

Habillez-moi!

Isabelle Massé

Une robe ce matin? Une cravate pour un lunch d'affaires? S'habiller pour aller travailler : le geste est routinier, mais relève parfois du casse-tête pour plusieurs professionnels. Pour remédier à la situation, des avocats, comptables, et médecins s'en remettent aux spécialistes de l'agence de style et d'image Les Effrontés. Et investissent quelques centaines de dollars qui peuvent rapporter gros.

«Mon premier client m'a payée avec une bière et une assiette de nachos!». Marie-Claude Pelletier, alors assistante de Simon Sebag (Turbulence), venait de refaire la garde-robe d'un ami. C'était en 1999, tout juste avant qu'elle ne fonde son agence de stylistes Les Effrontés. «J'habillais des gars de mon entourage à temps perdu, raconte-t-elle. Le choix en magasin était tristounet à l'époque. Je me suis rendue compte que les hommes aimaient avoir de la gueule, mais qu'ils n'aimaient pas magasiner».

Douze ans plus tard, Les Effrontés compte 1200 clients réguliers et ses services se payent en argent sonnante, par carte de crédit ou par Interac! Si elle ne ciblait que les hommes les premières années, sa clientèle est maintenant constituée à 80% de femmes.

Onze stylistes (huit pour femmes et trois pour hommes) représentent Les Effrontés. «Nous sommes tous à notre compte, explique la styliste Emilie Lambert Roy. Nous sommes engagés comme

consultants. Nous louons un bureau. On fonctionne un peu comme des agents d'immeuble. C'est le meilleur des deux mondes : être notre propre patron, avec une équipe».

Dans des salons aménagés à l'agence du centre-ville de Montréal, des gens d'affaires (70% de la clientèle) se voient offrir des services de magasinage personnalisé, d'essayage assisté et des conseils mode.

Un client désireux de rafraîchir sa garde-robe, de s'acheter des tenues pour la rentrée automnale ou de changer de style vestimentaire passe d'abord une heure dans un salon de l'agence avec un styliste. Celui-ci investiguera ensuite du côté des boutiques, grands magasins et ateliers de designers à la recherche de pièces spécifiques au mandat confié. Quelques jours plus tard, il présentera ses trouvailles au client qui repartira avec les vêtements qu'il aime après un essayage. Coût du service : 300\$. Vêtements – vendus aux prix affichés en magasins – en sus. «Ce n'est pas un service essentiel, mais pratique, comme tout autre service qu'on offre pour gagner du temps, explique Stéphanie Aubin vice-présidente exécutive de l'Ordre des conseillers en ressources humaines agréés qui a eu recours à l'expertise des Effrontés (*voir l'article «Pas à pas avec un styliste»*). Lorsqu'on retourne à l'agence pour l'essayage, c'est comme si on avait un magasin pour soi dans lequel 100% des vêtements sont à notre taille».

Les stylistes peuvent aussi accompagner un client lors d'une séance de

magasinage. Ou encore se rendre chez celui-ci pour une «Thérapie de la penderie», soit une séance de remue-ménage pour découvrir des perles oubliées dans la garde-robe et voir ce qui devait prendre le chemin de l'organisme de charité!

Depuis 1999, Les Effrontés a habillé plus de 4000 personnes. Dès 2002, devant la demande grandissante, Marie-Claude Pelletier a jugé bon de former des gens puis, deux ans plus tard, d'ouvrir officiellement une école de stylisme. La formation de trois mois coûte 5250\$. «Jusqu'à présent, nous avons formé 268 personnes, affirme la présidente. Le milieu grossit. Dans les premières années, le défi était de faire connaître la profession. C'est entrain d'entrer dans le paysage urbain».

Naturellement, le téléphone s'est mis à sonner davantage. Aujourd'hui, il ne dérouge pas à l'automne et au printemps. «De la mi-mars à la mi-juin, c'est la folie furieuse, note Emilie Lambert Roy. Quand les nouvelles collections sortent, tout le monde appelle en même temps. Nous travaillons parfois sept jours sur sept, car nous voulons rencontrer les clients rapidement».

Depuis 2005, le chiffre d'affaires des Effrontés augmente de 15% par an, selon sa présidente. «Avant, on était un secret, constate Marie-Claude Pelletier. Maintenant, c'est normal de dire qu'on a recours aux services d'une styliste. C'est comme aller chez le coiffeur pour une coloration.»

Les conférences et services de consultation offerts en entreprise comptent aussi pour beaucoup dans la hausse de popularité des Effrontés (voir texte ci-dessous *Quand les patrons consultent*). Ajoutez à ceux-ci le déménagement en 2008 des salons d'essayage des Effrontés, de la rue Laurier à la rue Sainte-Catherine Ouest. «Bien des gens travaillent à cinq minutes à pied de nos locaux, souligne Marie-Claude Pelletier. Le loyer est 60% plus cher, mais la clientèle a plus que doublé en trois ans. Sur Laurier, on manquait d'espace, car les rendez-vous étaient plus condensés en fin de journée et en soirée».

Depuis 1999, Les Effrontés prouve que les stylistes ne sont pas que dévoués à des chanteuses connues mondialement et des acteurs qui foulent régulièrement des tapis rouge. «Quand on pense à stylisme, on pense parfois à métamorphose, dit par ailleurs Marie-Claude Pelletier. Mais la métamorphose n'est pas durable. Nous, on ne fait pas de la télé. On est dans la vraie vie».

QUAND LES PATRONS CONSULTENT

«Le style et la beauté nous aident à nous surpasser.» Marie-Claude Pelletier endosse totalement la maxime de l'essayiste français Dominique Loreau, affichée dans le corridor de son agence, sous la photo d'une styliste. Depuis 2005, la présidente des Effrontés et son équipe animent des conférences et sensibilisent des cadres à l'importance de bien paraître en milieu de travail. L'idée lui est venue après qu'une firme de Montréal l'eut approchée pour venir à un employé sur le point d'obtenir une promotion. «Cet homme faisait de l'embonpoint, ses vêtements étaient très grands et il avait l'air négligé, dit-elle. Mais ses collègues

ne savaient pas comment aborder la question avec lui.»

La suggestion des Effrontés? Offrir systématiquement les services d'une styliste à ceux qui occupent les postes-clés dans une entreprise. Proposition adoptée! Par la suite, Marie-Claude Pelletier a fait la tournée des firmes d'avocats, cabinets comptables et grands hôtels pour mettre les professionnels au parfum. «Aujourd'hui, beaucoup d'entreprises développent un programme avec nous, affirme la présidente. Vient un temps où il faut investir selon le poste occupé, car on représente aussi l'image de l'entreprise pour laquelle on travaille. Parfois aussi, le look d'un employé peut rendre son entourage inconfortable. On n'ira pas dire à une collègue que son soutien-gorge est apparent!»

Marie-Claude Pelletier aime bien créer un doute chez ceux qui assistent à ses conférences sur l'image en affaires. «On leur lance cette question : "Si je soignais mon look, est-ce que je gravirais les échelons plus vite"? dit-elle. Généralement, c'est oui. Souvent, les gens associent l'image à quelque chose de superficiel. Pourtant, si nos vêtements nous mettent en valeur et sont confortables, on arrive au bureau dans un meilleur état d'esprit, notre posture change et on regarde les gens dans les yeux.»