

## La peluche qui fait craquer les parents

MIS EN LIGNE LE 9/12/2017 À 11:25 ↗ **JEAN-PHILIPPE DE VOGELAERE**

### DANS CET ARTICLE

- ▶ «Ne pas rester dans sa bulle»

Une marque belge dédiée à l'univers du bébé. Les deux associés souhaitent grandir petit à petit.



*Avec son associé Didier Melotte, Isabelle Thys supervise toute la production, du stylisme des collections aux choix des matières nobles. Le haut de gamme fait, en effet, partie de l'ADN de Théophile & Patachou. - J.-P. D.V.*

**L**e showroom est une boutique à part entière, tout de blanc habillée pour trancher avec le monolithe noir du bâtiment. Les clients y viennent même de Paris ou de Londres afin d'y

trouver la chambre ou les vêtements qu'ils souhaitent pour leur nouveau-né. Avec l'assurance de trouver des produits de luxe, réalisés artisanalement en Belgique ou en Europe. Parmi la clientèle, la maison familiale a pu compter sur différentes familles princières et même sur Angelina Jolie. Mais ce n'est pas là-dessus qu'elle souhaite faire savoir son savoir-faire, plutôt sur l'attention apportée par le tandem des patrons, aidés par huit employé(e)s, sur la qualité de leurs collections.

L'aventure de « Théophile & Patachou » remonte à 1994 quand Didier Melotte, styliste de formation, et Isabelle Thys, diplômée en marketing, décident de se lancer dans la décoration et les articles de cadeaux pour les bébés. *« J'ai tout appris de mes parents qui avaient leur propre marque pour bébés, Minou, à Grez-Doiceau, nous explique Didier Melotte. Il n'était pas question que nous entrions en concurrence avec eux. Voilà pourquoi nous avons décidé de nous lancer dans cette voie. »*

À peine sortie de l'Éphec, Isabelle Thys se revoit sur les routes de Belgique à tenter de commercialiser la première collection : *« Notre philosophie de base n'a pas changé. C'est même à présent notre ADN. Nous voulons tout estampiller sur le haut de gamme, avec des finitions soignées, jusque dans les détails les moins visibles. »*

## Un concept complet

Un premier salon à Paris leur ouvrira la porte de l'exportation, rendue encore plus facile suite au soutien de l'Awex. La marque est aujourd'hui disponible dans les plus prestigieuses boutiques de villes telles Bruxelles, Paris, Cannes, Berlin, Zurich, New York, Los Angeles, Belgrade, Moscou, Doha, Jeddah, Beirut, Taïpei... *« Un magasin par ville, dans un lieu spécialement choisi, comme l'avenue Louise à Bruxelles, précise Isabelle Thys. Nous avons également eu la chance de pouvoir disposer d'un corner chez Harrods, à Londres. C'est une merveilleuse vitrine. »*

La marque Théophile & Patachou, symbolisée par un ours qui fait craquer les parents, tient à son nom francophone même s'il est difficile à prononcer dans certaines parties du monde où l'on se contente de parler de « TP », avec l'accent anglais.

La maison familiale, qui ne tient pas à révéler son chiffre d'affaires, propose aujourd'hui un concept de chambre complet, décliné dans un large éventail de collections, élégantes et modernes à la fois. L'offre s'étend de la layette au mobilier en passant par les collections de linge de lit, d'articles de puériculture, les berceaux, landaus, peluches, articles cadeau et maroquinerie.

*« Toute la découpe se fait dans notre atelier de Wavre, poursuit le tandem. Nous avons longtemps fait appel à des couturières indépendantes, mais le coût de la main-d'œuvre fait que ce métier a disparu. On doit aujourd'hui travailler avec le Portugal notamment. C'est le seul souci que nous rencontrons. »*

La maison ne veut pas non plus grandir trop vite : *« Notre prochain challenge, c'est la spécialisation dans les robes de baptême. Au final, nous voulons garder le contrôle sur l'ensemble de la production. Nous sommes une société familiale, qui entend rester à taille humaine. »*