

Sao Paulo (Brésil), du 18 au 21 janvier 2010

Carnet de visite d'un groupe d'acheteurs français sur Couromoda

Couromoda est un salon voué principalement à la chaussure et à la maroquinerie, le plus vaste d'Amérique latine.

Le groupe d'acheteurs était constitué de détaillants, adhérents du groupement Garant, qui souhaitaient, sous la houlette de Francis Palombi, directeur de Garant France, aller à la rencontre des promesses d'un pays émergent. Le Brésil, 184 millions d'habitants, 10^e puissance économique mondiale, est riche en particulier de son industrie de la chaussure, l'une des plus importantes au monde. Nous avons suivi ce groupe au fil de sa visite sur les stands.

Fraîchement débarqué dans la grande métropole brésilienne, le dimanche 17 janvier, la veille de l'ouverture de Couromoda, le petit groupe de détaillants français, curieux, profite de cette fenêtre de liberté pour visiter quelques centres commerciaux emblématiques du commerce local (et ouverts le dimanche...).

Dans ces temples de la consommation, à l'instar de tous pays émergents, *Hermès* et *Louis Vuitton* côtoient *Zara* et *H&M* ! Impensable en France !

Mais le principal commence le 18.

Découverte de Couromoda, qui passe pour être le second salon de chaussure au monde. Premier sujet d'étonnement : la foule ! On l'a perdu de vue en Europe, même à Milan... La foule, dans les allées du salon, dans les stands, partout. Sur les salons français, on attend le client ; ici, c'est le trop-plein.

Mais la visite commence. Pas au hasard puisque des rendez-vous avaient été pris avec des fabricants déjà familiers du commerce avec la France ou susceptibles d'exporter chez nous. Les détaillants, dans le cadre des investigations de leur groupement pour l'Hiver 2010 – un détaillant ne peut pas acheter seul au Brésil –, recherchaient aussi bien des produits basiques masculins que des articles féminins plus originaux et sophistiqués, générant de bonnes marges. En clair, des produits qualitatifs alternatifs au produit chinois dont l'image s'est dégradée ces dernières saisons. Refus des doublures synthétiques donc. Les prix usine sont annoncés en US dollars. Pas de problèmes, avec le port on est très



Francisco Dos Santos, patron de Couromoda, reçoit le groupe de détaillants français.



Beaucoup d'affluence sur Couromoda.



Prise de notes sur un stand.



Contrôle du chaussant par notre interprète.



La chaussure brésilienne : un travail très soigné.

La chaussure au Brésil

● L'industrie de la chaussure brésilienne a produit 725 millions de paires en 2009 (mais 800 millions en 2004) dont 600 millions pour le marché domestique, lequel est estimé à 630 millions de paires*. Les importations ont donc été de seulement 30 millions de paires. On peut aussi déduire de ces chiffres que les fabricants brésiliens ont exporté l'an dernier 125 millions de paires (212 millions de paires 5 ans plus tôt) dans plus de 120 pays dont la France pour un total de 1,3 milliard de dollars. Malgré ces volumes flatteurs, les ventes à l'export ont chuté de 28 % en raison de la crise mondiale et d'un real fort (la monnaie locale) vis-à-vis du dollar. Le Brésil c'est quelque 1 500 entreprises de production de taille variable ainsi que plus de 5 000 micro-entreprises et ateliers. C'est aussi 800 tanneries qui font de ce pays le 3^e marché mondial du cuir après la Chine et l'Inde. Le secteur du cuir, de la tannerie à la distribution, génère près d'un million d'emplois directs et indirects.

* Au Brésil, on trouve souvent deux prix affichés pour un modèle dans la vitrine : le prix pour un règlement cash et un autre, plus élevé, tenant compte du crédit de 3 mois ou plus. L'achat de chaussures à crédit est ici monnaie courante.

Les détaillants en pleine sélection : *Martine* (en rouge) et *Jean-Pierre Bessec* (en blanc à droite), *Etienne Poulichet*, *Françoise* et *Philippe Jusselme*, à droite.



proche de prix en euros. Et les volumes de commandes minimum n'effraient pas le groupement qui représente 800 points de vente en France et 3500 en Europe !

Evidemment, les goûts brésiliens diffèrent de ceux des clients français, il faut se montrer très sélectif parmi cette foultitude de styles de chaussures, de la ballerine la plus banale à



Sélection sous l'œil avisé d'Alain Corassant (à gauche), expert, prêt à détecter l'éventuelle contrefaçon !

l'escarpin vertigineux, qui s'affichent dans des coloris parfois improbables. Dans plusieurs des stands visités, un mannequin essaye les modèles. Les détaillantes du groupe et même l'une de nos interprètes vérifient elles-mêmes la qualité du chaussant, le plus souvent satisfaisant pour les petons français. Il est vrai que nous sommes ici en pays latin et que



Le stand du fabricant West Coast/Cravos & Canela.



