BEAU

LE MOCASSIN

FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE

RIVECOUR

Histoire
DU MOCASSIN

Il est des chaussures qui marchent, d'autres qui racontent. Le mocassin appartient à cette seconde catégorie : un objet de style né du besoin, devenu symbole, et aujourd'hui icône d'un luxe à la fois discret et intemporel.

Aux origines : la liberté du pas

Avant de devenir un essentiel du dressing, le mocassin naît dans la nature autour de 5000 ans av. JC s'accordent les historiens. Chez les peuples amérindiens d'Amérique du Nord, il est conçu comme une seconde peau : souple, cousu à la main, épousant le pied pour marcher longtemps, en harmonie avec la terre. Sans lacets, facile à retirer, le mocassin pose les bases d'un luxe originel, ne cherchant pas à montrer mais à accompagner le mouvement.

Le Penny Loafer

S'il existe plusieurs hypothèses sur l'inventeur du mocassin, le modèle envahit dans les années 30 les campus américains. On le connaît alors sous la forme du Penny Loafer popularisé par la maison Georges H Bass, une chaussure qui doit son nom à la pièce de cuir située sous le coup-de-pied et dont la forme permettait de glisser parfaitement un penny.

En France, de la curiosité au signe d'élégance

C'est dans l'après-guerre que le mocassin commence à s'imposer en France. Les influences américaines – au cinéma avec Cary Grant et Paul Newman -, dans le jazz ou dans les universités de la côte Est – pénètrent doucement la garde-robe parisienne. Les jeunes intellectuels, les artistes, les voyageurs y voient une alternative plus fluide, moins rigide, à la chaussure classique. Porté sans chaussettes, pantalon légèrement raccourci, il incarne une nouvelle masculinité : libre, assurée, solaire

J.M. Weston, l'acte fondateur

L'histoire du mocassin français bascule en 1946 lorsque J.M. Weston lance son légendaire 180. Fabriqué à Limoges, le modèle devient un rite de passage. Etudiants des grandes écoles, écrivains, diplomates, hommes politiques : tous l'adoptent. En France, la chaussure devient un marqueur social discret, presque intellectuelle.

Ailleurs, les américains de Alden popularisent le « mocassin à glands, à pompons ou à pampilles ». Connu sous le nom de « Tassel Loafer », cette paire devient emblématique du style Ivy League. En 1953, Gucci transforme avec son modèle Horsebit, le mocassin en manifeste de style. Le cuir se fait plus précieux, la ligne plus affirmée. Le mors métallique, inspiré de l'univers équestre, inscrit définitivement la chaussure dans le vocabulaire du luxe.

Un vent de liberté

Dans les années 60, le mocassin s'ancre véritablement dans la culture parisienne. À Saint-Germain-des-Prés, il accompagne les silhouettes de la Rive Gauche : trenchs, cols roulés, vestes de tweed… Il se porte patiné, vécu, parfois usé, signe d'un luxe non ostentatoire.
Il faut attendre les années 70 pour voir le mocassin entrer progressivement dans le vestiaire féminin. Les femmes s'en emparent comme un symbole d'émancipation élégante, détournant ses codes masculins pour affirmer une allure plus libre.

Un classique qui se réinvente

Si le mocassin traverse les décennies sans prendre une ride, c'est parce qu'il sait s'adapter à son temps. Semelles épaisses ou ultra fines, cuir lisse, suédé ou verni, versions féminines, hybrides ou plus contemporaines : des ateliers historiques aux jeunes labels, le mocassin se réinvente sans jamais renier son existence.

Aujourd'hui il se porte aussi bien avec un costume qu'avec un jean, un tailleur ou une robe fluide. Il brouille les frontières entre formel et casual, entre héritage et modernité. Dans un monde en quête de sens et de durabilité, il incarne un luxe pérenne, fait pour durer et se transmettre, et cette idée très française du luxe.

Les chiffres
DU MARCHÉ FRANÇAIS :

Selon la Fédération Française de la Chaussure, il se vendrait aujourd'hui entre 6 à 7 millions de paires de mocassin chaque année. Un dynamisme porté par les hommes en premier – ils représentent 60% des consommateurs – et toujours largement répandu dans les collections féminines.

Autrefois confiné à la saison printemps-été, le mocassin est désormais vendu toute l'année. Ses ventes sur la saison automne-hiver représentent aujourd'hui 43% des ventes totales.

