

Votre navigateur **Chrome** n'étant pas à jour, le site du Figaro risque de **ne pas fonctionner correctement**. Il est conseillé de **mettre à jour votre navigateur**.

J'AI COMPRIS

FrenchTrotters fait un pas de géant

Par Frédéric Martin-Bernard
Publié le 28/08/2012 à 00:00,
Mis à jour le 29/01/2020 à 07:37



Le multimarque parisien FrenchTrotters a ouvert un nouveau grand espace dans le Marais. *Photo DR*

Direction le Marais, où le multimarque ouvre un espace qui rassemble toute son offre mode et maison



Depuis sept ans, Carole et Clarent Delhouz dénichent des marques classiques avec un "twist" moderne. *Photo DR*

Une poignée de numéros sépare le *flagship store* FrenchTrotters au 128, rue Vieille-du-Temple de son ancienne boutique homme dans ce même quartier parisien du Haut-Marais et, à première vue, le nouvel espace semble aussi microscopique que la précédente adresse. "Le rez-de-chaussée a été conçu pour rester cohérent avec nos débuts confidentiels sur la rue de Charonne", explique Clarent Delhouz, le cofondateur, tout en se dirigeant vers le premier étage où une surface quatre fois plus grande donne la mesure de ce que cette enseigne multimarque est devenue au fil des ouvertures et des déménagements, depuis 2005.

En rayons, l'ensemble de sa sélection originale de marques homme, femme, enfant et maison qui étaient jusqu'alors éparpillées dans ses trois autres magasins parisiens, ainsi que ses propres collections, siglées FrenchTrotters et fabriquées dans l'Hexagone depuis deux ans. "Cette ouverture est un très grand pas", poursuit le trentenaire qui s'est improvisé dans la mode, en tandem avec son épouse, Carole, et de l'intuition pour seul bagage. À l'époque, ces deux étudiants en photographie étaient même si peu informés sur leur futur métier de détaillant qu'ils ont découvert, lors de leurs premières commandes, qu'ils ne seraient pas livrés avant six mois en raison de délais nécessaires à la production alors qu'ils s'étaient imaginés passer leurs ordres et ouvrir boutique dans la foulée. Quelque part, l'intérêt de ces deux débutants pour des marques classiques avec un vrai savoir-faire authentique a également fait sourire dans la profession...

Chefs de file

" Les mots *preppy* ou *heritage* n'avaient pas encore été prononcés à Paris, se souvient-il. Au fil de nos voyages à New York, au Japon ou dans les pays du Nord de l'Europe, nous avons perçu des initiatives autour de jolis vêtements et produits, plutôt intemporels et qualitatifs destinés à un usage quotidien. Ce courant de mode n'existait pas encore en France. Aujourd'hui, c'est une vraie tendance et nous sommes même souvent cités comme une référence très pointue." Sous nos cieux, c'est notamment le cas dès lors qu'un magazine branché parle du style du *boy next door* et de sa dégaine cool composée de vêtements et accessoires stylés juste ce qu'il faut. Et à l'international où, entre les colonnes du supplément *T* du *New York Times* et les pages du magazine *Monocle* côté presse, et les rayons de la boutique tokyoïte Biotop Adam et Ropé, du Group Jun qui a référencé les collections FT dans tous ses autres points de vente de l'Archipel, les deux jeunes Français sont de plus en plus salués comme des chefs de file.

" À l'heure d'Internet, des blogs et des sites de vente en ligne (*15% de l'activité de l'enseigne via www.frenchtrotters.fr, NDLR*), nous nous sentons plus proches de boutiques de Malmö ou des quartiers de NoLiTa (New York) et Minato-ku (Tokyo) que de nos confrères parisiens", ajoute Clarent Delhouz, qui veille à entretenir l'esprit à part de ces trois adresses. Notamment avec des éditions exclusives en tandem avec les labels Veja, Levi's, Avril Gau ou encore Bleu de Chauffe qui sont programmées tout au long de l'automne pour en faire des boutiques-destinations où l'on ne vient pas par hasard.



