



Femmes entrepreneuses : l'alchimie d'un duo

PROPOS RECUEILLIS PAR IDIL FORTIN

Après vingt ans d'expérience dans de grandes Maisons de couture parisiennes, Charlotte Sauvat et Françoise Misiraca fondent La Ligne Numérotée, une Maison de chaussures à la rencontre de l'art et de la couture.

Charlotte Sauvat est une artiste. Née dans une famille de collectionneurs, sculpteurs et critiques d'art, elle est designer accessoire depuis dix-sept ans. Elle a été formée par Michel Vivien et a travaillé avec Lanvin, Isabel Marant et Balmain. Pour chacune de ces Maisons, elle a créé des pièces devenues iconiques. Créatrice passionnée, toujours en quête de découvertes et d'expérimentations, elle observe le monde qui l'entoure d'un œil expert et curieux. Elle est sensible aux détails et à la précision du travail et voue une admiration sincère aux artisans d'exception.

Françoise Misiraca est une autodidacte à l'âme d'entrepreneuse. Après un début de carrière dans un cabinet d'audit américain, elle a travaillé chez Balmain pendant dix-sept ans, a créé le département homme de la Maison en 2009 et l'a dirigé pendant huit ans. Dynamique et passionnée, elle aime être au courant de tout, mener des projets, fédérer des équipes, se sentir responsable des résultats. Les rapports humains sont au cœur de ses préoccupations.

Après vingt ans d'expérience dans de grandes Maisons de couture, Charlotte Sauvat et Françoise Misiraca s'associent pour fonder La Ligne Numérotée, une Maison à leur image.

Rencontre avec ces deux entrepreneuses aux forces complémentaires.

Charlotte, Françoise, pouvez-vous vous présenter et parler de votre parcours ?

Françoise Misiraca : J'ai un parcours plutôt atypique ! J'ai commencé ma carrière en tant que formatrice informatique et je suis arrivée dans la mode par hasard, en intégrant la Maison Balmain en 1999. C'est un milieu que je ne connaissais pas du tout : je venais d'un cabinet d'audit très structuré et je suis arrivée dans ce milieu où il y avait beaucoup d'agitation, énormément de perte de temps dans l'organisation... ça m'a beaucoup choquée au départ et j'ai très vite voulu organiser, structurer, développer des processus... Comme la Maison était en pleine croissance, j'ai réussi à trouver ma place facilement. Après quelques années chez Balmain, j'ai réussi à créer une équipe et à développer un vrai business. On a pu travailler main dans la main, avec une vision commune. C'est ce qui a permis la croissance exponentielle de la Maison.

Charlotte Sauvat : Je suis styliste accessoire freelance depuis dix-sept ans. Comme Françoise, je suis arrivée dans ce métier par hasard : j'ai une formation très arts plastiques, plutôt design que mode. Quand j'ai commencé à travailler avec Michel Vivien, j'ai abordé la chaussure par la technique : j'ai appris l'importance de la précision, des lignes, de la construction, de l'équilibre des volumes et de la qualité des matières. La chaussure pose d'énormes contraintes, de par son utilité : elle doit faire envie, être féminine et sexy, tout en ne faisant pas mal au pied et en étant suffisamment solide pour supporter le poids d'une personne en mouvement. C'est une petite architecture, un puzzle infini où les couleurs, les matières et les volumes sont des données multiples avec lesquelles on peut jouer indéfiniment. J'ai eu la chance de travailler pour plusieurs Maisons, toujours en freelance. On se plonge à chaque fois dans un nouvel univers, une marque, un ADN et on peut passer de l'un à l'autre. En tant que styliste, c'est très intéressant.

Vous vous êtes rencontrées chez Balmain et avez travaillé ensemble pendant quatre ans. Vous associer et vous lancer ensemble, c'était une évidence pour vous ?

