

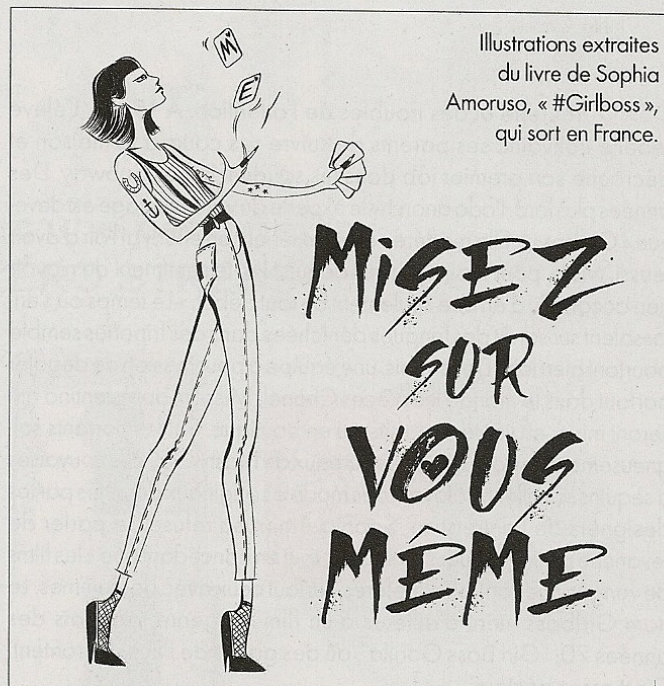
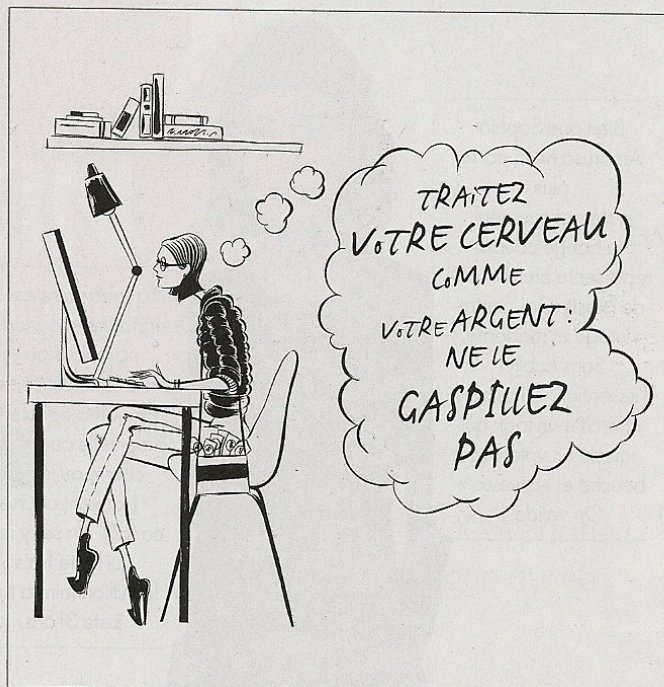
Sophia Amoruso,
fondatrice de la marque et
des boutiques Nasty Gal.



CETTE FEMME VEUT TOUT CROQUER

À 22 ANS, **SOPHIA AMORUSO** VENDAIT DES VÊTEMENTS VINTAGE SUR LE NET. À 31, ELLE EST À LA TÊTE D'UN EMPIRE DE MODE 2.0. À L'OCCASION DE LA SORTIE FRANÇAISE DE SON BEST-SELLER, CETTE CALIFORNIENNE FÉMINISTE ET SEXY NOUS RACONTE LES SECRETS DE SON SUCCÈS.

PAR HÉLÈNE GUINHUT



Pour les Américaines de passage à Los Angeles, Nasty Gal est devenu un arrêt obligé. Sous des néons blancs, les clientes s'attardent devant des mannequins à l'allure affirmée, savant mélange de pièces vintage iconiques, de tenues griffées Nasty Gal et de créations de petits designers. À l'image du site Internet, ça fleurit bon le revival nineties au vestiaire rock et sexy et aux lignes structurées. À 31 ans, Sophia Amoruso est la fondatrice de ce royaume et a été classée en 2012, par le magazine « Forbes », parmi les jeunes de moins de 30 ans ayant réussi. Après avoir cédé, en janvier, son rôle de P-DG à son acolyte Sheree Waterson, elle est aujourd'hui chargée du marketing et de la création chez Nasty Gal.

Rejeton d'un certain mouvement « no school » typique des entrepreneurs de la côte Ouest, Sophia a débuté en vendant une sélection de vêtements vintage sur eBay à l'âge de 22 ans. Baptisée Nasty Gal en référence à un album de Betty Davis, la petite boutique d'enchères est devenue un site de vente en ligne un an et demi plus tard, avant d'éclore sous la forme de deux boutiques, sur Melrose Avenue et à Santa Monica. Si son chiffre d'affaires actuel est tenu secret, Nasty Gal représentait déjà plus de 78 millions d'euros en 2014. Un succès fulgurant que Sophia Amoruso raconte dans « #Girlboss », best-seller outre-Atlantique.

