

DU « VRAI AU PRO »

Hervé Mandeix, directeur de la section chaussant chez Daewo France (filiale d'une entreprise coréenne de 50 000 personnes) qui, de 68 à 77, s'est occupé du département homme chez André, a une expérience « grand public » de cette période intéressante.

« Ce phénomène de la chaussure anti-conformiste, portée par les gens de mode, les marginaux, a dans les années 70 modifié à un tel degré l'approche du marché qu'à partir de 1973 nous avons, chez André, abandonné la classification technique dans la construction des collections, pour une classification de type socio-culturel, qui a révélé l'importance de la tranche 15-25 ans, grande « porteuse » des nouveaux courants de mode. Pour cette seule catégorie, le marché était à 80 % couvert par cinq produits-type, dont le training-basket, le clark, la botte western, le pataugas et les sabots ».

Cette répartition est demeurée depuis à peu près identique, avec des évolutions quantitatives et qualitatives à l'intérieur de chaque famille. Le clark, chaussure de cuir détente/ville, a été chez les juniors remplacé par le tennis, puis le basket en cuir blanc (on vit le phénomène à plein en ce moment).