

le nouvel Observateur

www.nouvelobs.com

Les choses de la vie

Geox

La marque aux semelles de vent



Mario Moretti Polegato et ses célèbres semelles aérées

Pas vraiment glamour... mais tellement confortable ! En moins de dix ans, « la chaussure qui respire » a conquis la planète. Révolutionn'air !

« Les cordonniers sont les plus mal chaussés », dit le proverbe. À écouter la success story de Geox, on peut ajouter : les viticulteurs aussi. Tout commence en 1995 à Reno, Nevada, USA. Mario Moretti Polegato, un œnologue italien, participe à un congrès sur le vin. Entre deux conférences, il a envie de faire un tour. Mais dans cette ville qui ne connaît que les températures extrêmes, l'homme d'affaires a chaud. Pour être précis, il transpire... des pieds. Alors il prend un couteau et pratique des trous dans chacune de ses baskets. Eurêka ! se dit Polegato, qui

marque d'un pas léger et sec. De retour en Italie, il sophistique son innovation, en élaborant une semelle à trous multiples et minuscules, qui laissent passer la transpiration mais pas l'eau extérieure. En somme, un petit pas pour l'homme, un grand pas pour l'humanité, en tout cas pour son bien-être sudoripare.

Mais dans la Botte comme ailleurs, aucun fabricant ne croit à la révolution de la semelle qui respire. Le concept de base, il est vrai, n'est guère glamour. On aime parler style, confort mais pas effluves nauséabonds. Polegato reste droit dans ses bottes.

Puisque personne ne veut de son idée, il fabriquera lui-même ses souliers. Dans le nord de l'Italie où est installée la propriété viticole familiale, il trouve un savoir-faire extraordinaire dans la chaussure. Enfin, en businessman à l'américaine, il pense marketing, concept, attente du client. La marque s'appellera Geox, un nom qui sonne international et technique. La publicité ne montrera pas une jambe sublime mais le soulier avec, tel un fer à repasser à vapeur, un halo qui se dégage de la semelle. Les rédactrices de mode regimbent. Les marcheurs adorent. Les mams surtout, pragmatiques avant

tout. Inutile, pour le comprendre, de s'appesantir sur le déchaussage des bambins après une partie de foot... Elles adoptent les souliers, s'en chaussent elles-mêmes. Les hommes suivent.

Dix ans plus tard, dans un marché européen en pleine déconfiture, Geox est n°1 en Italie et 8^e mondial de la chaussure Lifestyle, avec plus de neuf millions de paires de chaussures fabriquées en 2004, principalement dans des pays à main d'œuvre bon marché, « pour vendre à un prix raisonnable », explique Mario Moretti Polegato. La marque, qui entre-temps a nettement progressé sur le plan du stylisme, possède 260 boutiques dans le monde, 160 en Italie. Et ce n'est pas fini. En France, outre les 9 magasins déjà existants, 5 ont ouvert depuis le début de l'année, à Nice, Ajaccio, Lille, Dijon et Saint-Quentin. Geox est aussi présent dans de nombreux magasins multimarques et dans les catalogues VPC. L'avenir ? « Geox est unique au monde grâce à sa technologie. Nous avons en Italie un département de recherches où travaillent quinze ingénieurs », raconte le PDG. Qui se penche également sur d'autres problèmes. « Nous avons créé la veste qui respire selon le principe de la cheminée. Nous avons foré la partie supérieure de la veste, ce qui permet à la transpiration de s'évacuer par le haut. »

Une idée fumeuse ? Seul élément de réponse : Geox, dont aucun fabricant de chaussures ne voulait il y a dix ans, a été introduit en Bourse en janvier dernier. Seul l'argent n'a pas d'odeur.

Claire Fleury
Points de vente au 0800-280-665.
Sur le Net : www.geoxshop.com

