Easy Peasy, c'est d'accompagner les enfants dès leur plus jeune âge. La majeure partie de la collection est consacrée aux chaussons en cuir souple, notre produit signature. Nos produits sont évolutifs : au début, ils sont très souples pour que le bébé ait la sensation d'être pieds nus, puis on rajoute un petit patin pour qu'il ne glisse pas dès qu'il peut se tenir debout. À partir de la rentrée 2021, **nous lançons une ligne de chaussures pré-marche**, toujours ultra souples avec des semelles antidérapantes. Une ligne d'accessoires pour les enfants et la maman viendra également compléter les collections avec, entre autres, des pochettes, des bananes et des sacs à dos en coton bio.

## Quels sont les grands thèmes de la collection printemps-été 2021 ?

**D. B.** : Nous avons planché sur des accords chromatiques tout en douceur et en poésie. Les pastels sont devenus peu à peu plus denses et les motifs sont plus minimalistes. Par ailleurs, les rayures se déclinent de multiples façons et se fondent dans un mix and match permanent. Nous avons aussi joué la carte des blancs et des couleurs pour les transformer en camaïeu fruité.

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

## La nouvelle éco : à Salon-la-Tour, Savatôpié croit en l'avenir de la chaussure made in France

Jeudi 1 avril 2021 à 7:19 - Par Philippe Graziani, France Bleu Limousin



Salon-la-Tour



Des chaussures made in France, plus précisément made in Salon-la-Tour en Corrèze. Antoine Tournié a créé Savatôpié. Il fabrique depuis l'été dernier des chaussures en cuir qu'il veut durables, et surtout totalement faites en France, et qu'il vend sur les foires et salons.



Savatôpié propose une gamme de chaussures de ville ou polyvalentes ainsi que des sandales - ©Savatôpié

Il faut pas mal de courage pour se lancer aujourd'hui dans la fabrication de chaussures en France. La quasi totalité des marques ont depuis longtemps déjà délocalisé la production de leurs modèles. Mais Antoine Tournié répond à la remarque en toute assurance. *"Ce n'est pas le domaine économique le plus porteur qui soit. Mais en fait on produit pas mal de matières premières (...) et on n'assemble plus trop en France. Est-ce que c'est pas réaliste de produire aussi ses chaussures à côté ?"*

### Tout au plus près

Voilà donc Antoine Tournié, dont ce n'est pas la métier d'origine - il travaillait auparavant dans l'insertion professionnelle - qui crée son atelier à Salon-la-Tour, baptisé joyeusement [Savatôpié](#). Il a récupéré les machines au moment du premier confinement et a lancé sa fabrication durant l'été. *"J'ai dessiné des chaussures assez simples, des modèles intemporels"*. Et tous personnalisables. Son credo est de réaliser des chaussures de qualité, avec des produits de qualité venant tous du plus près possible de son atelier. Ses cuirs viennent de tanneries françaises reconnues pour leur savoir-faire. Ses semelles viennent de Grenoble et de Saint-Léonard-de-Noblat. Ses lacets, en lin, viennent de Cholet. Il lui faut 7 heures pour assembler une chaussure.

### Le prix juste du made in France

Une qualité et un made in France qui ont un prix plus élevé que celui que l'on trouve pour la grande majorité des chaussures du marché national. Mais qui est assumé par Antoine Tournié. *"Est-ce que l'on peut comparer le prix d'un produit fait en France avec un produit fait à l'autre bout du monde où les salaires sont pas les mêmes, où les charges sont pas les mêmes, la qualité, le soin pris pour la fabrication des matières premières sont pas les mêmes"*. C'est bien ça

la valeur du made in France ajoute l'artisan et ses clients l'entendent ainsi également dit-il. *"Ça valorise la personne qui travaille à Saint-Léonard-de-Noblat (...) les gens qui travaillent à Grenoble. Le prix est d'une certaine manière juste".*

À lire aussi [Nouvelle éco : Uniqua Limoges, des baskets personnalisées et made in Limousin](#)

[Artisanat](#)   [Corrèze](#)   [Entreprises](#)   [Made in France](#)



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

## La nouvelle éco : Payote, fabricant d'espadrilles made in France, ouvre un atelier à Perpignan

Lundi 5 avril 2021 à 17:43 - Par Anne-Natacha Bouillon, France Bleu Roussillon



Perpignan



Le fabricant perpignanais d'espadrilles ouvre un nouvel atelier. Depuis cinq ans, les chaussures faites-main sont fabriquées à Mauléon au Pays Basque. Le créateur de la marque Payote croule sous les commandes. Un atelier de prototypage va ouvrir au polygone nord à Perpignan.



Le créateur perpignanais de Payote, Olivier Gelly au milieu de ses espadrilles © Maxppp - Michel Clémentz

Payote développe et multiplie son activité. L'entreprise créée par le Perpignanais Olivier Gelly fabrique des espadrilles 100% françaises depuis cinq ans. Grâce à un partenariat avec une usine à Mauléon au Pays Basque, elle produit 90.000 paires par an. Cela ne suffit plus pour honorer toutes les commandes. L'an passé **1,5 millions d'espadrilles** ont été commandées.

### Payote embauche 20 salariés à Perpignan

Payote va ouvrir un nouvel atelier avec une dizaine de machines **au polygone nord** de Perpignan. La dernière machine arrive ce mardi 6 avril. Tous les équipements vont être testés dans les prochains jours, puis Payote va embaucher une vingtaine de personnes pour les faire fonctionner.

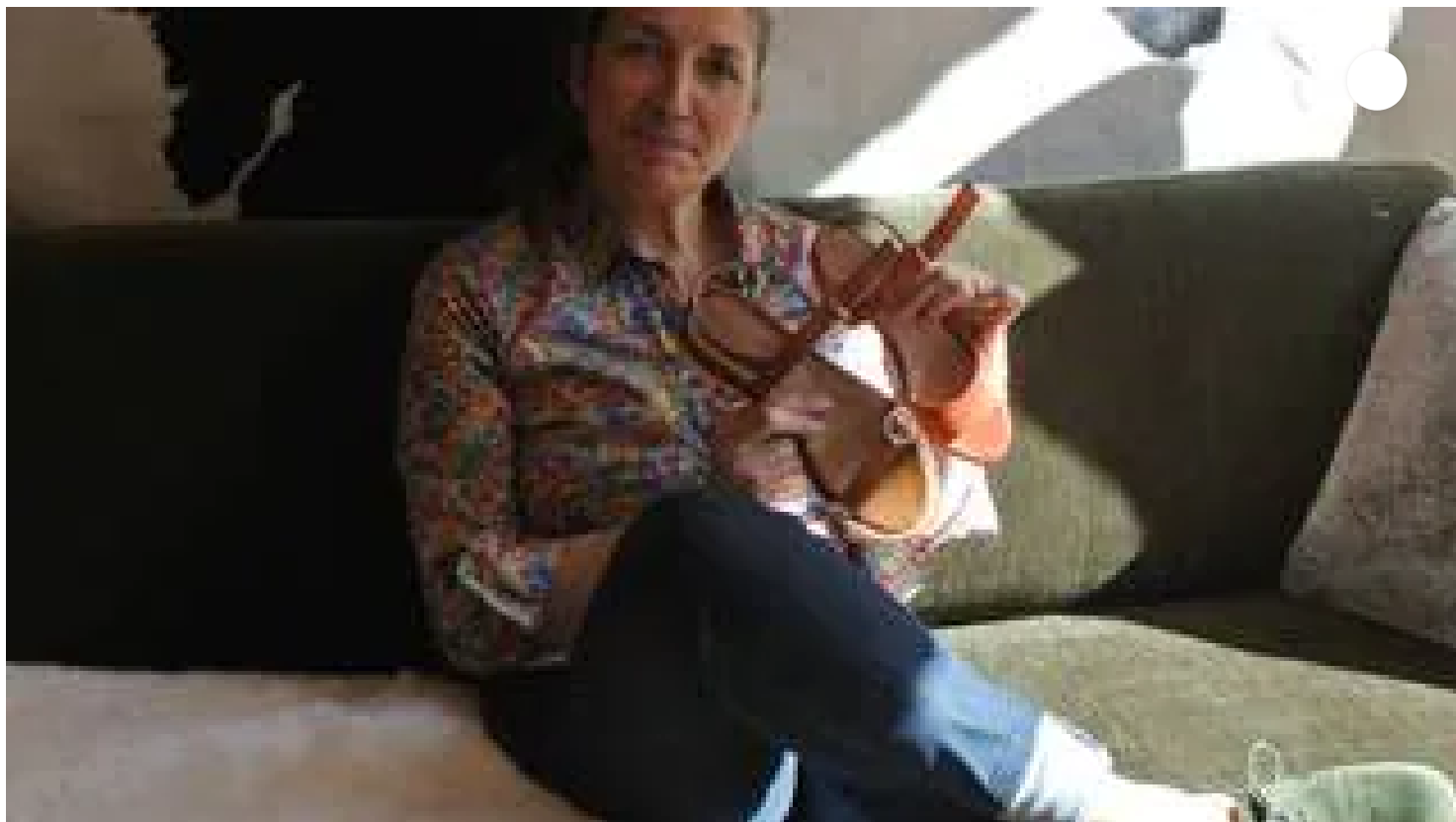
Payote fabrique des **espadrilles très colorées et personnalisées**. L'entreprise a signé l'an passé des partenariats avec le XV de France, et l'Élysée. On peut commander des chaussures bleu-blanc-rouge avec le blason de l'Élysée, mais aujourd'hui, il y a plusieurs semaines d'attente. Payote ne connaît pas la crise. Son chiffre d'affaires de 12.000 euros en 2016 s'élève aujourd'hui à un million d'euros.