LES MOCASSINS VUS PAR LES CRÉATEURS ET MARQUES DE LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE

J.M. WESTON

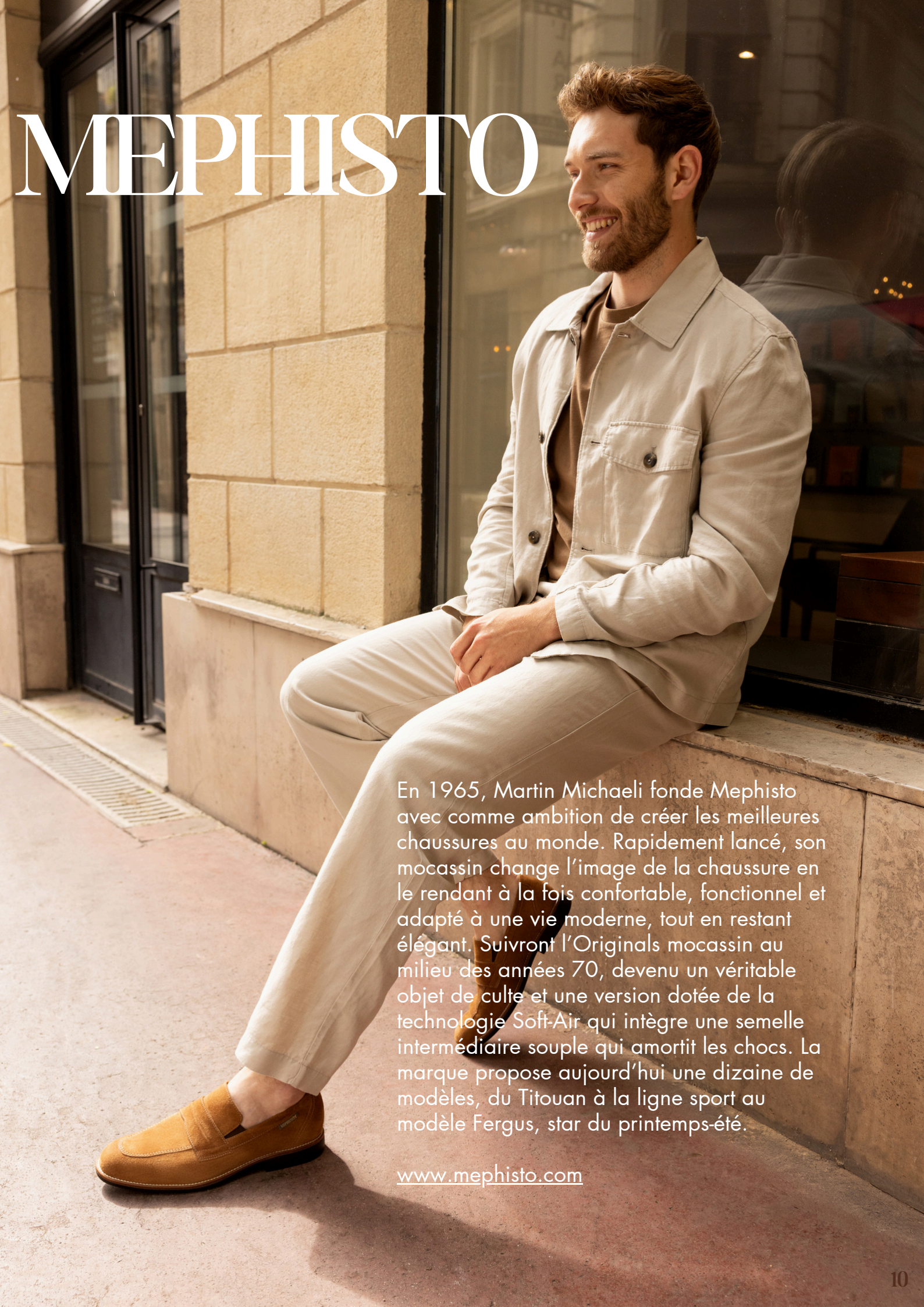
Emblème de la maison française J.M. Weston, le mocassin 180 est créé en 1946, son nom s'inspirant des 180 étapes nécessaires à sa fabrication. Toujours fabriqué dans la manufacture de Limoges, le 180 s'impose dans les années 60 comme une référence grâce à sa silhouette particulière, élégante, épurée et structurée, pensé pour être chaussé et déchaussé facilement. Un modèle qui fait l'objet depuis des années de rééditions, à l'instar de sa version denim issu de jeans de seconde main sortie en 2025. Il célèbre cette année ses 80 ans, avec une identité demeurée inchangée : un cousu retourné qui adoucit la ligne, une découpe en forme de mouette cernée de piqûres sur la bride, une semelle ornée du W identitaire…

jmweston.com

CHRISTIAN PELLET

La marque Pellet naît en 1860 à Vienne (Isère). Aux origines, un cordonnier Pierre Pellet se distingue par ses chaussures robustes et élégantes et une attention particulière donnée au cuir. Suivra la sortie de modèles phares – le Christian, le Macho – et le développement dans les années 50 des premiers mocassins mis en avant dans les campagnes de collection par l'illustrateur René Gruau. Aujourd'hui dans le giron du groupe Spartoo, la marque Christian Pellet décline pour hommes et femmes ses modèles phares, Milana, Olivia, Cador et Colbert.

