

LA PRESSE

LA PRESSE AFFAIRES MAGAZINE – Cahier Mode – p.21 à 22

LES EFFRONTÉS

Pas à pas avec un styliste

De quelle façon travaille un styliste des Effrontés? Où magazine-t-il? Comment se déroule un essayage? La Presse Affaires Magazine a accompagné deux stylistes et deux clients qui souhaitent rafraîchir leur garde-robe sous l'œil d'un professionnel.

Texte Isabelle Massé

Le salon est invitant. Chaque fois, les vêtements sont disposés avec soin. Les stylistes peuvent mettre une heure pour créer des agencements sur des mannequins et des pôles avant un essayage.

Pour Stéphanie Aubin, vice-présidente exécutive de l'Ordre des conseillers en ressources humaines agréés, la styliste Julie Langlais a misé sur une robe rouge de la boutique Marie Saint Pierre. De quoi automatiquement attirer le regard de la cliente au mandat bien défini. «J'approche la quarantaine, lui-a-t-elle expliqué, lors d'un premier rendez-vous. Je ne veux pas avoir l'air ridicule dans du linge trop jeune ou paraître déguisée dans des tailleurs trop formels. Quand je m'habille, j'y vais pour la facilité. Je fais des compromis. Je mets des tailleurs noirs, mais ce n'est pas moi. Je ne pense pas à mettre de la couleur. Je suis habillée sport-chic mais j'aimerais un look plus haut de gamme.»

En entrevue, les questions sont précises : Décrivez-moi votre cadre d'affaires? Qui rencontrez-vous? Y a-t-il des couleurs que vous ne voulez pas porter?

Constat de Julie Langlais après 45 minutes d'échange : «Les coups de cœur manquent dans votre garde-robe. Je vais regarder du côté de Dinh Ba dont les vêtements ont beaucoup de gueule, Mélissa Nepton, ultra confortable avec une touche de chic, et Marie Saint Pierre. Pour des cardigans qu'on va porter longtemps, ça vaut la peine de payer plus cher, mais il faut vraiment avoir un coup de cœur.»

C'est chez une douzaine de designers, boutiques et grands magasins que Julie Langlais a constitué la garde-robe à présenter. «Comme Stéphanie n'a pas parlé de budget, ça m'a laissé

plus de latitude note-t-elle. Cela dit, les clients qui dépensent trop la première fois hésiteront à revenir nous voir».

Le jour J, 5000\$ de vêtements (30 morceaux) s'offrent à Stéphanie. Pourquoi avoir fouiné chez Mélissa Nepton? «Car elle fait des vêtements de taille X-small à X-large. Ses matières sont très confortables, ne froissent pas, peuvent être transportées dans un sac. Sa collection est pensée pour la femme active de 40 ans et plus».

Styliste pour hommes, Emilie Lambert Roy fonctionne de façon similaire. «Parler guenilles n'est toutefois par l'activité préférée de bien des hommes, constate-t-elle. On ne s'éternise pas lors de la première rencontre.»

Benoit Auger, son client, prend néanmoins le temps de répondre aux questions et d'exposer ses attentes. «Je travaille dans une banque, mais en marketing, donc un environnement moins formel, mentionne le directeur principal, gestion de projets, de la Banque Laurentienne. Je mets souvent des complets. J'en ai des bleus, gris foncé, avec lesquels il est facile de faire des agencements. J'opte rarement pour des couleurs criardes. J'ai besoin de vêtements «entre-deux», ni trop bureau ni trop sport. J'ai beaucoup de difficulté à trouver des jeans chic. J'aimerais bien en avoir des gris ou des noirs».

Les mensurations de Benoit Auger notées, Emilie Lambert Roy va en boutiques dès le lendemain. «Je cherche des coupes jeans avec tissus différents, dit-elle. Les jeans Jack&Jones sont parfois surprenants. Le jean chic, c'est une portion de la garde-robe avec laquelle les hommes peinent. Pour les complets, Matinique offre des coupes intéressantes pour 500\$. Les vestons et pantalons se vendent séparément. Je veux proposer différents styles pour sortir légèrement Benoit de sa zone de confort et apprendre à le connaître. Chaque fois, je vais dans cinq à six magasins pour présenter 10 à 12 marques.»

Avis aux hommes! Le jour de l'essayage de Benoit, le rendez-vous s'étire sur deux heures. Celui de Stéphanie, sur trois. Pour chaque nouvelle tenue revêtue, les stylistes donnent des trucs-mode et ajustent les vêtements... quand ils plaisent au client. On installe un climat sans pression, dit Emilie Lambert Roy. On est francs. Notre image est aussi en jeu.»

Au bout de 21 essayages, Stéphanie a choisi 12 vestons, vestes, robes, chandails et blouse pour près de 2600\$. Après 11 essayages, Benoit a choisi neuf chemises, vestons, pantalons, complet, manteau et paires de souliers pour un total de 1840\$. «Je pensais au départ me faire proposer plus de pièces, avoue Benoit Auger. Je me suis vite ravisé, car c'est comme si Emilie avait filtré ce qui était susceptible de me plaire. Je suis surpris de voir à quel point elle a rapidement compris qui j'étais et ce que j'aimais.»

L'aventure effrontée a plu aux deux clients. «Julie m'a bien écoutée et a bien répondu aux besoins, souligne Stéphanie Aubin. Cela dit, elle me voit d'une autre façon. Je n'aurai jamais choisi en magasin une robe asymétrique de Marie Saint Pierre, par exemple. J'ai osé davantage car je me trouvais dans un environnement sécuritaire.»