

Mardi 9 août 2016

Deux jumelles dans leurs petits souliers

Ces sœurs jumelles ont beau vivre à 6 000 km l'une de l'autre, c'est ensemble qu'elles ont lancé la marque de chaussures pour enfants «George et Georgette».

● Pierre LAGNEAUX

George et Georgette, voilà un nom bien frenchy pour une marque créée à New York. Pour cause, ce sont des jumelles originaires d'Houtain-le-Val (Genappe), Christelle et Daphné Debaue, qui sont derrière ce projet original : des chaussures qui se ressemblent tout en étant différentes. Si Christelle est aujourd'hui enseignante à Anderlecht, sa sœur s'est expatriée aux États-Unis, dans la Grande Pomme. Près de six mille kilomètres les séparent mais elles sont en contact quasiment tous les jours.

«Depuis toujours, nous nous revendiquons jumelles non fusionnelles, mais nous partageons le rêve de travailler ensemble, explique Christelle. Il aura fallu une séparation, quand Daphné est partie vivre à New York il y a six ans, pour que notre instinct gémellaire fasse avancer les choses. Après deux ans de discussions et de rêveries sur un canapé, dans un bar ou un parc chaque été à New York, l'idée a germé.»

Pourtant, dans les deux têtes, les idées se bousculaient. «On avait des tonnes d'idées de business, poursuit Daphné. C'est notre spécialité de partir dans tous les sens. C'était une discussion infinie,

mais l'idée des chaussures dépareillées refaisait souvent surface.» Une idée à l'image des jumelles comme le souligne Christelle : «Nous avons été tout de suite séduites par l'idée tellement elle nous correspondait. C'est original. Il suffit de voir le style vestimentaire de notre mère pour constater que l'originalité est courante dans la famille. Et un vieux souvenir d'enfance nous a confirmé qu'on faisait bonne route. Petites, nous avions déjà testé l'idée en échangeant nos propres chaussures, même pointure, même modèle mais toujours de couleurs différentes. Le concept était né, on allait faire des chaussures à l'image des jumeaux : non identiques mais complémentaires, qui vont bien ensemble sans être pareilles. De vraies jumelles quoi !»

«Les hommes ne sont pas prêts»

Un concept qui s'adapte particulièrement bien aux enfants, même s'il va certainement se développer vers d'autres publics. «Les enfants sont fun, sans peur et presque sans limites, ils sont parfaits pour nous, sourit Daphné. On commence par les tout jeunes enfants, de 1 à 6 ans, pour tester l'idée, mais on pense évidemment agrandir notre collection vers les plus grands.»



Jean-Christophe Noël

«On se voit bien attaquer le marché des ados, continue Christelle. Nous pensons qu'ils kifferaient porter des chaussures différentes !» Et les adultes ? «Les femmes, notre but est d'y arriver, indique Daphné. Nous avons d'ailleurs déjà réalisé beaucoup de dessins à l'aide de notre styliste et une paire est en phase prototype. Pas de panique non plus, nos futures paires pour femmes seront moins voyantes. On restera sages pour ne pas effrayer la gent féminine.»

«Finalement, il n'y a que pour les hommes qu'on n'attendrait pas l'idée, ils ne sont pas prêts...» conclut Christelle. ■

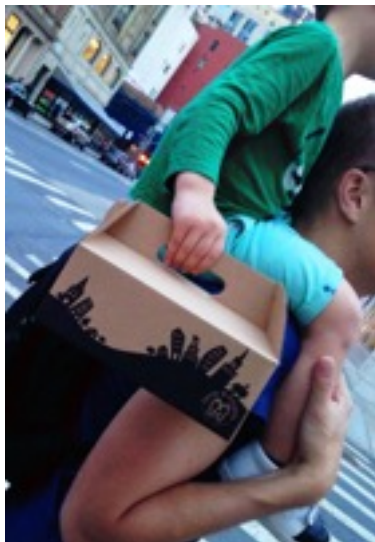
► www.georgegeorgette.com.

Daphné et Christelle Debaue ont créé «George et Georgette», une marque de chaussures pour enfants à leur image : différentes mais complémentaires.



Des boîtes à chaussures à caractère social

Derrière la marque George et Georgette, il y a aussi un côté social : sous leur déguisement de lunch box, les boîtes à chaussures permettent d'aider les plus démunis en les remplissant de choses utiles pour eux. «Quand l'idée des chaussures est venue, il fallait qu'on y rattache un côté social pour que ça rende notre projet encore plus motivant pour nous, explique Christelle. On voulait faire un packaging original et utile. J'ai alors pensé à une action que je fais avec mes élèves chaque année à l'occasion des fêtes, l'opération Shoe Box menée par l'association Les Samaritains. Il s'agit de remplir des boîtes à chaussures de vivres, les emballer de papier cadeaux et l'association se



charge de les distribuer aux sans-abri le soir du réveillon. Cela correspondait, à nouveau, parfaitement à notre concept. Avec nos chaussures visibles, on allait aider les personnes invisibles de la rue.» Daphné enchaîne : «Avant même de démarrer cette idée de chaussures dépareillées, nous savions que notre business aiderait les plus démunis. Le moteur caché de notre projet, c'est l'envie de donner une chance à tous ceux qui sont coincés dans le cercle vicieux de la pauvreté. Notre rêve, c'est d'employer uniquement des gens en difficulté et, ainsi inspirer d'autres entrepreneurs et les inciter à faire de même. La lunch box est une extension naturelle de notre but social, elle permet de sensibiliser les gens et les pousse à faire de petites actions.» ■ P.L.

Un nom vieillot pour des chaussures modernes

Le nom de la marque George et Georgette «est un des tout premiers noms qui nous est venu à l'esprit, raconte Christelle. On cherchait un nom de couple, à l'image de notre concept, à savoir la même base tout en étant différente. Au début, nous avons fait des listes et avons demandé l'avis de nos proches. Ça ne nous a pas été d'une grande aide mais on a bien rigolé. On

s'est dit qu'il fallait se faire confiance : «George et Georgette» correspondait à merveille.»

«On voulait un nom un peu pompeux et vieillot pour des chaussures modernes, ajoute Daphné. On a cette tendance à toujours pousser la dualité jusque dans les détails. Bon, notre grand-mère s'appelle Georgette, donc on peut dire qu'il y a eu un peu de favoritisme...» ■ P.L.