

La Chaussure Outdoor

L'arrivée du printemps oblige, la Fédération Française de la chaussure s'intéresse à la chaussure outdoor. Un marché croissant et performant, et des modèles de chaussures qui après la montagne, envahissent aujourd'hui les villes.



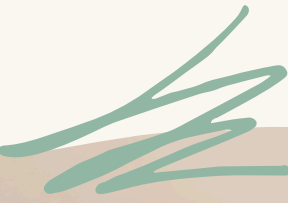
FEDERATION FRANÇAISE DE CHAUSSURE

C'est tendance : de la mode outdoor au gorpcore

Autrefois cantonnée au look du randonneur, la mode outdoor a depuis quelques saisons trouvé son style. Un genre toujours technique, adorant le GORE-TEX et les textiles performants, mais désormais soucieux de sa ligne et de sa palette de couleurs. Entré en ville, le vêtement outdoor s'intègre aujourd'hui de plus en plus au vestiaire urbain et au streetwear. Une association à l'origine d'un mouvement : le gorpcore. Un mot inspiré d'un snack de randonnée énergisant appelé « GORP » - Good old' Raisins and Peanuts » et en français « des bons vieux raisins et des cacahuètes - à la gloire des bons mélanges.



Le marché de la chaussure en plein air dans le vent



Suivant la popularité croissante pour la pratique de la randonnée, le marché de la chaussure en plein air connaît depuis quelques saisons une croissance continue. Une tendance qui va de pair avec la recherche de produits de plus en plus durables et l'émergence de matériaux recyclés et biosourcés qui protègent l'environnement. Des modèles techniques taillés pour les pros du hiking et de la montagne à ceux plus hybrides capables de braver le bitume, la chaussure outdoor fait aujourd'hui sa place, comme le prêt-à-porter, dans l'univers urbain.



Les chiffres du marché

Selon la Fédération Française de la chaussure, le marché de la chaussure en plein air représentait **en 2024, 350 millions d'euros**. Un marché florissant où les ventes se situent quasiment à 10% au-dessus du niveau pré-COVID. Une évolution à mettre en corrélation avec le retour au premier des activités de plein air après la crise pandémique.





5 marques de chaussures françaises fans de outdoor



Plus vieux modèle signé par Chaussures de Gatine, ce derby est issu des patronages de galoches : ces chaussures à semelles de bois fabriqués par la famille de Charles Gilbert, depuis plusieurs décennies. Lorsqu'il crée sa propre manufacture, Charles garde ce modèle original et l'adapte à la semelle de caoutchouc. Pour lui donner un nom, il choisit la région de son cœur, celle où il passe toutes ses vacances d'été en famille : l'Auvergne.

Chaussures de Gatine : un best-seller appelé Auvergne

Conçues confortables et résistantes, à l'image du navigateur Christophe Auguin, multiple vainqueur en solitaire de courses comme le Vendée Globe en 1997, les chaussures Christophe Auguin (groupe Cléon) ont été conçues pour l'extérieur, pour la navigation et pour la détente. Des modèles majoritairement fabriqués en France grâce à une technique exclusive Cléon. La semelle est antidérapante pour garantir l'aisance lors des manœuvres de navigation. Les habitués les décrivent comme des « chaussons de mer »



Christophe Auguin, les chaussons de mer

Méduse, la bottine plastique anti-pluie

Méduse, ce sont aussi des bottes et bottines en plastique 100% recyclables, produites en France à Beaupréau (49). Modèle outdoor à la silhouette mode, la Jumpmode est un Chunky Boots massive, déclinée en noir ou dans des teintes naturelles évoquant les campagnes françaises. Sortie en édition limitée, la Japscot et son élastique écossais a été pensée pour les journées pluvieuses. Crantée et en chanvre, la bottine Cynthiana, imaginée en collaboration avec Plasticana, incarne, elle, les grands espaces.



Les baskets Meeko sont inspirées du voyage. Si l'on ne devait garder qu'une seule paire pour partir en vadrouille le sac léger, laquelle serait-elle ? C'est avec cette question en tête que les fondateurs ont développé leurs sneakers. Des modèles qui associent des éléments techniques outdoor à des silhouettes urbaines, pensées pour un maximum de polyvalence et de durabilité. Choisies vegan les baskets Meeko sont toutes fabriquées à partir de matériaux sourcés et/ou recyclés.



