

CHAUSSURE

Le groupe de chaussure italien fait déjà fabriquer ses chaussures de sport, ainsi que des modèles de ville destinées à la Chine et aux Etats-Unis, dans les usines de son partenaire Aokang, près de Shanghai. Il envisage d'alimenter d'autres marchés à partir de cette base.

Le groupe italien Geox veut forcer l'allure en Chine

L'inventeur de « la chaussure qui respire », l'italien Geox, compte vendre 12 millions de paires cette année, trois millions de plus qu'en 2005. « Je suis très ambitieux et je ne me contente pas d'être devenu, en dix ans, le premier fabricant de chaussures en Italie, je veux devenir le numéro un mondial et la Bourse nous en donne les moyens », déclare aux « Echos » Mario Moretti Polegato, le président et fondateur du groupe installé à Montebelluna, non loin de Venise.

Sept mois après une entrée remarquée à la Bourse de Milan, la capitalisation boursière de Geox dépasse déjà nettement celle de l'inventeur du mocassin à picots, Tod's. Et la Chine est en train de devenir un ingrédient non négligeable de ce succès « made in Italy », en tant que marché mais aussi comme base de production.

L'accord de licence, signé à l'automne 2003 pour une durée de trois ans renouvelables, avec un spécialiste chinois de la chaussure, Aokang, monte en effet en puissance. Les chaussures de la ligne sportive de la marque Geox vendues dans le monde entier, ainsi que certains modèles de chaussure

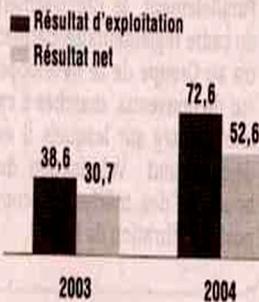
de ville destinés au marché local sortent déjà de ses gigantesques usines, près de Shanghai. « Dans le futur, nous voulons aussi réaliser chez lui la production de nos chaussures de ville pour d'autres marchés, l'Asie-Pacifique et peut-être l'Europe », annonce Mario Moretti Polegato. Pour Geox, « l'important est de créer les produits avec la main italienne et de garder la maîtrise totale en interne de la semelle, qui représente notre avantage stratégique ».

La production du groupe repose déjà sur 28 sites dans le monde, dont seulement six lui appartiennent. Quatre d'entre eux se trouvent en Italie et deux en Europe de

Les chiffres clés de Geox

En millions d'euros

Chiffre d'affaires
254,1 340,1



« Les Echos » / Source : Geox

L'Italien compte vendre 12 millions de paires cette année.

l'Est, en Roumanie et en Slovaquie.

Depuis deux saisons, le groupe produit en Chine les chaussures à destination du marché américain, un débouché encore modeste (4 % des ventes totales), mais amené à grandir. Il a commencé à y ouvrir des boutiques en propre (trois pour l'instant) et il inaugurerà en novembre, à New York, sur Madison Avenue, sa plus grande vitrine au monde, sur 400 mètres carrés. L'arrimage du yuan au dollar lui permet ainsi de neutraliser l'impact des variations monétaires.

A la tête de 2.800 magasins de chaussures en Chine, Aokang s'est aussi engagé à doter Geox – seul

étranger pour lequel il travaille – d'une présence dans 100 points de vente au total. La marque italienne est entrée dans 65 points de vente dans les rues de la mode de Pékin et Shanghai. Son programme de développement s'étend à tout le pays.

« Geox est déjà l'une des marques européennes les plus connues en Chine et l'expérience est très positive », assure Mario Moretti Polegato. Il reste néanmoins discret sur les ventes et niveaux de production de son partenaire chinois, qui se traduisent pour lui par l'encaissement de royalties. Loin des discours convenus, il estime qu'il y a « moyen de travailler et de défendre les produits » dans un pays où fleurit la contrefaçon. Lui qui a commencé à déposer le brevet de sa semelle en Chine il y a huit ans (une démarche effectuée aujourd'hui dans 100 pays) « fait confiance à son partenaire ». Et il n'hésite pas à clamer haut et fort que « le marché mondial doit être libre, même s'il défend la chaussure italienne, la lutte contre le dumping et le droit à la réciprocité dans l'accès aux marchés ».

NADINE BAYLE

Des commandes en progression de 30 %

Tests aux Etats-Unis. Après une hausse de son chiffre d'affaires de 34 % en 2004, à 340,1 millions d'euros, Geox maintient un rythme de croissance élevé. Les ventes ont progressé de 30 % au 1^{er} trimestre, à 185,8 millions d'euros, et le carnet de commandes pour la saison automne-hiver croît de 30 % par

rapport à la même période de 2004 », précise son président, Mario Moretti Polegato. Le résultat net trimestriel a grimpé de 35 %, à 41,1 millions. Geox, qui a ouvert 25 boutiques au cours des trois premiers mois de l'année, a surtout concentré son développement sur l'Italie (55 % du chiffre d'affaires),

l'Allemagne (12 %), la péninsule ibérique (8 %), la France (7 %) et le Benelux (5 %). Le premier magasin au Royaume-Uni a ouvert en 2002 et à Tokyo fin 2004 et le groupe teste le marché américain depuis trois ans, dans les grands magasins, chez certains détaillants et dans trois points de vente en propre.