Toutes les personnes intéressées par l'aventure peuvent envoyer un C.V et une lettre de motivation à : [mathilde@payote.fr](mailto:mathilde@payote.fr)

Accueil  
Pays de la Loire  
Le Mans

## Le Mans. Des chaussures fabriquées en France, vendues à domicile

C'est par amour des chaussures qu'Élizabeth Morgand est devenue ambassadrice pour la marque « Un si beau pas », qui fabrique ses modèles en France.



Élizabeth Morgand est devenue ambassadrice de la marque par amour des chaussures. | LE MAINE LIBRE

Le Maine Libre

Publié le 19/04/2021 à 09h03

**Abonnez-vous**

Élizabeth Morgand est commerçante en décoration au Mans. Parallèlement, et indépendamment de son activité principale, elle est aussi ambassadrice pour la marque de chaussures française « Un si beau pas ».

« Cette marque fabrique en France et les chaussures sont faites à la demande »

« « J'aime les chaussures et ce qui est fabriqué en France. J'ai fait le choix, il y a un an, d'investir dans cette société, qui n'a même pas trois ans et qui se développe vraiment depuis un an et demi » », explique Élisabeth Morgand.

« Un si beau pas » fait des chaussures pour femmes, du 35 au 42. « Les chaussures sont fabriquées à Romans-sur-Isère, la capitale française de la chaussure. Il y a beaucoup d'ateliers traditionnels là-bas et un musée de la chaussure. Il y a eu un déclin avec la délocalisation vers l'Asie, puis un regain, plutôt dans le haut de gamme, avec des ateliers qui savent travailler le cuir. L'intérêt principal de cette marque est qu'elle fabrique en France, et que les chaussures sont faites à la demande, donc il n'y a pas de surproduction ».

## Chaussures personnalisables

Autre particularité, les chaussures sont personnalisables. « « On peut choisir par exemple la couleur du cuir, la forme et la hauteur du talon. C'est intéressant notamment pour les mariages, car on peut garder le thème de couleur, avec des modèles différents pour la mariée, les demoiselles d'honneur, » etc. », explique la passionnée de chaussures, qui porte elle-même des derbys de la saison 2020.

« « Cette année, la marque a développé des espadrilles compensées en trois couleurs, disponibles tout de suite, et faites à Mauléon, la capitale française de l'espadrille. » »

+ [Le Mans. Nicolas Roudaut crée des chaussures intemporelles et élégantes](#)

## La marque recherche des ambassadeurs

En dehors du e-commerce, à l'heure où les magasins de chaussures sont fermés du fait du confinement, consommer français, avec cette marque, reste l'un des choix possibles au Mans. Des ventes « à domicile » toujours « autorisées dans le domaine privé en tout petit comité », précise Élisabeth Morgand. Les tarifs vont de 90 € pour la paire d'espadrille à 200 € pour les derbys. La marque propose également des Derby, baskets pour femme, et des escarpins. Avec des prix allant de 110 à 200 €.

À noter que la marque recherche d'autres ambassadeurs.

+ **Téléchargez la nouvelle appli des médias du groupe Sipa Ouest-France**

**Contact : 06 11 68 52 83**

**[https ://unsibeaupas.fr/](https://unsibeaupas.fr/)**

## Maine-et-Loire. La basket réparable et recyclable made in Mauges poursuit sa course

Depuis 2019, la Manufacture, l'usine du groupe Éram installée à Montjean-sur-Loire dans les Mauges, développe ses sneakers réparables, recyclables et made in France sous sa marque Sessile. L'objectif est d'en vendre 3 000 cette année.



Montjean-sur-Loire, 8 avril 2021. La Manufacture, propriété du groupe Éram, fabrique près de 300 000 paires de chaussures par an. L'usine compte 30 % de clientèle externe. | CO – JOSSELIN CLAIR

Le Courrier de l'Ouest Mélanie MAROIS

Publié le 09/04/2021 à 07h01

Avec 500 paires vendues en 2019, 1 500 en 2020 et un objectif de 3 000 cette année (déjà 1 000 au 31 mars), [la basket Sessile](#) – réparable, recyclable, faite à partir de matériaux recyclés et made in France –, trace sa route petit à petit. Unisexe (du 36 au 46), la sneaker est conçue et fabriquée dans les Mauges, par la Manufacture, [usine du groupe Éram](#) implantée à [Montjean-sur-Loire](#), commune déléguée de [Mauges-sur-Loire](#).

**A lire aussi. « Notre chance, c'est d'avoir le groupe Éram », témoigne le patron de la Manufacture**



## Pyrénées-Orientales

# Payote, une marque d'espadrilles basée à Perpignan, se lance dans une collaboration avec l'Elysée

Une collaboration unique. Les espadrilles de la marque Payote, basée à Perpignan (Pyrénées-Orientales), ont tapé dans l'oeil de l'Elysée. Des paires spéciales vont être fabriquées.





Du bleu, du blanc et du rouge pour les espadrilles de Payote, spécialement conçues pour l'Elysée ! (©DR)

Par **Quentin Marais**

Publié le 16 Avr 21 à 10:08

C'est ce qui s'appelle une collaboration de prestige. La marque d'espadrilles Payote, implantée à Perpignan (Pyrénées-Orientales), a tout simplement tapé dans l'œil de l'Elysée. Des paires spéciales vont être conçues en vue de l'été 2021.

## Des contacts dès 2019

Il y a un peu plus d'un an, Payote s'était déjà fait remarquer pour une action solidaire : le

décidé **d'utiliser les toiles pour confectionner des masques**, destinés au personnel soignant engagé face au covid-19. 12 mois plus tard, la crise sanitaire est toujours là. Mais **une autre opportunité** est arrivée.

### À lire aussi

Coronavirus. Pour aider les infirmiers, il fabrique des masques avec les toiles destinées à ses espadrilles

Des liens ont été tissés, et pas avec n'importe qui : **c'est l'Elysée** qui a été séduit par les espadrilles catalanes. Tout a commencé en 2019, sur le salon du Made In France, où **les produits d'Olivier Gelly**, 36 ans, permettent à Payote de se distinguer. « On avait été choisi parmi les 100 entreprises qui avaient exposé. Quand ils ont vu qu'on avait sorti une espadrille en toile recyclée, ils avaient **vraiment accroché**. »

La première fois, au Made In France, l'Elysée nous avait déjà fait une demande, mais c'était compliqué par rapport à la fabrication. Notre panier de fabrication était complet. On ne pouvait pas en fabriquer pour l'Elysée à ce moment-là. Petit à petit, on a eu de la place, on a eu un an et demi pour que tout se passe bien et que le produit soit parfait.

**Olivier Gelly**

Fondateur de Payote

## Deux paires, 1 000 exemplaires

Le confinement de 2020 est passé par là. « C'est un peu **tombé à l'eau** à ce moment-là » reconnaît Olivier Gelly. Finalement, ce n'est que partie remise. « En 2021, on s'est dit que c'était **la bonne année**, qu'il fallait qu'on le fasse. L'Elysée cherchait un produit, ils trouvaient les espadrilles cool pour l'été. Ils nous ont recontacté, on était

~~très content~~

## À lire aussi

La préfecture d'Occitanie annonce la création d'une marque institutionnelle pour le canal du Midi

On a fait deux paires : un modèle un peu plus frenchie, et un autre un peu plus classique. Ce sont deux propositions qui leur ont plu directement, donc on était très content . Les pointures vont du 35 jusqu'au 47. On va en faire 1 000 paires. On n'en fait pas beaucoup, mais on y va petit à petit. Si on vend tout, on en refabriquera ! C'est un petit test.

**Olivier Gelly**

Fondateur de Payote

Le **bleu**, le **blanc** et le **rouge** dominant logiquement les paires sur lesquelles apparaissent le sceau de la Présidence de la République. Olivier Gelly savoure : « pour Payote, cette collaboration

l'Elysée ». Confectionnées dans un atelier à Mauléon (Pyrénées-Atlantiques), les espadrilles sont produites au nombre de 90 000 par an.



# Angers. Aymer, les chaussures qui se plantent une fois usées

Passionnée de chaussures, Eugénie Bétard a créé des sandales composées uniquement de matières végétales, que l'on peut composter lorsqu'elles arrivent en fin de vie.



Angers, mardi 4 mai 2021. Eugénie Bétard, fondatrice de la marque de sandales Aymer. | LAURENT COMBET

Le Courrier de l'Ouest Chloé BOSSARD

Publié le 05/05/2021 à 06h44

L'unique option pour des baskets qui viennent de rendre l'âme est... la poubelle. Faute de pouvoir être recyclées, 200 000 tonnes de chaussures sont incinérées ou enfouies chaque année en France, avec les conséquences que l'on connaît sur l'environnement. Mais il existe une autre voie, ouverte par l'entrepreneuse angevine Eugénie Bétard. À 28 ans, cette passionnée de souliers vient de créer [Aymer](#), une marque de sandales entièrement biodégradables, que l'on peut planter lorsqu'elles arrivent en fin de vie.

