



Héroïnes va s'ouvrir à la distribution en multimarques



Par Marion Deslandes

21 juin 2019

La marque de mode féminine Héroïnes est progressivement née en 2013 sous l'impulsion d'Aurélie Cohen dans le magasin multimarque qu'elle tenait alors rue des rosiers à Paris, car elle avait du mal à dénicher des griffes offrant des modèles structurés, féminins et colorés, mettant en valeur les morphologies pulpeuses. Après avoir grandi au fil des ans en se constituant un réseau de huit boutiques à l'enseigne, toutes installées à Paris, c'est donc tout naturellement qu'elle s'ouvre aujourd'hui à la distribution wholesale, poussée par la demande de multimarques installés en région et de grands magasins à l'étranger.



Pour attirer en vitrine, la marque compte sur ses looks gais, qui fonctionnent bien au moment des mariages - Héroïnes

« J'ai vite remarqué que pas mal de femmes ne trouvaient pas ce qu'elles cherchaient pour souligner leur silhouette au-delà de la taille 40, décrit Aurélie Cohen, qui a été professeure de lettres avant d'étudier à Esmod, de travailler pour Sonia Rykiel ou Jean Paul Gaultier puis d'ouvrir sa boutique en 2008. Nous devons suivre l'évolution des morphologies. Nos modèles, même s'ils marquent la taille, laissent plus de place à la



poitrine et aux hanches que des vêtements classiques ». Ces tenues aux coupes architecturées et rehaussées d'imprimés enjoués, qui se déclinent du 34 au 46, seront donc présentées aux acheteurs et indépendants lors du prochain salon Who's Next, qui se tiendra à la Porte de Versailles du 6 au 9 septembre.



Aurélie Cohen veut donner confiance à ses clientes en montrant leurs formes plutôt que de les camoufler - Héroïnes

« Nos imprimés sont dessinés en interne et sont déclinés sur cinq à six coupes de robes correspondant à une morphologie différente (carré, petite...) pour que chacune trouve un vêtement qui lui va ». Si la robe est le produit phare de ses débuts, la créatrice ajoute chaque année de nouvelles familles de produit à son offre. La saison dernière, elle a introduit la maille, avec par exemple un gilet court laissant voir la taille marquée d'une robe. Ce printemps-été, un modèle de jean a été lancé, « inspiré d'un denim vintage ayant appartenu à Marilyn Monroe ». Pour l'automne-hiver prochain, c'est la collection de chaussures qui sera étoffée de premières bottes en cuir, tandis que l'équipe créative planche actuellement sur une ligne de sacs.

« Nos références produits augmentent de 15 % chaque saison, c'est important de tester de nouvelles choses et c'est avec un assortiment cohérent que l'on est prêt à se présenter sur Who's Next », annonce Aurélie Cohen, qui fait fabriquer ses créations en Europe (dont 50 % en Angleterre) et dans le bassin méditerranéen. Les articles y sont produits



en petites séries de 300 pièces, tandis que leur prix de vente oscille en boutique entre 160 euros pour un premier modèle de robe et 420 euros pour un manteau.



La marque possède huit magasins répartis dans Paris - Héroïnes

La marque, qui réalise 3 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel, entend continuer à faire grandir son réseau de magasins en propre en s'installant en province. Un projet encore à l'état d'ébauche mais dont les villes ciblées sont notamment Lyon et Bordeaux. « Nous entreprenons les choses pas à pas car je souhaite que l'on reste une petite structure familiale sans faire appel à des actionnaires extérieurs », conclut la créatrice, qui n'envisage donc pas pour l'instant de tenter l'aventure d'une ouverture de boutique hors de l'Hexagone.

Par Marion Deslandes

Tous droits de reproduction et de représentation réservés.
© 2019 FashionNetwork.com