

Mon styliste à moi

**Sophie St-Laurent
Collaboration spéciale**

Révolu le temps où les stylistes personnels n'étaient réservés qu'aux garde-robes royales et hollywoodiennes. Aujourd'hui, monsieur et madame Tout-le-Monde profitent des conseils judicieux de ces experts pour actualiser leur look. Portrait d'un service de plus en plus accessible.

On les appelle consultants en image, experts de la garde-robe ou stylistes personnels. Mais surtout, ne les confondez pas avec des «personnal shoppers» (traduction libre: magasiniers personnels). «Nous faisons bien plus que simplement magasiner des vêtements», dit Marie-Claude Pelletier, propriétaire de l'agence de stylisme Les Effrontés.

En effet, les stylistes sont des spécialistes qui prodiguent des conseils sur l'art de se mettre en valeur et de polir son image. Ils informent et éduquent leur clientèle sur les nouveaux codes vestimentaires dans le monde du travail, les tendances, les bases d'une garde-robe équilibrée et l'entretien des vêtements. «Nous ne sommes pas là pour vendre des vêtements, mais pour enseigner aux gens comment maximiser leur image. On les amène à faire les bons choix en fonction de leur personnalité, leur silhouette et leur budget», explique Jeff Golf,

copropriétaire de Ludique depuis août 2006, agence qu'il a fondée avec une amie, Caroline Alexander.

Du style pour tous

Avec l'éclosion des nouvelles agences de stylisme personnalisé dans la métropole depuis les derniers mois, les consultations avec un expert de la mode sont de plus en plus populaires auprès des gens ordinaires.

Marie-Claude Pelletier, qui a lancé Les Effrontés il y a huit ans, croit fermement que la tendance est là pour rester. «Il y a à peine quelques années, on croyait qu'il fallait être un personnage public pour engager un styliste. Avec les émissions comme *What Not To Wear* et *Métamorphose* qui ont contribué à démocratiser notre travail, les gens ont compris que le stylisme personnel est un service comme un autre. C'est comme d'avoir un entraîneur privé, une femme de ménage ou d'acheter des plats préparés chez un traiteur. Ce n'est pas une question de gros sous, mais bien de priorités», explique-t-elle.

Pionniers dans ce type de services à Montréal, Les Effrontés emploient huit stylistes qui conseillent de 500 à 800 clients par année, clientèle impressionnante qui compte moins de 10% de personnalités publiques. Alors, qui sont ces gens? Des incultes du style, des prisonniers de leur garde-robe des années 90, des hommes qui fuient le shopping comme la peste? «Ils ont tous en

commun de vouloir être sûrs de leur image. Toutefois, la clientèle est très variée, tout autant que les raisons qui poussent ces gens à venir nous consulter», dit Mme Pelletier.

D'un côté, il y a l'étudiant en droit au budget restreint qui doit délaisser son look de campus pendant un stage dans un grand cabinet; la femme dans la quarantaine qui a peur d'afficher un style trop «madame» ou encore, le divorcé qui veut moderniser sa garde-robe. De l'autre, la femme d'affaires débordée qui n'a pas le temps de magasiner, la nouvelle diplômée qui veut trouver LA parfaite robe de bal ou encore l'employé d'une banque qui ne sait plus quoi porter depuis l'assouplissement des codes vestimentaires et l'avènement du «vendredi décontracté». De façon générale, les personnes qui consultent sont des professionnels des deux sexes, de 35 à 55 ans.

Lysanne Gendron, dans la quarantaine et maman de trois ados, venait de laisser son travail pour s'occuper de sa maisonnée quand le désir de moderniser sa garde-robe s'est fait sentir. Elle a donc embauché la styliste Caroline Alexander pour la première fois il y a un an et demi. Depuis, elle est devenue accro à ses services et la consulte chaque saison. «Principalement constituée de tailleurs, ma garde-robe avait besoin de vêtements plus pratiques et adaptés à mon nouveau style de vie, explique-t-elle. Je voulais arborer un

look plus branché, sans être trop juvénile. Et surtout, je cherchais le jean idéal pour ma silhouette».

En plus de lui faire réaliser qu'elle portait des vêtements trop grands pour elle, sa styliste l'a poussée à oser des coupes et des accessoires qui n'auraient jamais attiré son attention dans le passé. Résultat? «On me complimente sur mon apparence. C'est toujours moi, mais en mieux. Les gens croient même que j'ai perdu du poids parce que mes vêtements sont plus seyants», souligne-t-elle.