Elle nous reçoit dans ses bureaux nichés au cœur de Los Angeles.

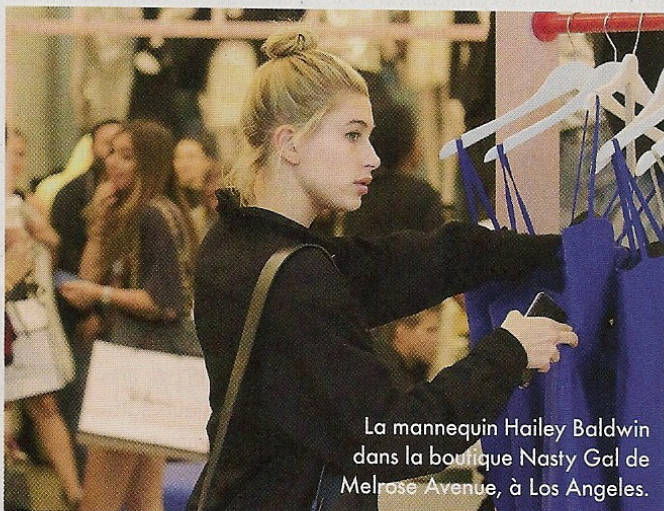
Les employées – tout de jean flare, de jupe crayon, de veste en peau retournée et de creepers vêtues – défilent dans un hall au décor épuré. Compte tenu de son emploi du temps ultra serré et des conseils un tantinet autoritaires qu'elle distille dans son livre, on s'attend à rencontrer une boss charismatique et légèrement hautaine. Bien que très apprêtée – un ensemble ivoire jupe crayon-cropped top sous une veste noire évanescence qui descend jusqu'aux chevilles, rencontrant la bride de sandales à talons aiguilles –, la jeune femme qui nous reçoit respire la bienveillance. « Chez Nasty Gal, tout le monde est invité, j'aime penser que c'est une marque cool et accueillante », avance-t-elle. Elle justifie simplement son choix d'avoir écrit un livre destiné au rayon business des librairies, alors que la section mode était plus attendue : « Quand j'ai créé Nasty Gal, le plus surprenant n'a pas été ce que j'ai appris du monde de la mode, mais la décou-

verte du business. Cet univers est vraiment fascinant ! » confie-t-elle à la manière d'une start-upeuse. « Je veux juste que les filles aient confiance en elles et qu'elles réalisent leurs rêves, que ce soit de devenir une entrepreneuse ou d'être une femme au foyer. Avec « #Girlboss », vous devenez la boss de votre propre vie ! Mais je ne veux surtout pas être celle qui dit aux autres comment ils doivent faire, je donne des conseils, mais 20 % du temps, je peux me tromper. »

Celle qui emploie plus de 400 personnes et compte des clientes – voire des fans – dans le monde entier peut jouer, un temps, la carte de l'humilité.

« Cela fait maintenant huit ans que j'apprends les ficelles du commerce... Je suis devenue une référence pour des filles qui ont plus de connaissances que moi en la matière. Alors, j'ai parfois l'impression d'être une imposture. Mais je ne le suis pas... » glisse-t-elle avant de répéter, d'un ton plus ferme : « Je ne le suis pas. »

Là où « The New York Times » parle d'une « Cendrillon de la technologie », on voit plutôt une incarnation assez classique du rêve américain. Née à San Diego, l'Américaine d'origine grecque a grandi dans un milieu modeste. Dès le CM1, son institutrice croit déceler chez cette enfant dissipée un syndrome de Gilles de la



PORTRAIT

SOPHIA AMORUSO VEUT TOUT CROQUER

○ ○ ○ Tourette et des troubles de l'attention. À 15 ans, l'élève rebelle convainc ses parents de suivre ses cours à la maison et décroche son premier job dans les sandwicheries Subway. Des années plus tard, l'ado anarchiste experte du vol à l'étalage est devenue « Girlboss ». Elle modère : « De l'extérieur en effet, j'ai l'air d'avoir réussi. Mais, pour moi, rien n'est acquis. J'ai le sentiment de n'avoir rien accompli, d'en être seulement au tout début. » Le temps où s'entassaient sur son lit des fringues dénichées dans des friperies semble pourtant bien loin. Désormais, une équipe a pour mission de dégoter partout dans le monde les pièces Chanel, Missoni ou Valentino qui seront mises en vente sur le site ou en boutique. Sur les portants soigneusement disposés dans les bureaux de Nasty Gal, des trouvailles à sequins scintillent, côtoyant des modèles originaux dessinés par les designers de l'entreprise. Sophia Amoruso refuse de parler de revanche pour évoquer son succès, tout en concédant que « les films de vengeance sont [s]es préférés, surtout ceux avec des femmes. Le nom Girlboss vient d'ailleurs d'un film de genre japonais des années 70, "Girl Boss Gorilla", où des gangs de filles s'affrontent. C'est assez génial ».