**« Je voulais faire une chaussure sans produits nocifs. Le recyclage, c'est bien, mais ça nécessite du transport, de l'énergie. Je voulais aller au-delà »,** explique la créatrice. Ses deux modèles sont donc composés uniquement de matières végétales : du lait d'hévéa...

Partager cet article fermer

 Angers, mardi 4 mai 2021. Eugénie Bétard, fondatrice de la marque de sandales Aymer.

Chaque année, près de 10 millions de déchets sont rejetés dans la mer. Les bouteilles en plastique ou les carcasses en ferraille font barrage aux espèces animales et se dressent comme des pièges dans leur habitat naturel. Pour donner une nouvelle bouffée d'oxygène à Mère Nature, des opérations salutaires germent alors en masse à travers le globe. Armées de leurs pinces télescopiques et animées par la flamme écologique, des âmes charitables chassent ces débris toxiques.

Par EMILIE LAURENT 6 MAI 2021

Au-delà de ce geste salubre devenu classique, certaines marques s'activent et donnent naissance à des créations aussi engagées qu'authentiques. Dans cette optique, les deux marques de chaussures Kickers et Ector ont scellé un partenariat en or. Main dans la main, elles ont créé des sneakers non-genrées constituées d'un ingrédient atypique : des bouteilles plastiques. Mêler créativité et éco-responsabilité, un pari audacieux qui annonce un avenir radieux.

## Ector, une révolution écolo made in France

Pour réduire leur empreinte carbone et s'impliquer pleinement dans le sillage éco-responsable, les entreprises redoublent d'inventivité. C'est le cas de la firme Ector, véritable as des sneakers made in France. Adieu composants douteux, conditions de travail déplorables et exportation massive, Ector sort du schéma traditionnel pour laisser place à un savoir-faire exceptionnel. Dès 2016, cette jeune pousse française a fait fleurir une gamme de sneakers éco-conçues au design épuré et contemporain.

Dans des ateliers nichés au cœur des somptueux paysages de Romans-sur-Isère, des petites mains minutieuses mêlent techniques historiques et technologies novatrices. Au-delà de sa signature singulière, Ector porte l'écologie à bras le corps. Sa devise ? « *Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme* ». Ses baskets en ont sous le pied. Derrière ces sneakers au tissage serré se cachent des composants insoupçonnés : des bouteilles en plastique et du caoutchouc recyclés.

## Kickers et Ector reverdissent l'univers des sneakers

Avec cette patte d'avant-garde, l'entreprise attise les convoitises. La marque iconique Kickers a été séduite par ce concept aussi bienveillant que fructueux.

*« Aujourd'hui, en écho à ses lignes en tannage végétal "eco-friendly", Kickers s'oriente toujours plus vers une mode plus durable, vers le "monde de demain" », annonce la firme sur son site.*

Le temps d'une collaboration, Kickers façonne sa main verte. Ensembles, **les deux marques ont créé une paire de sneakers unisexe faite à partir de bouteilles plastiques**. Le procédé est simple : Ector transforme 6 bouteilles plastiques en fil, puis ce sont des artisans stéphanois de Kickers qui se chargent du tricot. **Les sneakers existent en bleu marine et en blanc**, deux teintes basiques, mais intemporelles qui se marient à merveille avec des jupes, des jeans ou des robes printanières.



Femme : disponible du 36 au 41 / Homme : disponible du 40 au 46



Femme : disponible du 36 au 41 / Homme : disponible du 40 au 46

Découvrir les sneakers

## L'industrie textile martyrise notre planète

Depuis le début de la mondialisation, **l'industrie de la mode explose le baromètre de la pollution** et de l'esclavagisme moderne. Entre les scandales à répétition, l'exploitation des **peuples opprimés à l'image des Ouïghours** ou encore l'utilisation massive de substances chimiques, l'image des légendaires mastodontes du textile se ternit. Toujours en quête d'une main-d'œuvre abordable et de matières premières peu coûteuses, **les grandes marques privilégient la rentabilité au détriment du bien-être environnemental**. Les associations lancent ainsi régulièrement des cris d'alarme pour mettre un terme à ce cercle inhumain infernal.

Dans son rapport « La mode sans dessus-dessous », **l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) tire également un bilan morose.** À travers son document, elle recense une pluie de chiffres aberrants. Au total, le secteur du textile rejette chaque année **1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre.** C'est bien plus important que la pollution provoquée par le trafic aérien et le trafic maritime. La plupart des vêtements qui règnent dans nos garde-robes sont composés de fibre synthétique. À première vue, cela peut sembler anodin, pourtant, **à chaque lavage ils lâchent une cargaison de microfibres plastiques** qui atterrissent directement dans les océans.

## Les consciences s'éveillent, la fast-fashion bat de l'aile

Heureusement, depuis une paire d'années, **le modèle de la fast-fashion s'essouffle** pour laisser place à des alternatives plus saines. Friperies, habits d'occasion ou sites de location de vêtements ont le vent en poupe. Avec la pandémie en toile de fond, **les Français·es scrutent attentivement les étiquettes** et s'improvisent dénicheur·euse·s de bons plans. Vitrines barricadées, boutiques fermées, rideaux tirés... il faut dire que la pandémie a stoppé net la fièvre des achats compulsifs. D'après un sondage Opinion Way mené pour Rakuten, **un·e Français·es sur trois est ainsi prêt à se priver de produits neufs**, ce qui justifie une certaine appétence pour le marché de la seconde main. Cette tendance est même vouée à se généraliser.

**Cette paire de sneakers Kickers x Ector panse ainsi les plaies de notre Terre martyrisée.** Avec ses multiples facettes bienfaisantes, elle répand un vent d'optimisme sur l'univers du textile. **Un procédé salvateur, un esthétisme plein de douceur, des valeurs tenues avec ardeur... le trio miracle qui met du baume au cœur.** Les grandes pointures de la mode devraient en prendre de la graine...

Accueil  
Économie

# Chaussures de "running": un David stéphanois à l'assaut des Goliaths internationaux

Ouest-France Saint-Étienne (AFP)

Publié le 01/05/2021 à 10h38

**Abonnez-vous**

C'est encore une très petite entreprise mais elle a su se faire un nom dans le textile à usage sportif. BV Sport veut désormais s'attaquer aux géants de la chaussure de "running", avec un produit 100% "made in France".

Dans ses ateliers de Saint-Etienne, dotés de métiers à tisser numériques de dernière génération, BV Sport fabrique cuissards, bas et chaussettes de compression, qui favorisent la récupération et réduisent les risques de tendinites et de lésions musculaires.

La société compte parmi ses clients des noms aussi prestigieux que les équipes de France de football et de rugby, le Paris Saint-Germain, l'Olympique de Marseille ou Arsenal...

Saint-Etienne, rappelle le propriétaire de l'entreprise Salvatore Corona, est la capitale française de la compression

textile, avec des noms comme Thuasne, Gibaud, Sigvaris... et BV Sport. Si les trois premiers sont surtout présents dans les produits à usage médical, le petit dernier a lui choisi de se spécialiser dans le sport.

Et ce dès le départ: l'un des fondateurs - deux médecins angiologues - n'est autre que Michaël Prüfer, médaille d'or en ski de vitesse aux Jeux olympiques d'hiver d'Alberville de 1992.

"Pour les veines profondes des sportifs, il faut un autre outil de compression que les traditionnels bas à varices", explique M. Corona. "Le Dr Prüfer en a fait l'objet de sa thèse et a déposé un brevet".

## **Comme une chaussette**

Mais sa société vivait jusqu'à sa reprise en 2006 par M. Corona, un ancien industriel du bâtiment.

Depuis, le chiffre d'affaires est passé de 150.000 euros à 6 millions d'euros. Les affaires vont bien au point que l'industriel se met à la recherche d'une acquisition: ce sera celle de la petite marque de chaussure de "running" Veets, conclue en juin dernier en pleine crise sanitaire.

"C'est la seule marque de chaussure de sport vraiment technique de fabrication française", relève M. Corona, "mais son fondateur s'est rapidement heurté à la concurrence des marques fabriquées en Asie".



BV Sport va lui apporter son bureau d'études et de design et la force de son service commercial. Et surtout rapatrier sur Saint-Etienne sa production, actuellement sous-traitée en Vendée.

La "tige", la partie supérieure de la chaussure, peut être tissée d'un bloc, d'une manière pas très différente des chaussettes que le groupe produit déjà.

Ce type de fabrication permet de supprimer nombre d'interventions manuelles. Les coûts de main d'œuvre, déterminants dans le prix de revient d'une chaussure, s'en trouvent ainsi réduits.

Reste toutefois un point bloquant: la semelle, en particulier la semelle intermédiaire placée entre la tige et la "semelle d'usure" en contact avec le sol.

"C'est le moteur de la chaussure, qui lui confère ses qualités d'amorti et de rebond", relève Jérémie Catteau, directeur général adjoint de Veets.

