

Des cordonniers bien chaussés !

Ils sont une centaine encore à exercer leur métier en Alsace et ceux qui partiront en retraite dans les cinq ans à venir ne trouveront sans doute pas tous un successeur. Ils ont beaucoup souffert de l'hégémonie des chaussures bon marché et de la prolifération des baskets qu'on ne fait plus réparer, ils ont enduré aussi la concurrence des « services minute » et pâti d'une image de métier vieillot.

« Les résistants », comme ils se définissent eux-mêmes, ont entrepris de moderniser leur métier, de le diversifier, de mettre l'accent sur ses valeurs, de prôner un accueil de qualité et de développer le conseil. Et pour ceux qui ont osé, ça marche !

Est-ce pour mieux conjurer ce qu'ils ne veulent plus être aux yeux du grand public que les cordonniers alsaciens, réunis en Congrès en avril dernier, ont reproduit sur le programme de l'événement un fac simulé de l'image ringarde de leur métier qu'ils s'évertuent pourtant à dépoussiérer avec les modestes moyens d'une corporation à faible effectif ?

Un vieux métier avec des acteurs jeunes

A présent, changement de décor total. Le fond de ce dossier a été préparé dans l'atelier lumineux de Bruno Metzger, maître cordonnier-bottier et Président de la Fédération de l'Est et de la Corporation obligatoire des cordonniers de Strasbourg. A ses côtés, élégant, souriant et tout aussi jeune, Vincent Wirtz, Président de la Corporation obligatoire des patrons cordonniers de Mulhouse et environs, tous deux ont encore une longue espérance de travail devant eux et à les entendre, il y a bel et bien un avenir pour les quelques 67 cordonniers encore en activité, entre Rhin et Vosges

(102 en comptant les « services-minute » des galeries marchandes qui ont le même code naf, mais ne font pas le même métier).

Au milieu du siècle dernier, l'Alsace comptait pas loin de 400 cordonniers, c'est dire qu'il y a eu des coupes sombres, bien avant l'invasion du marché par les godasses bon marché d'Extrême Orient.

Dans la civilisation du vite acheté, vite consommé et vite jeté, la cordonnerie, comme d'autres métiers liés à la longévité des biens et objets, n'avait guère sa place et au fur et à mesure que la clientèle initiée faisait place aux jeunes générations, les échoppes disparurent de nos villes, quartiers et villages.

Authenticité, santé, écologie, les nouvelles valeurs des cordonniers.

Mais ces dernières années l'hémorragie a été stoppée, parce que les cordonniers ont su s'adapter à leur époque, moderniser leur atelier, proposer de nouveaux services et rajeunir leur effectif.

Certes, dans le métier on se succède souvent de père en fils, c'est le cas de tous les professionnels présentés dans ce dossier, mais le fait est que la moyenne d'âge des professionnels est actuellement inférieure à 45 ans, ce qui



Vincent Wirtz (à gauche) et Bruno Metzger travaillent à conférer à la cordonnerie une image de modernité.

démontre que la transmission d'entreprise en cordonnerie ne fonctionne pas si mal que ça !

Vincent Wirtz et Bruno Metzger se définissent comme des « résistants » offensifs qui conservent leur part de marché, grâce à la qualité de leur travail et peut-être aussi de plus en plus – les deux facteurs sont liés – aux préoccupations de santé et d'environnement de la clientèle.

Cordonnerie multi-services

La cordonnerie de Vincent Wirtz, baptisée « Ric et Rac », fait partie des enseignes historiques de Mulhouse. Elle emploie quatre collaborateurs et se diversifie dans la maroquinerie.

Bruno Metzger qui est aussi bottier, crée des souliers sur mesure, des objets uniques dont l'heureux acheteur choisit la forme, le cuir et la couleur. Ces chaussures ont un prix mais avec un entretien régulier et des « révisions » en temps utile, leur durée de vie amortit largement l'investissement initial.