Charlotte Sauvat : Ce que j'ai adoré chez Balmain, c'était l'équipe, celle de Françoise. On avait la sensation d'être en famille, on était tous bienveillant les uns envers les autres et chacun était attentif à ce que tout se passe bien et à ce que la boîte fonctionne. C'était une petite équipe, qui cherchait toujours à travailler en France ou en Europe, avec de belles matières... Françoise menait tout ça dans la bonne humeur. Quand je l'ai rencontrée, il s'est passé quelque chose. Quand elle entre dans une pièce, on bouge, on parle fort, on prend des décisions, on prend des risques, on avance. Elle vous embarque dans un tourbillon d'idées et d'énergie. Sa vision du travail d'équipe est enivrante et intelligente. J'adorais aller chez Balmain, retrouver l'équipe, passer un bon moment... on travaillait beaucoup, mais ça a été de bonnes années. Quand Françoise a quitté Balmain, on a gardé contact, pour se donner des nouvelles. Quand elle m'a appelée pour me proposer de créer une Maison ensemble, je ne me suis pas posé de question : ça ne pouvait que bien se passer.

« Je retrouve ce qui me plaît dans mon métier : un travail d'équipe, de savoir-faire et d'excellence. »

Françoise Misiraca : Oui, c'était une évidence. J'ai travaillé avec beaucoup de stylistes et il arrive souvent que le dialogue soit compliqué parce que l'égo prend le dessus. Quand je parle, je suis plutôt directe, je ne mets pas de gants. J'ai l'impression que si une entreprise





fonctionne, ce n'est pas seulement parce qu'on a un bon styliste, mais parce qu'on a une bonne équipe : des usines, des personnes qui les gèrent, une bonne équipe de vente... C'est ce qui fait que tout le monde trouvait sa place dans le succès de Balmain. Avec Charlotte je ne me suis jamais demandé : « comment je vais lui dire ça ? ». Le dialogue a toujours été très naturel. Il me semble qu'il est très important de se dire les choses. Certaines font plaisir, d'autres pas, mais il faut avancer, donc on les dit, on retient et on avance. Je n'aurais jamais proposé ça à quelqu'un d'autre parce que Charlotte a toujours été à l'écoute d'une partie essentielle, qui est la partie commerciale. Quand elle dessine, elle fait en sorte que tout fonctionne pour qu'on arrive à quelque chose qui tienne la route.

Qu'est-ce qui vous a poussé à vous lancer dans l'entrepreneuriat et à fonder La Ligne Numérotée ?

Françoise Misiraca : Avec La Ligne Numérotée, j'ai eu envie de créer une entreprise avec tout le recul que j'ai grâce à mon expérience. Ce qui m'anime aujourd'hui, c'est de travailler avec de belles matières et de rencontrer des personnes passionnées – c'est mon héritage couture. On va sur des salons, on découvre des matières, on touche, on rêve, on se projette dans un produit... On rencontre des personnes qui défendent bec et ongle leur filière et le made in France et on a envie de les soutenir.

Mon expérience transversale a été très importante. Chez Balmain, j'avais un regard sur tout : la production, le dessin, l'achat de matières, la gestion des retours... ça a été extrêmement formateur et c'est ce qui m'a permis de me dire qu'on pouvait, Charlotte et moi, créer un produit et gérer une commercialisation de A à Z.

Toutes ces années m'ont aussi permis de comprendre les habitudes des clients, le fonctionnement du retail... c'est grâce à cela que j'ai pu construire un business model. C'est aujourd'hui qu'il faut changer notre façon

de voir la mode, de fabriquer et de distribuer. C'est la raison pour laquelle nous sommes une marque digitale et que nous faisons le choix de la distribution directe : pour garder la maîtrise de notre produit, de nos prix, de la communication et de la distribution.

« On attache une vraie importance à la matière, à la qualité, aux-savoir-faire. Avec les Éditions Limitées on va pouvoir le revendiquer. »

Charlotte Sauvat : Quand Françoise m'a contactée, j'étais arrivée à un point où je ne supportais plus les conditions de mon métier. On est pris dans le rythme effréné des calendriers et des défilés et on doit dessiner une nouvelle collection tous les mois et demi. On est obligé de se presser et de presser les ateliers avec lesquels on travaille, qui font des prouesses folles pour arriver à sortir les collections à temps. L'accessoire est un objet difficile à mettre au point, qui demande du temps. Toute cette pression s'exerce au détriment de l'objet qui dessiné et à peine pensé.