www.christianpellet.com



MEPHISTO

En 1965, Martin Michaeli fonde Mephisto avec comme ambition de créer les meilleures chaussures au monde. Rapidement lancé, son mocassin change l'image de la chaussure en le rendant à la fois confortable, fonctionnel et adapté à une vie moderne, tout en restant élégant. Suivront l'Originals mocassin au milieu des années 70, devenu un véritable objet de culte et une version dotée de la technologie Soft-Air qui intègre une semelle intermédiaire souple qui amortit les chocs. La marque propose aujourd'hui une dizaine de modèles, du Titouan à la ligne sport au modèle Fergus, star du printemps-été.

www.mephisto.com

PARABOOT

La maison française Paraboot lance en 1970 un mocassin baptisé “Reims” inspiré du succès du modèle Michael. Hybride, entre chaussure habillée et chaussure de travail, le modèle est fabriqué en France à partir d’un montage norvégien (couture apparente) avec une semelle en caoutchouc épaisse et résistante. De plus en plus vogue, il incarne dans les années 80 et 90 une forme d’anti-mode élégante, et devient le symbole d’une chaussure durable et robuste. D’autres modèles complètent aujourd’hui la collection, ainsi du mocassin Coraux tout en souplesse inspiré de la chaussure-bateau Barth, du Columbia, réplique du Penny Loafer et du mocassin Adonis, élégant à l’extrême.

www.paraboot.com

HESCHUNG

Depuis 90 ans, la maison Heschung façonne des chaussures pour l'homme et pour la femme au sein de son atelier familial de Steinbourg, en Alsace. Labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant, elle perpétue les savoir-faire originels du cousu Norvégien et du cousu Goodyear, signatures de confort, de solidité et de durabilité.
Sa collection se déploie notamment à travers une variété de mocassins, réalisés dans des cuirs d'exception tels que l'Anilcalf ou le Suportlo. Sélectionnées auprès d'une tannerie voisine de l'atelier, ces matières prolongent un dialogue exigeant entre savoir-faire et justesse du geste.

www.heschung.com

KLEMAN

Marque phare du groupe Cléon, Kleman naît en 1988 et chausse alors les employés de la Société Nationale des Chemins de Fer, d'Air France et de l'armée française. De sa manufacture située à La Romagne (Maine-et-Loire) sortent ses modèles de derbies iconiques (Padror) et quatre modèles de mocassins. Parmi les plus créatifs: le Dalior 2 se décline en imprimé vache "pony hair" tacheté, en noir et blanc, ou ajouré pour l'été.

www.kleman-france.com

ANTHOLOGY

La marque Anthology revisite depuis 2011, les grands classiques de la chaussure aux lignes sobres et élégantes dans des peausseries fortes. Dessinés en France, leurs modèles de mocassins sophistiqués se déclinent en une palette de coloris intemporels et matières nobles sélectionnées en Europe. Chez la femme, Greta joue l'effet cuir et plissé, et Tilda mise sur l'élégance tout en souplesse. Chez l'homme, le 7367 ajoute de l'élégance avec son liseré en cuir.

www.anthology-paris.com

PIED DE BICHE

Au rang des classiques, la marque de chaussures Pied de Biche dévoilait en 2021 son premier mocassin baptisé Olivier. Un modèle inspiré des Penny Loafers, le modèle emblématique du style preppy, reconnaissable à sa sangle tranversale fendue sur le dessus (le coup de pied), réalisé en cuir suède, doublé en cuir et monté sur une semelle cuir. La marque compte aujourd'hui sept modèles dédiés aux hommes, et décline des versions plus créatives, ainsi du mocassin Marco à semelle crantée au modèle Paul à pampilles ou Octave, tout en toile. Sept autres sont dédiés à la femme, du classique Mona au Léonie noir reptile à pampilles.

www.pieddebiche-paris.com

MALFROID

Entre classicisme assumé et modernité, les collections Malfroid réinventent les modèles de richelieus, derbys, bottines, sneakers et mocassins avec fraîcheur et audace. Chez Malfroid, “porter un mocassin est une déclaration, une philosophie”. Modèle phare de la collection, le Newport s’inspire du célèbre Penny Loafer avec une belle rondeur sur l’avant et se décline dans une large palette de couleurs du bordeaux au noir, café ou chocolat. Suit le Goodwood à pampilles, le Tilsitt façon Elvis, le Villalys à boucle…

www.malfroid.com

Passionné de souliers, féru de matières nobles, et fasciné par la patine, Alexis Lafont créé Caulaincourt en 2008. Il remet il y a une dizaine d'années le mocassin à pompons au goût du jour, et décline aujourd'hui, aux cotés de ses collections de derbies, bottines et sneakers, un large choix de modèles. Parmi eux: le Gattaca, un mocassin décontracté au sport-chic Bronx, une version tressée Capri et le Concorde, mocassin à pompons monté en cousu bolognais.

