

# CHAUSSER magazine

N° 182 Mai 2009

Prendre les choses à la légère est une forme d'élégance



**SLEDGERS**<sup>®</sup>  
french style & comfort

Tout l'univers Sledgers pour vos clients sur le nouveau site  
[sledgers.com](http://sledgers.com)

**DOSSIER :**

**L'Homme : un segment en mutation**

**ENQUÊTE**

**Le vol en magasin : un phénomène à ne pas ignorer**



# L'homme,

## un segment

# en mutation

**Indéniablement les hommes ont changé dans leur manière de "consommer" la mode : ils sont plus attentifs à leur look, s'intéressent plus aux tendances. Certes, cette évolution n'est pas radicale mais c'est un fait. Leurs comportements d'achats sont, de plus en plus, calqués -toute proportion gardée- sur ceux des femmes. Alors, même si ce segment de marché reste délicat à aborder, la mode masculine ville présente un réel potentiel.**

**C**e n'est pas encore une révolution mais... Le regain d'intérêt des hommes pour la mode est une réalité et cela, les marques qui les ciblent l'ont bien compris. Ces dernières années, le développement d'instituts de beauté consacrés à la gent masculine, de lignes de cosmétiques, de magasins dédiés tel le BHV Homme à Paris, etc. sont venus confirmer cette évolution -peut-on dire mutation ?- de la mode homme. Un

phénomène essentiellement dû aux plus jeunes dont les comportements d'achats vestimentaires diffèrent de leurs aînés et tendent à se rapprocher de ceux des femmes. Cette nouvelle génération d'hommes s'habille par plaisir et plus seulement par obligation, contrairement à ses aînés. « *L'homme moderne s'émancipe et prend désormais conscience de l'importance que son image revêt* », peut-on lire dans *Le Guide du relooking*

*Homme* de Sandra et Franck Guérin (Éditions Pearson). Sur la toile, les sites Internet dédiés à la mode masculine, et plus globalement au marché masculin, se multiplient. Entre sites de créateurs et sites plus généralistes traitant de la mode, de la beauté, du high-tech, de l'automobile, de la finance, de la culture, etc., citons

pêle-mêle [www.souliers.net](http://www.souliers.net), [www.unhomme.fr](http://www.unhomme.fr), [www.studiohomme.com](http://www.studiohomme.com), [www.modissimo.fr](http://www.modissimo.fr) avec, pour certains (comme le dernier), des fiches pratiques sur les guides de tailles, des conseils d'association entre chaussures et vêtements... Le monde de l'édition n'est pas en reste. La presse masculine a en effet connu ces dernières années un boom et vu les titres se multiplier. Un engouement qui

semble aujourd'hui révolu. Avec une évidence : la mode ne suffit pas à intéresser le lectorat masculin. Si quelques pages y sont consacrées, c'est bien, mais les magazines qui ont du succès sont plus généralistes.

La mise en avant et la "peopolisation" de célébrités masculines, icônes du sport, de la musique, du cinéma, et adeptes de la mode, ont également participé à la prise de conscience des hommes sur l'importance de leur

apparence. « *Nouvel archétype de l'homme moderne, le "metrosexuel" représente la cible "addict" au shopping, crèmes de beauté, salons de coiffure, spa, etc. Bref, un homme qui aime prendre soin de lui et accorde la plus grande importance à son image. Également dénommé "urban dandy", il est citadin (d'où*



recherche d'un certain confort. La chaussure ville sur semelle cuir rigide n'est pas trop demandée, un phénomène certainement dû aux habitudes de porter des sneakers », constate Alexander Quinders du groupe Noël. De création anglaise et de fabrication brésilienne, la marque de chaussures pour hommes

Anatomic & Co allie style classique et confort grâce à la technologie Anatomic Gel, une exclusivité. « Fabriquées



avec des supports matelassés aux chevilles, les doublures en agneau et la peausserie grainée sont d'une souplesse remarquable et les voûtes plantaires anatomiques possèdent des coussins épais », peut-on lire dans la plaquette de présentation de la marque. Présente dans près de 60 pays (Angleterre,

Europe, Asie, Moyen-

Orient, Japon, USA, Australie, Nouvelle-Zélande, Amérique du Sud et Chine), les modèles sont distribués en France, depuis la saison printemps-été 2009, par Dominique Bennett, au prix public moyen conseillé de 129 euros. « Les consommateurs recherchent confort, fiabilité et élégance », note Rémy Wernert, responsable communication chez Mephisto, estimant que le marché de l'homme a de belles années de lui. « De plus en plus, l'acheteur masculin se soucie de son pied et de son bien-être en général. »