Avec La Ligne Numérotée, on avait envie de travailler autrement, d'aborder la mode différemment. Du point de vue stylistique, j'ai choisi de faire un objet simple, qui puisse traverser le temps et les générations, avec des personnes que je respecte et qui me respectent. Je retrouve ce qui me plaît dans mon métier : un travail d'équipe, de savoir-faire et d'excellence. Les personnes avec qui on travaille sont des artisans qui ont des générations d'expérience, ce sont des personnes passionnées, avec lesquelles travailler est un vrai plaisir. Cela m'intéresse beaucoup plus d'aller à la rencontre d'artisans d'art, de rencontrer une brodeuse

ou une plumassière, plutôt que de m'inscrire dans un mouvement de mode qui va durer six mois avant d'être oublié. La Ligne Numérotée nous permet ça : de prendre le temps de faire bien.

« Cela me préoccupe de pouvoir générer des moments de rencontre : se voir, se parler, toucher l'objet, échanger, s'entendre et vivre un bon moment ensemble. »

Pouvez-vous présenter La Ligne Numérotée ?

Françoise Misiraca : La Ligne Numérotée est une marque d'accessoires haut de gamme. C'est une marque qui a conscience que la mode est en train de changer et qui s'oriente vers le savoir-faire, la transmission. C'est la haute couture, dans l'esprit des années 40 ou 50, c'est-à-dire un beau produit, de belles matières, des savoir-faire, du sur-mesure, des produits qui durent.

Charlotte Sauvât : C'est une ligne d'accessoires pour femmes, une Maison haut de gamme qui s'intéresse aux savoir-faire, aux matières nobles et naturelles et qui cherche à produire avec bon sens, dans le respect du temps et des artisans. On a commencé avec la chaussure parce que c'est notre métier, mais j'adorerais pouvoir faire de l'objet.

Grâce à internet et aux moyens digitaux, il est de plus en plus facile de se lancer et de nombreuses marques naissent tous les jours. Qu'est-ce qui vous différencie des autres et vous rend unique sur votre marché ?

Françoise Misiraca : Notre vraie différence, ce sont les Éditions Limitées. On attache une vraie importance

à la matière, à la qualité, aux-savoir-faire et avec les Éditions Limitées on va pouvoir le revendiquer. Ce sont des pièces qui sont produites en huit exemplaires seulement et que nous créons avec des artisans d'art. Elles nous permettent de nous adresser à une clientèle de niche, très exigeante, qui a envie de produits très exclusifs.

Notre deuxième différence, ce sont les Éditions Signature. Nous proposons trois Éditions Signature seulement, que nous déclinons chaque mois dans une nouvelle couleur ou matière. C'est peut-être simplement ça, le bon basique : quelque chose de simple, mais bien fabriqué, avec de belles matières.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, lancer une marque digitale n'est pas si évident. Un abonné sur les réseaux n'est pas forcément un client et étant donné notre positionnement haut de gamme, on pourra difficilement se limiter sur le long terme à un canal de vente digital.

Vous faites le choix de la distribution directe et de la vente en ligne exclusivement... est-ce qu'une marque peut-être seulement digitale aujourd'hui selon vous ?

Charlotte Sauvât : Non, une marque ne peut pas être que digitale. On ne peut pas passer à côté du digital parce que c'est un outil qui fait partie du quotidien, mais c'est aussi un outil qui fait qu'on reste chez soi, alors qu'avant on se retrouvait et on discutait. Cela me préoccupe de pouvoir générer des moments de rencontre avec les gens, qu'ils puissent se voir, se parler, toucher l'objet, échanger, s'entendre et vivre un bon moment ensemble. J'adorerais que dans notre développement on arrive – par la distribution ou le prétexte de la vente – à générer et créer des événements où les gens se retrouveraient physiquement. Je trouve que c'est très important aujourd'hui. On ne peut pas passer à côté du digital, mais il ne faut pas faire disparaître ces moments où on se retrouve.





Françoise Misiraca : A l'heure actuelle, on fait du chiffre d'affaires en vendant sur internet, mais on ne pourra pas se dispenser d'un espace physique. C'est indispensable par rapport à notre typologie de produit, notre cible et nos valeurs. Sur le long terme, on aura aussi besoin de la force de frappe des multimarques. Nous privilégions la distribution directe parce qu'elle nous permet de garder la maîtrise de nos prix, de notre image et de notre relation client. La vente directe est un choix, mais elle n'exclut pas la distribution multimarque, il faut simplement trouver une façon de l'aborder différemment.

