

Date : 15/07/2014

Mode : Hapsatou Sy passe à l'attaque

Par : Roger Maveau

Après les cosmétiques, la serial entrepreneuse, originaire de Mauritanie et du Sénégal, jette son dévolu sur la mode, son autre passion.



Hapsatou Sy en compagnie de la chanteuse Inna Modja. © Charlotte Brunet

C'est peu de dire que la soif d'entreprendre de **Hapsatou Sy** paraît insatiable. C'est de retour de New York qu'elle fonde **Ethnicia**, un concept d'espaces de beauté globale inspiré des salons new-yorkais. C'était en 2005. Hapsatou a juste 24 ans. En 2012, la voilà qui s'aventure sur un autre terrain : les médias. On la retrouve sur M6, puis sur D8, aux côtés des ex-présentatrices de journaux télévisés Laurence Ferrari et Audrey Pulvar, ainsi que l'ex-député et ministre Roselyne Bachelot. C'est alors que le ciel s'assombrit du fait des difficultés avec ses franchisés. Elle est obligée de fermer ses dix-sept salons. Une liquidation judiciaire plus tard, elle a décidé de se recentrer sur les produits cosmétiques, tant auprès du grand public que des professionnels, tout en développant le site autour de son nom propre.

Évaluation du site

Site du magazine Le Point. Il met en ligne l'intégralité de son édition papier. Chaque semaine il passe au crible l'actualité nationale et internationale et propose des grands dossiers sur des sujets de société.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 485

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

AntiKOD, car "je me suis dit, Hapsatou, t'es antitout"

"J'ai toujours voulu me lancer dans la mode, mais pas celle que l'on peut voir dans les magazines", explique-t-elle. Alors, en juin 2013, elle passe à l'action. "Quand j'ai fermé les salons, j'ai pu revivre. Je me réveillais chaque matin avec quinze projets en tête, et non quinze soucis à gérer." Lucide, elle reconnaît qu'elle n'est "pas une créatrice". "J'ai voulu m'entourer de stylistes talentueux et expérimentés qui ont créé des vêtements auxquels j'adhère, tout en apportant ma touche personnelle", explique-t-elle. De là est née la marque AntiKOD, un nom étrange qu'Hapsatou décrypte. "Je me suis dit : Hapsatou est une antitout. J'ai pensé à ces gens autour de vous que j'appelle les tueurs de rêves. Quand vous avez des projets, ils sont toujours là pour les écarter", explique-t-elle. Conséquence : elle rêve d'une mode pour tous, du 34 au 46, et ne veut pas respecter le principe de saison, car "lorsque c'est l'hiver ici, c'est l'été ailleurs". "Je crée pour le monde et je ne m'inspire pas des tendances", dit-elle.

Elle travaille à bien s'entourer

Hapsatou admire le travail des stylistes, dont elle s'entoure pour cette première collection. Selon elle, les créations d'Elie Kuame, un ami de longue date, "transcendent les femmes qui les portent". "Nous envisagions depuis un moment une collaboration puisque je connaissais sa passion pour la mode", dit-elle. Par ailleurs, elle souhaitait également travailler avec Sara Coulibaly : "Je suis depuis trois ans sa marque d'escarpins Mymiri. J'ai acheté toute sa première collection pour l'encourager", indique Hapsatou. C'est que l'estime entre Hapsatou et Sara est réciproque. Cette dernière confie d'ailleurs que "ça a été un véritable coup de coeur artistique, professionnel et humain". "Quand elle m'a exposé son idée, j'ai tout de suite vu le potentiel que cela représentait pour des jeunes comme moi, en offrant une véritable opportunité de rencontrer une nouvelle clientèle", poursuit-elle. Sur Cédric Dumont, Hapsatou dit : "Quand on le voit, on n'ose pas l'approcher, on dirait Joey Starr ! En fait, c'est un type génial qui développe des tee-shirts originaux." Quant à Raphaëlle H'Limi et Karel Mills, elle les a croisées alors qu'elle flânait dans Paris pour des événements mode.

Loin de rêver, elle choisit d'être concrète

Sa méthode est simple. Une fois l'équipe constituée, place à l'échange d'idées : "Il est important de garder l'ADN des créateurs. Je leur demande de me faire des propositions avec les éléments que j'ai donnés au départ. Par exemple, je voulais travailler avec Karel sur une collection autour du noir et blanc avec des touches de couleurs. Lorsque Elie m'a montré ses dessins, je lui ai demandé d'ajuster la coupe, puis on a choisi ensemble les tissus. Ainsi, de fil en aiguille, les cinq robes de la collection ont vu le jour", explique-t-elle. Et le styliste d'ajouter : "J'aurais aimé créer dix pièces au lieu des cinq. La collection a été réalisée en dix jours, ce qui est une belle performance." Sara abonde dans ce sens : "Elle m'a donné ses idées tout en me laissant carte blanche. Le résultat nous plaît à toutes les deux..."

Un AntiKOD intemporel

Au final, AntiKOD se veut intemporel, avec de nouveaux créateurs chaque saison. C'est que la bosse de la businesswoman n'est jamais loin. Les créateurs se voient reverser 10 à 20 % du chiffre d'affaires, selon les pièces vendues. "Je suis une entrepreneuse. Je ne passe pas ma vie à rêver des choses, je tente de les rendre concrètes", dit-elle. Et de joindre les actes à la parole avec des vitrines d'e-commerce comme BrandAlley, sans oublier la boutique Aloha, rue du Faubourg-Saint-Honoré. "Nous sélectionnons les points de vente où nous souhaitons être présents, même si notre objectif est

d'ouvrir notre propre showroom à la rentrée", explique-t-elle. Hapsatou Sy se donne deux à trois ans pour réussir sa percée dans le monde de la mode. En attendant, en éternelle optimiste qu'elle est, elle trouve le moyen de dire : "En fait, on a déjà réussi, car le projet est sorti de terre."

REGARDEZ ces images du backstage du shooting d'AntiKOD

vidéo :

<http://www.youtube.com/embed/Z3nTCEZC8Vo?rel=0>