

VENTOUX

MAGAZINE



L'artisanat au cœur de Vaison-la-Romaine

Clément Deroussel, prêt-à-porter local
La success story glacée de Léone

PRINTEMPS 2026

R 29497 - N°68 - F: 5,90€



- 36 mois de crise de la viticulture
- Le martinet, champion de voltige
- Les coulisses de Brun de Vian-Tiran à L'Isle-sur-la-Sorgue



Ventoux Magazine - Printemps 2026
Pages 39-41

Clément Deroussel, la marque de prêt à porter *made in Vaison*

Clément Réant, créateur de prêt-à-porter s'est installé à Vaison-la-Romaine. Au cœur de sa mercerie à l'ancienne, il dessine la mode de demain pour les working girls Vauclusiennes et pas uniquement ! Rencontre avec cet artisan qui a la couture dans la peau !

Textes et photos : L. Néringol

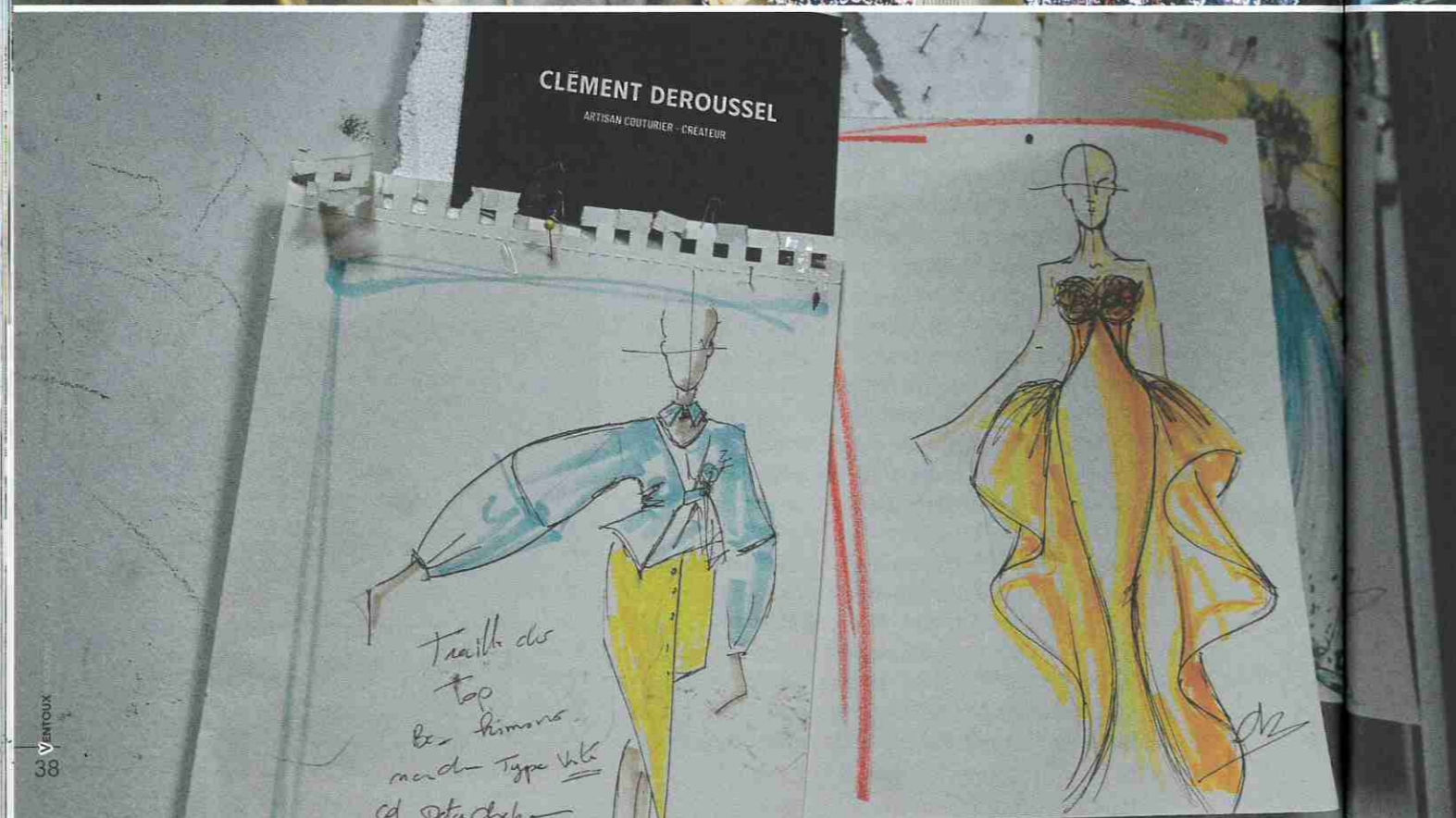
Le soleil passe tout juste au-dessus des vestiges romains, Clément Réant, 38 ans, pousse la porte de son atelier « La couture du garçon » ouvert en 2020 avec son associé Mathieu Chenet au 12 cours Taulignan. Il laisse pour quelque temps encore le panonceau « fermé ». Dans le calme des premières heures de sa journée, avant que Vaison-la-Romaine s'anime, Clément en profite pour laisser aller son imagination. Il fait glisser son crayon sur une grande feuille à dessin blanche.

En quelques traits, il réalise son rêve de gamin : « habiller les femmes. » Il avait cinq ans quand il posait déjà un regard affûté

sur la robe de mariée de sa tatie. Depuis, il s'en est passé des choses ! À commencer cet automne par un petit tour par la fashion-week à Paris...

