

NEW
CULTURE
TRENDS

BOLD

#54

TRUE LIFE
EXPLORATION
OCT/NOV. 2018

MAGAZINE

**«CE N'ÉTAIT PAS GAGNÉ
D'AVANCE»**

ANGÈLE



ON NE PATINE PAS AVEC LA MODE

Une marque à la fois engagée, responsable, sexy et feel good ? Bienvenue dans l'univers de Patine, la petite marque 100% digitale ultra cool, créée par la touche-à-tout Charlotte Dereux.

Folle de mode de la première heure, il ne lui manque que le déclic pour se lancer.

La rencontre avec son associé, Nicolas Poyet – qui lui rêve d'entrepreneuriat – achève de la convaincre de sauter le pas et de fonder une maison qui lui ressemble. Des t-shirts en jersey respectueux de l'environnement et fabriqués au sein de l'Union européenne, à la coupe juste parfaite, déclinés dans plusieurs coloris joyeux (blanc cheesecake, baby sky blue, rose milkshake...), unis ou floqués de mantra qui puisent vraiment dans un univers qui oscille entre *La Boum* et *Punky Brewster*...





J'ai lu que vous êtes tombée dans la mode à 14 ans. Info ou Intox?

Info! Ma grand-mère est une femme très coquette, qui a une passion incommensurable pour les beaux habits. Pour mes 14 ans, elle m'a légué sa collection de magazines de mode, dont les plus anciens dataient de 1956! À l'époque Pinterest n'existait pas: je découpais les pages qui me plaisaient de mes 20 ans, Jalouse et Elle et je faisais des collages, que je gardais précieusement dans un classeur.

École de commerce et Cours Florent, rédactrice en chef, directrice marketing: votre parcours est des plus atypiques!

J'ai toujours aimé créer, mais je ne l'assumais pas. Il faut dire aussi que je viens d'une famille d'artistes: je ne me sentais pas légitime à leurs côtés. Quand j'ai fini mon école de commerce, je vivais juste en face de la Samaritaine. J'y suis allée pour poser ma candidature comme vendeuse. J'ai été embauchée au service comm. C'était juste fou. J'ai été rédactrice en chef adjointe pendant deux ans d'un magazine génial, qui n'existe plus: BAG. Je ne gagnais pas un sou, mais j'ai adoré cette période! Et puis, les expériences se sont enchaînées, toujours dans la mode. Dans le digital pour LVMH, d'abord, puis chez Sarenza, où je suis restée dix ans. Avec des «crises existentielles» tous les deux ans, où je me disais qu'il était temps pour moi de créer ma propre marque...

Quel a été le déclic?

Le cap des 10 ans a précipité les choses. Se lancer dans le secteur de la mode est effrayant. Nicolas, un de mes collègues m'avait entendue parler de mon projet. Il m'a dit qu'il me suivrait. J'ai passé deux jours à cogiter. Nous en avons reparlé. Nous avons alors décidé de nous associer. Après six mois à plancher sur le projet, nous avons fait le grand saut!

«LES COLLABS' ?

J'ATME L'IDÉE DE FAIRE SE RENCONTRER DEUX UNIVERS, QU'IL Y AIT UNE VRAIE HISTOIRE. IL NE FAUT PAS QUE CELA NE SOIT QUE DES COUPS D'UN SOIR (RIRES) ! »

Pourquoi avoir choisi le nom «Patine»?

En bonne bobo parisienne et maman de deux enfants de 4 et 6 ans, j'ai commencé à m'intéresser de plus en plus à de nouvelles façons de consommer, plus respectueuses. Je suis devenue végétarienne, j'ai arrêté le coca et de fumer. J'ai quand même continué le fromage et l'alcool, faut pas déconner non plus (rires)! Ma maison se devait de me ressembler, de porter ces valeurs. Je les ai mixées à mon univers, toutes les choses que j'aimais, et notamment le vintage. J'ai toujours préféré les pièces qui ont une histoire, les jeans qui gardent l'empreinte des fesses, les t-shirt usés qui se sont patinés avec le temps. Patine est la synthèse de tout cela.



Ce t-shirt est une déclaration d'amour à Sophie Marceau, d'ailleurs ?

