

# POINTURE

Guide automne - hiver 2015/2016

|                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <b>6 NEWS EN VRAC</b>            | <b>28 ALLEN EDMONDS</b>         |
| <b>8 BALTAYAN</b>                | <b>30 ALTAN</b>                 |
| De la cordonnerie à la chaussure | <b>32 AUBERCY</b>               |
| <b>12 L'ATELIER D'ANTOINE</b>    | <b>34 AZZARO</b>                |
| <b>FÊTE SES 30 ANS</b>           | <b>36 BERLUTI</b>               |
| La qualité paye toujours         | <b>38 BEXLEY</b>                |
| <b>16 SPÉCIAL CLERGERIE</b>      | <b>40 BOWEN</b>                 |
| 120 ans d'une histoire méconnue  | <b>44 CAULAINCOURT</b>          |
| <b>27 GUIDE DE LA CHAUSSURE</b>  | <b>46 CORTHAY (PIERRE)</b>      |
| Automne-hiver 2015/2016          | <b>48 COOKSON (MATTHEW)</b>     |
|                                  | <b>52 CROCKETT &amp; JONES</b>  |
|                                  | <b>54 DIOR HOMME</b>            |
|                                  | <b>56 DOC MARTENS</b>           |
|                                  | <b>58 EMLING</b>                |
|                                  | <b>62 FAIRMOUNT</b>             |
|                                  | <b>64 FERRAGAMO (SALVATORE)</b> |
|                                  | <b>68 FINSBURY</b>              |
|                                  | <b>70 FRATELLI ROSSETTI</b>     |
|                                  | <b>72 GEORGE'S</b>              |
|                                  | <b>74 GREEN (EDWARD)</b>        |
|                                  | <b>76 GUYOT (MARC)</b>          |
|                                  | <b>78 HARDRIGE</b>              |
|                                  | <b>80 HARTWOOD</b>              |
|                                  | <b>82 HERMÈS</b>                |
|                                  | <b>86 HESCHUNG</b>              |
|                                  | <b>87 LANVIN</b>                |
|                                  | <b>88 LLAFIA</b>                |
|                                  | <b>90 LE GAZEL (J.M.)</b>       |
|                                  | <b>92 LOBB (JOHN)</b>           |
|                                  | <b>94 LODING</b>                |
|                                  | <b>96 LOUBOUTIN (CHRISTIAN)</b> |
|                                  | <b>98 PAULUS BOLTEN</b>         |
|                                  | <b>99 PAUL SMITH</b>            |
|                                  | <b>100 ROSSI (SERGIO)</b>       |
|                                  | <b>102 SANTONI</b>              |
|                                  | <b>104 SENÉ (GÉRARD)</b>        |
|                                  | <b>106 TESTONI (A.)</b>         |
|                                  | <b>108 VANEAU</b>               |
|                                  | <b>110 VUITTON (LOUIS)</b>      |
|                                  | <b>112 WESTON (J.M.)</b>        |

En couverture :

ghillie Marc Guyot, brodequin Matthew Cookson, richelieu Robert Clergerie Homme.  
Photo Daniel Pype





## UNE NOUVELLE MARQUE DANS LE HAUT DE GAMME

L'entreprise peut paraître ambitieuse, surtout par les temps qui courent : lancer une marque de chaussures, *a fortiori* positionnée haut de gamme, n'étant pas un challenge facile à relever. Si Jean-Christophe Baltayan la tente, c'est aussi parce qu'il ne part pas exactement de zéro et bénéficie d'une réputation flatteuse dans le domaine de la cordonnerie. Retour en arrière et arrêt sur image.