www.caulaincourt.paris

TIMOTHÉE

Fondée en 2017 par le designer Masamitsu Hata et l'entrepreneur Pierre Rivière, la marque Timothée Paris allie design japonais et créativité française en proposant des chaussures et des sneakers minimalistes fabriquées à la main. Modèle fétiche de la collection, le mocassin Beaune se porte comme un chausson, monté sur une semelle en caoutchouc qui suit le mouvement du pied. Pour le printemps-été, le Touquet infuse dans la collection un esprit détendu et bien habillé, sans effort apparent.

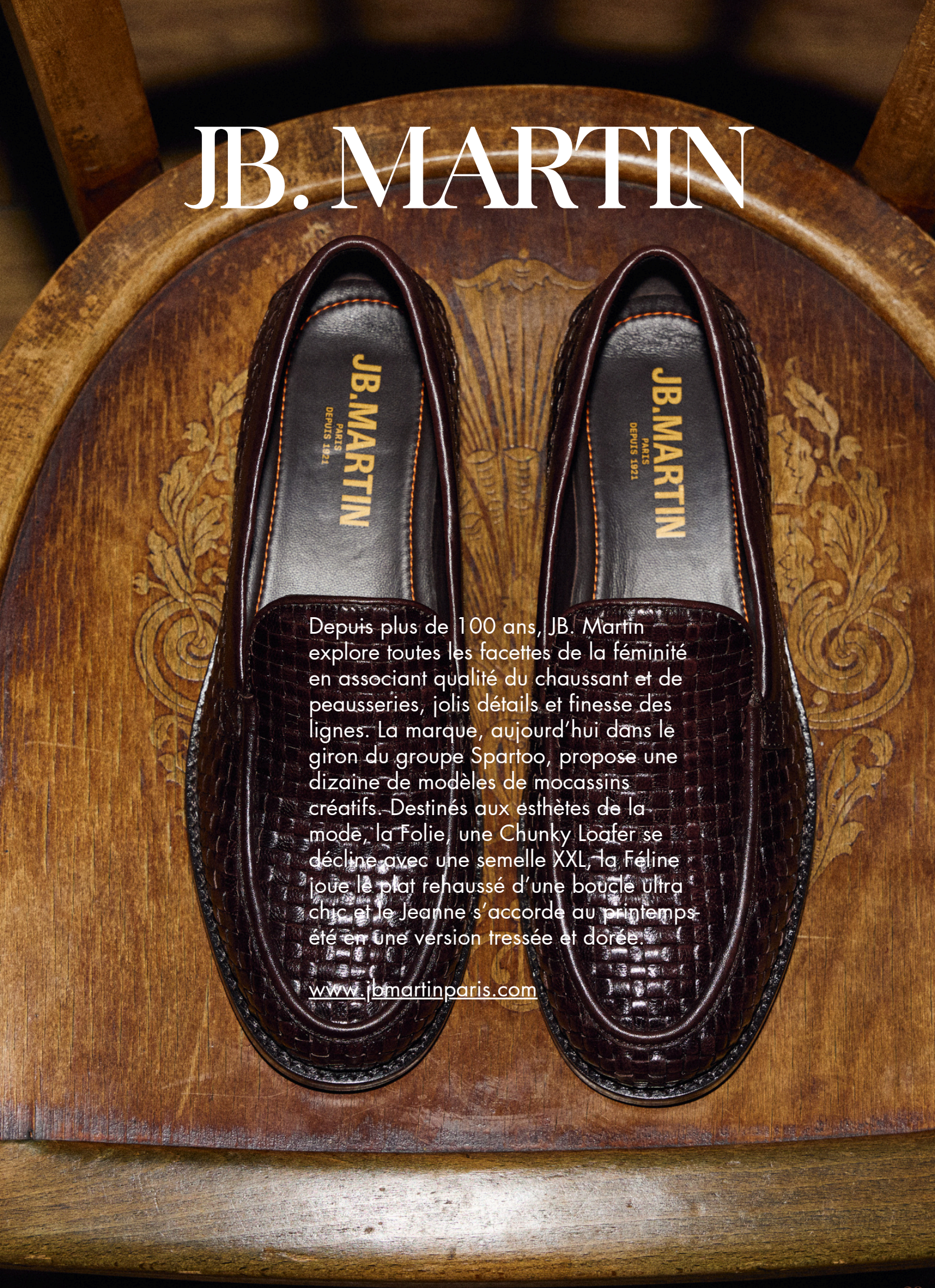
www.timotheeparis.com

BÉGUM

Décliné dans toutes les versions et toutes les couleurs, à petits ou sans talons, le mocassin Bégum prend une allure rétro avec le modèle Milan à bout carré, se couvre d'argent avec Cherokee et se mélange à l'esprit ballerine avec Boston. Lancée en 2016 par Héloise Wirth, la maison Bégum perpétue le savoir-faire de la maison Delage, co-fondée en 1990 par la décoratrice Barbara Wirth et la coloriste Primrose Bordier. Inspirée des archives de la maison, Bégum remet en avant les intemporels, créé de nouvelles lignes et redonne ses lettres de noblesse à la "haute-chaussure" en produisant chaque modèle en toute petite série depuis son atelier situé en Bretagne.

