




LODING
PARIS

3 décennies de présence sur le marché du prêt-à-porter masculin

Dossier Partenaires / Revendeurs

LODING



La marque au sulky

- **FR Marque française** de prêt-à-porter haut de gamme, pour hommes
- **30 ans** d'existence
- **+50k clients** récurrents
- Rayonnement à l'international en **Europe, Afrique, Asie, et Amérique du nord**
- **+ de 70 points de ventes** (en 2013)
- **+ 1,5 millions de chaussures** vendues

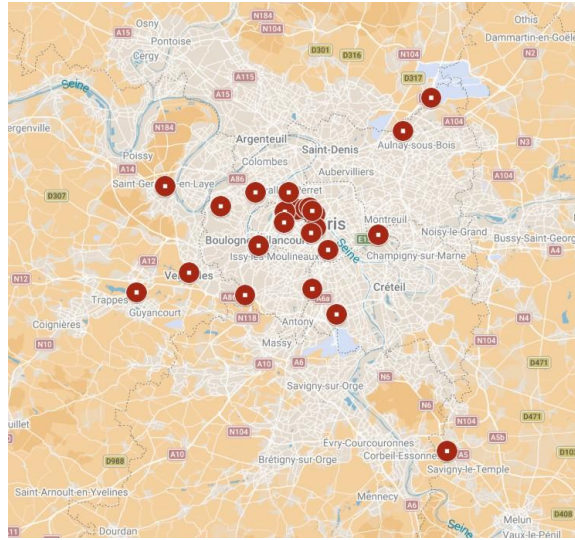


Historique & ADN de la marque

Une marque née de l'excellence du monde hippique

- Fondée en **1998** par **Michel Gozlan**, acteur reconnu **du monde des courses hippiques**. Cet héritage a façonné l'ADN de la marque autour de l'élégance, de l'exigence et de la performance.
- Le **1er magasin ouvre au 23 rue de Berri** à Paris avec un concept innovant : proposer des produits premium à **prix accessibles** grâce à une **politique de prix uniques**.
- Depuis, LODING a développé un **réseau de boutiques dans des emplacements prestigieux** et s'est imposée comme une référence du vestiaire masculin, reconnue pour la **qualité de ses produits et son excellent rapport qualité-prix**

Depuis sa création, marque globale



Vision, valeurs & positionnement



Excellence



Intemporalité



Accessibilité

- Offrir aux hommes des chaussures **haut de gamme, assemblées et finitions à la main**, cousues véritable **Goodyear ou Blake**.
- Garantir la **pure tradition des bottiers Anglais et Italiens**, dans des cuirs nobles pleine fleur, **sourcées dans les meilleures tanneries françaises et Italiennes**.
- Proposer un **rapport qualité - prix particulièrement compétitif**
- Décliné sur une **gamme complète bien équilibrée** entre l'élégance des formes, des montages intemporels et les nouvelles tendances.
- Vendre des **produits de luxe, confortables, enfin accessibles à une cible masculine élargie**.

Un marché porteur et résilient



Un marché mondial en croissance

- Le marché mondial de la chaussure représente près de **443 Md\$ en 2025**, porté par la montée en puissance des segments premium, durables et à forte valeur ajoutée. Le marché de la chaussure homme pèse à lui seul **171 Md\$**, soit près de 40 % du marché total, et devrait enregistrer une croissance moyenne de **4,1 % par an jusqu'en 2035**.



Une forte dynamique sur le segment premium masculin

- Le marché mondial de la chaussure habillée pour homme est estimé à **10,85 Md\$ en 2025** et devrait atteindre **17,82 Md\$ d'ici 2033**, soit une croissance annuelle moyenne de **6,4 %**. Cette progression est soutenue par le développement des usages professionnels, l'augmentation des revenus disponibles, la montée en gamme des consommateurs ainsi que l'essor du e-commerce et des marques premium accessibles.



Un segment résilient et aligné avec l'ADN de LODING

- Le marché masculin présente des fondamentaux particulièrement solides. Moins exposé aux effets de mode que le segment féminin, il repose davantage sur des achats de renouvellement et des produits intemporels. Les chaussures en cuir et le vestiaire masculin premium constituent ainsi un marché de valeur, durable et résilient, parfaitement aligné avec le positionnement historique de LODING : proposer des produits haut de gamme à un prix accessible.

Sources:

<https://www.globalgrowthinsights.com/>

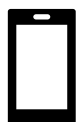
<https://www.databridgemarketresearch.com/>

Stratégie de communication & visibilité de marque



Une présence marketing globale et structurée

Depuis sa création, Loding s'appuie sur une stratégie de communication multicanale afin de renforcer sa notoriété et soutenir son développement commercial.