Maurice Carraro qui travaille en tandem avec son épouse (voir encadré), vend et répare les objets les plus usuels de la maroquinerie et reproduit des clés.

Quant à Jean-Marc Dossmann, s'il persiste à poursuivre une activité traditionnelle, il a révolutionné le look de son magasin et adapté ses horaires à ceux de sa clientèle.

C'est dire que ça bouge dans la cordonnerie et les thèmes abordés lors du Congrès du mois d'avril sont très révélateurs à cet égard.

Serge Mathis cordonnier, podologue et Président de la Corporation de Colmar, a commis un exposé remarqué sur les modifications à caractère orthopédique des chaussures de série et il a communiqué à ses confrères la marche à suivre, sur le plan technique, afin qu'ils puissent à leur tour proposer ce type de travaux à la clientèle.

Maurice Carraro a fait une communication concernant la santé des travailleurs et la protection des salariés sur leur lieu de travail. Enfin Jean Christophe Baltayan, cordonnier connu et reconnu de l'agglomération lyonnaise, a évoqué sa diversification réussie et l'utilisation d'Internet, pour développer son offre de services.

Cordonnerie conseil

De nos jours, le cordonnier a aussi un rôle pédagogique et certains professionnels entreprennent de collaborer avec des magasins de chaussures, afin d'inciter les consommateurs à acheter des souliers de qualité, à les entretenir et à les faire réparer.

Afin d'éduquer leurs clients et les rendre plus attentifs dans leur choix et décision d'achat, les cordonniers ont édité une notice de pictogrammes les informant des matériaux utilisés (cuir, cuir enduit, textile, synthétique ou caoutchouc), des risques de mycose et de la composition de la chaussure. Une large diffusion de ces pictogrammes contribue aussi à fidéliser la clientèle.

Porter de bonnes chaussures, au travail, en ville et pour les loisirs est un moyen efficace de prévenir les maladies susceptibles d'affecter les pieds. Dans ses bottes « on peut être droit » – la formule a fait recette – et « tout aussi bien » car de mauvaises chaussures peuvent, à terme, avoir autant de conséquences fâcheuses

sur la santé qu'une mauvaise alimentation.

80 % de la clientèle des cordonneries est féminine. On sait que les femmes possèdent plus de chaussures que les hommes, et partant du vieil adage « il faut souffrir pour être belle », elles sacrifient aisément le confort à l'esthétique.

Et ce sont elles souvent qui apportent dans les magasins les souliers à réparer de leurs maris ou compagnons. Bruno Metzger relève qu'il y a aussi des hommes, heureusement, qui attachent beaucoup d'importance à leurs chaussures, autant dans le choix des modèles que dans l'entretien courant. Cette espèce, les cordonniers aimeraient bien la développer, ce qui les amènent au chapitre de la communication qu'ils considèrent à ce jour comme leur talon d'Achille.

Nous manquons de moyens, mais pas de volonté !

Cordonnerie et communication

La réussite de leur congrès du printemps dernier et les retombées médiatiques très positives qui suivirent constituent un premier encouragement et ne peut que les pousser à persévérer dans cette voie, car les valeurs qu'ils véhiculent, authenticité, santé, écologie, développement durable et innovation sont en phase avec les politiques menées par les collectivités territoriales et locales.

Malheureusement, fédération à faible effectif, elle se heurte au problème du financement, « nous manquons de moyens », soupire Vincent Wirtz, mais « pas de volonté » complète-t-il aussitôt et c'est dans ce positivisme bien senti, partagé par un grand nombre de jeunes cordonniers, que se situent les perspectives d'avenir. ●

Cordonnerie Isabelle et Maurice Carraro : chaussures et santé

Dans le centre résidentiel de Riedisheim, un immeuble moderne et cossu avec une séduisante vitrine. Isabelle et Maurice Carraro y ont installé en 1992 leur cordonnerie-marquinerie avec plus de passion que d'argent.