www.begum-paris.com

JB. MARTIN



Depuis plus de 100 ans, JB. Martin explore toutes les facettes de la féminité en associant qualité du chaussant et de peausseries, jolis détails et finesse des lignes. La marque, aujourd'hui dans le giron du groupe Spartoo, propose une dizaine de modèles de mocassins créatifs. Destinés aux esthètes de la mode, la Folie, une Chunky Loafer se décline avec une semelle XXL, la Féline joue le plat rehaussé d'une boucle ultra chic et le Jeanne s'accorde au printemps-été en une version tressée et dorée.

www.jbmartinparis.com

MADE IN ROMANS

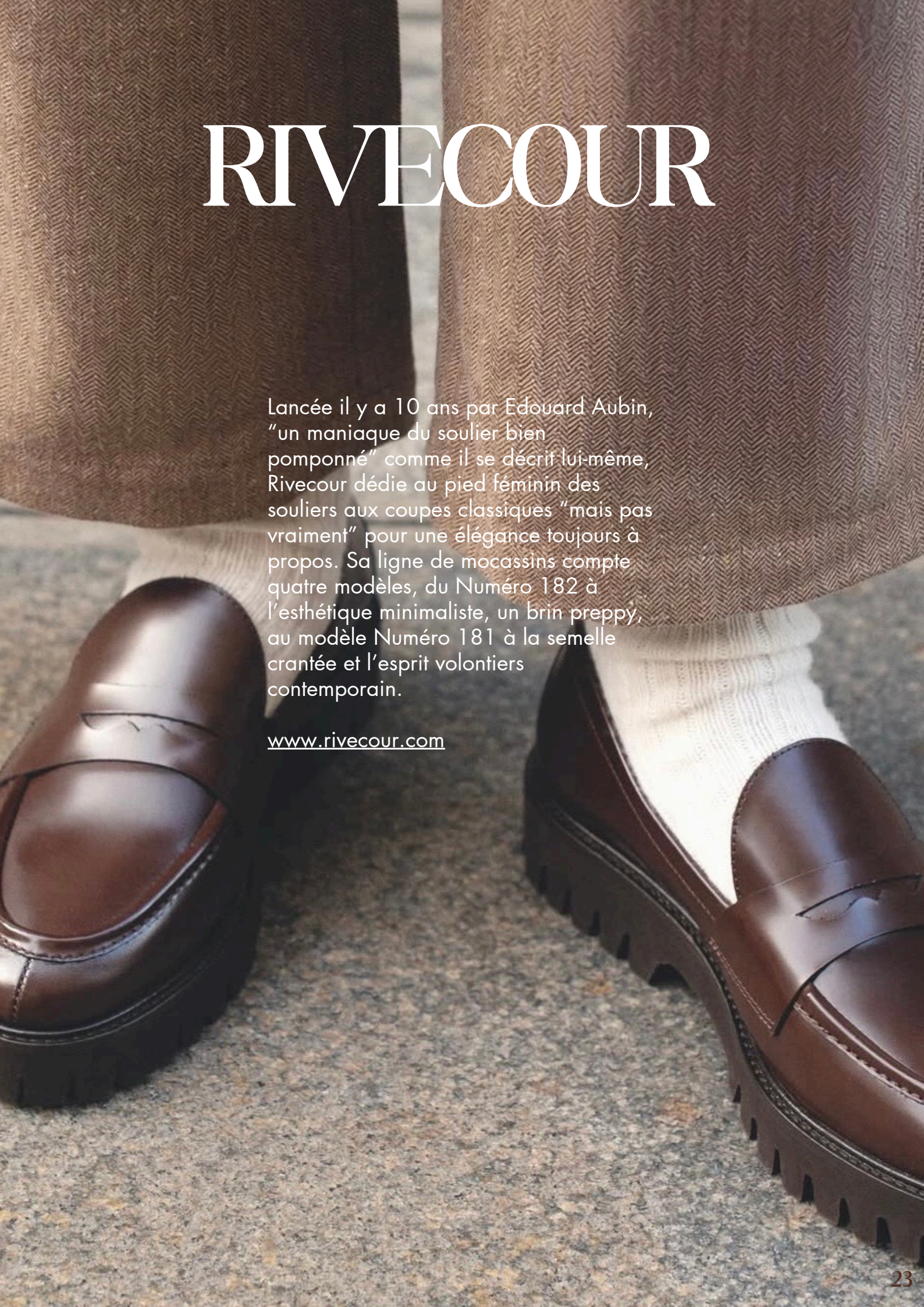
Ouvert en 2010 par le Groupe Archer, l'Atelier Made in Romans fabrique à Romans sur Isère des modèles intemporels et classiques dans le respect de la tradition locale, chaque paire étant labelisée "Véritable Chaussure de Romans". Dans leur collection, deux modèles de mocassin ont été pensés en chaussure du quotidien, déclinés en cuir sur semelle cuir ou en EVA.