Marketing digital

- Campagnes d'acquisition performantes :
Google Ads, Google Display, Meta (Facebook & Instagram)
- Optimisation continue du trafic vers **loding.fr**
- Présence active sur les réseaux sociaux :

Instagram

Facebook

TikTok



Médias & presse en ligne

- Campagnes publicitaires sur des sites à forte audience :
Capital.fr
Lexpress.fr
Le Figaro.fr
- Visibilité nationale et crédibilité renforcée



Campagnes TV

- Diffusion de spots publicitaires sur :
TF1, M6
BFMTV, CNEWS
Canal+ Sport
Eurosport 1 & 2
RMC Story, RMC Découverte
Infosport+
La Chaîne L'Équipe
Planète+
Couverture large et notoriété accrue



Budget marketing

Budget annuel moyen : 300 000 €

Une présence marketing globale et structurée

Depuis sa création, Loding s'appuie sur une stratégie de communication multicanale afin de renforcer sa notoriété et soutenir son développement commercial.



Influence & blogs spécialisés

- Collaboration avec des acteurs majeurs de la mode masculine :
- Comme un Camion
- Bonne Gueule
- Le Barboteur
- Gentleman Moderne
- Objectif : renforcer l'image de marque et toucher une audience qualifiée



Affichage urbain

- Partenariat stratégique avec **JCDecaux**
- Campagnes d'affichage :
- Rues commerçantes
- Stations de métro parisiennes



Presse écrite & magazines

- Présence dans des titres prestigieux :
- Air France Magazine, GQ, Capital, L'Optimum, The Good Life, Le Point, L'Express, L'Équipe Magazine
- **Positionnement premium et image qualitative**

Événementiel & partenariats

Participation au **Salon de la Franchise** (2008–2013)
Collaboration avec l'acteur **Tomer Sisley** (2013–2016)
Sponsor du « Match des Héros » **Unicef** (2023)

Extraits de la collection

CHAUSSURES

La gamme forte de plus de 100 modèles est déclinée par type de chaussures ayant chacune leur usage (ville, travail, sport...), style, saison.



Mocassins : 17,53 % du CA



Boots: 19,26 % du CA



Richelieu : 37,76 % du CA



Derby : 5,78 % du CA



Sneakers : 10,98 % du CA



Boucles : 8,68 % du CA

Extraits de la collection

CHEMISES

Confectionnées et tissées dans les meilleurs cotons longues fibres. Tissus popeline, twill, oxford, chevrons



CEINTURES

Ceintures 100 % cuir pleine fleur de vachette, boucles en métal brossé.



POLOS

Confectionnés en piqués de coton. Une grande variété de couleurs et de coupes



ENTRETIEN & NETTOYAGE

Gamme complète brosses, crèmes, etc.



BAGAGERIES

100 % cuir pleine fleur de vachette, boucles en métal brossé



Performances commerciales

Un modèle porté par une expertise historique dans la chaussure

- Les chaussures constituent le cœur de l'activité et représentent **73,3 % du chiffre d'affaires**, confirmant la force de la marque sur son segment historique et son positionnement reconnu sur le marché.
- Le textile (chemises, polos, pulls) contribue à **8,4 % des ventes**, tandis que les accessoires (ceintures, bagagerie) représentent **5,9 % du chiffre d'affaires**, renforçant l'univers de marque et les opportunités de ventes complémentaires.
- Avec **12,4 % du chiffre d'affaires**, les autres catégories illustrent la capacité de LODING à développer des relais de croissance tout en conservant un positionnement cohérent.

Best Sellers par CA en image



Message clé

Une spécialisation forte sur la chaussure associée à une diversification maîtrisée.

Performances commerciales

Une offre produits performante et concentrée

- Les **25 meilleures références** génèrent **50 %** du chiffre d'affaires chaussures, tandis que les **50 modèles les plus vendus concentrent 72,5 % des ventes**, démontrant la puissance des produits iconiques de la marque.
- Les **richelieus dominent les ventes avec 38,6 % des volumes, suivis par les boots (18,8 %)** et les **mocassins (16,5 %)**, trois catégories qui constituent le socle historique de l'offre.
- Les **sneakers (13,8 %)** complètent l'offre en adressant une clientèle plus casual, tandis que les **boucles (7,3 %)** et les **derbys (5,2 %)** enrichissent la profondeur de gamme.

