

## « D'ABORD UNE HISTOIRE DE COULEURS »

J&Joy de polos pour grands et petits confirme les difficultés rencontrées : « Les marques Enfant sont souvent moins rentables. Généralement le prix de vente d'un modèle kids est 30 % moins cher qu'un équivalent pour adulte. Mais le prix de revient n'est que 10 % inférieur car, même si nous utilisons un peu moins de tissu, l'investissement pour la fabrication est le même. »

Néanmoins, la garde-robe de nos mômes reste en ébullition comme en témoignent les nombreux projets éclos ou en gestation de notre plat pays. Ainsi, Chat Méchant, une griffe pensée par « deux mamans créatives », prend aujourd'hui son envol avec une ligne automne-hiver 11-12 élargie qui comprend les basiques colorés en jersey des saisons précédentes mais également des pantalons, des jupes, des robes, pour un total look. Même évolution chez Mundo Melocotón, un label lancé en 2009 sur base de quelques pièces intemporelles pour les tout-petits – pantalon long, veste à capuche... – et qui pour cette rentrée propose une véritable collection, jusqu'au 6 ans. Quand à Cotton and Milk, créé en 2009 au départ d'un concept écologique et durable – « des pulls pas trop tendance, portés de saison en saison, tricotés en Italie, et des vêtements fabriqués avec des tissus recyclés et des boutons vintage », il ouvrira en septembre prochain un pop-up store dans la capitale, au sein de la boutique pointue Little Circus. De son côté, la créatrice bruxelloise Valérie Berckmans, connue pour ses collections Femme, a dans ses cartons, prêt à être déballé, un projet de petits pulls et gigoteuses en laine de récup'. Et pour l'été prochain, ce sera au tour de We Were Small d'étendre son vestiaire avec des bodies, des bavoirs, des pantalons et de nouveaux prints. Qui a dit que la jeune garde tardait à se mobiliser ? ■

Carnet d'adresses en page 66.



## CATHERINE FELSTEAD POUR TEN

Dans son atelier, à l'étage de sa boutique ucquoise, tout est immaculé, du sol au plafond en passant par la plupart du mobilier. Cette page blanche, Catherine Felstead, créatrice de la marque Ten, s'amuse, chaque jour, à la bousculer, en imaginant des vêtements pour enfants aux teintes éclatantes. « Ten, c'est d'abord une histoire de couleurs. Je pars toujours de celles-ci, et non du modèle, pour créer », insiste la styliste qui a appris son métier sur le tas. Destinée à une carrière médicale, mais un peu artiste dans l'âme, elle décide en effet, à 23 ans, de prendre un autre chemin. Après quelques années passées chez Olivier Strelli pour faire ses gammes, elle lance avec sa sœur, Marie-Chantal Regout, le label Rue Blanche. Durant quinze ans, les deux frangines collaborent mais Catherine rêve d'une collection Enfant. Elle trouve une associée – qui quittera l'aventure quelques mois plus tard – et se lance. « J'avais trois garçons... et l'envie intense d'habiller les fillettes. Et puis, je voulais avoir ma propre affaire, devenir en quelque sorte une grande fille », se souvient la créatrice. Onze ans plus tard, l'élégante blonde garde des paillettes plein les yeux quand elle évoque son parcours. « Je resterai toujours dans cette option colorée que j'ai choisie au départ car il faut garder son identité pour subsister sur le marché », note-t-elle. La preuve avec sa collection pour la rentrée qui joue avec le cercle tantôt dans des tons peps, tantôt plus doux. Son inspiration ? Elle la puise partout où il y a des idées à prendre : « lors de mes voyages, mais aussi dans le magasin, en écoutant les commentaires des enfants. » Car son secret est là : essayer de rester jeune dans sa tête pour imaginer des looks rien que pour eux, bien loin du vestiaire de papa et maman. ■