

# Anne Bouy

## Une affaire de femme

Après avoir dirigé l'agence de publicité Euro RSCG Nord pendant dix ans, Anne Bouy a eu l'idée de lancer sa marque de «business-marochinerie» pour working girls. **PAR JULIETTE DUBAR**

**C**omme tout commercial un peu mobile, Anne Bouy ne partait jamais sans son ordinateur, cet indispensable «bureau portable» qu'elle glissait, comme ses collègues, dans une trousse noire, triste, banale. Or, pour être femme d'affaires, on n'en est pas moins femme et la working girl revendiquait sa coquetterie jusque dans les accessoires. En surfant sur Internet ou en feuilletant les magazines féminins, cette jeune active se désolait de ne pas trouver une «business-marochinerie» qui lui ressemble: gaie, sympa, fantaisiste... Qu'à cela ne tienne! Anne Bouy, qui accompagnait depuis dix ans les «jeunes pousses» de Nord Entreprendre, va se lancer à son tour dans le grand bain de la création.

Après le concept, la publicitaire imagine la marque So Paris (Tellement Paris). Un «so» très tendance et une capitale qui évoque le chic à l'international. Puis viennent les collections. Pour matérialiser ses idées, elle fait appel, en 2005, au talent de la styliste Anne-Amélie qui va établir les croquis d'une vaste panoplie. Cartables, agendas, conférenciers, couvrecahiers, trousse à crayons et autres accessoires se déclinent sur quatre gammes correspondant à quatre profils. La ligne «Just Chic», en cuir lisse, dont la sobriété mène à l'élégance avec des surpiqures qui rehaussent des formes intemporelles. «Funny Flower», qui allie cuir et nylon, balaie, en un clin d'œil le conformisme du bureau avec ses couleurs punchy, ses formes douces et rebondies, ses perles translucides comme des gouttes de rosée et cette découpe en forme de fleur qui pousse à l'optimisme. «Pretty», suscite le coup de cœur avec une collection décontractée, empreinte de malice et ponctuée d'un petit nœud charmant. Et enfin, son entrée de gamme, «Urban Touch», en croûte de cuir, a été conçue dans des couleurs vitaminées pour un style urbain et branché.

### HALTE À LA MOROSITÉ

Rollers et stylos plume font également partie de la famille So Paris. Déclinés dans des couleurs flashy (ici, la gamme Funny Flower), ils viennent s'ajouter aux calculatrices, agendas et autres conférenciers à coordonner avec les sacs et les cartables.



Si cette jeune chef d'entreprise s'efforce de maintenir la fabrication en Europe, elle est toutefois consciente que, pour une question de tarifs, elle se tournera vers l'Asie qui garantit également des finitions tout à fait soignées. Car la qualité demeurera le vrai critère pour s'imposer dans l'univers élitiste de la marochinerie haut de gamme. *Le Bon Marché* à Paris ne s'y est pas trompé.

Il vient de lui réserver un corner et le réseau Internet de ses clientes témoigne chaque jour de son attachement au concept, en obligeant sa créatrice à leur offrir de nouveaux produits. Elle aménage sans cesse ce fameux sac, moitié professionnel (avec ordi, étui pour le mobile), moitié privé (avec partie «sac à main», portefeuille, rangements pour magazines et maquillage).

Dans sa petite maison de Bondues, près de Lille, Anne Bouy assure aussi dans son rôle de maman de trois enfants. Habitée à jongler avec son emploi du temps, cette jolie quadragénaire, qui a plus d'un tour dans son sac, prépare une nouvelle collection en toile pour le printemps 2007 et une autre pour l'automne en cuir avec boucles et ferrures. ■

Vente en ligne sur [www.so-paris.com](http://www.so-paris.com) ou chez Florence, 32, rue Faidherbe, à Boulogne-sur-Mer. Prix entre 15 € le porte-clés et 275 € le grand sac tout cuir.