Du croquis au modèle unique

Autour de lui, une mercerie à l'ancienne, des milliers de boutons, des milliards de nuances de couleurs de fils, de laines... une grande table de travail centrale, des machines disposées tout autour et au-dessus des rouleaux de tissus précieux « ce sont des fins de série que j'achète dans les grandes maisons de couture » souligne le créateur qui va découper quatre tailles d'une pièce dedans. ➤



« Je commence par le dessin et puis je cherche le tissu. Les étapes suivantes, ce sont le patron papier, le prototype dans une toile neutre et puis je coupe en suivant les patrons réalisés pour chaque taille et je monte le vêtement. Après les finitions à la main, je pose la griffe. C'est une forme de satisfaction que je retrouve nulle part » explique Clément. Son ADN, c'est la forme de ses pièces, les tissus qui jouent avec la lumière et puis des détails comme ce cœur brodé qui raconte une autre histoire qui lie Clément à son art. Petit garçon, il a été opéré à cœur ouvert. Il porte la couture dans sa chair, au centre de son torse. Sa cicatrice raconte cette expérience de vie, celle d'un gamin qui a vu beaucoup trop de blanc à l'hôpital pour aujourd'hui se passer de couleurs au quotidien.

Une marque, une signature : Clément Deroussel

Il signe ses vêtements de sa marque : Clément Deroussel. Clément, c'est son prénom, et Deroussel ? C'est un hommage aux femmes de sa vie : la contraction du nom de sa maman et de sa grand-mère. C'est important pour Clément de parler du terroir qui l'a vu pousser, ce bassin de la confection textile en France situé dans la région lilloise. « C'est un coin où tout le monde sait coudre comme tout le monde sait cuisiner partout ailleurs, j'ai grandi au cœur de cette industrie textile qui faisait travailler beaucoup d'ouvriers. » Son père était mécanicien en confection et sa mère, comme sa grand-mère, était couturière. Avec bienveillance, sa maman le laisse jouer avec ses machines. À 10 ans, Clément habillait les poupées. À l'heure de choisir une orientation, c'est une évidence, il trace sa route en lycée professionnel, et se spécialise avec une formation styliste modéliste. Il multiplie les stages en confection, chez des créateurs, en bureau d'étude et il apprend les bases du métier, l'organisation, la méticulosité...

« J'en avais ras le bol de la Fast Fashion »

Mais entrer sur le marché du travail est une autre paire de manches dans ce contexte économique morose ou le « made in France » peine à trouver de l'oxygène, étouffé par la fast fashion. Clément ne trouve pas de travail et devient responsable de magasin de prêt-à-porter.

Pendant 12 ans, il représente tour à tour la marque Pimkie, Adidas original et Lévis. Il déménage dans le sud de la France, heureux d'une mutation obtenue. Il se plaît à conseiller les clientes sur les coupes et le style de leurs vêtements. Et puis la trentaine aidant, il sent monter l'envie de retrouver ce qui brûlait en

lui : la création. Il souligne « j'en avais ras le bol de la fast fashion, j'avais acquis l'expérience du commerce et du conseil et c'était le moment de me lancer. Je voulais revenir à quelque chose de plus essentiel, me reconnecter aux gens. »

Il imagine cette boutique qui accueille les clients avec son rayon prêt à porter de créateur et ses pièces uniques, son comptoir retouche et son espace « mercerie et loisirs créatifs » qui surfe sur la tendance du « fait maison. » Le petit plus, ce côté « madeleine de Proust » porté par le stock de boutons et le meuble présentoir chiné chez un commerçant qui partait à la retraite.

Si la majeure partie du travail de Clément se concentre encore sur la retouche avec des demandes parfois insolites, l'artisan travaille toutes les semaines à la création. Et la grande audace de cette année 2025 a été de partir cet automne à la Fashion Week.

Les « spots ultra secrets » de la Fashion Week

Pendant une semaine, Clément a distribué une série d'enveloppes noires cachetées dans la rue autour des « spots ultra secrets » des défilés de ses créateurs préférés. Il s'est baladé avec un vestiaire de 150 pièces pour établir des collaborations avec des modèles sur place et à improviser des performances dans Paris autour de ces points stratégiques. Il explique « c'est un moyen de se faire repérer, j'ai eu des contacts, pas encore de retours. Par contre, c'était une expérience extraordinaire qui m'a permis de faire fonctionner le bouche-à-oreille et de créer du contenu différent avec des tenues portées. » Il en a profité pour prospecter les boutiques de créateurs et a installé ses pièces à Troyes et au Luxembourg, en Suisse aussi. Il a laissé plus de 300 de ses créations en dépôt-vente qui trouve preneuses toutes les semaines en dehors du circuit vaclusien. « L'idée c'était de toucher une clientèle plus large et de trouver LA personne qui va me faire connaître. J'aimerais contacter Vanessa Paradis, Suzane, Pomme, Clara Luciani, Nicky Doll, Marine la gagnante de la Star'Ac. ce sont des personnes qui véhiculent des valeurs qui me ressemblent. » L'appel est lancé !

Quand Clément dessine, il imagine des pièces pour « une femme trentenaire, active, plutôt working girl, très à l'aise dans sa tête et dans sa vie. » Il ajoute « la mode c'est un message, c'est politique, nous nous habillons toujours pour quelque chose, le vêtement c'est aussi une armure, c'est ce que l'on montre en premier de soi. » ■

