



LEÇON DE STYLE

Marie-Andrée Guimont

Depuis 10 ans, chez **Les Effrontés**, on nous propose d'améliorer notre relation avec notre placard. Conseils en lien avec notre silhouette et mise à jour de notre look, l'agence de style et lieu de formation des stylistes en devenir est littéralement une entreprise de gestion de l'image. Mais surtout, un modèle de réussite en affaires. **Marie-Claude Pelletier**, présidente, en fait la rétrospective pour nous.

Voir: Les services de stylisme, c'est pour qui?

Marie-Claude Pelletier: « Pour les gens qui manquent de temps ou d'intérêt pour le magasinage, mais qui recherchent des vêtements dans lesquels ils se sentent bien. »

En quoi la relation entre les Montréalais et la mode a-t-elle évolué dans la dernière décennie?

« Quand j'ai débuté avec Les Effrontés, le choix pour hommes était assez tristounet. Mais il existe de plus en plus de belles lignes, et les hommes prennent maintenant plaisir à magasiner, ils ont envie d'être élégants. Chez les femmes, comme la mode est le reflet de la société, on a aussi remarqué l'évolution. Par exemple, pour les galas, il y a 10 ans, les personnalités se souciaient moins de ce qu'elles portaient. Maintenant, elles recherchent des vêtements qui ont la twist. Elles sont aussi de plus en plus poussées à encourager les créateurs québécois, qui sont d'ailleurs plus nombreux et plus accessibles. »

En tant que première agence du genre à Montréal, quel a été votre modèle d'affaires?

« Parce que ce genre d'entreprises est particulier, on n'avait pas de modèle. Disons que notre stratégie a été celle par essais erreurs! On a commencé petit: il y a 10 ans, j'étais seule et ma clientèle était masculine. Par la suite, les services offerts se sont ajustés selon la demande de notre clientèle. Des stylistes ont joint l'équipe. Au début, on les formait sur le tas, puis, on a décidé de créer une formation offerte par des professionnels d'expérience et des gens de l'industrie. »

Votre équipe compte maintenant 10 stylistes. Quelle est votre force?

« La chimie entre le client et le styliste est importante dans ce genre d'expérience. Comme nous sommes plusieurs et que nos forces sont variées, lorsque les gens appellent, on ne se demande pas qui est disponible, mais plutôt avec qui ça va cliquer. »