*Pascal Boyer, photos Jean Chevalier*

Les amateurs de la région lyonnaise connaissent Baltayan depuis des années, la réputation de la maison ayant en plus de 50 ans d'existence largement dépassé la banlieue de la ville des lumières. C'est le grand-père de l'actuel propriétaire qui écrit le premier le nom de Baltayan sur les vitrines de la Place des Célestins. Arrivé de Turquie après le génocide arménien, c'est dans cet établissement créé en 1936 qu'il a appris le métier. Lorsqu'il le rachète en 1958, c'est encore un atelier de cordonnerie à l'ancienne. Elève brillant, son fils Jean aimerait intégrer une école de commerce mais l'ascenseur social des années 80 est encore en chantier et la situation familiale ne lui permet pas de voir ce rêve se réaliser : « Tu seras bottier, mon fils », c'est pour la Société d'Enseignement Professionnel du Rhône que l'adolescent quitte l'école. Il y apprendra effectivement les secrets du métier que son père a appris sur le tas. Devenu bottier, Jean s'avère n'avoir rien perdu du dynamisme qui a marqué sa scolarité, et aimerait fabriquer ses propres chaussures. C'est cette fois l'évolution du marché qui l'en dissuade : au début des années 60 c'est le boom du prêt-à-porter qui élève au niveau du marché de masse des spécialités jusque là artisanales : alors qu'il est normal à l'époque de se faire faire son costume chez un tailleur et ses chaussures chez un bottier (ces deux corporations n'ayant pas la connotation de marché de luxe qu'elles ont aujourd'hui), la clientèle commence à confier massivement la réparation de ses chaussures industrielles aux cordonniers. Dans ce nouvel environnement, les bottiers ne peuvent guère plus prétendre qu'au marché de niche de la podo-orthésie, qui n'intéresse pas du tout le jeune homme. Il rêve d'un avenir plus glamour, envisage de spécialiser l'entreprise familiale dans le travail haut de gamme et propose à son père de la lui racheter. C'est chose faite en 1966, et dès l'acquisition réalisée « le fils Baltayan » repositionne la maison. Mettant l'accent sur la qualité, sur laquelle l'explosion du prêt-à-porter met l'accent par défaut, il augmente ses tarifs et se sépare petit à petit des cinq ouvriers de son père. Jean est un créatif, parfaitement à l'aise à travailler seul, à son rythme et en appliquant les critères qu'il a choisis. Et



alors que le prêt-à-porter tire inévitablement la qualité vers le bas, la maison ne tarde pas à se bâtir une réputation enviable.

De son propre aveu, le petit Jean-Christophe ne se pose pas la question de savoir si son père est un bon cordonnier ou pas : l'affaire marche et lui permet de poursuivre des études plus longues que son père. Il a vingt ans lorsqu'au hasard d'une conversation il apprend que son père sait faire des chaussures : « Cela m'a surpris, puisqu'il était cordonnier »... Etonné, il demande à son père de lui raconter l'histoire de la famille, et de lui faire une paire de chaussures pour cadeau d'anniversaire. Jean célèbre ainsi de façon très personnelle les 21 ans de son fils, et ce faisant reprend goût à l'exercice : durant les mois suivants le voilà qui fabrique des souliers pour l'ensemble de la famille, jeunes enfants compris. Porté par la fougue de la jeunesse, Jean-Christophe a déjà imaginé le nom de la marque familiale : « Baltayan 21 ».



Mais Baltayan 21 est un projet comme on en a à cet âge-là, et s'il commence bien à le travailler un peu plus avant en interrogeant d'autres cordonniers, il poursuit surtout ses études, qui se termineront par un MBA de commerce international, obtenu *cum laude* à l'Université de San Francisco. A New York où il trouve son premier travail, le projet est mis en pause. Provisoirement : de retour à Paris puis à Lyon, il se lie d'amitié avec un jeune homme passionné de chaussures qui l'amène à ressortir son dossier du tiroir. D'autant plus sérieusement que son père lui annonce qu'il a l'occasion de vendre sa boutique et envisage de se retirer. La Place des Célestins n'est pas encore l'endroit huppé qu'il est aujourd'hui, mais le potentiel est évident pour un jeune homme ambitieux. « Je me suis dit que l'on avait dix mètres de vitrine et que c'était tout de même dommage de lâcher cela » confesse-t-il aujourd'hui. *Bis repetita* : le fils propose au père de lui

racheter son fonds de commerce. Mais vingt-cinq ans plus tard, Jean est plus surpris que ne le fut son père avant lui car Jean-Christophe ne connaît rien au métier. Il lui en fait la remarque. « Tu n'as qu'à m'apprendre » lui répond l'intéressé. Ainsi soit-il : de 1992 à 1997 Jean-Christophe va apprendre. Sur le tas comme l'a fait son grand-père, mais sous la férule bienveillante de son père. Il s'amuse aujourd'hui encore de ce délai de six ans : « Chaque année lorsque j'évoquais le rachat, mon père le repoussait en me disant que j'avais encore à apprendre ». Il est vrai que Jean est pour sa part au faite de son art : 1996 le voit élu Meilleur Cordonnier de France.