Or ces semelles, en éthylène-acétate de vinyle (ou EVA), sont systématiquement fabriquées à l'étranger. "Nombreux sont ceux qui se sont essayés à la fabriquer en France et tous ont abandonné".

M. Corona assure toutefois être "en pleine étude pour la fabriquer en France du côté de Romans", un des derniers territoires hexagonaux où se fabriquent des chaussures. "On

se donne deux ans pour que nos chaussures soient entièrement fabriquées ici", avance-t-il.

"L'idée est d'obtenir le label Origine France Garantie, ce qui serait une première" sur un marché archidominé par les importations, abonde son fils Thomas qui pilote le projet.

"Made in France" et aussi écoresponsabilité: la tige des chaussures Veets est tissée à partir de plastique recyclé.. et recyclable.

## **Un défi ardu**

Le marché est immense: la France compte 12 millions de pratiquants de la course, dont les plus assidus achètent deux à trois paires de chaussures par an.

"Même en en prenant une toute petite part, nos volumes vont exploser", pronostique M. Catteau.

BV Sport compte produire 16.500 paires de Veets cette année. Dans les cinq ans, l'objectif est d'atteindre les 80.000 paires.

Mais Veets trouvera sur sa route des marques installées, comme les Japonais Mizuno ou ASICS "qui font des produits techniques de qualité depuis cent ans". "Le challenge est ardu. C'est bien pour cela que personne ne s'y est risqué", relève Thomas Corona.

## Couleur Tong : tongs et accessoires en cuir Made in France

25 mai 2021 à 07h00 Par VG - Publi-Reportage



Crédit photo : Couleur Tong

Couleur Tong, c'est l'histoire de deux salariés de l'industrie de la chaussure qui décident de monter leur propre marque entièrement fabriquée en France.



Tous les modèles et accessoires de Couleur Tong sont fabriqués dans l'atelier de la marque à Vinay (Isère). Eric et Vincent, deux ex-collaborateurs d'une maison de chaussure, fondent cette société alors qu'il n'existait plus une seule offre française pour ce type de produit. Forts de leur expérience professionnelle dans le domaine de la chaussure et devant l'intérêt grandissant des consommateurs pour le « mieux consommer » et le « Made in France » ils décident de relancer une collection.



### Des valeurs de qualité et de durabilité

Le temps du produit jetable est révolu : après la culture raisonnée nous croyons à la consommation raisonnée. La qualité du produit est mise en avant avec de belles matières et une fabrication soignée qui assurent une durée de vie incomparable.

La préservation de notre planète est également essentielle pour Couleur Tong dont les produits n'ont pas fait le tour du monde avant de se retrouver à vos pieds.

Il y a bien sûr l'avantage évident de la réduction très importante de l'impact carbone des modèles, mais il faut savoir aussi que pour la production des matières, l'Europe impose aux tanneries des normes draconiennes au niveau de la toxicité des produits utilisés comme au niveau du traitement des déchets.

La "propreté" des usines Européennes est sans aucune comparaison avec ce qui se passe en Asie, où tout est simplement recraché dans les rivières ou dans l'atmosphère sans aucun contrôle.



### Les compétences en France

Le travail local soutient l'économie, crée une dynamique de l'emploi dans un bassin historiquement lié au secteur de la chaussure française. Il participe au maintien d'un savoir-faire dans ce secteur du textile et de l'habillement qui a particulièrement souffert de la délocalisation massive depuis le début des années 80.

Retrouvez tous les produits sur : [www.couleurtong.fr](http://www.couleurtong.fr)



## Indre : le déconfinement a dopé les ventes pour la pantoufle du Berry

05 mai 2021 à 10h57 Par Bastien Bougeard



Crédit photo : B.Bougeard | Alouette

L'entreprise située à Vatan a vu ses commandes grimper en flèche lors du confinement. Les commandes sont venues du monde entier, ce qui a mis à l'épreuve la société composée de 5 salariés.

C'est un fait, le *Made in France* a connu un certain attrait lors des confinements. Dans l'Indre, la pantoufle du Berry a connu une hausse de l'activité pendant les confinements.

### Une unité de production vite saturée

Avec le télétravail, les Français ont rangé les chaussures de ville au placard au profit de ces chaussons que certains pouvaient penser comme désuets. Lors du confinement, l'entreprise de 5 salariées situées à Vatan a vu ses commandes internet bondir de 25 % comparé à l'année 2019. « C'est le créneau du fabriqué en France qui explique ce succès, souligne Rémy Salmon un des co-gérants de l'entreprise. Nous assemblons tout à Vatan et ensuite nous expédions la commande ». Cette hausse a permis de contrebalancer la chute des ventes dans les magasins qui devaient rester fermés. La pantoufle du Berry s'est aussi exportée : « Nous avons eu des commandes en provenance des États-Unis, du Canada ou encore du Japon » se félicite Rémy Salmon.

### Des commandes internet en hausse de 25 %

Problème, c'est que l'afflux de commande a provoqué des retards de livraisons. « Nous assemblons tout à la main et nous fabriquons 80 paires à l'heure. C'est impressionnant dit comme ça, mais avec toutes ces commandes à honorer, il y a eu des délais pour la livraison ». Certains ont dû attendre un mois pour recevoir leur paire : « Alors que nous sommes sur un délai d'une semaine quand nous avons la paire en stock et 10 jours quand il faut fabriquer le modèle ».

### Préparer l'avenir

la pantoufle du Berry compte désormais surfer sur cette renommée et prépare déjà l'avenir pour ne plus être surpris par un nouveau pic de commande. « Nous mettons en place des pré-commandes sur internet pour les professionnels, détaille Rémy Salmon. Comme ça, nous pourrions anticiper les commandes dès à présent ». Une apprentie va être recrutée pour la couture au mois de juillet.

# Les charentaises Chausse Mouton modernisent l'endormie Fargeot

JENNIFER MATAS Le 17/05 à 14:00

Charles et Alexandre Bataille ont repris l'entreprise Fargeot spécialisée dans la pantoufle et la chaussure médicale. Deux ans plus tard, ils ont lancé une nouvelle marque de pantoufles, Chausse Mouton. - *Chausse Mouton*

---

**Créer une marque de charentaises pour rajeunir son image, il fallait oser. Pari réussi pour Charles et Alexandre Bataille. Les deux cousins ont repris en 2016 l'entreprise Fargeot, dans la pantoufle et la chaussure médicale depuis 1930. Deux ans plus tard, ils ont lancé Chausse Mouton.**

50.000 paires vendues en 2020, 100.000 prévues en 2021 : moins de 3 ans après sa création, la marque de charentaises **Chausse Mouton** n'en finit pas de monter. Au point que les repreneurs de l'entreprise **Fargeot** dont elle fait partie, **Charles et Alexandre Bataille**, ont dû augmenter leurs capacités de production. « *En plus de rénover des machines, nous en avons acheté de nouvelles et embauché de nouveaux salariés* », raconte Alexandre Bataille. Surtout, le principal objectif est atteint : rajeunir la clientèle.

## Se moderniser en douceur

Lorsque les deux cousins ont repris Fargeot en 2016 avec le départ à la retraite de l'ancien dirigeant, cette entreprise périgourdine fondée en 1930 employait 80 salariés et regroupait deux marques historiques : les pantoufles Fargeot et les chaussures médicales Podowell. « *Elle avait besoin de moderniser ses produits pour **toucher une cible plus jeune** sans pour autant brusquer sa clientèle de toujours. Alors nous avons préféré lancer une nouvelle marque plutôt que de casser des habitudes bien ancrées, d'autant plus dans les réseaux BtoB avec lesquels nous travaillons sur ces marchés* », explique Charles Bataille. Mais attention, pas question pour autant de s'éloigner trop de l'ADN de Fargeot. « *Nous voulions garder cet ancrage local et la mise en valeur de notre savoir-faire* », poursuit Charles Bataille. La charentaise Chausse Mouton, avec son **indication géographique (IG) « Charente-Périgord** » et sa fabrication dans les ateliers Fargeot de Thiviers d'après la technique du « *cousu retournée* », remplit donc ces critères.

## la chaussure médicale depuis 1930. Deux ans plus tard, ils ont lancé Chausse Mouton.

50.000 paires vendues en 2020, 100.000 prévues en 2021 : moins de 3 ans après sa création, la marque de charentaises **Chausse Mouton** n'en finit pas de monter. Au point que les repreneurs de l'entreprise **Fargeot** dont elle fait partie, **Charles et Alexandre Bataille**, ont dû augmenter leurs capacités de production. « *En plus de rénover des machines, nous en avons acheté de nouvelles et embauché de nouveaux salariés* », raconte Alexandre Bataille. Surtout, le principal objectif est atteint : rajeunir la clientèle.

### Se moderniser en douceur

Lorsque les deux cousins ont repris Fargeot en 2016 avec le départ à la retraite de l'ancien dirigeant, cette entreprise périgourdine fondée en 1930 employait 80 salariés et regroupait deux marques historiques : les pantoufles Fargeot et les chaussures médicales Podowell. « *Elle avait besoin de moderniser ses produits pour **toucher une cible plus jeune** sans pour autant brusquer sa clientèle de toujours. Alors nous avons préféré lancer une nouvelle marque plutôt que de casser des habitudes bien ancrées, d'autant plus dans les réseaux BtoB avec lesquels nous travaillons sur ces marchés* », explique Charles Bataille. Mais attention, pas question pour autant de s'éloigner trop de l'ADN de Fargeot. « *Nous voulions garder cet ancrage local et la mise en valeur de notre savoir-faire* », poursuit Charles Bataille. La charentaise Chausse Mouton, avec son **indication géographique (IG) « Charente-Périgord** » et sa fabrication dans les ateliers Fargeot de Thiviers d'après la technique du « *cousu retournée* », remplit donc ces critères.