Au départ, nous ne voulions pas de prints. Nous avons commencé par un t-shirt. Quand je cherchais l'inspiration, j'ai fait une liste de toutes les choses que j'aimais. Et qui me ressemblaient. Et la boum en faisait partie. Pour le film, bien sûr, mais aussi parce que j'ai fait des boums de mes 14 à mes 18 ans et que j'en garde de merveilleux souvenirs !

Comment expliquez-vous l'incroyable engouement qui a accompagné votre lancement ?

C'est incroyable. Aujourd'hui encore, nous n'en revenons pas. Nous avons très vite fédéré une véritable communauté, grâce à Instagram notamment. Nous avons aussi eu la chance d'être bien entourés. Lisa Gachet (du blog Make My Lemonade, ndlr.) et Lily Barbery-Coulon (blogueuse et auteur du livre de recettes Pimp my Breakfast, ndlr.) y ont contribué en postant des photos d'elles avec nos t-shirts. Je suis surtout bluffée, car, depuis les débuts, c'est une communauté bienveillante qui nous suit, qui a vraiment assisté à la naissance de Patine.



www.patine.fr



Faire de la mode éthique ne repose que sur la matière ?

Non, cela va plus loin. Je pense sincèrement que le plus important est surtout d'arrêter de jeter, d'acheter moins et mieux. Mieux vaut porter plusieurs années de suite une jupe achetée dans une grande enseigne – pas forcément éthique – que jeter un t-shirt en coton équitable au bout de six mois. C'est pour cela que nous privilégions la matière : ainsi, nous sommes sûrs de pouvoir créer des pièces qui durent et qui résistent au temps. Et s'ils se « patinent », c'est encore mieux. Notre nom vient aussi de cette idée.

Vous avez déjà plusieurs collab' à votre actif. Les marques avec lesquelles vous travailler doivent-elles obligatoirement avoir les mêmes valeurs que les vôtres ?

Toutes sont de belles rencontres. Souvent les maisons qui nous ont approchés l'ont fait pour nos valeurs. J'aime l'idée de faire se rencontrer deux univers, qu'il y ait une vraie histoire. Il ne faut pas que cela ne soit que des coups d'un soir (rires)! Soyons honnêtes, l'intérêt, au-delà de l'aspect créatif, est surtout de nous faire connaître davantage. Nous sommes encore tout petits. Cela passe donc également par la rencontre de deux fans bases. Si de grandes enseignes peuvent nous permettre de nous faire davantage connaître, pourquoi pas. Nous avons l'esprit ouvert!

Perso, je vous ai connue grâce aux réseaux sociaux. Est-ce incontournable à l'heure actuelle pour communiquer ?

Oui, vraiment. Et a fortiori pour des petites marques comme la nôtre. D'autant que nous avons beaucoup à dire sur notre vision, notre charte. Tout cela ne tient pas sur une étiquette. Ajoutez à cela que nous ne vendons que via notre e-shop, il faut donc attirer des visiteurs.

De nombreuses maisons se sont engagées récemment, notamment en faveur du féminisme.

Est-ce le rôle d'un designer de mode selon vous ?

Si la démarche est sincère et que cela n'est pas de la récupération, oui, carrément. Cela dit, les clients sont très intelligents et savent très bien si le message véhiculé est vrai. Ensuite, soyons francs. Une Kim Kardashian aura plus d'impact qu'une femme politique lambda pour faire passer un message. C'est une bonne chose que d'utiliser la pop culture pour faire passer des messages. En ce moment, par exemple, je suis fan de la série Pose, qui évoque la transsexualité. Si d'autres médias peuvent permettre de faire évoluer les mentalités, quels qu'ils soient, c'est formidable et ce serait dommage de s'en priver ?

Où vous voyez-vous dans 10 ans ?

J'espère que Patine existera toujours, avec un vestiaire complet. J'aimerais avoir un lieu aussi. Pas forcément une boutique, un café peut-être. Au-delà de la mode, Patine se revendique lifestyle: nos futurs locaux devront rendre cela concret! Mais une chose à la fois. Pour l'heure nous travaillons sur notre collection !