Adieu les vieux clichés de l'échoppe exiguë, basse et sombre, de l'établi capharnaüm, éclairé d'une lumière crue, sous laquelle un personnage sans âge découpe des pièces de cuir, à grands coups d'alêne qu'il manie de ses gros doigts noircis. Le magasin atelier des Carraro est aux antipodes de cette image d'Epinal, encore ancrée dans les mémoires mais si peu représentative de la cordonnerie contemporaine.

Ce qui frappe d'entrée, c'est la lumière ! Elle est partout, dans la boutique, dans l'atelier, champ de clarté, rehaussé de murs blancs. Le mobilier est design et pour attirer l'œil du visiteur un vaste présentoir mural, tout de bois revêtu, décline dans un sobre graphisme l'offre commerciale de l'entreprise : maroquinerie, santé et confort (des pieds bien sûr), accessoires et produits d'entretien (pour les chaussures).

Le travail en tandem

Fils de cordonnier, son père Antoine tenait échoppe rue de Bâle à Mulhouse, Maurice apprend le métier de podologue-orthésiste qui consiste à concevoir des chaussures sur mesure pour des pieds difficiles.



Maurice et Isabelle Carraro travaillent en tandem dans leur atelier lumineux et coloré.

Une spécialité qu'il exerce encore, mais c'est la cordonnerie qui l'aimante le plus. Isabelle, son épouse aussi blonde que charmante, a trouvé sa voie et aussi une complémentarité professionnelle avec Maurice, dans la réparation de vêtements de cuir et des travaux de maroquinerie. Elle assure aussi l'accueil et la commercialisation et étrenne avec satisfaction le statut flambant neuf de conjointe collaboratrice.

Tout en nous entretenant de l'évolution de son métier, Maurice continue de travailler, enduisant d'un vernis brillant les hautes talonnettes d'une paire de santiags, ou peaufinant les semelles neuves et brillantes de cuir d'un duo de «church» made in London.

Si Maurice excelle dans la réparation et l'entretien des chaussures, il porte autant d'intérêt à leurs locataires habituels, les pieds ! Cordonnier et podologue, il débite, sans la moindre omission, toutes les affections qui sont le lot des individus des deux sexes, souvent mal chaussés ; sueurs, mycoses, déformations osseuses, problèmes de hanches etc.

S'il y a belle lurette que l'homo erectus a opté pour la station debout, il néglige paradoxalement les pieds qui le portent. A l'exception de la gent militaire qui instruit ses jeunes recrues que «les pieds sont l'objet de soins attentifs», indispensables pour la soldatesque sur le pied de guerre.

Aussi Maurice répare les chaussures de ses clients avec les meilleurs matériaux et les plus

confortables. Ses croupons de cuir proviennent de dos de bœuf, après six mois de tannage minutieux et ses cirages et vernis sont soigneusement sélectionnés.

Activités complémentaires

Si la cordonnerie pèse 60 % du chiffre d'affaires de l'entreprise, Maurice est convaincu qu'il doit élargir son offre s'il veut que perdure son métier de base.

Tablant sur les services de proximité, dans une ville trop proche de Mulhouse pour proposer une offre commerciale diversifiée, il s'adjoint une activité de reproduction de clés et son épouse Isabelle développe la vente d'articles de maroquinerie, sacs à mains, portefeuilles, ceintures et parapluies. Dans ce qu'elle appelle «le 5^e rayon», elle propose aussi lacets, semelles, embauchoirs et cirages.

Pour se faire connaître les époux Carraro comptent surtout sur le bouche à oreille et l'annuaire téléphonique, réservant les encarts publicitaires aux bulletins de la vie associative locale.

