

style & VOUS

Ces Messieurs sont servis

Ce service d'accompagnement aux achats de vêtements, baptisé « personal shopper », rencontre de plus en plus de succès auprès des hommes.

JÉRÔME HANOVER

MODE Dans l'univers de la mode, l'anglais est très branché. On ne fait pas les courses, mais du shopping, les mannequins sont des modèles et l'agenda de la Fashion Week est hyper busy. Alors surtout, ne parlez pas d'acheteur personnel mais de personal shopper. D'autant plus que cette profession est tellement inconnue que ce serait dommage d'employer un mot *has been* pour la nommer. Un personal shopper ? C'est une sorte d'ange gardien dans la mode. Qui vous ouvre grandes les portes des magasins, vous facilite la tâche, vous évite la foule, négocie parfois pour vous des réductions. C'est aussi une petite voix qui vous prodigue à l'oreille des conseils avisés comme celui d'éviter une couleur qui vous donne mauvaise mine, une coupe qui met un peu trop votre ventre en valeur... Et c'est aussi quelqu'un qui, pourquoi pas, peut éventuellement vous aiguiller vers un style un peu plus à la page.

« PAUL NEWMAN OU MARCELLO MASTROIANNI ? »

En tout cas, même si, à première vue, l'activité ne semble pas éloignée, il ne s'agit pas de *relooking*. Le job se rapprocherait davantage de celui d'un concierge de grand hôtel ayant ses entrées partout, entièrement dédié à votre service et spécialisé dans la mode et la psychologie masculines. Vaste programme... Car il faut beaucoup de finesse pour comprendre l'attente d'un client, bien souvent néophyte, n'ayant que peu de temps à consacrer à son apparence vestimentaire et ne maîtrisant pas le vocabulaire de la mode. Ainsi, qu'entend-il par « veste droite » ? Un modèle non cintré ou un modèle à simple boutonnerie ? Que met-on sous l'appellation « costume de banquier » ? Et sous celle de « jeune créateur » ? Barnabe Hardy (35 ans), Dries Van Noten (52 ans) ou Paul Smith (64 ans) ?

Au Bon Marché, si le service est déjà proposé depuis trois ans pour les hommes, un espace spécialement dédié sera inauguré lundi 8 octobre. Après le renouveau du département masculin (voir nos éditions du 31 août), sous l'impulsion de Philippe de Beauvoir, son président remplacé à ce poste ce matin par Patrice Wagner, il fallait au Bon Marché un service exclusif à la hauteur de la nouvelle sélection de marques proposées. Que ce soit pour constituer un vestiaire complet ou pour élaborer la silhouette idéale d'une occasion particulière, les stylistes accompagnent les clients en deux étapes. Tout d'abord, par téléphone. Pendant près de trois quarts d'heure, le personal shopper questionne son interlocuteur

Le nouvel espace Balthazar du Bon Marché Rive Gauche.
LE BON MARCHÉ



pour définir son style : un personnage emblématique de l'élégance (on répond souvent Paul Newman ou Marcello Mastroianni) ; la presse qu'il lit (*Le Figaro*, of course !) ; son vêtement fétiche ; celui qu'il ne portera jamais... Et, bien sûr, tous les détails de sa morphologie.

Deuxième étape, rendez-vous dans le salon en merisier du magasin de la rive

gauche. Là, on installe l'homme en quête de vestiaire confortablement dans un canapé Le Corbusier et on lui ouvre les portes d'un dressing qui pourrait être le sien et qui, d'ailleurs, le deviendra peut-être. D'un côté, une proposition classique (pour travailler ou pour le soir) ; de l'autre, des pièces plus décontractées, plus *fridaywear*. Le truc : que tout soit modulable. Cravate, neud pa-

pillon ou, pour les plus audacieux, carré de soie, les accessoires se combinent à la garde-robe pour adoucir la silhouette aux heures de la journée. La séance dure deux heures (150 €) ou une demi-journée (350 €) et le client a le temps de tout essayer, en toute tranquillité.

Si, aujourd'hui, le Bon Marché décide d'étoffer ce service, c'est aussi parce que la profession tend à se démocrati-

ser. Doucement, certes, mais la tendance de fond est là. Qu'ils soient rattachés à un grand magasin, une agence, ou travaillent en indépendants, les personal shoppers sont de plus en plus nombreux à accompagner des hommes en boutique pour des séances de shopping, sans qu'il y ait forcément accueil personnalisé en petit salon, mais « certains clients veulent parfois passer inaperçus et refusent les honneurs », assure Lilye, qui pratique l'activité en indépendante depuis une dizaine d'années. Au Boudoir de Badou, agence spécialisée dans l'accompagnement en tout genre (beauté, bien-être, déco, événementiel...), le personal shopping mode tient une place importante. En plus d'un parcours personnalisé dans les boutiques parisiennes (voire la semi-privatisation de certaines) ou d'un rendez-vous dans le show-room de l'agence où le styliste aura rapatrié une sélection ad hoc, le service comprend aussi une négociation des prix de l'ordre de 10 à 15 % ou des cadeaux chez pratiquement toutes les marques. « Pour les hommes qui préfèrent passer leur week-end en famille plutôt que dans les magasins ou pour les expatriés qui veulent retrouver un French touch, nous proposons aussi le service à distance », explique Émilie Malgras, fondatrice du Boudoir de Babou. Une fois la sélection faite, des photos sont envoyées pour validation et le vestiaire suit... Bref, en plus de leur faire gagner du temps, le personal shopping propose un luxe sur mesure pour lequel 150 à 400 euros (selon les prestataires), n'est pas si cher payé. ■

www.lebonmarche.com
www.theshoppingby@le.com
www.auboudoirdebabou.com

Le pull en mohair

Les chandails poilus, qui ont fait fureur auprès des femmes dans les années 1980, tentent une percée dans le vestiaire masculin.

FRÉDÉRIC MARTIN-BERNARD

CHIC TYPE En janvier dernier à Milan, les journalistes français se sont bien poilés lorsque les premiers ras-du-cou en mohair ont déboulé sur les podiums de cet automne-hiver 2010-2011.

Ces pulls avaient beau être destinés aux hommes, impossible de ne pas songer aux années « 7 sur 7 » d'Anne Sinclair qui débattait de l'actualité avant le 20 heures dominical, affublée de l'un de ces pulls pelucheux dont elle avait le secret.

En 1983, il y a eu aussi le *Pull marine* d'Isabelle Adjani qui s'était retrouvé en tête des ventes des 45-tours et apparaissait également en mohair dans le clip de Luc Besson. Tout cela explique l'Engouement des Françaises qui se sont mises à tricoter, une maille à

l'endroit, une maille à l'envers, les fameux fils d'Anny Blatt en mohair, la laine qu'on recolte sur le dos des chèvres angora.

Les pulls masculins, cette saison, sont plus souvent en cachemire poilu qu'en mohair. Mais c'est le style qui compte et, de Cerruti à Hermès en passant par Raf Simons, Salvatore Ferragamo, Dunhill, Pringle of Scotland ou encore 3.1 Phillip Lim, nombre de designers ont fait de son aspect si caractéristique un des gimmicks de leur collection masculine.

Bref, on vous le répète, vous ne révez pas : l'aspect mohair est tendance chez les hommes. Mais à condition de l'enfiler de façon virile, décalée, à même la peau, avec un jean et d'autres vêtements hypercool, pour ne pas donner l'impression d'avoir chipé le chandail de maman. ■



Salvatore Ferragamo

Burberry Prorsum

Hermès

Cerruti