Créée à son image, la femme Nasty Gal est « une fille en constante évolution, dans son style, sa carrière, sa vie personnelle ». En interaction permanente avec ses clientes via les réseaux sociaux, Sophia Amoruso a une image claire de sa cliente type : « Elle est âgée d'une vingtaine d'années et vit à Los Angeles ou New York. Elle a confiance en elle, mais elle est surtout curieuse et ambitieuse. Franchement, je ne connais aucune autre marque qui peut qualifier ses clientes d'ambitueuses. » En s'abattant sur les jeunes Américaines, la vague Nasty Gal produit un étrange phénomène. Aux séances de dédicaces du livre, on a ainsi pu voir des filles de 20 ans s'échangeant des cartes de visite et s'exclamant devant leur mentor : « Quand je porte une tenue Nasty Gal, j'ai l'impression que je peux conquérir le monde, tout devient possible ! »

Avec son armée de filles conquérantes en cropped top, Sophia Amoruso aurait-elle réussi à réconcilier mode et féminisme ? « L'esprit de Nasty Gal a toujours été très féministe, puisqu'il s'agit de s'habiller pour soi. Être féministe ne veut pas dire couper ses cheveux et porter des fringues larges. Chez Nasty Gal, nous revendiquons le retour du sexy ! » Et, dans cette équation, c'est étrangement le volet mode qui fait débat. Dans « #Girlboss », la businesswoman du style se définit comme « antifashion ». « Je ne suis pas cette fille qui a besoin d'avoir CE sac ; je préfère d'ailleurs ne pas l'avoir pour éviter de ressembler à celles qui le portent. La mode consiste plus à suivre les tendances qu'à les impulser. J'aime penser que nous donnons aux filles la permission de définir leur style et leur propre mode sans leur dicter ce qui est tendance », assure-t-elle. Comme une enfant prise la main dans le sac de luxe, elle se justifie avec véhémence quand on lui rappelle le sac griffé récemment affiché sur Instagram et déjà repéré sur Beyoncé et Miranda Kerr. « On peut changer d'avis et on peut aussi se permettre de faire des choses qui semblent très conventionnelles ! »

Si elle revendique ses contradictions, côté business, le contrôle est total. Pas un mot sur le procès initié par une ex-employée qui l'accuse d'avoir renvoyé plusieurs salariées lorsqu'elles sont tombées enceintes. Un communiqué officiel pare aux questions des journalistes : « Les accusations de ce procès sont fausses, diffamatoires et sorties de

Bien que Sophia Amoruso ne la porte plus systématiquement, la frange courte représente bien l'esprit de Nasty Gal : entre vintage et moderne. Sans oublier l'essentiel : « Toujours chercher un look qui mette en valeur la bouche et les yeux. » On valide !

Sur son bras droit, la businesswoman s'est fait tatouer un logo : les deux femmes nues utilisées pour célébrer les 40 ans de Virgin Records. Quand on sait que le nom de sa marque est un hommage à la chanteuse Betty Davis, la jeune femme a décidément la musique dans la peau.

La robe noire est sa signature, mais jamais trop classique : la sienne est soit en cuir, soit à épaulettes, à dentelle ou ajourée, courte ou longue (souvent courte en fait). Un sexy rock qui reste frais : la millionnaire a tout juste 31 ans.

« L'argent a plus de valeur à la banque qu'à vos pieds. » Si son livre invite à des dépenses raisonnables, Sophia reste férue de shopping. Souvent perchée sur ses talons, elle s'autorise des Converse ou des Stan Smith... Mais le dimanche uniquement !



LE LOOK DU SUCCÈS

PAR ÉLÉNA AMALOU

leur contexte. Le licenciement en question est dû à un plan de restructuration opéré il y a neuf mois. » Le sujet est clos. Sophia Amoruso préfère parler de ses deux boutiques au chiffre d'affaires florissant, de la collection commercialisée cet hiver – « ce sera extrêmement travaillé, avec des broderies et des coupes magnifiques » – et de son

nouveau livre en préparation. Elle promet un ouvrage dense et visuel, sorte de catalogue de ses inspirations éclectiques. « Comme "Girlboss", je veux que ce soit une référence, un livre qu'on pose sur la table basse pour le parcourir encore et encore ». À peine six mois après l'inauguration de sa boutique à Santa Monica, elle rêve déjà d'en ouvrir une autre. Au rythme où elle file, on ne serait pas surprise de pousser la porte de Nasty Gal lors de notre prochaine visite à New York. ■

« #GIRLBOSS », de Sophia Amoruso (éd. Globe).

