Carmina veut mettre la capitale à ses pieds



Grosse pointure de la chaussure de ville, Carmina a pris ses quartiers dans la capitale. Forte d'un savoir-faire remontant à 1866, la marque espagnole mise sur sa production artisanale, son offre personnalisable et la qualité de ses cuirs pour séduire la clientèle luxembourgeoise.

Le cuir ne ment pas. Il exhale cette odeur puissante, singulière, chargée d'authenticité. Ce matériau intemporel parfume la boutique de chaussures Carmina, ouverte depuis le 4 octobre 2025 dans le cœur battant de la capitale, avenue de la Porte-Neuve. Dans ces murs, une autre note se fait sentir, boisée cette fois : les présentoirs et le mobilier, conçus sur mesure, proviennent d'une menuiserie majorquine. Rien d'étonnant pour une maison qui écrit son histoire sur l'île depuis plus de 150 ans. Entreprise familiale aujourd'hui dirigée par la 7? génération, Carmina n'a jamais cédé à l'industrialisation : « *Sans la main de l'artisan, la chaussure ne sort pas* », assure Maxime Thiesse, responsable du magasin. Rompu aux codes du luxe, il veille à chaque détail. Ici, on ne parle pas d'usine mais de « *manufacture* ». Et la précision n'est pas un vain mot : « *Il faut compter*

entre 150 et 200 étapes de fabrication pour une chaussure. » En boutique, un conseiller de vente consacre en moyenne « *une heure* » à chaque client.



Rompu aux codes du luxe, Maxime Thiesse évoque un « renouveau de l'élégance » (crédit : Jean-Michel Cavalli)

Engagée dans un cycle d'internationalisation pour accompagner la croissance de son chiffre d'affaires – 20 millions d'euros en 2024 –, Carmina multiplie les ouvertures ces dernières années. Outre Barcelone et Madrid, des marchés domestiques, ou encore Paris depuis trois décennies, elle est également présente dans plusieurs villes à travers le monde comme New York, San Francisco

ou encore Londres plus récemment. Tokyo devrait suivre très prochainement, tout comme Munich. La toute-puissance des sneakers, capables de bousculer les codes vestimentaires les plus stricts, ne freine pas cette expansion: « *Nous observons au contraire un renouveau de l'élégance*, note Maxime Thiesse. *Nous avons des clients de tous âges. Avec un prix d'entrée fixé à 340 euros, la marque revendique un positionnement accessible au regard de la qualité proposée.*»

« Au Luxembourg, les gens ont les moyens et l'envie de se différencier »

[Maxime Thiesse, responsable du magasin Carmina]

Le choix de s'implanter dans la capitale luxembourgeoise s'explique aisément :« *C'est une ville dynamique, un centre financier et jusqu'à notre arrivée, il n'y avait pas de boutique en nom propre qui proposait des collections hommes et femmes.* » Si Carmina capitalise sur un savoir-faire transmis depuis des générations au sein de ses ateliers de fabrication, elle sait aussi s'adapter aux particularismes locaux. L'un de ses atouts réside notamment dans sa capacité à personnaliser les chaussures. Un argument de vente qui trouverait un écho très favorable au Luxembourg selon Maxime Thiesse : « *Notre force, c'est la personnalisation. Pour 100 ou 200 euros, nous pouvons par exemple réaliser des semelles plus fines sur des classiques Richelieu ou encore repenser la couleur des coutures. Au Luxembourg, les gens ont les moyens et l'envie de se différencier.* »

L'anecdote en dit long : un client a récemment fait inscrire James Bond sur la doublure intérieure et les chiffres 007 sur la semelle de ses chaussures. Une manière élégante de rappeler que, chez Carmina, l'artisanat se conjugue volontiers avec singularité.