



CHARLOTTE DE FAYET

LA RENAISSANCE DE MOLLI

Membre du Polo de Paris, Charlotte de Fayet vient de relancer la légendaire maison Molli, célèbre pour avoir créé dans les années 50 le trousseau de naissance en point mousse. Molli a retrouvé sa modernité dans la nouvelle collection femmes, imaginée par Charlotte de Fayet et saluée par la presse du monde entier.

Molli est de ces marques qui sont portées, à travers les générations, par une réputation et un lien affectif. Une maison synonyme d'un savoir-faire unique, la maille, et d'une philosophie liée à des lignes pures et intemporelles. Née en 1886 à Zofingen (Suisse), la maille Molli s'est en effet toujours distinguée par sa douceur et son illustre point mousse, véritable icône de la maison. Les modèles se veulent volontairement purs, leur sophistication se lit dans les détails : doublures en point oxford pour un effet molletonné, côtes et poches invisibles, boutons de nacre cousus à la main... Les fils de pur coton ou de laine vierge peignée sont rigoureusement choisis pour leur qualité supérieure. Mais la richesse d'une pièce Molli ne saurait se résumer en quelques finitions, son raffinement est fait d'une multitude de détails au luxe discret.

Charlotte de Fayet est amoureuse de cette marque, qu'elle a découverte lors de la naissance de ses enfants. Cette jeune entrepreneuse avoue avoir été séduite par « la délicatesse et l'impeccabilité de la maille Molli ». C'est pourquoi elle a repris en 2015 les rênes de cette maison qui n'attendait qu'elle pour écrire un nouveau chapitre de son histoire plus que centenaire.

Clubs & Cercles : Comment êtes-vous entrée dans l'univers de Molli ?

Charlotte de Fayet : Lors de la naissance de mon deuxième enfant, un fils, j'ai reçu un cadeau Molli que j'ai dû changer pour une autre taille. Je suis donc allée à la boutique boulevard Saint-Germain, c'est ainsi que l'aventure a commencé... Je connaissais la marque, qui symbolise depuis plusieurs générations le plus beau cadeau de naissance que l'on puisse offrir. J'avoue que j'ai pris un réel plaisir à découvrir son univers, d'autant que mon congé maternité m'a donné la possibilité d'y retourner à plusieurs reprises ! En revanche, j'ai vite réalisé que Molli était en sommeil.

Et vous avez décidé de racheter la marque !

Je travaillais depuis quelques années chez L'Oréal, et j'avais en tête de créer ma propre société. Pour une professionnelle du marketing, dénicher une belle endormie comme Molli est un rêve ! J'ai donc demandé à la vendeuse de la boutique de me mettre en contact avec le propriétaire de la marque, qui m'a proposé de le rencontrer après un simple échange d'e-mails. Les choses sont ensuite allées assez vite...

Quel était l'état de la société ?

Lorsque je l'ai rachetée, il n'y avait plus rien, à part trois boutiques dans Paris qui déstockaient les dernières pièces. Je suis donc repartie d'une page blanche, en commençant par suivre une formation à l'Institut français de la Mode...

Existait-il des archives vous permettant de remonter aux sources ?

Quasiment aucune. Mais j'ai trouvé de nombreuses informations sur Internet, et suis entrée en contact avec une bloggeuse de référence, passionnée par la marque et par l'univers de la maille, qui m'a beaucoup aidé dans mes recherches. Je me suis immergée dans l'histoire de Molli, qui est restée plus d'un siècle dans la même famille, avant d'être revendue durant les années 90. C'est ainsi que j'ai appris que Molli signifie moelleux, ou doux, en ancien allemand !

Quel est aujourd'hui le positionnement de Molli ?

L'histoire de Molli est indissociable de la maille. Ce qui nous permet d'affirmer un positionnement unique face aux innombrables marques de vêtements de bébé. Nous possédons une histoire et un univers qui nous rendent légitimes et crédibles dans le développement de nos collections vers la femme

voire, à terme, vers l'homme. Car la maille revient en force depuis quelques saisons dans tous les bureaux de style des plus grandes marques de mode. En respectant la tradition, nous sommes ici au cœur d'une extraordinaire modernité.

