

“Personal shopper” et lingerie font bon ménage



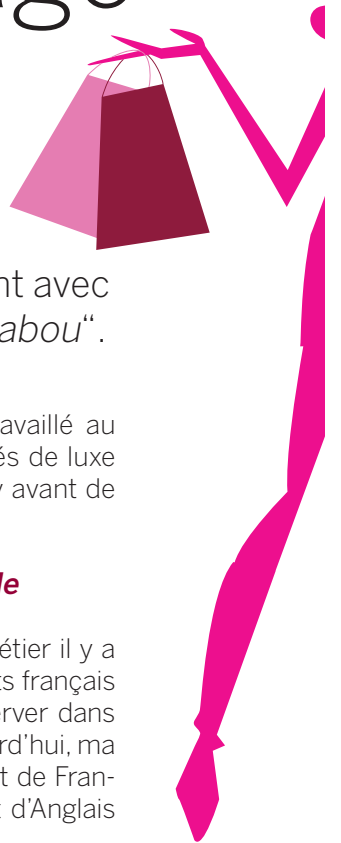
La fonction du “personal shopper” est de conseiller son client dans sa démarche de shopping, pour lui trouver des articles qui correspondent à sa personnalité et qui sachent mettre sa silhouette en valeur. Dans ce contexte, la lingerie joue un rôle clé... Nous faisons le point avec **Emilie Malgras**, fondatrice de l’agence “*Au boudoir de Babou*”.

Le “personal shopper” est une personne très initiée au monde de la mode d’une manière générale — un styliste le plus souvent —, qui accompagne et conseille son client dans le cadre de ses achats. Ce concept, qui a vu le jour il y a une dizaine d’années aux Etats-Unis, se développe en France depuis 3/4 ans. Si ce service demeure en partie l’apanage de clients financièrement très à l’aise, il se démocratise néanmoins de plus en plus. Il est en effet perçu comme un moyen de contrôler son budget et surtout d’acheter mieux, un comportement d’achat dérivé à la fois de la crise mais aussi d’une volonté de consommation responsable et durable qui fait écho au souhait grandissant de respect de l’en-

vironnement. Emilie Malgras a longtemps travaillé au sein des cellules marketing de grandes sociétés de luxe comme Burberry, Cartier International ou Coty avant de se lancer dans l’aventure du personal shopping.

Créations Lingerie : Quel type de clientèle fait appel à vos services ?

Emilie Malgras : Lorsque j’ai commencé ce métier il y a trois ans, je conseillais principalement des clients français expatriés à l’étranger et qui souhaitaient conserver dans leur code vestimentaire la “French touch”. Aujourd’hui, ma clientèle est toujours composée essentiellement de Français (environ 40%), mais aussi d’Américains et d’Anglais



“Personal shopper” and lingerie make fine bedfellows



The role of a “personal shopper” consists in counselling clients on their approach to shopping, in order to help them find items that match their personality and emphasize their figure. Of course, this is impossible without the right lingerie... We asked **Emilie Malgras**, founder of the agency “*Au boudoir de Babou*”, to help us analyse the situation.

Generally speaking, a “personal shopper” is a fashion expert, often even a stylist, who accompanies and counsels their clients during all shopping activities. The concept dates back to about ten years ago, when it first appeared in the U.S. It has been present in France for the last 3-4 years. Even though this service in part remains the prerogative of the financially well off, it is increasingly becoming available to the wider population. In fact, it is perceived as a useful tool for controlling one’s budget and, above all, making smarter purchases, both of which are shopping behaviours induced by the economic crisis. However, these new trends also reflect the increasing interest in becoming more responsible and sustainable as consumers, thus contributing to the ever more important struggle to preserve the environment. Emilie



Chantal Thomass,
ligne «Lonely Poet»

Malgras has long worked in marketing units of big luxury companies such as Burberry, Cartier International or Coty, before embarking upon the adventure of personal shopping.

Créations Lingerie: What type of clients request your services?

Emilie Malgras: When I started working as a personal shopper three years ago, I counselled mainly French expatriates who were keen on preserving the “French touch” in their clothing style. Today, the majority of my clients is still French (about 40%), but there are also some Americans and English — for whom I do distance shopping — and finally some tourists from the emerging countries who want to make sure they are visiting the very best Parisian shopping addresses.

Créations Lingerie: Would you describe the majority of your clients as financially well off?

Emilie Malgras: No. People who request my services are mainly businessmen or women who travel a lot and want to dedicate their free time to their families, or people who feel that their professional or personal lives have reached a turning point and who want to stack all the odds on their side.

—pour lesquels je fais du shopping à distance— et enfin de touristes de pays émergents qui veulent être sûrs de découvrir les vraies bonnes adresses parisiennes.

Créations Lingerie : Conseillez-vous surtout des nantis ?

Emilie Malgras : Non. Les gens qui font appel à mes services sont principalement soit des hommes et femmes d'affaires qui voyagent beaucoup et veulent conserver leur temps libre pour leur famille, soit des personnes à un tournant de leur vie professionnelle ou personnelle qui veulent mettre toutes les chances de leur côté. Ils ont conscience du poids de plus en plus lourd de la communication non verbale, et du fait qu'ils seront jugés au premier regard.