Lire aussi :

[La Pantoufle à Pépère mise sur la rareté pour relancer la charentaise](#)

### Co-création et réseaux sociaux

En revanche, pour faire de la charentaise un produit qui attire les jeunes, il a fallu innover. « *Sur le nom, déjà : nous avons opté pour **Chausse Mouton**, un nom un peu convivial, l'**idée** étant d'aller chercher plutôt des clients CSP + de tout âge, attachés aux valeurs du Made In France et aux questions environnementales* », reprend Alexandre Bataille. Pour les séduire, Fargeot a fait appel à des designers externes. Au-delà de l'écoconception, les charentaises doivent avoir des coupes



modernes et des couleurs vives pour capter cette nouvelle clientèle. Et pour tenter de la fidéliser, les collections - environ 200 références - sont renouvelées chaque année.

Chausse Mouton représente 50 % des ventes de l'entreprise Fargeot. - Chausse Mouton Côté distribution, Chausse Mouton peut compter sur un **réseau de 200 revendeurs**, principalement des magasins de chaussures implantés en centre-ville et des concept-stores. Mais son cœur de cible se trouve sur Internet. La preuve : **50 % de ses ventes se font en direct sur internet**. Alors, la marque nourrit ses réseaux sociaux. « *Nous avons une équipe marketing jeune qui anime nos profils sur Instagram et Facebook. Nous voudrions aller plus loin et **créer une communauté solide** pour lancer la cocréation sur de nouveaux modèles* », détaille Charles Bataille.

Lire aussi :

Cosmétiques : Léonia Paris mise sur la cocréation pour se lancer

## Embarquer les salariés

Aujourd'hui, la marque Chausse Mouton représente 5 % du chiffre d'affaires total de Fargeot. C'est encore peu, mais les repreneurs ont l'ambition de continuer à la faire croître, en France comme à l'international. Le lancement de cette nouvelle marque n'a cependant pas été une sinécure. Les repreneurs, qui ne venaient pas du métier, ont dû embarquer les salariés historiques. « *Ils avaient le savoir-faire et nous, nous débarquions dans ce milieu. Alors nous avons à la fois dû leur faire confiance et faire en sorte qu'eux aussi, en nous suivant dans cette nouvelle aventure* », explique Charles Bataille. Comment ? « *A force d'échange et de beaucoup de dialogue, assure le dirigeant. Et puis, nous leur avons montré que le projet Chausse Mouton était complémentaire - et non opposé - aux marques historiques.* »

## Nueil-les-Aubiers. L'envie de faire un « travail à l'ancienne »



Yolande, cordonnière. |

Le Courrier de l'Ouest

Publié le 08/05/2021 à 05h29

Abonnez-vous

 Newsletter La Matinale

Originaire de la Ronde, c'est, petite, en regardant travailler Monsieur Michaud, cordonnier à Moncoutant, que Yolande Bouillaud a eu un jour envie de faire comme lui, « **travailler à l'ancienne** ».

Après quelques années passées en tant qu'aide soignante, Yolande n'a pas hésité à se former au métier de cordonnière pour ensuite s'installer à Nueil-les-Aubiers au 48, rue de la gare. Dans son atelier « la Bouifette », depuis cinq ans au milieu de ses machines dont une particulièrement « **ancienne** » elle accueille, écoute, conseille. « *Je fabrique, customise et répare chaussures, sacs, gants, ceintures, bretelles... en cuir ou matière synthétique. J'assure aussi l'affûtage et la reproduction de clés et plaques d'immatriculation. J'attache énormément d'importance au made in France et je lutte contre le jetable* », raconte-t-elle.

Yolande Bouillaud est affiliée à « Bravo les Artisans » mis en place par la Chambre des Métiers et qui permet à des collégiens de se familiariser avec les métiers de l'artisanat en découvrant de manière concrète les entreprises et les métiers.

En 2020 notre cordonnière a remporté le 1<sup>er</sup> prix de la 15<sup>e</sup> édition du trophée des femmes de l'artisanat des Deux-Sèvres.

Contact : 09 50 66 13 52

## A la rencontre d'un artisan limougeaud qui fabrique des sneakers made in France



*local, tout est fait dans un rayon de 60 à 80 km maximum de Limoges. Du coup, elles sont uniques et on me demande souvent où est-ce que je les ai trouvées", raconte le jeune homme.*

TOUTE L'INFO SUR

"MADE IN FRANCE"



La fabrication de ces sneakers a démarré en fin d'année dernière dans un garage transformé en atelier. Le concepteur est issu d'une famille dans la chaussure depuis sept générations. Il met un poids d'honneur à se fournir près de chez lui. Et quand ce n'est pas local, c'est en

partie recyclable pour la semelle, ou biodégradable pour celle à l'intérieur. Chaque paire nécessite en moyenne trois heures de main d'œuvre, et derrière les machines, une doublure en cuir qui fait toute la différence.

Ce qui séduit aussi les acheteurs, c'est la possibilité de personnaliser à l'infini ces chaussures au prix de 139 euros pour les femmes et 149 pour les hommes.

TF1

TERRITOIRES ET FILIÈRES

# A Romans-sur-Isère, la chaussure ouvre la marche (2/4)

Publié le 22/06/2021 • Par [Gaëlle Ginibrière](#) • dans : [France](#)

DR

Deuxième étape de notre voyage au cœur des territoires qui soutiennent des filières spécifiques. Romans-sur-Isère, capitale de la chaussure, sinistrée par le déclin du secteur dans les années 1990 et 2000 rebondit avec une approche coopérative et artisanale de cette activité. Un rebond modeste, qui joue cependant un effet d'entraînement.

## MA GAZETTE

Sélectionnez vos thèmes et créez votre newsletter personnalisée

Trois salles, trois ambiances. A l'entrée de Romans-sur-Isère (Drôme, 33 000 hab.), l'usine désaffectée Jourdan, une des entreprises emblématiques de la chaussure disparue en 2007 alors qu'elle faisait travailler dans les florissantes années 1970 plus de 2 000 personnes dans la Drôme et l'Ardèche, attend sa réaffectation en gymnase. Dans la Cité de la chaussure sur les hauteurs du centre-ville, une vingtaine de salariés s'activent dans les odeurs de cuir et de colle des quatre ateliers créés depuis 10 ans. Entre les deux, trônent sur diverses places de la commune un pimpant « escarpin girafe » et d'autres « pieds » géants de l'exposition « hors les murs » du musée de la chaussure.



L'effondrement du secteur – de la grande époque subsistent le chausseur Clergerie et les tanneries Roux rachetées en 2012 par LVMH – n'empêche pas la ville de rester dans l'esprit de beaucoup la capitale de la chaussure. « C'est un capital immatériel », rappelle Michel Nicolas, directeur de la Fab-T, le hub de coopération et d'expérimentation local créé pour stimuler la création d'entreprises.

## Capital de compétence à préserver

---

Un capital de réputation et de compétence que n'a pas voulu laisser échapper Christophe Chevalier. L'homme est à la tête du Groupe Archer, initialement une association chargée de l'insertion professionnelle, notamment des naufragés de la chaussure. Après avoir d'abord élargi son intervention à l'aide aux entreprises en difficulté, il se lance dans la production de chaussures, avec l'ambition de conserver les savoir-faire locaux. Son talent est de savoir faire travailler ensemble chefs d'entreprise, experts de la chaussure venus donner un coup de main (parfois de loin), chambre de commerce et d'industrie, collectivités territoriales... En 2012, est ainsi créée l'association professionnelle Romans Cuir, qui regroupe plus de 20 acteurs du cuir et de la chaussure (ateliers de fabrication, marques, Tanneries Roux, organismes de formation, communauté d'agglomération, Pole Emploi...). Alors que les collectivités territoriales se penchent généralement sur les plus grosses mailles du développement économique, « nous avons sollicité l'appui de la commune de Romans et de Valence Romans Agglo car l'image de la chaussure est un levier de marketing territorial, », souligne le chef d'entreprise.

Son idée est de recréer des ateliers de fabrication adossés à un magasin d'usine. Le premier atelier ouvrira en 2010, équipé d'anciennes machines rachetées à l'entreprise Jourdan, dans une démarche coopérative d'ESS (Économie sociale et solidaire). Séduits par l'écosystème, notamment la proximité de formations dédiées au secteur (à l'Afpa ou au lycée du Dauphiné), d'autres créateurs rejoignent l'aventure comme Patrick Mainguné d'InSoft, dont les chaussures allient confort et souci du recyclage, Milemil ou



encore Thomas Huriez, qui lance la marque 1083 autour du jean et de la chaussure Made in France.