Best Sellers par CA en image



Message clé

Un portefeuille de produits équilibré entre best-sellers historiques et tendances de marché.

Partenariats et productions

Des partenaires historiques avec une chaîne de production maîtrisée et implantée



Un réseau industriel éprouvé : 30 ans de Relations fournisseurs

- Depuis plusieurs décennies, LODING s'appuie sur un écosystème industriel solide construit autour de relations durables avec ses partenaires. Cette organisation garantit une capacité de production élevée, maîtrisée et constante, même sur des volumes importants.



Une expertise reconnue dans la chaussure : 7 usines chaussures & 1 500+ paires/jour

- Les chaussures sont fabriquées à partir de cuirs pleine fleur provenant de tanneries de référence telles que Tannerie du Puy, C.F. Stead ou Gruppo Mastrotto. La production repose sur un réseau de 7 usines spécialisées situées au Portugal, en Espagne, en Italie et en Inde, permettant une capacité supérieure à 1 500 paires par jour.



Une chaîne d'approvisionnement flexible et performante : 7 usines textile & 60-90 jours de production

- Le textile est produit au sein de 7 usines partenaires en Europe et en Méditerranée, tandis que les ceintures et la bagagerie sont confiées à des ateliers spécialisés en Italie et en Inde. Grâce à des délais de production maîtrisés de 60 à 90 jours, LODING combine flexibilité, qualité et capacité de montée en puissance.

Typologies de partenariat proposés

Cession totale

Conditions

L'investisseur bénéficie d'un droit d'exploitation complet de la marque et dispose d'une autonomie totale dans son développement et sa gestion.

Caractéristiques

Le package inclut l'ensemble des actifs et outils nécessaires à l'exploitation : site internet, réseau de fournisseurs, accompagnement par nos partenaires, banque d'images et contenus existants, ainsi que l'ensemble des éléments permettant une continuité opérationnelle immédiate. En contrepartie d'un prix de vente de la marque et de tous ses actifs.

Investissement offrant le plus fort potentiel de création de valeur et d'indépendance.

Partenariat 1

Conditions du partenariat

Le partenaire exploite la marque dans le cadre d'une licence ou de location de marque, selon des modalités définies contractuellement. La propriété de la marque reste conservée par le propriétaire actuel.

Caractéristiques

Le partenaire bénéficie du droit d'utiliser la marque et peut accéder à certains outils, ressources et exclusivités définies dans le contrat pour exploiter une chaîne de magasins, développer et piloter la performance du site officiel loding.fr en respectant un cahier des charges.

Investissement offrant une liberté d'exploitation étendue.

Partenariat 2

Conditions du partenariat

Le partenaire bénéficie d'un droit d'approvisionnement des produits de la marque sur une durée limitée et renouvelable, en contrepartie d'une redevance définie contractuellement.

Caractéristiques

Ce modèle combine les avantages suivants : accès à une partie des actifs stratégiques, fournisseurs exclusifs, contenus, accompagnement,.... Et convient aux boutiques indépendantes multimarques, souhaitant enrichir leur offre avec une marque reconnue pour son savoir-faire et son positionnement premium accessible.

Accompagnement des partenaires

Nous considérons que la réussite d'un partenariat repose autant sur la qualité des produits que sur l'accompagnement. C'est pourquoi nous proposons la mise en place d'un dispositif, pensé pour maximiser la performance de nos partenaires :



loding_officiel ...

LodinG - Maison Française depuis 1998

954 publications · 21,2 k followers · 312 suivi(e)s

Magasin de chaussures

🇫🇷 Maison française d'artisanat de luxe

👉 Cuir sélectionné avec soin

📍 20 boutiques en FR, Canada et Europe

🌐 loding.fr et 2 de plus

- **Formation des équipes de vente**

Développement des compétences commerciales, maîtrise de l'argumentaire de marque et des techniques de vente pour optimiser la transformation en point de vente.

- **Formation technique produit**

Transmission approfondie du savoir-faire, des matières et des spécificités produits afin de valoriser chaque modèle auprès du client final. Accompagnement éventuel dans les usines de fabrication.

- **Supports marketing & communication**

Mise à disposition de contenus visuels, accompagnement dans la création de supports locaux, pour garantir une image cohérente et impactante.

- **Suivi commercial personnalisé si besoin**

Accompagnement régulier avec analyse des performances, recommandations d'optimisation et pilotage des actions commerciales pour soutenir la croissance.



Contacts :

Contrat et juridique

- Vanessa Gozlan
- vanessa.gozlan@loding.fr

Commercial

- Nuno Neves
- nuno.neves@loding.fr