

Marion Schoutteten : « Toutes nos valeurs sont contenues dans l'acronyme Orta, "objet responsable, tendance et abordable", avec un souci de totale transparence. »

## ORTA LA MARQUE DE PRÊT-À-PORTER QUI FAIT BOUGER LES LIGNES

Finaliste du Bold Woman Award by Veuve Clicquot, Marion Schoutteten a réussi l'exploit de lancer sur fonds propres sa ligne de vêtements féminins, avec un chiffre d'affaires qui, en moins de six ans, est passé de 65 000 à 6 millions d'euros.



Par Philippe Fiévet

Rien dans les mains, rien dans les poches ! C'est ainsi que cette jeune entrepreneuse de 33 ans a commencé. Elle n'est pas sortie d'une école prestigieuse, mais a du cran et de l'idéal à revendre ainsi que la capacité de réinventer les traditions. C'est d'ailleurs dans cet esprit qu'elle lance en 2017 une marque de confection sur internet, un e-shop exclusivement dédié aux vêtements pour les femmes de 25 à 60 ans. Son credo ? De la confection européenne à un prix correct, d'où le nom de sa marque, Orta, acronyme d'« objet responsable, tendance et abordable ». « Toutes nos valeurs sont contenues dans ce nom, avec un souci de totale transparence et un contact direct de l'usine au client. Nos fabricants se trouvent dans le nord de la France et au Portugal et ont pour objectif d'habiller la femme de tous les jours, de la mère de famille à la jeune fille ou à la femme au travail. »

### EXCELLENCE BELGE

Pour Marion, tout a commencé sur les réseaux sociaux avec une progression spectaculaire : si, en 2017, une centaine de personnes suivaient sa marque sur Instagram, elles sont 200 000 aujourd'hui. Le chiffre d'affaires a suivi, passant de 65 000 euros à 6 millions. « Une progression de 10 000 %, de quoi faire réfléchir les grands groupes de prêt-à-porter en termes d'écologie, de droit social et d'environnement ! »

Le message est d'ailleurs particulièrement bien reçu par la jeune génération, très sen-

sibilisée à l'impact environnemental et aux conditions de travail dans le textile. De plus, l'entrepreneuse et directrice artistique de la marque assure que confectionner des vêtements dans l'espace européen ne coûte pas plus cher aux consommateurs. Elle en veut pour preuve les prix qu'elle affiche pour ses robes, ses blouses, ses vestes ou ses jeans, qui coûtent entre 69 et 130 euros. « Nous avons un devoir d'éducation, car nos clientes ignorent le plus souvent les coulisses du prêt-à-porter. Je ne saurais trop conseiller d'avoir le réflexe de regarder l'étiquette de composition, qui mentionne le pays de fabrication. » Orta est basé dans le quartier du Châtelain à Bruxelles, rue Jean Stas, où se trouvent les bureaux ainsi qu'une boutique, ouverte en 2022. Une trentaine de personnes s'y activent, tandis que le travail manuel est assuré par 400 couturières dans les usines françaises et portugaises.

Aujourd'hui, à 33 ans, Marion Schoutteten a le sourire aux lèvres : non seulement parce que la fondatrice fêtera en septembre le sixième anniversaire de sa marque, mais aussi parce qu'elle vient d'apprendre qu'elle était l'une des trois finalistes du Bold Woman Award 2023 by Veuve Clicquot. En effet, depuis plus de cinquante ans, la maison récompense et met en lumière des femmes entrepreneuses qui, grâce à leur talent, leur force et leur personnalité ont bâti, repris ou développé une entreprise. Depuis, 450 femmes ont été mises à l'honneur dans 27 pays différents. Véritables « role models », elles ouvrent la voie et inspirent par leur itinéraire remarquable. « Je suis d'autant plus fière de me retrouver finaliste de ce prestigieux concours que je ne suis pas issue d'un parcours traditionnel. Je représente donc, en quelque sorte,

toutes les femmes qui n'ont pas suivi un chemin classique. »

En attendant de connaître la décision ultime du jury, le 17 octobre prochain, Marion, qui a déjà obtenu le prix du Be Commerce Award en 2021, ne s'endort pas sur ses lauriers. Après avoir fait les yeux doux aux marchés français, suisse et hollandais, elle compte développer sa marque aux États-Unis. Depuis un an, elle élargit également sa gamme et s'intéresse aux articles de maroquinerie, toujours dans un même esprit européen. Dernier exemple de ses convictions : sa boutique de la rue Jean Stas a été aménagée uniquement avec des produits de proximité 100 % belges : la peinture vient d'un fabricant liégeois, la ferronnerie pour les tringles et les cabines viennent de Charleroi et tous les meubles ont été faits sur mesure chez un artisan de Saint-Gilles. ■

**Orta est l'acronyme d'« objet responsable, tendance et abordable »**

« Nous avons pour objectif d'habiller la femme de tous les jours, de la mère de famille à la jeune fille ou à la femme au travail. »