## Une Cité de la chaussure

---

Sans demander de subventions directes aux collectivités, Christophe Chevalier en fait un levier de sa démarche. En 2016, il initie le dispositif Startup de territoire – expérimenté parallèlement dans cinq autres territoires français – pour faire émerger des projets entrepreneuriaux en faisant brainstormer citoyens et acteurs du territoire. D'un grand atelier réunissant près de 250 personnes naît entre autre l'idée de créer un lieu dédié à la chaussure. Le projet deviendra la Cité de la chaussure, installée depuis 2019 au centre-ville de Romans. « La communauté d'agglomération a accepté d'y domicilier l'office du tourisme, le loyer payé participant à l'équilibre financier du projet », pointe Marie-Hélène Thoraval, vice-présidente Attractivité, rayonnement du territoire et industries créatives de l'agglomération et maire de Romans-sur-Isère. La Cité de la chaussure équilibre son budget avec les recettes de la boutique et celles des visites.

L'objectif (modeste) est de créer une centaine d'emplois dans la chaussure d'ici 5 ans. « Au début des années 80, 40 % des effectifs salariés de Romans travaillaient dans le secteur de la chaussure. Aujourd'hui le renouveau de cette activité reste artisanale, sur un marché de niche », observe Mourad Hader, directeur du développement économique de la communauté d'agglomération Valence Romans (54 communes, 223 000 habitants). Grâce à la cité de la chaussure – quelques 6 000 visiteurs avaient

réservé pour la saison 2020 avant l'annonce du premier confinement – et au musée de la chaussure (créé en 1971), le secteur devient par ailleurs un levier d'attractivité pour l'activité touristique romanaise, au côté du centre commercial Marques Avenue.

## Ecosystème et Territoires d'Innovation

---

L'initiative du groupe Archer va au-delà de la seule chaussure. « La dynamique start-up de territoire ambitionne la création de 200 projets, dont 100 entreprises rentables pour une création de 1 500 emplois », revendique Christophe Chevalier. La démarche vaut d'ailleurs au Groupe Archer et à l'agglomération d'être, en 2019, parmi les lauréats du programme investissement d'avenir Territoires d'innovation. Avec à la clé un financement de 22 millions d'euros sur 5 ans. « L'État a demandé à l'agglomération de créer un EPLA (établissement public local à caractère administratif), baptisé Fab-T) pour gérer cette somme. Trois agents de l'agglomération y travaillent », indique Michel Nicolas. Collecte de verre consignée, maraîchage bio, pôle de l'image animée... près d'une quarantaine de structures ont déjà été lancées dans des activités très diverses, mais avec comme prisme commun le développement durable. « Notre stratégie s'appuie désormais sur la diversification économique du territoire », confirme Mourad Hader.

Et Christophe Chevalier de conclure : « Nous avons remporté l'appel à projet Territoires d'innovation grâce à la chaussure, nous réussirons avec les autres secteurs ».

### FOCUS

## Coachier les futures perles de la chaussure

---

Cofondatrice de la marque de chaussures de football Milemil, fabriquées dans l'un des quatre ateliers de la Cité de la chaussure, Isabelle Dume revêt régulièrement son autre casquette : accompagner et aiguiller des porteurs de projet dans le cadre de l'action « Proto en main » lancée en juin 2020. Un dispositif allant jusqu'à la réalisation de prototypes, porté par l'association Romans Cuir et financé par Territoires d'innovation. Déjà une cinquantaine de personnes ont été accompagnées, parmi lesquels une douzaine de demandeurs d'emploi ont suivi un dispositif de formation à la création d'une marque de chaussures à l'Afpa, financé par la région Auvergne Rhône-Alpes. Isabelle Dume suit de son côté une douzaine d'autres personnes, dont le projet est en cours de maturation. « Il faut de la pédagogie, car beaucoup nous sollicitent

sans forcément connaître le métier de la chaussure. Nous espérons à terme accompagner une vingtaine de porteurs de projets par an, parmi lesquels émergera peut-être une future pépite », témoigne Isabelle Dume. Une démarche déterminante : « L'objectif est de réactiver la filière en attirant de nouveaux entrants », commente François Monterrat, référent chaussure à la Fab-T.

---

## CRÉATEURS ET PASSIONNÉS - Le Soulor 1925 entre au Palais

Rubriques : [Béarn](#) [Créateurs d'Avenir](#) [Economie](#)

Le 28 Juin. 2021

# **L'entreprise béarnaise de chaussures va exposer son modèle Ossau à l'Élysée, sélectionné dans le cadre de la Grande exposition du Fabriqué en France, les 3 et 4 juillet...**

**Une véritable reconnaissance pour le savoir-faire de cet atelier installé à Nay depuis janvier dernier.**

Le Soulor 1925 sera aux côtés des Landaises [Castex](#) (édredon) et [Pyrenex](#) (doudoune), du Laboratoire gersois [Odost](#) (Buccotherm) et du Bigoudan [Mersen Boostec](#) (miroir de télescope spatial).

Au total, 121 autres produits français représenteront chacun un des 101 départements de métropole et d'Outre-mer.



Depuis 2016, Stéphane Bajenoff et Philippe Carrouché ont su faire perdurer et transmettre le savoir-faire des chaussures Paradis-Pomiè, rebaptisées Le Soulor. L'entreprise, historiquement basée à Pontacq, a finalement repris sa place dans le cœur des consommateurs et, grâce à ce renouveau, elle a pu embaucher neuf personnes pour compléter ses effectifs.

*« Notre combat pour sauvegarder les savoir-faire locaux et faire rayonner la région a finalement payé. Être sélectionné pour participer à la Grande exposition du Fabriqué en France est une reconnaissance du travail de toute l'équipe du Soulor 1925 », raconte Stéphane Bajenoff.*

Entièrement assemblée dans l'atelier, les chaussures Le Soulor 1925 sont entièrement personnalisables et faites sur-mesure. Directement inspirée du modèle emblématique de la chaussure de berger Vignemale, l'Ossau est pourtant plus souple et possède des couleurs plus flashy.





« *Quand nous sommes arrivés, les randonneurs utilisaient le modèle Vignemale, qui n'était pas du tout adapté à la moyenne et haute montagne. Nous avons donc décidé de décliner ce modèle en utilisant des cuirs gras nobles de chez Degermann, souples et confortables* », se souvient le co-gérant.

À titre d'exemple, il faut un jour et demi de travail, 60 pièces et 120 manipulations pour réaliser le modèle Ossau, mais également un savoir-faire qui a failli se perdre à jamais. « *Quand nous avons repris cette entreprise, il n'y avait plus que Robert dans l'atelier. Il part aujourd'hui à la retraite et cette reconnaissance est un beau cadeau pour son départ* » ajoute-t-il.

Afin de transmettre les techniques utilisées dans l'atelier (le montage à la main et le cousu norvégien) et assurer la pérennité de l'entreprise nayaise, les 13 salariés partagent les secrets de leurs métiers avec les jeunes générations. En effet, depuis 3 ans, le Soulor 1925 accueille des compagnons du devoir.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site [lesoulor1925.com](http://lesoulor1925.com)





## La nouvelle éco : le fabricant de bottes Aigle relocalise des modèles dans son usine d'Ingrandes

Jeudi 3 juin 2021 à 21:48 - Par William Giraud, France Bleu Poitou



Poitiers



Seule usine française du fabricant de bottes en caoutchouc Aigle, le site d'Ingrandes ne connaît pas la crise. Le groupe, qui mise sur le "made in France", vient de rapatrier dans la Vienne le modèle phare pour enfants "Lolly Pop", fabriqué jusqu'ici en Europe de l'Est. Avec des embauches à la clé.



Dans l'usine d'Ingrandes. © Maxppp - Agence

On prend des nouvelles du **fabricant de bottes en caoutchouc Aigle à Ingrandes près de Châtellerault**. Une usine qui se porte plutôt bien car visiblement, avec le déconfinement, les consommateurs français plébiscitent les bottes "made in France". La marque a vu son carnet de commandes repartir au printemps après une année 2020 difficile. **Et le site d'Ingrandes, seule usine française du groupe, en profite largement.**

Le secteur de la chaussure a connu l'an passé une chute moyenne de 25% de son activité. Dans ce contexte morose, Aigle a su tirer son épingle du jeu avec une hausse des ventes de 14%, bien mieux que la plupart de ses concurrents.

80 embauches prévues d'ici 2023

La marque a su surfer sur sa production française grâce à l'usine d'Ingrandes. "**Les consommateurs ont éprouvé lors de l'année écoulée un besoin de sortir à nouveau en plein air, un retour à la nature qui passe par l'équipement d'une bonne paire de bottes**" explique Lisa Robineau, déléguée CGT de l'usine.

Labellisée "*Origine France Garantie*" depuis 2016, la manufacture d'Ingrandes compte **350 salariés dont 220 maîtres bottiers**. Une vingtaine d'embauches a eu lieu ces derniers mois, **80 sont prévues sur deux ans** pour répondre à la demande.

Produire à nouveau en France quand c'est possible

Mieux, l'usine poitevine voit désormais **des modèles qui avaient été délocalisés à l'étranger revenir en France**. C'est le cas de la gamme pour enfants "Lolly Pop" qui était produite jusqu'à il y a peu en Europe de l'Est.



Aujourd'hui, l'usine Aigle d'Ingrandes produit **450.000 paires en caoutchouc par an**. L'objectif de la marque est d'arriver à **800.000 paires d'ici 2023**. L'usine se réorganise d'ailleurs en vue de la prochaine rentrée de septembre.

