

Nostalgique des chaussons ? Le Spleen les remet au goût du jour

Une campagne de financement participatif doit permettre de produire la première collection de la marque de chaussons made in France Le Spleen.

Temps de lecture : minute

4 avril 2020

Rentrer chez soi, envoyer valser ses chaussures et se retrouver en chaussettes sur un sol froid. Pas terrible, comme impression. Quand a-t-on décidé que les chaussons n'avaient plus leur place dans nos vestiaires ? Les sœurs Amandine et Lisa Lalizou ainsi que Cyril Viale n'en ont, en tout cas, jamais été convaincus. C'est pour cela que tous les trois se sont lancés dans la création d'une collection de chaussons personnalisables.

Leur marque Le Spleen propose le genre de chaussons que l'on pourrait trouver dans un hôtel. Confortables et entièrement conçus en France. Une condition importante pour les trois entrepreneurs qui souhaitent conserver le savoir-faire français.

Glisser ses pieds dans l'excellence française

Saviez-vous que le Nord de la France est particulièrement connu pour sa production de lin ? C'est d'ailleurs de Normandie que provient tout le lin utilisé pour confectionner les chaussons Spleen. Le producteur chez qui se fournissent les jeunes entrepreneurs est reconnu entreprise du patrimoine vivant (EPV). Ce label français est délivré par le ministère de l'Économie et des Finances pour une durée de cinq ans et atteste de l'excellence du savoir-faire artisanal et industriel.

Pour le rembourrage, les entrepreneurs ont choisi d'utiliser de la laine et non de la mousse polyuréthane. La tenue et la densité de la laine sont très proches de celle de la mousse, la grande différence étant que la laine est un produit naturel dont la production n'est pas aussi polluante que celle d'un composant plastique. De plus, en se tournant vers la laine, les trois fondateurs peuvent ainsi soutenir une filière qui peine à écouler sa production face à la concurrence à bas coût de la laine d'importation.

Enfin, la semelle du chausson, composée de cuir, vient d'une entreprise du Tarn. Celle-ci propose un tannage entièrement végétal à base de *quebracho* (une variété d'arbre venant d'Amérique Latine), de mimosa ou de châtaigner. Une façon d'éviter l'utilisation de chrome ou autres métaux lourds qui sont très polluants. De plus, 95% des déchets produits par l'entreprise sont transformés en engrais, compost ou cuir recyclé. La boucle est bouclée.

Pour la fabrication, les entrepreneurs se sont laissés convaincre par les artisans de la Pantoufle du Berry, une société coopérative participative. Les trois artisans qui y travaillent représentent 30 ans de savoir-faire.

Diversifier l'offre du Spleen

Pour lancer la première collection du Spleen, les entrepreneurs ont débuté une campagne de financement sur la plateforme [KissKissBankBank](#). Celle-ci doit également permettre de concevoir une future collection et, pourquoi pas, d'autres accessoires mais aussi financer l'ouverture d'un atelier de cordonnerie spécialisé en chaussons.

Pour participer, les contributeurs peuvent investir de 15 à 350 euros. Ainsi, ils peuvent soit apparaître sur le site de la marque, dans les pages de remerciement, soit s'offrir une nouvelle paire de chaussons. Mais aussi obtenir un massage des pieds réalisé par l'un des cofondateurs de la jeune marque ! Pour 15 euros supplémentaires à leur commande, les

participants peuvent faire broder leurs chaussons pour les personnaliser.
Les premières livraisons doivent avoir lieu en mai.

Soutenez Le Spleen !

Article écrit par Gaëlle Doublé