



NATHALIE MARCHAL, PILIER DU COMPTOIR DES COTONNIERS

Rigueur, précision et élégance, la nouvelle directrice artistique du Comptoir des Cotonniers ramène la marque au cœur de l'essentiel : la féminité libérée des clichés. —Judith Spinoza



Nathalie Marchal incarne la femme française. Dans le sens le plus strict comme dans son esprit le plus enlevé. Formée à l' **ESMOD** , mettant son talent au service de magazines (Marie-Claire, Vogue, Technikart Mademoiselle, pour elle, le style est une question fondamentale à laquelle elle répond avec intransigeance et en un mot maximal : liberté. Depuis qu'elle a pris les rênes du **Comptoir des Cotonniers** , début 2020, voilà qu'elle défend par la coupe du vêtement ce qu'elle a toujours su : qu'il faut être bien pour être belle et qu'il faut, pour incarner les femmes de tout genre et de tout âge, défendre l'universalité des corps et non l'éphémère. « Une garde-robe intemporelle, composée d'essentiels » comme elle dit. Une féminité précise, libérée de ses clichés. Parce que Nathalie est une femme à l'ancienne, sans chichis -et c'est là un compliment-, qui sait être qui elle veut comme elle veut, elle a inscrit cette équation indémodable dans la collection PE 2020.



COLLECTION SUMMER 2020

Quelles ont été vos premières décisions en tant que DA de Comptoir des Cotonniers? Simplifier, clarifier, organiser... **Très concrètement, que manquait-il à la marque ?** Une structure lisible, une identité claire, compréhensible immédiatement.

Vous dites que vous avez l'ambition de « ré-ancrer Comptoir des Cotonniers dans son héritage français ». De quel héritage s'agit-il ? Je parle de notre tradition de tissus et d'imprimés. De la coupe et de l'usage quotidien de vêtements traditionnels, de travail ou militaires.

Quelles pièces de la nouvelle collection le symbolisent le mieux ce retour à l'essentiel ? Le trench, la veste de travail, la robe chemisier inspirée d'une blouse etc... **Comment avez-vous procédé pour le réveiller ?** J'avais quelques crédits en tête. Prendre soin des détails (rehausser les tailles, allonger les jambes, augmenter la largeur des poignets), penser à l'allure, revoir les proportions, mettre des poches à chaque fois que c'est possible – car nous pouvons nous passer de sac ! Et surtout : ne pas entraver, se sentir libre, pouvoir courir. Donc, pas de talons, pas de chichis ni de superflu.



[Visualiser l'article](#)

Vous dites « avoir du style et (de) pouvoir courir ». La liberté est-elle indissociable d'un bon vêtement ?
La liberté qu'offre un vêtement est primordiale en effet. Pour moi, le vêtement doit se faire oublier afin de laisser les femmes qui les portent s'intéresser à ce qui compte vraiment. S'habiller est un moyen, pas une fin en soi.



COLLECTION SUMMER 2020

En quoi Comptoir des Cotonniers, que vous voulez « chic, confortable, indémodable », se différencie des autres marques tenant le même type de discours ? Nous proposons de belles matières, agréables à porter, des pièces bien coupées qui durent à un prix très juste compte tenu de la qualité proposée. Nous fabriquons dans les meilleures usines et tout est designé dans notre studio parisien où une équipe de modélistes crée les toiles que nous revoyons jusqu'au tomber parfait. À l'ancienne...

Aujourd'hui, quels atouts doit avoir une marque pour exister auprès des consommatrices ? Je n'ai aucune idée « marketing » à ce sujet mais j'attends d'une marque qu'elle soit respectueuse des femmes à

[Visualiser l'article](#)

qui elle s'adresse, de l'environnement et de ses partenaires. C'est le cas chez Comptoir des Cotonniers et j'en suis très fière.

Sur la question « mode responsable », vous indiquez « faire au mieux ». Quels sont les prochaines étapes envisagées (lieu de production, ralentissement du nombre de collections ...) ? Nous avons déjà réduit le nombre de modèles proposés et nous continuerons... Nos modèles sont pensés pour être durable, c'est la clé essentielle d'une mode responsable. De la création à la production, nous maîtrisons l'intégralité de nos processus avec l'aide des équipes de notre groupe, Fast Retailing. Depuis plus de 10 ans, il prend en compte l'impact de son activité et a su structurer sa politique en matière de RSE. Le chemin est encore long mais nous avançons pour offrir à nos clientes une mode plus responsable saison après saison.

Qu'en est-il de la collection PE 2020 ? Elle est constituée de 90% de fibres d'origine naturelle donc renouvelable (Lin, Laine, Coton...)