

# Entretien avec Alain Madec

## Quelle est votre perception des métiers de la chaussure dans leur ensemble ?

La chaussure rassemble une diversité de métiers indissociables. La conception, le marketing, la production et la vente doivent bien fonctionner ensemble pour ne pas décevoir les attentes des consommateurs. Des points peuvent être améliorés pour ne pas briser la chaîne des compétences et surtout pour valoriser la marque.

### La création

Si l'on considère qu'une chaussure est avant tout faite pour marcher, les incohérences de styles et de fonctions provoquent parfois des incompréhensions qui pourraient être évitées. Pour donner toutes les chances de réussite à un modèle, il faut rétablir un équilibre d'influence entre les créateurs, le formier, le patronnier, le monteur et le commercial. À la grande époque de la chaussure, tous les corps de métiers étaient rassemblés sur un même lieu et cela avait l'avantage de faciliter les échanges et d'améliorer la qualité.

### La production

De nos jours, il existe plus d'importateurs et de bureaux d'études que de lignes de fabrication industrielle de chaussures en France. L'héritage des savoir-faire des marques peut être préservé à distance, entre le lieu de la conception et celui de la réalisation des séries à condition qu'il existe un suivi rigoureux des compétences à tous les niveaux. Les conséquences d'un mauvais suivi sont multiples : retours pour cause de malfaçon qui encombrant les services commerciaux et après-vente des marques ; perte de temps et d'argent qui provoque un fort agacement du client et, pour finir, une image de marque dégradée pour le consommateur. Les remontées d'informations des chausseurs indépendants ont trop peu d'influence sur les corrections à apporter au produit et c'est vraiment dommage car les détaillants sont en première ligne pour confirmer la qualité d'un chaussant. Ceux-ci ont l'impression de ne pas compter dans la chaîne de décision et pourtant, à eux tous, ils représentent une quantité d'achat importante pour les marques. Les réflexions du type « *Vous êtes le premier à nous le dire* », « *C'est le modèle que l'on a le plus vendu cette saison* » ou « *On n'a jamais eu de problème*



Alain Madec

*avec ce modèle* », ..., donnent trop souvent l'impression aux détaillants d'être déconsidérés. Cette façon de communiquer ne devrait plus avoir cours de nos jours.

### La distribution

La chaussure est un sujet délicat, sensible et esthétique. Le savoir-faire et le faire savoir ne sont pas suffisamment concordants aujourd'hui pour apprécier la différence entre un article chaussant quelconque et la mise au point d'une confection bien pensée.

Il existe deux façons d'acheter des chaussures aujourd'hui : la vente en ligne et la vente chez un chausseur. La vente en magasin par des chausseurs compétents qui apportent une valeur ajoutée par une bonne qualité de conseil et de service continuera à exister. Les ventes de chaussures considérées comme simples accessoires n'ont plus de raison d'exister et peuvent aisément être réalisées sur Internet.

### La consommation

La diversité de l'offre chaussant qui achalande les étals des marchands donne la possibilité de trouver chaussure à son pied. Faut-il encore savoir faire la différence entre un bon et un mauvais chaussant. L'exigence s'apprend et la médiocrité est souvent moutonnaire. L'image de la marque ne donnera pas satisfaction si elle n'est pas accompagnée d'un conseil approprié au chaussant. Le chausseur a un rôle primordial pour aider le consommateur dans son acte d'achat et ainsi répondre à ses attentes.

Il faut sensibiliser les consommateurs à l'art de bien chausser et, en conséquence, leur apprendre à bien se chausser. Les chaussures de bonne fabrication ne doivent pas décevoir par un chaussant mal adapté. Le travail alors réalisé par toute la chaîne de fabrication en serait dévalorisé.

**Exemple** : Vous achetez une paire de chaussures de luxe d'une valeur de 1 000€ d'une marque prestigieuse inadaptée à la forme de votre pied. Après les avoir portées plusieurs fois, vos pieds hurlent de douleur. Acheter une paire de chaussures de luxe n'est pas l'assurance d'un chaussant adapté à votre pied. Cela démontre bien que le prix n'est pas la condition d'un bon chaussant. ■

Propos recueillis par LAETITIA BLIN

[www.alainmadec.com](http://www.alainmadec.com)