Quel bilan tirez-vous des deux premières saisons depuis que vous êtes aux commandes ?

J'ai gardé deux des trois boutiques, celle du boulevard Saint-Germain et celle de l'avenue Paul-Doumer. Ce qui me permet d'être présente rive gauche et rive droite. Le bouche-à-oreille fonctionne merveilleusement, et nous avons bénéficié d'une fantastique couverture dans la presse. Je suis donc plus qu'optimiste pour l'avenir.

A-t-il été facile de renouveler l'offre pour les bébés ?

Le point mousse, particulièrement souple, est parfait pour un vêtement de bébé. Nous avons donc modernisé les modèles existants, auxquels nous avons ajouté des nouveautés comme un paletot doublé, une grenouillère et une brassière en point mousse. La fabrication est assurée en France et en Italie au sein d'ateliers parmi les meilleurs au monde dans leur domaine.





« Elargir notre offre vers la femme s'est fait de manière naturelle, avec un top fin à manches longues en point mousse, un basique qui vous habille en une seconde, ou un sweat à capuche, l'incontournable du vestiaire moderne... »



Comment avez-vous créé la ligne Femmes ?

L'histoire de Molli comporte un certain nombre de codes, centrés autour de la notion d'excellence dans le tricot, avec des finitions qui nous sont propres. Nous avons toujours fait l'impasse sur le jersey, dont le point, quasi invisible, n'est pas dans notre ADN. Elargir notre offre vers la femme s'est fait de manière assez naturelle, avec un top fin à manches longues en point mousse, un basique qui vous habille en une seconde, ou un sweat à capuche, l'incontournable du vestiaire moderne. Nous avons de plus ajouté des créations 100 % Molli, comme la combinaison intégrale de voyage ou la cape à capuche, qui s'est retrouvée en rupture de stock à deux reprises, et dont nous avons relancé la fabrication... Notre première source d'information vient évidemment de nos clientes en boutique. Elles nous ont demandé de leur proposer des robes et des jupes, nous sommes en train de les dessiner.

Qu'en est-il des hommes ?

J'aimerais proposer pour l'hiver 2018 une ligne hommes simple, efficace et lisible. Notre but n'est pas d'offrir les mêmes modèles que ceux de la collection femmes, avec une simple différence de taille. Nous partons de zéro, avec le bureau de style, pour inventer l'homme Molli !

Comment la distribution est-elle assurée ?

Après deux saisons, nous terminons notre période de rodage ! Outre les deux boutiques parisiennes et notre site web, nous ouvrirons bientôt des corners dans quelques grands magasins en France et à l'étranger. Et à terme, j'aimerais créer un réseau d'une dizaine de boutiques. Mais nous prenons notre temps car je tiens à garder le contrôle de l'intégralité de notre circuit de fabrication et de distribution. Tout est fait par Molli de A à Z, en commençant par le choix du fil ! Ce qui nous oblige à maîtriser notre stratégie de développement.

Côté Clubs & Cercles, vous êtes une inconditionnelle du Polo de Paris...

Mes parents sont membres du Polo depuis des années, j'y ai de merveilleux souvenirs d'enfant, car c'est un endroit rêvé pour se retrouver en famille ou entre amis. Je viens de m'y réinscrire, pour que ma fille et mon fils, âgés de 6 et 3 ans, puissent vivre au Polo les mêmes bonheurs que moi. Et je sais que nous allons vite y instaurer un rendez-vous intergénérationnel avec leurs grands-parents le mercredi après-midi...

■ Propos recueillis par Laurent Caillaud



■ Molli Saint-Germain
252, boulevard Saint-Germain, 75007 Paris
■ Molli Paul Doumer
71, avenue Paul Doumer, 75116 Paris
Tél. : +33 (0)9 81 92 48 24
WWW.MOLLI.COM