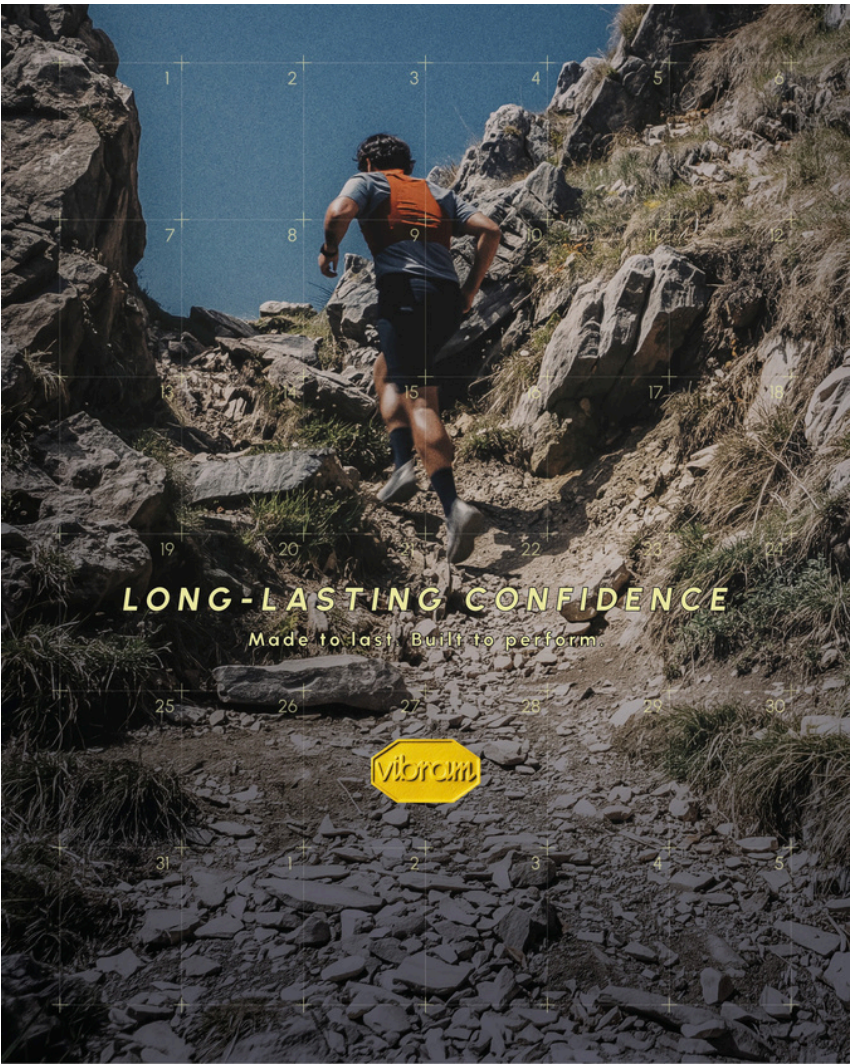




VIBRAM MET L’ACCENT SUR LA DURABILITÉ ET LA PERFORMANCE DANS LE TEMPS :

8 CONSOMMATEURS SUR 10 CONSIDÈRENT CE CRITÈRE COMME ESSENTIEL DANS LE CHOIX DE LEURS CHAUSSURES.

La nouvelle étude mondiale menée par Vibram révèle que la durabilité et la fiabilité jouent un rôle central dans les décisions d’achat et dans la perception des marques par les consommateurs. Vibram dévoile « Long Lasting Confidence », sa nouvelle campagne de communication mondiale dédiée à une performance conçue pour durer.



5 octobre 2026, Albizzate (Varese, Italie) – Depuis près de 90 ans, **Vibram** développe des mélanges de caoutchouc et des technologies conçus pour accompagner les utilisateurs dans leurs activités, quelles que soient les conditions et les environnements. De l’alpinisme au trail running, de la sécurité au quotidien, l’entreprise a construit son expertise autour de solutions alliant **performance, fiabilité et résistance**, s’imposant au fil du temps comme une référence dans l’industrie des semelles haute performance.

C’est dans ce contexte que naît **Long Lasting Confidence**, la nouvelle campagne de marque mondiale à travers laquelle Vibram place la **durabilité, c’est-à-dire la longévité de la performance** dans le temps, au cœur de son discours. Profondément ancrée dans la culture technologique de la marque depuis de nombreuses années, la durabilité prend aujourd’hui une dimension encore plus importante dans la relation avec les consommateurs : il ne s’agit pas seulement de la capacité d’une technologie à durer dans le temps, mais aussi de la garantie de pouvoir compter sur sa **performance, pas après pas**.

L’importance de la durabilité dans les choix des consommateurs et dans leur perception des marques ressort également de la dernière étude menée par l’entreprise auprès d’un échantillon de plus de 10 000 consommateurs dans sept marchés clés (États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne, Brésil, Chine et Japon). Selon cette étude, **8 consommateurs sur 10 (environ 78 % des répondants) considèrent la durabilité comme un critère important ou très important dans le choix de leurs chaussures**, ce qui en fait l’un des principaux critères d’achat, juste derrière le confort (84 %).

