

# Wilo, la marque 100% française qui fait le pari de la basket sans plastique

Aujourd'hui, plus d'une paire de chaussures neuves sur deux vendues en France est une paire de baskets. Ce marché, déjà estimé à 9 milliards d'euros ([source](#)), est en pleine croissance.

Mais attention aux conséquences sur l'environnement ! A l'heure de l'urgence climatique, il est indispensable que le secteur de la mode (la deuxième industrie la plus polluante au monde) fasse sa révolution en changeant radicalement de mode de production.

De jeunes créateurs cassent d'ailleurs les codes de la fast fashion en osant de nouvelles matières et en assumant une fabrication au plus proche de leurs valeurs.

C'est notamment le cas de [Wilo](#), la nouvelle basket qui mise sur le "zéro plastique".

Après un lancement perturbé par le confinement, la jeune marque 100% française a produit tout l'été pour rattraper le retard et livrer ses clients.

Alors que la crise sanitaire a révélé une nouvelle conscience écologique, Wilo s'impose comme l'un des fleurons de ce "monde d'après" avec sa basket ultra-écologique, 100% végétale, made in France et conçue pour durer.

The image shows the brand name 'Wilo' written in a bold, black, cursive script. The letters are fluid and interconnected, with a thick, hand-drawn appearance. The 'W' starts with a large, sweeping curve, and the 'o' at the end has a long, trailing flourish that extends to the right.

## « Faire comme avant pour faire mieux » : le patrimoine vivant pour défendre le vivant

A première vue, cela ressemble à un pari un peu fou : sortir une basket sans plastique.

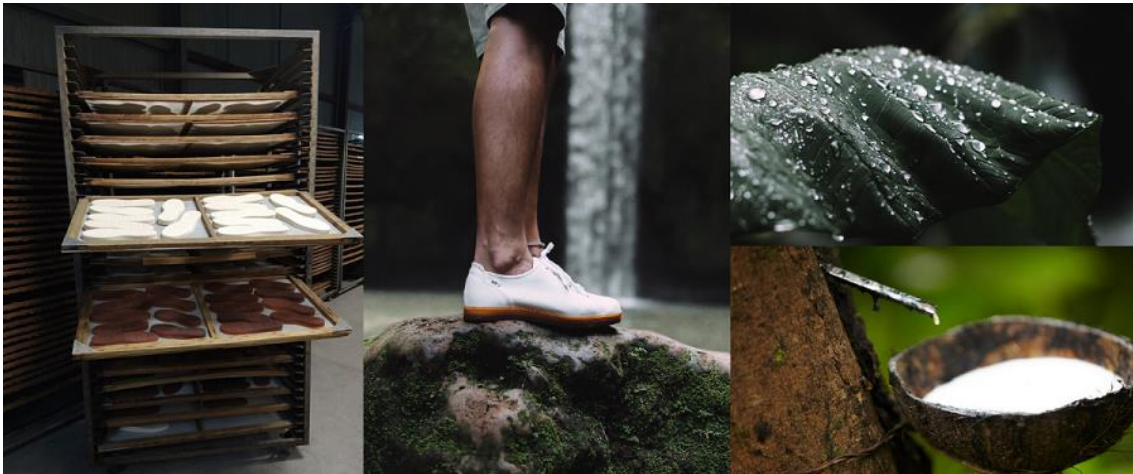
Le plastique est en effet omniprésent dans notre quotidien et en particulier dans les sneakers, alors même que ses microparticules ont des conséquences délétères sur l'environnement et la santé.

Alors Wilo est repartie des tous premiers modèles de basket, à l'époque où le plastique n'était pas encore démocratisé.

La semelle a constitué le principal défi technique.

David Chapon, le fondateur de la marque, précise :

*« Nous travaillons avec le seul atelier au monde capable de faire cela ! Situé en Isère et labellisé Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV), il moule toutes les pièces de caoutchouc naturel, en lait d'hévéa pur et de teinte miel, garanties sans colorants et sans additifs. »*



Après le moulage, les semelles Wilo sèchent et dorent pendant plusieurs jours sur des séchoirs en bois, face aux Alpes.

*« C'est un retour aux sources de l'artisanat pour un produit d'avenir »* explique David.

Même les lacets sont fabriqués en France, dans une société également Entreprise du Patrimoine Vivant.

## L'écologie : un engagement fort au cœur du projet Wilo

Au départ, Wilo était juste un projet de cœur, une envie d'agir pour contribuer à changer les choses, même provisoirement. Mais le concept s'est avéré incroyablement fédérateur et le succès des préventes sur Ulule a poussé la marque à poursuivre l'aventure.