### Quel avenir pour la plateforme logistique ?

L'objectif est d'accompagner au mieux la montée en puissance. **Une inquiétude demeure toutefois sur la plateforme logistique d'Ingrandes**. Elle date, comme l'usine, de 1968. Elle est vieillissante, avec des parties amiantées. Trois projets sont sur la table : soit une rénovation, soit la construction d'un nouveau bâtiment, soit une externalisation de cette activité (avec une quarantaine d'emplois en jeu).

La CGT plaide pour une solution interne, estimant que l'argent du plan *France Relance* pourrait permettre de financer cet investissement. Autre argument de taille : **l'existence derrière l'usine d'une ancienne ligne de fret qui pourrait permettre à terme d'évacuer une partie des marchandises par le rail** et continuer à creuser le sillon d'une marque écolo-responsable.

[Entreprises](#)[Made in France](#)[Vienne](#)

William Giraud  
[France Bleu Poitou](#)

---

« Ne faites plus vos lacets, chaussez et déchaussez autant que vous le souhaitez » est la devise de **Gorilla**, la marque qui s'est lancée dans la fabrication de lacets en silicone pour les chaussures de sport !

Élastiques, à mémoire de forme et adaptables à la morphologie de chaque pied, ils nous promettent un **maintien** total dans un **confort** absolu, pour des pieds libres et qui respirent !

## Resserrer les liens grâce à un savoir-faire français

Près d'un Français sur 2 fait du sport plus d'une fois par mois et grand nombre d'entre eux a de plus en plus besoin de **confort**, de **réassurance**, de **performance**.

Le sport, universel, vecteur d'innovation, d'égalité et d'inspiration fait désormais partie de notre équilibre ! Les équipementiers l'ont bien compris, avoir une chaussure adaptée à l'activité sportive pratiquée, qui répond à un accompagnement global du pied dans l'action est essentiel. L'action du lacet est souvent minimisée, et pourtant même si sa fonction première est de maintenir la chaussure sur le pied, il peut faire toute la différence.

Un lacet trop serré ou pas assez, qui se défait, qui nous gêne, qui se casse, qui se sali ... autant de tracas qui ont mené des réflexions utiles sur un matériau qui pourrait répondre à toutes ces problématiques.

La solution ? Une **innovation FRANÇAISE**, une **révolution** qui va changer nos codes pour se chausser, des lacets **100% silicone #GORILLATRIBE** ! Soucieuse de son environnement, la tribu lyonnaise est intégrée pour maîtriser son processus de fabrication et de R&D made in France, donnant du sens à notre devenir, celui de nos enfants et nous relier les uns aux autres, le tout pour la pérennité de notre industrie française.

## Adaptables à tous les pieds pour chaque sport

En partenariat avec **Gorilla**, l'équipe du Site des Marques a pu tester leurs cinq gammes de lacets, les **Lacets pour la Randonnée Noires**, les **Lacets pour le Running Rose Fluo**, les **Lacets pour le Trail Rouge Fluo**, les **Lacets pour le Triathlon Jaune Fluo** et les **Lacets Sportco Blancs** !

A la fois **tendres**, **bienveillants** et très **puissants**, les lacets Gorilla nous permettent d'être bien des pieds à la tête, pour nous relier à nos sensations. Avec un objectif, que chacun puisse progresser dans sa pratique sportive et son quotidien et de montrer que notre environnement est un véritable terrain

de jeux, Gorilla peut équiper et s'adapter à toute une tribu selon ses besoins et ses activités.

Les lacets en silicone Gorilla permettent à nos pieds de respirer, de bouger tout en étant maintenus et de ressentir cette sensation d'être comme dans des chaussons, le pied est ainsi respecté dans sa totalité et peut exercer des mouvements en toute liberté.

Fabriqués à partir du silicium extrait de la roche et du sable et Made in France, les lacets Gorilla sont très pratiques et rassemblent des propriétés incomparables avec une **résistance aux conditions climatiques** extrêmes et à l'eau, une grande **solidité**, une **mémoire de forme** et un **nettoyage facile et rapide** !

Chaque paire de lacets vendue avec ses **accroches** (blanc ou noire) conviennent aux pointures allant du **30 au 48** sur chaussures basses.

Ce sont des lacets techniques composés de 3 formes spécifiques adaptées à la morphologie du pied, et déclinés en 4 tensions différentes pour 5 univers :

- **Tension soft** pour les lacets **TRIATHLON** ce qui facilitera les transitions vélo - course à pied
- **Tension médium soft** pour les lacets **RUNNING** qui permettra d'affronter les kilomètres sans point de compression, le pied pourra respirer sans être bloqué.
- **Tension médium soft** également pour les lacets **RANDONNÉE** qui assureront un bien-être immédiat et continu pour parcourir tous les terrains et les chemins.
- **Tension médium hard** pour les lacets **TRAIL** feront gagner en maintien et en confort.
- **Tension hard** pour les lacets **SPORTCO** pour répondre aux différents changements d'appuis latéraux.

Le plus dans tout ça c'est que vous pourrez chausser et déchausser sans avoir à faire ou refaire vos lacets !

Des couleurs à la fois classiques et originales, les lacets Gorilla apporteront à nos chaussures de sport une touche de peps, ainsi nous serons fin prêts à partir à l'aventure ! Très pratiques, extrêmement résistants et super confortables ils nous facilitent la vie en nous permettant d'être plus rapides, que ce soit lors de la préparation ou de la pratique !

## Où retrouver les lacets en silicone Gorilla ?

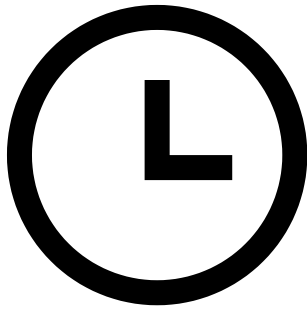
Quel que soit le sport que vous pratiquez, vous trouverez sur **gorilla-tribe.com**, la réponse à vos besoins ! Ainsi avec des lacets originaux avec

un **design classe et élégant**, vous serez le ou la plus motivé(e), le ou la plus performant(e) et le ou la plus à la pointe de la mode !

Bon shopping !

## Espadrilles Payote

Passion espadrilles : Payote nous fait rêver avec des tas de références à tomber



10/06/2021 à 11h37 | par Publi-communiqué | Crédits  
photos : Espadrilles Payote



Toc toc c'est l'été, le soleil se lève et notre vestiaire se transforme ! Zoom sur les nouveautés de la désormais célèbre griffe d'espadrilles qui sent bon le sud. Payote c'est plus de 450 modèles d'espadrilles made in France, funs, girly et un brin décalées... C'est le pied !

Organiser un mariage occitan entre une usine ancestrale d'espadrilles et l'innovation de la vente en ligne, Olivier Gelly y a cru. Cet entrepreneur déterminé a vendu sa voiture pour lancer son premier stock. De succès en levées de fonds, le concept a fait feu et la marque Payote a embrasé le marché de l'espadrille ! Les collections se sont alors enchaînées, soutenues par une équipe de passionnés et l'ouverture d'une

première **boutique**. Dernière réussite en date : **Payote** vient d'inaugurer un **atelier** de prototypage à **Perpignan**.

## Des espadrilles girly made in France

"**Payote**", ce nom nous projette directement sur **plage** et nous invite à redécouvrir l'**espadrille**, produit iconique de la **région occitane**.

Les **espadrilles Payote** respectent la coupe originelle de l'**espadrille basque** concevant une **semelle** à la **coupe féminine** dans un max de **confort**.

Ces **souliers en toile** et **en corde solide** sont soutenus par une **couture en fil de nylon**.

Cette résistance confère aux **espadrilles Payote** un taux de **satisfaction** au top chez les messieurs qui ont parfois un fort coup de **pied** ! On découvre sur l'**e-shop de Payote** une myriade de références à des **prix très abordables**.

Les **collections** sans cesse renouvelées affichent une multitude de **couleurs** et d'**imprimés** pour que chacun trouve **chaussure à son pied**.

## La folie espadrilles est en marche

**Payote** nous régale avec des **pièces très féminines** d'**espadrilles femme** mais a aussi de quoi **chausser** la gente **masculine** et nos têtes blondes. Cet été on craque pour les **collections exotiques** aux **motifs tropicaux** jalonnées de tigres et de **détails jungle**.

Pour plus d'authenticité, **Payote** propose de **personnaliser vos espadrilles** avec une **broderie**: l'occasion d'un **cadeau** touchant, d'un surnom assumé ou tout simplement pour ne pas se faire piquer sa **paire** ! Pour faire un **pied** de nez aux clichés sur les **mauvaises odeurs d'espadrilles**, découvrez l'"**espadrille qui sent bon**".

Commandez en option un **spray micro-capsulé** qui apportera une **odeur fraîche** à votre **chaussure** pour longtemps. Sans cesse en mouvement et à l'écoute des besoins de ses clients, **Payote** travaille actuellement sur

des **semelles d'espadrilles compensées** pour un look encore plus **girly**. Afin d'être présent en toutes saisonnalités, **Payote** a même sorti

des **chaussons espadrilles fourrés** et **végans** au sein de laquelle une **semelle intérieure** viendra vous sauver du froid.