Nous sommes ici de retour à Paris sur Who's Next. De gauche à droite : Francis Palombi, DG de Garant France, Roberta Ramos, représentante de Abicalçados (l'Association des industries de la chaussure brésilienne), Jean-Pierre Fabre, président de la FDCF, Etienne Poulichet, détaillant, qui a participé à la mission Garant à Sao Paulo, et Alain Corassant, expert, organisateur de l'Arici au Parc Floral de Paris, lui aussi présent au Brésil.

quelques-unes des entreprises rencontrées travaillent déjà avec des acheteurs français (André, Minelli, JB Martin, Comptoir des Cotonniers et autres chaînes textile, Galeries Lafayette, etc.). Certaines d'entre elles disposent même d'un show-room à Paris et la plupart exposent à Milan ou à Düsseldorf. Nous ne sommes pas sur

une autre planète. La plupart des entreprises rencontrées sont de très gros fabricants dont l'un produit 75 000 paires/jour ! Si, nous sommes sur une autre planète...

La finalité de ces investigations par le petit groupe de chausseurs et Francis Palombi consiste en réalité à présélectionner des produits chez quelques fournisseurs afin que l'acheteur attiré de Garant puisse faire une sélection définitive sur le prochain Micam. Certains modèles sont pressentis pour, peut-être, figurer dans la sélection du Club Premium sur lequel le groupement voudrait capitaliser dans l'avenir. Une vraie responsabilité. **PH. G.**

Couromoda, le grand œuvre de Francisco Dos Santos

● Fondateur et cheville ouvrière de *Couromoda*, une institution dans les milieux du cuir en Amérique latine, Francisco Dos Santos nous reçoit dans son bureau. S'il a commencé sa carrière dans la chaussure en 1968 comme salarié d'une entreprise du



Francisco Dos Santos, fondateur et président de *Couromoda*.

sud du Brésil, lui et sa famille sont aujourd'hui à la tête d'un petit empire diversifié de salons professionnels. *Couromoda*, pour sa part, a de fortes retombées sur l'économie de Sao Paulo puis-

qu'en une semaine 47 millions de US dollars irriguent l'économie de la métropole.

Le salon a été conçu en 1973 mais sa première édition s'est déroulée début 1975, il y a donc 35 ans. A l'époque il se tenait à Rio, alors la plus grande ville du pays, mais il se transporta à Sao Paulo en 1986. Entre-temps en effet, Sao Paulo connut un boom économique et démographique qui fit d'elle le centre financier et industriel du Brésil avec une agglomération de 21 millions d'habitants à ce jour.

Lors de la première édition, se souvient M. Dos Santos, le salon accueillait 48 exposants dont le géant *Grendene* qui exposait alors sur 12 m² ! Il est toujours là, ainsi que quelques autres fidèles parmi les fidèles, mais sur des surfaces gigantesques. Pour sa 2^e édition, *Couromoda* attira plus d'une centaine d'entreprises, toujours présentes sur le salon ! 35 ans après, le grand salon brésilien attire de plus en plus de visiteurs, pour l'essentiel en provenance du Brésil et d'Amérique latine. La dernière édition (*Couromoda* n'organise qu'une seule session annuelle, en janvier), qui réunissait sur 80 000 m² d'exposition 1 100 exposants présentant 3 000 marques de chaussures et accessoires, a reçu 70 000 professionnels (+ 7 % par rapport à 2009) surtout en provenance d'Amérique latine, mais la France fait partie des 15 premiers pays. Dans la conversation, M. Dos Santos glisse que le Brésil compte près de 60 000 points de vente de chaussures dont une large majorité de magasins indépendants – il n'existe dans le pays que cinq chaînes exploitant plus de cent magasins. Ces petites affaires familiales constituent une bonne part du visitorat du salon. *Couromoda* est centré sur le marché sud-américain puisque seulement 1 500 acheteurs internationaux (USA, Europe, Asie notamment) ont fait le déplacement. Francisco Dos Santos se reconnaît un modèle : la *Semaine du Cuir* française de Robert Boutevilain qu'il découvrit à la fin des années 70 alors qu'il y administrait la présence collective brésilienne.

Mais son salon est unique et de plus en plus qualitatif, à l'image des fabricants brésiliens qui n'ont qu'une idée en tête : se démarquer par le haut de la production chinoise.