www.atelier-madeinromans.fr

PARALLÈLE

Marque culte des années 80, Parallèle retrouve une seconde jeunesse en 2021, grâce à Cherif Delamarre et son fils Maxime qui insufflent une vision moderne au style élégant, intemporel et confortable de la maison. Entre escarpins, babies, bottines et cuissardes, le mocassin Parallèle se décline en une dizaine de modèles, passe du grand classique Caruso au chic et souple Julio et son emblématique mors doré, jusqu'aux versions plus mode. A ne pas manquer ce printemps : l'Oxford, inspiré du vestiaire masculin, revisite le mocassin classique en associant un talon bloc de 6 centimètres.

www.parallele.com



RIVECOUR

Lancée il y a 10 ans par Edouard Aubin, “un maniaque du soulier bien pomponné” comme il se décrit lui-même, Rivecour dédie au pied féminin des souliers aux coupes classiques “mais pas vraiment” pour une élégance toujours à propos. Sa ligne de mocassins compte quatre modèles, du Numéro 182 à l’esthétique minimaliste, un brin preppy, au modèle Numéro 181 à la semelle crantée et l’esprit volontiers contemporain.

www.rivecour.com

EMILIE KARSTON

Lancée en 1987, et pionnière du style masculin-féminin, la maison familiale Emilie Karston créé les premières derbies pour femmes. Remarquée pour son chaussant confortable, ses cuirs de qualité et son style singulier, la marque imaginée exclusivement par des stylistes femmes, compte aujourd'hui une dizaine de modèles de mocassins déclinés en version classique en cuir lisse ou verni, d'autres plus audacieux en cuir métallisé ou imprimé. Outre l'iconique mocassin Hampton, tout cuir, et à mors doré, le modèle Margot joue pour le printemps-été le style épuré.

www.emiliekarston.com

REQIN'S

Fondée à Marseille en 1987 par un frère et une soeur, Jean-Carles et Régine, la marque Reqin's traverse les décennies en déclinant ses modèles de ballerines, bottines et mocassins dans un style élégant, coloré et résolument mode avec une attention toujours portée au confort. Modèle iconique de la maison, le mocassin Hema se décline saison après saison dans les matières, couleurs et imprimés les plus créatifs passant du chèvre velours au vernis jusqu'au cuir embossé serpent ou métallisé. Seize autres modèles de mocassins sont disponibles.

www.reqins.fr

EREL

Fondée en 1947, la marque Erel lance ses premières gammes de chaussures d'intérieur en cuir dans la tradition du cousu américain – une technique où la chaussure est piquée sur l'envers et retournée deux fois. Reprise en 2024 par Valérie Kawek et Richard Heyraud, la manufacture de Limoges a conservé ses savoir-faire, obtenu la reconnaissance "Métier d'art" et met en avant chaussons et mules grand chic, dont son modèle de mocassin d'intérieur décliné sous les modèles Claire, Duo, Denis et Dandy.

www.erel-france.fr

JACQUES SOLOVIÈRE

Les mocassins Jacques Solovière sont dessinés par la créatrice Alexia Aubert. Avec ses lignes épurées, sans superflu, ses formes allongées, et détails subtils, l'esthétique Jacques Solovière renouvelle le style du mocassin avec simplicité et un léger twist créatif. Incontournable du genre : le Jacques New, sorti en 2014, en cuir de veau poli noir, a l'allure raffinée et intemporelle. Ultra chic, le Molière et sa languette pliée à la main signature, s'orne d'un monogramme estampillé des initiales JS. Dernier né, le Hady Micro Bicolor joue l'esprit mode et créatif avec sa languette "patte mexicaine".