En 1997 il considère que son fils peut désormais voler de ses propres ailes et lui transmet les clefs de la maison. Jean-Christophe ne tarde pas à justifier cette confiance : il est lui-même consacré Meilleur Cordonnier de France en 1999. Parallèlement à son activité il lance une crème et bientôt toute une ligne de soins pour le cuir, commercialisés sous le nom de Baltayan, l'aventure culminant avec la mise au point d'une pâte « spécial glaçage » à l'époque où la chaussure homme conquiert ses lettres de noblesse et où celui-ci devient tendance. Dans toute la région lyonnaise la boutique de la Place des Célestins devient l'adresse de référence de la spécialité. Une notoriété bien établie qui ne suffit pas au nouvel entrepreneur, qui voit plus grand, et plus loin. A l'une de ses relations, PDG d'un célèbre groupe horloger, il expose son projet d'une chaîne de cordonneries de luxe, ouvertes dans toutes les grandes villes de France. Si celui-ci ne suscite pas d'écho chez son interlocuteur, ce dernier lui indique en revanche qu'il serait prêt à suivre le projet d'une maison de chaussures très haut de gamme. Si fait : Baltayan commence à travailler formes et modèles, et une boutique est ouverte à Paris. Pas de chance : nous sommes en 2008 et la chute de Lehman brothers précipite l'Occident dans la crise économique que l'on sait. Le petit monde de la haute horlogerie est impacté dès l'année suivante et il n'est plus question de se diversifier dans des univers éloignés du corps de métier : l'activité de fabrication de chaussures est remplacée par celle de



bracelets montre, connexe des métiers de l'horlogerie et du cuir. Une corde supplémentaire à l'arc de la maison Baltayan, tout de même.

S'il est gelé, le projet chaussures n'est pas oublié. Jean-Christophe a d'ailleurs déposé le brevet d'une nouvelle technique de collage de semelle permettant d'éviter les étapes du cousu, goodyear ou Blake. Et lorsqu'il ré-ouvre le dossier, sans partenaire cette fois, cette technique se trouve au cœur du projet. Le professionnel qu'il est n'ignore pas les réserves qui ne manqueront pas d'être exprimées, les montages collés (ou « soudés ») ne bénéficiant pas de la réputation des cousus. Il y répond par avance de la plus spectaculaire des manières : en garantissant ses montages à vie. « Le brevet Baltayan repose sur le collage de la semelle : elle ne bouge pas. Pour justifier la confiance des clients, on garantit donc nos semelles à vie. »

En mars dernier la maison présente ses premières paires à la Foire de Lyon. Et révèle des produits bénéficiant d'une doublure en alcantara, d'un remplissage cuir, de doubles cambrions et de finitions soignées. Le chaussant serait également excellent, garant d'un confort indiscutable, d'après les premiers acheteurs. La première collection propose treize modèles montés sur trois formes, à bouts rond, carré et serres d'aigle, et trois nouveautés sont d'ores et déjà attendues pour les semaines à venir : une double boucle, une Chelsea boot et une bottine jodhpur. Leurs tarifs s'échelonnent entre 600 et 900 euros. Ils sont aujourd'hui disponibles à la boutique de la Place des Célestins, en attendant l'ouverture d'autres points de vente dans les prochains mois. Jean-Christophe Baltayan y croit. Il a mis tout son cœur dans l'aventure et se plaît à honorer ainsi un Français élégant et moderne : « Les femmes veulent aujourd'hui des hommes à la fois *money makers*, bons cuisiniers, bons amants, et l'homme ne sait plus ce qu'il doit faire. La publicité est faite pour que l'on achète l'image que renvoie le produit, eh bien moi je veux replacer l'homme là où il doit être : un vrai homme, l'Alain Delon de la publicité Dior Eau Sauvage : beau, fort, élégant sans être dandy : l'homme français ». Tout un programme. □