«La préoccupation première de nos clients est de se mettre en valeur, ce qui ne veut pas forcément dire qu'ils veulent être à la mode. Incidemment, nous ne croyons pas au fait de métamorphoser nos clients, ni à la dictature des tendances. On croit au fait de les éduquer afin qu'ils réalisent ce qui leur va bien», explique Anne Marineau de Mona Marino, styliste cofondatrice de l'entreprise Mona Marino avec son collègue Yves Monast.

Consultez, c'est la mode

Toutes les agences sondées proposent un éventail de services plus ou moins grand, mais toutes offrent notamment l'évaluation de la garde-robe à domicile. Ici, il n'est pas question d'achats. Le styliste se déplace chez vous pour passer en revue votre penderie et faire le tri dans les fringues désuètes, qui ne vous vont pas et qui ont besoin de retouches avant de suggérer de nouveaux agencements, puis éventuellement, une liste de vêtements à vous procurer. «En général, les gens portent uniquement 20% des vêtements qui se trouvent dans leur garde-robe. On les aide à renouer avec des vêtements qu'ils ne portent pas, à se départir de pièces qui ne leur vont pas. Bref, à y voir clair et à mieux cerner leurs besoins, explique Anne Marineau. Ils nous

consultent pour notre expertise, mais aussi pour notre objectivité. La plupart n'oserait pas demander conseils à un membre de la famille pour cette tâche.»

L'autre service de prédilection, c'est le stylisme à proprement dit. Que ce soit pour la garde-robe complète ou simplement une occasion spéciale, la procédure est souvent la même. C'est simple: un coup de fil, une rencontre d'exploration (pour vous connaître, cerner vos besoins, comprendre vos problèmes d'habillement, établir le budget et soumettre un plan d'achat – quelquefois à l'aide d'un questionnaire) et votre styliste revient les bras chargés de fringues à essayer, le tout dans le respect de vos goûts. Pour les fanas du lèche-vitrine, il est également possible d'accompagner le styliste en rallye magasinage. Si la première option est retenue, viennent ensuite les essayages en salon privé ou à domicile.

Outre le fait qu'on puisse également vous suggérer de bonnes adresses pour la coiffure, le maquillage, la lingerie ou les lunettes, les agences ont développé des services complémentaires intéressants. Chez Les Effrontés, on offre notamment Belle pour deux, un service qui s'adresse aux futures mamans qui veulent une nouvelle garde-robe pour habiller leur silhouette toute en rondeurs. Toutes les agences proposent également des séminaires en entreprise, histoire d'aider les employés à acquérir des notions de style.

L'argent et les préjugés

«Les gens croient à tort que nos services coûtent très cher, alors que notre structure permet une base de tarification très accessible», dit Mme Pelletier. Des exemples? Chez Les Effrontés et chez Ludique, les services sont proposés à 250\$. Chez Mona Marino, le service complet est

750\$, mais il comprend l'analyse de la garde-robe, service en sus chez les autres agences. «Pour ma part, je trouve que c'est un service très rentable, puisque je ne fais plus d'achats inappropriés. Je porte avec plaisir tous les vêtements et accessoires suggérés par ma styliste, car je sais qu'ils me vont bien», souligne Lysanne Gendron.

Autre préjugé tenace? On a souvent l'impression qu'il faut disposer d'un budget important pour l'achat des vêtements. «Les gens ne dépensent pas nécessairement plus avec leur styliste. À la limite, c'est le contraire qui se produit. Les gens achètent moins et mieux quand ils sont bien conseillés», estime Anne Marineau. Même son de cloche du côté de Marie-Claude Pelletier. «Dans une même journée, on peut aider un client qui dispose de 800\$ pour la saison et un autre qui projette de dépenser 8000 \$, cela ne fait aucune différence pour nous».

Autre point important : les stylistes ne visitent pas que les boutiques de luxe. «Nous ne favorisons aucun détaillant lorsque nous magasinons pour un client. Nous visitons autant les grandes surfaces, les chaînes, les magasins au rabais que les boutiques indépendantes», précise Mme Marineau. Chez Les Effrontés et chez Ludique, on dit quand même faire un effort pour toujours présenter des vêtements et accessoires de designers québécois afin d'éduquer la clientèle à reconnaître et aimer ces griffes. «Ce que les gens ignorent, c'est qu'il y a plusieurs gammes de prix dans les marques «made in Québec». Les griffes montréalaises ne sont pas forcément hors de prix», souligne Caroline Alexander, de Ludique.