L'objectif est d'insuffler une dynamique positive, de montrer qu'il existe des alternatives au "tout plastique" qui peuvent être produites localement.

Car les résultats sont là !

Ancien salarié Schneider Electric et expert en économie d'énergie, David le constate tous les jours :

*« Les matériaux naturels, alliés à des techniques très manuelles et à la production locale, génèrent un impact carbone dix fois inférieur aux produits du marché. La basket, fabriquée à l'étranger, en plastique et jetable, est le parfait symbole de la mondialisation, de la pétrolification et du consumérisme de notre époque. »*

Une logique que Wilo veut renverser.



## Une production confidentielle, inspirante et inspirée

A contre-courant de la fast fashion qui vise à produire toujours plus, Wilo affiche des ambitions plus modestes.

Sa démarche est résolument anti-gaspillage, artisanale et éthique. Il s'agit aussi de planter une petite graine qui donnera, par la suite, naissance à d'autres beaux projets éco-responsables.

David explique : « *Ce genre de produit n'a pas vocation à être fabriqué en grande quantité, mais juste à atteindre le seuil de rentabilité avec un prix acceptable, puis à diffuser le modèle économique auprès d'autres entrepreneurs.* »

L'idée est de multiplier les petites marques plutôt que d'en créer une grande.

Il précise :

« *Le but est de donner assez d'ouvrage à des ateliers qualitatifs, écologiques et durables afin de maintenir les savoir-faire.* »

Alors Wilo mise sur un produit saisonnier, qui intègre la contrainte du sans cuir ni plastique, avec une tige en toile épaisse et double adaptée pour les températures clémentes.

La jeune marque de mode française fait ainsi le pari de la haute-qualité, avec des finitions soignées jusque dans les moindres détails.

David souligne :

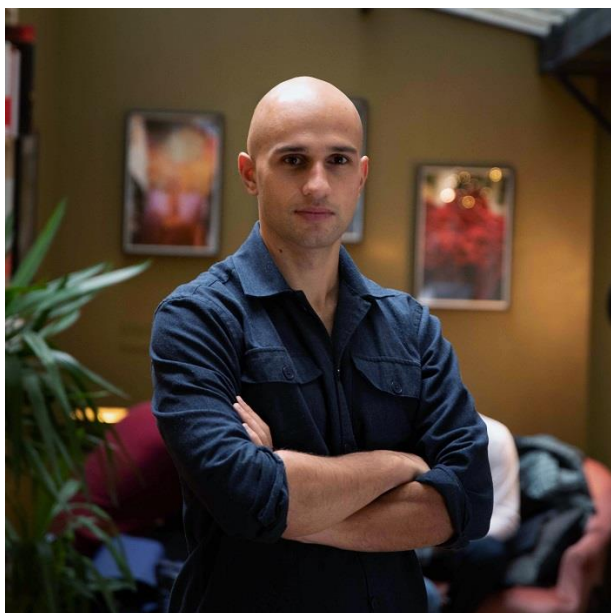
« *Nous nous concentrons sur nos 100 paires par mois, et la satisfaction des clients. Et le bouche à oreille fait le reste : grâce aux premiers retours que nous avons eu, nous avons désormais la certitude que notre produit plaît.* »





## A propos de David Chapon, le fondateur

Président de Wilo, David Chapon, 32 ans, réside à Lyon. Il a une double compétence commerce et ingénieur en énergie.



Il a travaillé pendant sept ans chez Schneider Electric, dans le domaine de l'efficacité énergétique, ce qui lui a permis d'accompagner de nombreux clients industriels, nationaux et internationaux, dans leurs projets écologiques.

En 2018, il co-fonde Wilo avec sa sœur, yogi et ancienne responsable du pôle marketing de la Maison Givenchy, afin de créer une marque qui répondrait aux problématiques durables d'un des secteurs les plus polluants au monde : la mode.

En moins d'un an, la marque se forge une solide réputation.

En 2019, désormais seul aux manettes, David décide de créer un nouveau produit qu'il a longtemps cherché : une basket stylée, confortable et durable.

Il souligne :

« Nos objets deviennent l'emblème de notre manière de vivre. »

## Pour en savoir plus

Site web : <https://www.wilo-store.com/>

Facebook : <https://www.facebook.com/wilostore/>

Instagram : [https://www.instagram.com/wilo\\_official/](https://www.instagram.com/wilo_official/)

LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/wilo-official/about/>

## Contact Presse

David Chapon

E-mail : [davidchapon@hotmail.fr](mailto:davidchapon@hotmail.fr)

Téléphone : 06 74 97 46 53