www.jacquessolovieresparis.com

ADIEU

Fondée par Benjamin Caron et Isabelle Guédon, Adieu réinterprète les chaussures classiques avec un style inspiré des sous-cultures britanniques (punk, mod, Teddy Boys) et un zeste d'élégance parisienne. Dans ses collections, la marque réinvente la forme classique du mocassin avec une semelle plus robuste, plus moderne, souvent proposée en caoutchouc injecté. A voir pour le printemps-été 2026, le Type 5 "Classic", les modèles Type 218 en noir, bordeaux ou Type 224 en cuir perforé noir ou gris bleu et blanc.

www.adieu-paris.com

ARCHE

Fondée en 1968, l'entreprise familiale Arche incarne un savoir-faire d'exception et une fabrication 100% made in France. Chaque collection allie design avant-gardiste, lignes sculpturales épurées et exigence de qualité premium. Réinterprétant les classiques de la chaussure avec modernité, la marque propose des mocassins aux silhouettes minimalistes et organiques. Parmi les modèles phares: le Sadock verni, et le modèle verni hybride à enfiler Parwoo, symboles d'innovation et d'excellence française.

www.arche.com

ME.LAND

Ancien collaborateur auprès des grandes maisons de luxe françaises (Kenzo, Dior, Hermès, Lanvin…), Frédéric Robert lançait sa propre marque de chaussures et de sneakers en 2018. Fabriquées en édition limitée, ses chaussures revendiquent un style alternatif et unique avec des combinaisons de couleurs différentes et exclusives, un engagement équitable et décarboné, et propose un univers créé et soutenu par une communauté d'artistes. Avec sa ligne épurée et son allure parisienne intemporelle, le loafer ME.LAND vegan a été conçu à partir de déchets de pommes (50%) et de bioplastiques à base d'algues (50%). Ce mocassin incarne selon ME.LAND une nouvelle vision du luxe « plus respectueuse de l'environnement, sans compromis sur le style et pensée pour accompagner chaque jour avec justesse ».

www.melandofficiel.com

rencontre

AVEC 3 MAISONS AMOUREUSES DU MOCASSIN

Caulaincourt : “le mocassin, c’est l’élégance sans effort”

Fédération Française de la Chaussure: Vous avez été pionnier en relançant il y a une dizaine d'années le mocassin à pompons. Remettre au goût du jour les chaussures oubliées fait partie de votre ADN ?

Alexis Lafont : Ce qui m'intéresse, c'est remettre au goût du jour des objets magnifiques qui étaient autrefois courants dans la vie quotidienne et qui ont progressivement disparu de nos usages. Je m'intéresse à des formes de style qui étaient justes, élégantes ou pratiques et qui ont été progressivement abandonnées. Cela a été le cas pour le mocassin à pompons, mais aussi pour la bottine Balmoral à boutons, le Belgian loafer ou encore l'espadrille, des pièces reléguées au rang d'archives. Notre travail consiste à les regarder avec des yeux contemporains: affiner les lignes, adapter le chaussant, travailler les matières et les couleurs, revoir l'ergonomie… En somme, leur redonner une place dans la vie d'aujourd'hui.

FFC : Quelle place trouve le mocassin aujourd'hui dans nos vestiaires ?

A.L. : Il est totalement réinstallé dans le vestiaire masculin, et même au-delà. Il représente une élégance sans effort. Il suggère une aisance, presqu'une nonchalance qui provient sans doute de l'usage qu'on lui prête: un mocassin est souvent apprécié car il est facile et rapide à chausser et à déchausser. C'est une pièce qui a traversé des cycles: très habillé dans les années 50, plus bourgeois dans les années 80, un peu oublié ensuite, complètement catalogué enfin… pour finalement renaître aujourd'hui, porté par une génération qui mélange les codes. Il est devenu aujourd'hui un terrain d'expression, mélange élégance et "coolness", il permet de jouer avec la matière, la couleur, la patine, peut être sage ou audacieux… A l'image du vestiaire masculin, il est devenu une vraie langue vivante en lieu et place d'une obligation formelle.

FFC : Le mocassin parfait selon vous ?