Maurice est fier d'exercer son métier et il met dans ses chaussures autant d'amour-propre que de cuir et de caoutchouc, «Etre cordonnier c'est un métier à part entière et une paire de chaussure passée entre les mains d'un artisan qualifié, c'est comme si elle sortait du magasin, elle est flambante neuve». ●

La cordonnerie Jean-Marc Dossmann «parlez-en à vos pieds»

Strasbourg, à l'angle de la rue du Chevreuil et de celle des Bonnes Gens, la cordonnerie de Jean-Marc Dossmann a tout pour surprendre. L'enseigne lumineuse déclinant la raison sociale est visible de loin et flamboie en plein jour. Sur le trottoir, de part et d'autre de la porte grande ouverte, deux corbeilles en osier plantées de roses. A l'intérieur, un canapé profond comme un abîme et garni de plantureux coussins. Sur une table basse, sculptée dans un bois exotique extrême oriental, une bonbonnière bien remplie, des petits gâteaux et des carrés de chocolat. On parie que les gamins et gamines de l'Ecole Saint-Jean, de l'autre côté de la rue, ne doivent pas se faire prier pour accompagner leur maman chez le cordonnier. Sur les vitrines des slogans «parlez-en à vos pieds» ou «l'élégance commence par une belle paire de chaussures et une jolie démarche».

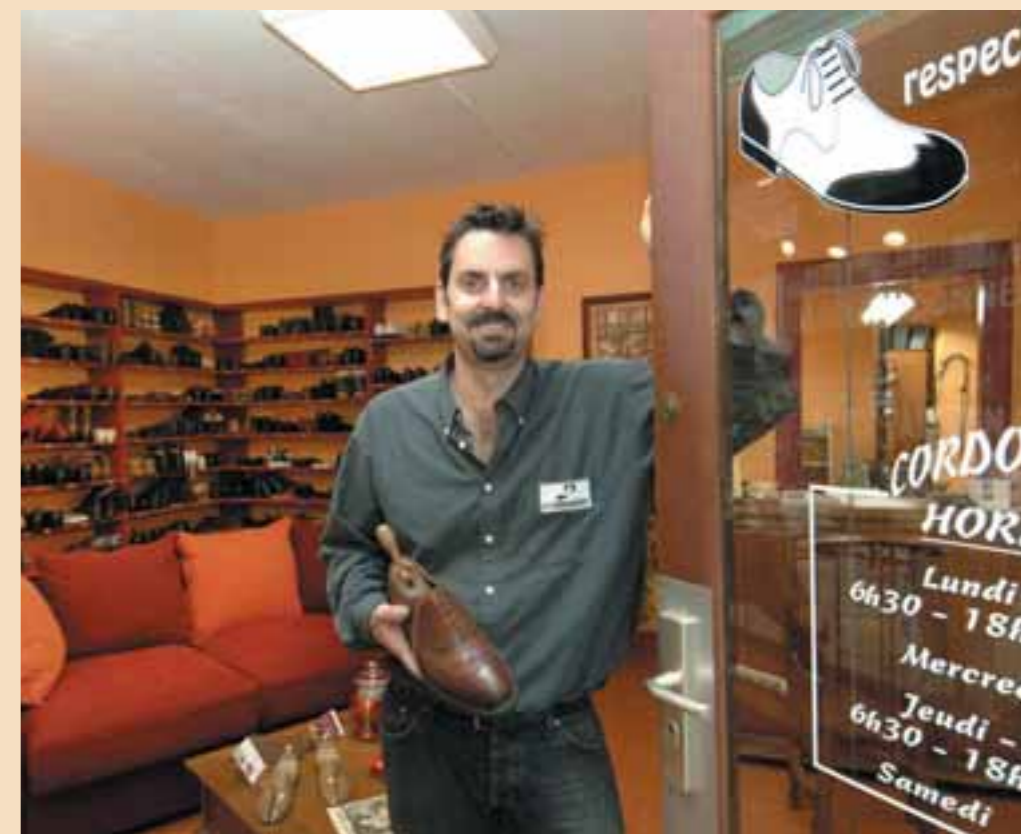
En guise de comptoir d'accueil, un meuble de bar, moulures exotiques et look design, on boirait bien un verre, surtout que le tabouret est tentant et qu'une bande sonore signée Edith Piaf invite à la nostalgie. Les murs sont teintés d'ocre et de carmin, conférant à l'ensemble une ambiance zen, qui conviendrait à des adeptes du bouddhisme... Inattendu pour une cordonnerie, à la fois plaisant, dérangeant dans le bon sens, mais si on parlait chaussures ?