Lorsqu’il s’agit plus spécifiquement de la **performance des semelles**, la **durabilité** apparaît comme un facteur déterminant, notamment dans les environnements exigeants. Dans le **segment Outdoor et Trail Running**, elle constitue le premier critère recherché par **31,6 % des répondants**. Son importance est encore plus marquée dans le domaine **Work & Safety**, où elle atteint **35,9 %**, confirmant son statut de priorité pour les personnes évoluant dans des conditions particulièrement exigeantes. Dans le domaine de la **Performance Sportive** (incluant notamment la course à pied, le basketball, le football, le tennis, le yoga, le pilates, le golf, la natation et d’autres sports), la durabilité figure également parmi les critères fondamentaux, citée par **31,6 %** des répondants, au même titre que la stabilité parmi les attributs les plus recherchés.

Forte de ces résultats et de plus de 80 ans d’innovation technologique dans le domaine des semelles en caoutchouc haute performance, Vibram propose une vision plus large de la durabilité à travers sa nouvelle campagne **Long Lasting Confidence**.

La durabilité n’est pas présentée uniquement comme une propriété technique de la semelle, mais comme ce qui permet de maintenir un haut niveau de performance dans le temps et, par conséquent, de construire une confiance durable. Une technologie conçue pour durer permet aux utilisateurs de pratiquer plus longtemps les activités pour lesquelles elle a été développée, tout en conservant ses caractéristiques et son niveau de performance au fil du temps.

« *L’étude confirme ce qui définit l’héritage de Vibram depuis toujours : la durabilité, fondée sur une performance qui dure, est l’un des attributs les plus emblématiques de notre marque. Une valeur qui s’intègre naturellement aux piliers historiques de notre identité, tels que la stabilité, le confort, l’adhérence, le maintien et la traction, et qui reflète l’engagement de Vibram à offrir sécurité et performance dans toutes les conditions et sur tous les terrains* », souligne **Paolo Manuzzi, Global General Manager de Vibram**. « *Cette reconnaissance importante est le fruit de plusieurs décennies de recherche, d’innovation et de développement technologique, et nous offre une base solide pour continuer à renforcer le positionnement de Vibram sur le marché. Avec cette nouvelle campagne, nous souhaitons mettre en lumière cet héritage et placer au cœur de notre discours une valeur concrète et distinctive, pour nos consommateurs comme pour l’avenir de la marque.* »

Le concept se décline en trois segments distincts afin de montrer comment cette promesse répond à des besoins spécifiques. Dans le segment **Outdoor**, avec un focus particulier sur le **trail running**, la durabilité devient une **performance longue durée**, essentielle pour parcourir de longues distances et supporter une utilisation prolongée. Dans le **segment Work & Safety**, elle se traduit par la capacité à maintenir dans le temps un niveau de performance élevé et fiable, à travers le concept d’incassabilité (heavy duty), avec des solutions garantissant une performance constante et durable, même dans les conditions les plus intenses et exigeantes. Enfin, dans le **segment Lifestyle**, elle prend la forme d’un confort durable, associant confort et longévité au quotidien.

La campagne prendra vie à travers trois **vidéos courtes de 15 secondes**, diffusées sur les principaux canaux digitaux de la marque, notamment **Meta, YouTube et TikTok**, ainsi qu’à travers une histoire au **format long sur Vibram.com**. L’activation sera déployée à l’échelle mondiale, sur les **marchés EMEA, États-Unis, Chine, Japon et Australie**, avec un lancement prévu en **octobre 2026**.

Avec **Long Lasting Confidence**, Vibram poursuit l’évolution de son discours de marque en partant d’un élément profondément ancré dans son identité technologique : la capacité à concevoir une performance faite pour durer.

Pour en savoir plus sur la campagne « Long Lasting Confidence » de Vibram, rendez-vous sur la page dédiée : https://www.vibram.com/stories/br_LongLastingConfidence.html



VISUELS DISPONIBLES ICI

Source et méthodologie

Étude McKinsey pour Vibram – juin 2025, États-Unis, Royaume-Uni, France, Allemagne, Brésil, Chine, Japon, n=10 006.
L’étude a été menée auprès d’hommes et de femmes âgés de 18 à 65 ans ayant acheté des chaussures Outdoor, Performance ou Work au cours des deux années précédentes, avec environ 1 500 répondants par pays et des quotas représentatifs de chaque marché selon les principaux critères démographiques. L’échantillon total est de 10 006 personnes réparties sur les sept marchés analysés. Les analyses individuelles peuvent porter sur des bases d’échantillonnage différentes.

À propos de Vibram

Vibram est le leader mondial du développement et de la production de semelles en caoutchouc haute performance pour les applications Outdoor, loisirs, travail, mode, orthopédie et réparation. Depuis plus de 80 ans, l’octogone jaune qui identifie Vibram à travers le monde est synonyme de qualité, performance, sécurité et innovation dans l’industrie de la chaussure.
Basée à Albizzate (Varese, Italie), Vibram produit plus de 40 millions de semelles par an, réalise plus d’un million de kilomètres de tests, est présente dans 120 pays et dispose de sites de production ainsi que de bureaux de recherche et commerciaux aux États-Unis, en Chine, au Japon, au Brésil et en Italie. www.vibram.com