A.L. : Tout est une question d'équilibre. Il doit être élégant, sans être fragile. Souple, mais pas avachi. Intemporel, mais pas ennuyeux. Un bon mocassin commence par une ligne juste: une empeigne bien proportionnée, avec un plateau à l'équilibre maîtrisé, assez décollecté sur le pied, et un talon qui donne de l'assise sans alourdir. Vient la matière – un veau souple, capable de prendre une belle patine dans le temps. Pour le printemps-été, j'aime particulièrement le modèle Gattaca, un Belgian loafer non doublé qui confère à n'importe quelle tenue chic un décontracté absolu, à porter comme un gant sur le pied. Mais par-dessus tout, le mocassin est idéal, indépendamment de la saison, parce qu'il respire, au sens propre comme au sens stylistique. Il accompagne naturellement le mouvement. Et peut-être que c'est cela, au fond, le secret de sa longévité.

Emilie Karston : “le mocassin incarne la femme moderne”

Fédération Française de la Chaussure: Symbole de l'émancipation des femmes depuis les années 70, que représente le mocassin pour les femmes aujourd'hui ?

Peter Touang : Le mocassin fait partie intégrante de l'ADN d'Emilie Karston depuis 1987. Nous l'avons progressivement imposé comme une pièce forte de nos collections car il incarne parfaitement la femme moderne : élégante, active et en quête de confort sans compromis sur le style. Son intemporalité en fait un modèle particulièrement apprécié des femmes actives, indépendantes et soucieuses de leur image.

FFC: Comment le mocassin est-il décliné aujourd'hui dans vos collections ?

P.T. : Il se décline dans différentes matières : versions classiques en cuir lisse ou verni, plus audacieux en cuir métallisé ou imprimé. Nous y intégrons également des détails contemporains tels que des chaînes revisités ou des découpes graphiques. Côté tendances, nous suivons une ligne à la fois chic et affirmée, tout en conservant notre singularité. On retrouve un retour aux essentiels intemporels, des silhouettes preppy modernisées mais aussi un esprit plus urbain. Le confort reste central avec une attention particulière portée aux formes et aux matériaux afin d'assurer un bien-être optimal au quotidien.

FFC: Le modèle phare à porter ce printemps-été ?

P.T. : Le mocassin Margot, aux lignes épurées et contemporaines. Il est décliné en 2 coloris, afin de répondre aux goûts et à la personnalité de chacune. Il se porte aussi bien avec un pantalon 7/8e ou un tailleur fluide pour un look élégant et professionnel, voire cérémoniel, qu'avec un jean droit pour une silhouette plus décontractée. Le mocassin devient ainsi la pièce centrale d'un vestiaire féminin moderne, libre et audacieux.

Timothée, “le mocassin: la pièce la plus honnête du vestiaire masculin”

Masamitsu Hata : Le mocassin reste, à mes yeux, la pièce la plus honnête du vestiaire masculin. Ce n'est pas une chaussure qui cherche à impressionner. Elle existe simplement parce qu'elle est juste. Sa place aujourd'hui s'est élargie. Le mocassin appartient autant au bureau qu'au week-end, autant au costume qu'au jean. C'est précisément ce flou qui en fait la chaussure la plus moderne qui soit. Dans un monde où les frontières entre travail et vie personnelle s'effacent, le mocassin a compris avant tout le monde.

FFC: Comment avez-vous souhaité le revisiter ?

M.H. : Revisiter le mocassin est un exercice d'équilibre. Si on en fait trop, on perd ce qui fait sa force - cette évidence tranquille. Si on ne fait rien, on produit une copie.
Avec le Beaune, nous sommes partis d'une question simple : pourquoi ne pas avoir un mocassin classique dans sa forme qui se porte comme un chausson ? Nous avons travaillé sur une semelle en caoutchouc flexible qui suit le mouvement du pied, un cuir grainé qui donne de la profondeur sans être ostentatoire, avec une construction qui s'assouplit dès le premier port. Le nom du modèle, Beaune, s'inspire de la ville en Bourgogne - cette idée de calme élégant, de tradition sans rigidité. C'est l'esprit qu'on a voulu infuser dans cette chaussure.

FFC: Pour le printemps-été, quel est le meilleur modèle de mocassin à porter ?

M.H. : Le Touquet. C'est notre mocassin le plus léger dans l'esprit - la référence est évidemment la côte d'Opale, Le Touquet-Paris-Plage, cette idée de l'élégance française en bord de mer. Un endroit où on est à la fois détendu et bien habillé, sans effort apparent. Le Touquet fonctionne parfaitement pour la belle saison parce qu'il ne repose pas sur l'idée du costume - il suggère plutôt un pantalon de toile, une chemise ouverte, une journée qui commence au café et finit au dîner sans qu'il soit nécessaire de se changer. C'est la chaussure pour ceux qui ont compris qu'il n'y a ni petits ni grands trajets quand on porte les bonnes chaussures.

SUIVEZ LA FÉDÉRATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE 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 13 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

FEDERATION FRANÇAISE DE LA CHAUSSURE