S'adapter à la clientèle

En métamorphosant la boutique de son père Raymond, auquel il a succédé en 1988, Jean-Marc ne s'est pas contenté de transformer l'écrin, il en a aussi bouleversé le fonctionnement adaptant un métier séculaire au rythme de la clientèle contemporaine.

En semaine, c'est dès 6h30 que la cordonnerie est accessible. A cette heure là on stationne sans peine rue des Bonnes Gens et les habitués apportent les chaussures à réparer, avant d'aller au travail. Ici la journée est continue, pas de pause déjeuner, une latitude appréciée d'une clientèle obsédée par le gain de temps.

En plus de son site internet (www.cordonnerie-dossmann.fr) et d'une offre de parrainage (5 % de réduction pour chaque nouveau filleul), Jean-Marc compte aussi sur le bouche à oreille et ça marche plutôt bien, de sorte que cette cordonnerie de quartier étend sa zone de chalandise bien au-delà, d'autant plus que les cordonneries se raréfient d'année en année, en ville comme à la campagne.



«Il nous faut un Jean-Pierre Coffe»

Jean-Marc Dossmann est formel, ce qu'il faudrait à la cordonnerie c'est un Jean-Pierre Coffe qui interpellerait le consommateur en scandant avec force, comme il le fait pour la salade ou les tomates «ces chaussures c'est de la m...».

Comment expliquer qu'à une époque où les gens sont autant préoccupés de leur apparence, de leur bien-être, ils attachent si peu d'importance à ce qu'ils portent aux pieds, toutes générations confondues. Les jeunes pataugent dans le bouillon de culture de leurs baskets, les plus âgés se chaussent à la va-vite dans les rayons des hard discounters et quand la semelle décroche ou que la talonnette s'effondre, destination poubelle. Pour essayer de percer le caractère d'un interlocuteur, à chacun ses repères. Les uns scrutent le regard, certains lisent sur les lèvres, d'autres s'attardent sur les mains. Ah si dans Quai des Brumes, Gabin avait dit à Morgan «t'as de beaux pieds tu sais», le destin de la cordonnerie en eut été changé ! «Le problème, c'est qu'on ne voit pas les chaussures au premier coup d'oeil», insiste Jean-Marc en déplorant que nombre de

cadres jeunes et moins jeunes élégamment vêtus de la tête aux chevilles, arborent aux pieds des godillots bas de gamme, de surcroît en manque de cirage.

C'est parce qu'il aime son métier et qu'il souhaite le transmettre que Jean-Marc s'emploie à proposer des services, à débanaliser l'acte de réparer une chaussure ou de remettre en état une sacoche ou un sac. Il fait de la pédagogie et consacre du temps à ses clients, pour les sensibiliser à l'importance de porter des chaussures de qualité. «Mais il n'est pas facile de les convaincre» regrette Jean-Marc, surtout que l'offre de chaussures de qualité est loin d'être satisfaisante sur la place de Strasbourg.

Dépourvu ni de persévérance, ni de conviction, Jean-Marc entend poursuivre son métier, même si l'effectif se réduit comme une peau de chagrin et s'il ose cette image prémonitrice «nous autres cordonniers nous sommes accrochés à une échelle de corde qu'un mauvais génie secoue énergiquement pour faire lâcher prise à l'un après l'autre», il demeure néanmoins optimiste, «la cordonnerie vivra, il y aura toujours des fans de belles chaussures». ●