Espadrilles Payote

## Espadrilles éthiques et écoresponsables

Avis aux **greens fashionistas**, Payote a créé une **paire d'espadrilles** à partir de **matières recyclées** comme des **déchets marins** et des **vêtements usagés**. Soucieux de son impact sur **l'environnement**, Payote continue son action avec la **fabrication de nouveaux modèles d'espadrilles écoresponsables unies et imprimées**. Cette entreprise soutient **l'artisanat français** par une **fabrication de proximité** et une **gestion des stocks raisonnée**. Réactive et **solidaire**: **l'atelier** qui avait fermé ses portes lors du premier confinement s'est mobilisé pour fabriquer des masques à partir de ses propres **toiles**. Toute l'équipe a appris à coudre et a donné de son temps bénévolement. On fonce découvrir les **espadrilles** de cette marque jeune et dynamique sur <https://www.Payote.fr/> ou en magasin 1325, avenue de la Salanque à Perpignan.

## Payote : bientôt une boutique à Toulouse pour les espadrilles catalanes



[Commerce](#), [Grande Région - Occitanie](#), [Perpignan](#), [Economie](#)

Publié le 23/06/2021 à 19:14 , mis à jour à 19:19

**La jeune société perpignanaise bénéficie du dispositif d'épargne citoyenne installé par la Région, grâce auquel l'argent "d'ici" finance les entreprises et les emplois "d'ici".**

En attendant de fabriquer et d'assembler ses espadrilles sur un site de 8 000 m<sup>2</sup> (à identifier et financer) dans les Pyrénées-Orientales, et de passer ainsi de 60 000 paires produites par an à 80 à 100 000, Payote va cheminer jusqu'aux rives de la Garonne.

### Grâce à l'épargne citoyenne

La petite entreprise de l'opiniâtre Olivier Gelly, qui s'est déjà distinguée en représentant le made in France à L'Élysée et qui produit même pour Le Louvre, aura ainsi une vitrine dans la capitale régionale. Et ce, grâce à 130 000 euros levés via le dispositif d'épargne citoyenne lancé par la Région en pleine crise du Covid-19. Carole Delga (qui visitait l'entreprise ce mercredi) et Alain Di Crescenzo, le président de la CCI régionale, ont alors l'idée de "réveiller" l'argent qui dort en Occitanie pour l'injecter dans son économie. De l'épargne "d'ici" pour aider les entreprises et les emplois "d'ici".

Une évidence qui a pris forme en temps de crise et qui a déjà mobilisé un million d'euros et attiré l'attention de 250 sociétés régionales. Après audit (pas question de laisser placer des économies dans des sociétés boíteuses), une cinquantaine sera éligible à la rentrée, promet Carole Delga qui ne tarit pas d'éloges sur cette pépite catalane : *"Payote a parlé aux investisseurs en étant numéro 1 de ce fonds régional et la Région avec le Département, la CCI, Perpignan invest... les aidera à avoir une usine de fabrication à Perpignan, il n'y a pas de fatalité dans les Pyrénées-Orientales, on se bat pour favoriser l'émergence de ces projets et on innove pour permettre aux citoyens de s'impliquer car ils le demandent"*.

**Frédérique Michalak**  
*suivre ce journaliste*

[VOIR LES COMMENTAIRES](#)

**Gli investitori sono a caccia del prossimo Bitcoin. Quali criptovalute stanno**

## PAYOTE COLLABORE AVEC LE GIRAFON BLEU POUR LA SAUVEGARDE DES GIRAFES DU NIGER

A la Une / Fashion / 23/06/2021

La marque d'espadrilles made in France s'est rapprochée d'une autre enseigne : Le Girafon Bleu, pour participer à leur cause à savoir : la défense des girafes du Niger. Une belle initiative que nous avons voulu mettre en avant.



**5 euros reversés par commande, pour les girafes du Niger**

Payote est une jeune marque d'espadrilles née à Perpignan, entre la fraîcheur des Pyrénées et les parfums de la méditerranée.

Créée par Olivier Gelly, un jeune entrepreneur connecté, la marque crée des produits à partir de matières éco-sourcées, c'est leur façon de s'impliquer dans la lutte contre les déchets.

Depuis sa création, la marque d'espadrilles Made in France Payote soutient les causes qui lui tiennent à cœur. Dernièrement, elle s'est associée à la marque de prêt-à-porter Le Girafon Bleu. Celle-ci lutte au travers de la vente de ses produits, pour la sauvegarde et la protection des girafes. En effet, en seulement 30 ans, leur population a diminué de plus de 40%.

Le girafon bleu est depuis plus de 20 ans une association, cette association lutte pour la conservation des derniers troupeaux de girafes d'Afrique de l'Ouest. Et ces girafes sont uniques ! Ce sont les seules en Afrique à vivre hors des réserves naturelles, elles cohabitent littéralement avec les populations locales : les villageois de la région de Kouré.

**Semelle extérieure : 100% caoutchouc naturel recyclé**

**Semelle intérieure : 100 % jute**

**Du 35 au 47 prix : 39,90€**

Ces deux marques tendance, françaises et éco-responsables ont donc collaboré autour d'une paire d'espadrilles en édition limitée aux couleurs du girafon.

Cinq euros seront reversés à chaque commande à l'ASGN (Association pour la Sauvegarde des Girafes au Niger) via le partenaire du girafon bleu, le Bioparc de Doué-la-Fontaine. L'ASGN travaille depuis 20 ans dans la conservation et la protection des girafes d'Afrique de l'Ouest, espèce menacée.

Disponible sur : [www.payote.fr](http://www.payote.fr) & <https://girafonbleu.com/collections/nos-collabs>

Disponibles à partir de l'été 2021



**MAEVA PILLON**



chaussures

## Une chaussure de foot 100% française avec Milémil et Smart Power

Par ThomasCvrK | Publié le 27/05/2021

Les chaussures de football portées par la plupart des joueurs, qu'ils soient professionnels ou amateurs, proviennent essentiellement d'Allemagne ou des États-Unis mais Milémil et SmartPower prouvent aujourd'hui que la France a également un avenir dans ce domaine en dévoilant deux modèles réalisés à 100% sur le territoire français.

SmartPower a inventé le premier crampon orientable en 2016, appelé Profiler©. Ces crampons sont modulables grâce à un système astucieux et simple d'orientation permettant de changer sa configuration à volonté. Les changements d'orientation des crampons permettent de gagner en accélération et en légèreté ou en technicité et précision d'appui selon l'option choisie. « *Andy Delort a souhaité tester nos crampons et a battu le record de vitesse en Ligue 1 trois jours après* », [nous racontait Stéphane Raymond](#), le créateur des crampons SmartPower qui ont également conquis Cristiano Ronaldo.





Le hasard fait souvent bien les choses et il se trouve que le siège social de cette entreprise se trouve à quelques encablures de Milémil, dans le Drôme. L'association était donc inévitable comme l'indique le communiqué de presse annonçant cette collaboration. Si SmartPower a révolutionné les crampons de football, Milémil est la seule marque à fabriquer des chaussures de football 100% Made In France. Lancée en 2014 à Romans sur Isère, capitale de la chaussure, cette marque tire son épingle du jeu en misant sur le cuir premium qui était omniprésent sur les paires de crampons jusqu'au milieu des années 2000 et que l'on ne retrouve que très rarement aujourd'hui puisque de

nouveaux matériaux synthétiques lui sont préférés par les grandes marques comme Nike, adidas ou Puma.

Le premier modèle confectionné par les deux sociétés du Drôme se base sur l'*Infatigable*, modèle emblématique de la marque fondée par Christophe Pinet et Isabelle Dhume. Cette paire est équipée d'un jeu de crampons SmartPower en plastique pour gagner en performance sur terrain sec. Cette collaboration ne vient pas bouleverser l'ADN de l'*Infatigable* qui conserve son look old school et son confort grâce au volume chaussant et à la souplesse du cuir. Ce modèle est disponible en noir mais aussi dans un coloris bleu-blanc-rouge mettant parfaitement en avant la production locale.



Le second modèle sera en revanche un tout nouveau produit de la marque Milémil et sortira à l'occasion de l'Euro en juin prochain. Le communiqué de presse nous apprend tout de même que deux jeux de crampons seront proposés avec cette paire, l'un pour la saison estivale et ses terrains secs et l'autre pour la saison hivernale et ses terrains gras. Comme le veut la tradition de Milémil, le cuir premium sera de la partie pour proposer un produit durable et confortable. Concernant le design et le coloris, nous n'en savons pas plus pour le moment puisque le modèle est en train d'être conçu à l'aide des retours des consommateurs qui décrivent leur « chaussure de

football idéale » en répondant à un sondage sur le compte Instagram et le site internet de Milémil.



Une chose est sûre, ce nouveau modèle aura été conçu en prenant compte des attentes et des besoins des amateurs de crampons de football. « *Confort, robustesse, performance, design : un ensemble Made In France qui séduira sans doute de nombreux sportifs. Preuve en est que l'industrie du sport en France n'est pas morte et qu'elle propose des solutions pour relocaliser et offrir des produits innovants à ses clients* », peut-on lire à la conclusion du communiqué de presse.