« Il est important pour nous de travailler dans la bienveillance, la confiance, l'échange, l'écoute et la compréhension. »

Vous avez lancé votre marque en pleine crise du COVID, qu'est-ce que cela a changé pour vous et comment vous êtes-vous adaptées ?

Françoise Misiraca : Le COVID a retardé le lancement de La Ligne Numérotée : il était prévu en mai 2020 et nous avons finalement ouvert notre boutique en ligne au mois de juillet. Cela a cassé notre enthousiasme à un moment donné, mais cela nous a aussi permis de réfléchir et d'être plus prudentes dans notre lancement. Je préfère aujourd'hui me dire que je relance une production parce qu'on a de bons retours, plutôt qu'avoir un gros stock et me rendre compte que le projet n'est pas viable. Tout cela nous a permis de prendre la mesure des choses.

Vous parlez de rencontres, d'échanges... c'est important de bien s'entourer pour se lancer dans l'entrepreneuriat ?

Françoise Misiraca : Dans un premier temps, ça a été très important d'être deux. D'abord parce que nos compétences sont complémentaires, mais aussi parce qu'on s'entraîne, on s'encourage. Être deux, ça crée une dynamique. On aurait pu faire beaucoup toutes seules mais on vient d'une culture et de Maisons où chaque détail a son importance. On s'est vite rendues compte qu'on aurait besoin d'un bon avocat pour gérer les conditions générales de ventes, d'une personne pour créer le site internet, d'un photographe parce que les photos sont notre vitrine, d'une personne qui travaille sur le dossier de presse... Quand on crée une entreprise il faut reconnaître ses forces et ses faiblesses. Nos forces sont le style et la stratégie, mais nous ne sommes pas graphistes, photographes ni juristes, c'est donc important de s'entourer de personnes qui ont ces compétences. Évidemment je pense aussi à notre atelier en Toscane et aux artisans que nous connaissons de longue date et qui sont devenus notre « famille italienne ». Il est important pour nous de travailler avec toutes ces personnes dans la bienveillance, la confiance, l'échange, l'écoute et la compréhension.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans l'entrepreneuriat ?

Charlotte Sauvat : C'est de pouvoir avoir son mot à dire sur tout. On est obligé de se pencher sur toutes les facettes de l'entreprise. Même si on a chacune nos savoir-faire, on aborde les sujets ensemble et c'est très intéressant. Une entreprise, c'est comme une petite société, une façon de vivre, de faire des choix... c'est très jouissif d'avoir cette liberté-là.

L'entrepreneuriat, c'est aussi la liberté de créer au gré des envies et des rencontres. Du point de vue de la création, c'est important. On va à une expo et on a envie de quelque chose, on voit des velours et on

« L'entrepreneuriat, c'est la liberté de créer au gré des envies et des rencontres. »

veut faire quelque chose avec cette matière... Je rêve du moment où on pourra créer à la manière qu'était celle d'Azzedine Alaïa : quand tu as envie de créer quelque chose, tu le fais. Le rêve serait d'avoir notre petit atelier à nous.

Françoise Misiraca : Aujourd'hui, c'est la création qui est palpitante. Charlotte le ressent sur la chaussure, moi sur l'entreprise. Il faut être aux aguets, réfléchir... si quelque chose marche, on peut être fières, parce que c'est nous qui l'avons fait. Si ça ne marche pas, on se demande pourquoi, on cherche des solutions et on rebondit. On a les leviers et tout dépend de nous. Ne pas savoir de quoi sera fait demain, ça a un côté excitant.

Quels sont vos projets de développement ?

Françoise Misiraca : Pour notre lancement, nous avons décidé d'aller vers la chaussure, qui est l'expertise de Charlotte. A l'avenir on a envie d'aller vers la maroquinerie, le bijou... On aimerait aussi beaucoup ouvrir notre boutique, pour rencontrer nos clientes et créer des événements à notre image.

Propos recueillis par Idil Fortin

Retrouvez l'histoire de La Ligne Numérotée et toutes les éditions de la Maison sur lalignenumerotee.fr et sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Pinterest et LinkedIn).