Meeko, la basket tout-terrain





Ils s'appellent Avoriaz, Cluzaz, Montana ou Yosemite. Des chaussures appartenant à la gamme « outdoor » de la maison Paraboot, toutes inspirées des modèles de montagne ou d'escalade, et aujourd'hui revisités pour s'adapter à la ville. Paraboot dispose également d'une ligne professionnelle, conçue, elle, autour de chaussures de montagne spécialisées, de nautisme ou de chasse.



Paraboot, la ligne outdoor

Actu : Rencontre avec Jean-Baptiste O'Neill, le nouveau président de la marque Le Soulor



Fédération Française de la Chaussure : Comment avez-vous connu la marque Le Soulor ?

J.B.O : À la reprise de l'entreprise, j'ai été frappé par la qualité de l'équipe, la précision des gestes, la passion et le rôle clé de chacun.

Nous avons gardé les mêmes artisans. À chaque étape clé de la fabrication, nous avons au moins une personne expérimentée et une plus jeune, en formation (notamment des Compagnons du Devoir). Notre façon à nous de faire vivre les savoir-faire !

cuir, des produits superbes, un savoir-faire artisanal à l'ancienne, une équipe passionnée... c'était ce que je recherchais.

FFC : Comment cela va se traduire ?

J.B.O : Par la refonte de notre site-ecommerce, le renforcement de notre offre, la stimulation de la demande par le développement de notre réseau sélectif de revendeurs en France, en Europe et à terme à l'international au Japon, en Corée du Sud, aux Etats-Unis et au Royaume-Uni. Et pour nos 100 ans (en 2026), un projet de nouvelle boutique et de nouveau concept à Paris.

FFC : Votre modèle fétiche ?

J.B.O : J'ai découvert la marque en 2023, après 7 ans passés au Moyen-Orient. Un ami d'un très bon ami m'a mis en contact avec ses anciens propriétaires. Mon projet de reprise s'appuyait sur la fabrication locale, le savoir-faire, les beaux produits. Une fois dans les ateliers de la marque, le coup de foudre a été immédiat. Des odeurs de cuir, des produits superbes, un savoir-faire artisanal à l'ancienne, une équipe passionnée... c'était ce que je recherchais.

FFC : Comment conserver les savoir-faire ?



FFC : Quelle philosophie souhaitez-vous influer ?

J.B.O : Respecter l'héritage de la marque tout en l'inscrivant dans une dynamique d'évolution positive en poursuivant mais amplifiant le travail fantastique initié par mes prédécesseurs. Nous fabriquons en France, entièrement à la main, des belles chaussures robustes, durables, personnalisables. Nous avons le savoir-faire et tous les ingrédients, maintenant il s'agit de le faire savoir.

J.B.O : Difficile de choisir. J'ai un faible pour le modèle Oussau, un hommage aux racines du Soulor, et à tout ce que cette culture pastorale incarne : simplicité, authenticité et durabilité. Une silhouette à la fois robuste et élégante qui s'inspire des formes classiques des chaussures portées par les habitants de la vallée et des bergers, revu avec une touche de modernité qui en fait un modèle intemporel porté même en ville. »

SUIVEZ LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA CHAUSURE SUR :

@FRENCHSHOESFEDERATION

FRENCH SHOES FEDERATION

Créée en 1929, la Fédération Française de la Chaussure regroupe environ 200 marques. Au total, 120 entreprises – industriels et créateurs d'articles chaussants – répartis sur le territoire national. Reconnue métier d'art, la fabrication de chaussure c'est aussi chaque année 15 millions de paires Made in France, un critère largement apprécié à l'international. La FFC représente et accompagne ses adhérents dans le cadre de leur développement marketing et international, dans le domaine social et réglementaire, et promeut le savoir-faire et la créativité française.

CONTACTS:

Patricia Chelin - SOME PResS Tél. 06 68 62 15 68
patricia@somepress.com

Michelle Guilloux-Bonnet
Fédération Française de la Chaussure
Tél. 01 44 71 71 71 m.bonnet@chaussuredefrance.com

réalisé avec le soutien financier de CTC