Et le réseau des détaillants chausseurs multi-marques semble rester la panacée pour la vente de chaussures de ville. « Même si la demande de vente par Internet est de plus en plus forte, nous restons fidèles à notre réseau de boutiques en propre et notre réseau de détaillants indépendants », souligne Pierre Colin pour Paraboot. « Attention, car si le circuit Internet offre de nombreux avantages pour les consommateurs (pas besoin de se déplacer, pas de foule, un choix plus large, etc.) et pour le commerçant, il faut toutefois relativiser, surtout dans le domaine de la chaussure pour hommes. On croit souvent à tort qu' "ouvrir" un site Internet et le "faire tourner" est facile mais ce n'est pas le cas. Tout doit fonctionner derrière : achat, logistique, etc. Et un site doit pouvoir s'appuyer sur une marque forte, une notoriété, voire un réseau de boutiques, et créer ainsi de véritables synergies. Mais assurément le marché de l'homme a de belles années devant lui », indique Laurence Bréchet (Bexley). « Le marché de l'homme est un marché porteur même si la conjoncture est difficile et que les détaillants sont actuellement plutôt inquiets », note Philippe Meinier-Bargel (Monderer). « Le marché de l'homme a de belles années devant lui. C'est le début d'un segment très prometteur... », renchérit Bernard Raffi (Clarks). « Malheureusement les habilleurs sur le segment du haut de gamme et les "bons" détaillants spécialistes de l'homme ne sont plus assez nombreux », déplore néanmoins Guy Rodoz (marques Pellet chaussures de ville et Hexagone). D'où de belles possibilités de développement ! ■

## Semelle cuir ou gomme

### Bien chaussé, bien dedans

Laisser le temps au temps, prendre le temps ne sont plus des attitudes très répandues à notre époque ; aujourd'hui c'est l'immédiat qui prime. Les campagnes publicitaires qui vantent les bienfaits des semelles respirantes ou rebondissantes aux diverses facettes n'ont pas valeur à supplanter le bon vieux cousu sur semelle cuir. En la matière, les connaisseurs ne s'y trompent pas, ils savent qu'un soulier prend toute sa valeur quand il "s'est fait" au pied. L'un dans l'autre, avec l'effet du temps, le pied et la chaussure ne font plus qu'un. L'achat d'une bonne paire de souliers est, de ce fait, un bon placement. À terme, il libère l'esprit de tous les maux de pied.

### L'empreinte

Sous l'effet de la pression et du temps, le dessous du pied imprime sa forme sur la première, le liège du rempli absorbe le mouvement, la semelle s'use à l'emplacement des proéminences plantaires (la plus accentuée se situe sous la première tête métatarsienne) pour libérer un espace et stabiliser le pied au sol ; les coutures d'assemblages (Goodyear et petit-points) suivent le mouvement des matières. L'usure de la semelle cuir favorise le rapprochement de la proéminence plantaire au sol et donne tout le confort au pied. L'usure est donc un avantage.

La semelle cuir a d'autres avantages inégalés : elle permet notamment les échanges thermiques avec l'extérieur et donne une bonne dynamique de marche.

La semelle gomme a, certes, des qualités de résistance à l'usure et de souplesse que le cuir, même battu, n'a pas. En plus, la gomme est imperméable et évite les remontées d'eau par la semelle en temps de pluie. Elle ne facilite cependant pas la préformation de l'empreinte du pied (la semelle conserve une forme concave) et ne permet pas les échanges thermiques (le pied reste confiné dans sa macération).

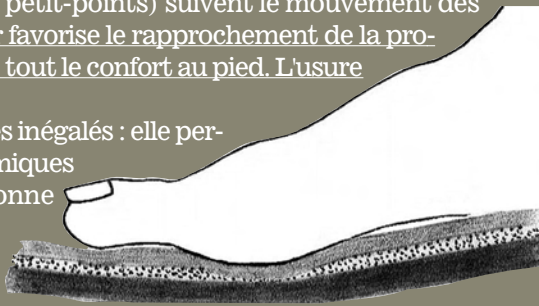
Le patin protège la semelle, fait faire des économies d'entretien et permet d'éviter les glissades. Par contre, il amoindrit considérablement les effets donnés par le cuir pour absorber la forme du dessous du pied, préserve l'humidité acide de la transpiration (échauffement du pied), altère le montage (première craquelée, durcie,...), fragilise la doublure, alourdit la semelle, etc. Ce phénomène de dégradation s'accélère selon le taux d'humidité dégagé par le pied.

Le montage Goodyear, de par ses coutures d'assemblage et son épaisseur de rempli, permet aux matières de se distendre et d'accentuer le phénomène d'impression. Les qualités du cuir à première et à semelle et du liège de remplissage influent considérablement sur la sensation de confort.

Le liège naturel découpé dans l'écorce de l'arbre, ou aggloméré d'un liant de gélatine animale, facilite l'évacuation de la transpiration.

Le liège aggloméré d'un liant de néoprène, utilisé par de nombreux fabricants, ne présente pas les mêmes qualités. Dans ce domaine comme dans tant d'autres, le cahier des charges varie considérablement selon les fabricants. Pour certains, le conceptuel et l'esthétique sont plus importants que la qualité de fabrication et, pour d'autres, tous ces paramètres sont pris en compte.

Alain Madec



LAETITIA BLIN