

# Avec Pataugas, Hopps a trouvé sa pointure

Grâce au rachat de la marque, le groupe aixois se diversifie dans la mode

**F**rédéric Pons, Pataugas blanches aux pieds, l'explique: "La marque est une icône avec une belle histoire, mais chez Vivarte, elle végétait. Elle n'était que peu valorisée. Avec nous, elle devient le cœur de Start'Hopps, le pôle mode que nous constituons. Nous venons de la racheter parce qu'elle est à taille humaine, qu'elle a une forte notoriété, une image de qualité et qu'elle va pouvoir être étendue à d'autres produits, de maroquinerie et textile. Notre ambition est d'ouvrir de nouveaux magasins à Paris et en France, dont un à Marseille ou

**Née en 1950, la marque française de chaussures de marche est une icône.**

au Village des marques de Miramas. Sur ce point, rien n'est tranché. L'ambition est de rajeunir la marque, de la rendre plus urbaine et féminine. L'objectif est aussi de multiplier par trois le chiffre d'affaires dans les trois ans qui viennent."

Pataugas, marque dont les racines plongent dans le Pays basque des années 50 où elle est née à l'initiative de l'industriel René Ellisabide, est vite deve-

nue l'emblème des chaussures de marche. Ses caractéristiques: une semelle en caoutchouc naturel issue de la sève de l'hévéa fondue au gaz, d'où le nom, et un corps en toile épaisse ou en cuir. En 1956, pour la faire connaître, un tour de France avait même été entrepris avec, pour les marcheurs, une étape à Aix. Où le siège social va maintenant être transféré.

Pataugas, qui emploie 50 salariés, dispose de sept unités de production au Portugal qui travaillent également pour l'industrie du luxe. La marque réalise un chiffre d'affaires de 15 millions d'euros avec 70 modèles diffusés dans cinq boutiques et par 500 revendeurs. Aujourd'hui, elle entame donc une seconde vie, pour elle-même en investissant de nouveaux canaux de diffusion qui ouvrent

les portes de la vente directe et en abordant l'international, mais aussi pour le holding Hopps Group dont Frédéric Pons est, avec Éric Paumier et Guillaume Salabert, un cofondateur. Le pôle distribution mode dont il s'est doté, à côté d'Adrexo, s'inscrivant dans ce qui est sa stratégie: "Enchanter l'expérience d'achat".

**Jean-Luc CROZEL**

[jlcrozel@laprovence-presse.fr](mailto:jlcrozel@laprovence-presse.fr)



Frédéric Pons, cofondateur de Hopps Group qui vient d'acquérir Pataugas.

/PHOTO J.-L.C.