

Les chaussettes Monnet passent des pistes à la ville

Après deux hivers sans ski alpin, le fabricant bourguignon de chaussettes de sport a trouvé la parade : faire des chaussettes pour tout le monde et pour tous les jours. Un produit made in France et de qualité à arborer fièrement dans ses mocassins, vendu depuis quelques semaines exclusivement en ligne. Une autre leçon de la crise.



Les chaussettes du quotidien bénéficient du taillage précis et des renforts talon et pointe qui caractérisent les modèles sport. (Monnet Sports)

Par [Monique Clemens](#)

Publié le 27 déc. 2021

Dans l'usine de tricotage Monnet Sports née il y a près d'un siècle à [Montceau-les-Mines](#), en Saône-et-Loire, une petite révolution vient d'avoir lieu : jusqu'alors exclusivement dédiées aux skieurs, randonneurs et autres trailers, les chaussettes maison s'affichent désormais en ville.

Bénéficiant d'un savoir-faire technique et d'un parc machine pointu - 30 tricoteuses et près de 100.000 euros investis par an -, la gamme Casual n'a nécessité aucun investissement. Elle est en vente depuis mi-octobre en laine mérinos ou coton bio, et

depuis mi-décembre en cachemire. Une collection écoresponsable en coton et lin est prévue en 2022. Ces chaussettes du quotidien bénéficient du taillage précis et des renforts talon et pointe qui caractérisent les modèles sport. Côté esthétique, Monnet a choisi la sobriété : couleurs classiques unies avec juste un petit logo bleu-blanc-rouge.

Explosion des sports de plein air

Cette diversification, c'est l'un des effets de la crise sanitaire. Confronté à des stations de ski fermées les deux hivers précédents, Daniel Porte, le directeur général, avait trouvé là un nouveau relais de croissance et le moyen de donner du travail aux 23 salariés qui ont testé et approuvé le produit. « Nous savons faire les chaussettes les plus compliquées qui soient, nous saurions donc faire plus simple », s'était-il dit alors.

La gamme Casual, qui a l'avantage de toucher une plus large clientèle, répond aussi à la volonté de Monnet de proposer un produit vendu uniquement en ligne. « Et ça aussi, c'est une des leçons de la crise », ajoute le directeur général qui, après une carrière de cadre expatrié pour Mumm, Rolex, Camel ou Jacques Vabre, avait racheté Monnet Sports en 2013 pour lui appliquer une vraie stratégie de marque : du [made in France](#) et de la qualité.

Chaussettes chauffantes

En 2013 et 2014, Monnet Sports est revenu dans la course (ses chaussettes avaient réchauffé les pieds de l'équipe de France de ski des JO de 1936 à ceux de 1988) en devenant fournisseur officiel de la Fédération française de ski nordique et de la Compagnie des guides de Chamonix. Parallèlement, la PME a investi dans des innovations : protection des tibias en gel de silicone pour des chaussettes de ski alpin, chaussettes chauffantes reliées à une application, effet seconde peau, prévention des ampoules...

Le chiffre d'affaires a bondi de 70 % entre 2013 et 2019, pour atteindre 2,4 millions d'euros dont deux tiers réalisés avec les chaussettes de ski. En 2020 et 2021, l'explosion des sports de plein air a permis de limiter la perte liée au secteur du ski alpin à 20 %. Et avec ces chaussettes de tous les jours et [les stations qui ont rouvert](#), l'année 2022 devrait remettre Monnet en piste.