Créations Lingerie : Quels sont les budgets que l'on vous alloue ?

Emilie Malgras : Il n'y a pas de vérité, cela peut aller de 500 à 200 000 euros... Je dirais qu'en moyenne, on travaille sur des budgets de 800 euros.

Créations Lingerie : Auxquels s'ajoute votre défraiement...

Emilie Malgras : Oui. Nous avons trois offres de service : un coût à l'heure (de 130€), à la demi-journée (de 390€) et à la journée entière (de 780€).

Créations Lingerie : Quel est le poids de la



lingerie dans les demandes que vous recevez ?

Emilie Malgras : Au moins 65% des clientes que nous conseillons intègrent de la lingerie dans leur demande. Dans la mesure où elles veulent des tenues parfaitement adaptées à leur morphologie, il est évident que la lingerie a un rôle clé...

Créations Lingerie : Quelles sont les souhaits de vos clientes en termes de produits lingerie ?

Emilie Malgras : Je constate deux grands types de de-

side. These people are aware of the increasing importance of non-verbal communication and of the fact that they will be judged on first impression.

Créations Lingerie: What kind of budgets are you working with?

Emilie Malgras: It depends, the budgets range from 500 to 200,000 euro... I would say that an average budget I work with is 800 euro.

Créations Lingerie: To which we must the cost of your service...

Emilie Malgras: Yes. We charge three different rates: an hourly rate (130€), a half-day rate (390€) and a daily rate (780€).

Créations Lingerie: In the totality of orders addressed to you, what is the share of lingerie?

Emilie Malgras: At least 65% of our female clients include lingerie in their orders. If you are looking for a perfect fit in clothes, you cannot do without perfect lingerie...

Créations Lingerie: What kind of lingerie products are your clients looking for?

Emilie Malgras: There are actually two large groups of clients. The first group is composed of women who are so fashion-wise and demanding that they demand strictly niche products and style above all. However, this client profile is not so frequent. Far more frequent requests come from women belonging to the second group. This group is looking for everyday underwear and focusing on functionality and quality. The former will be escorted to visit brands such as Cadolle, La Perla, Chantal Thomass, Fifi Chachnill or Folies d'Elodie. The latter will be accompanied to the lingerie department of Galeries Lafayette, where we have a private show-room, with a rich offer of more traditional corsetry brands. These women often purchase body-sculpting or invisible items.

Créations Lingerie: Do you also advise these women on night lingerie, and if yes, what are they looking for?

Emilie Malgras: Yes, we also receive requests for night lingerie. In this area, women who are looking for style choose



mandes : une envie de style qui émane de femmes très pointues en mode qui veulent des produits de niche (mais ce profil n'est pas le plus fréquent), et une demande — plus courante— de produits du quotidien qui provient de femmes à la recherche de fonctionnalité et de qualité. Les premières seront accompagnées chez des créateurs type Cadolle, La Perla, Chantal Thomass, Fifi Chachnill ou bien encore aux Folies d'Elodie. Les secondes seront amenées au rayon lingerie des Galeries Lafayette, où nous disposons d'un show-room privé, et où se trouvent toutes les marques de corseterie plus traditionnelles. Très souvent, ces femmes privilégieront les articles gainant ou invisibles.

Créations Lingerie : Leur conseillez-vous également de la lingerie de nuit, et si oui, quels sont leurs souhaits ?

Emilie Malgras : Oui, nous avons aussi des demandes en lingerie de nuit. Sur ce sujet, les femmes qui veulent du style veulent des produits corsetés, et celles qui recherchent du quotidien en corseterie sont davantage prêtes sur ce registre à jouer des matières et de la couleur.

Créations Lingerie : Quid de leurs exigences en termes de "made in" ?

Emilie Malgras : Les femmes qui recherchent une lingerie pointue, de créateurs, sont très connaisseuses des matières et extrêmement attentives aux étiquettes. Elles exigent souvent un made in Europe... En revanche, les femmes à la recherche de quotidien et de fonction

son sont moins aguerries et plus souples face au made in. Le confort prime.

Créations Lingerie : Quel est le profil social de ces femmes ?

Emilie Malgras : Celles qui recherchent du style sont généralement soit des femmes d'affaires, soit des femmes qui ont une vie mondaine importante. Elles sont plutôt étrangères (seul 20% de cette clientèle est française). En revanche, les femmes qui veulent des produits quotidiens sont exclusivement françaises.

Créations Lingerie : Avez-vous eu des demandes des unes ou des autres portant sur des articles écologiques voire en coton bio ?

Emilie Malgras : Non, jamais !

Créations Lingerie : Votre clientèle masculine vous consulte t-elle pour ses dessous ?

Emilie Malgras : Non, je n'ai eu que des demandes de maillot, et encore cela s'inscrivait-il dans un cadre général de tenues à trouver. En revanche, j'ai 5 à 10 clients récurrents qui font appel à moi pour offrir des cadeaux à leur compagne. En général, il s'agit d'un personal shopping à distance. Enfin, certains offrent une séance de personal shopping à l'élue de leur cœur... ■

corset-like products, while those who purchase more ordinary, everyday corsetry prefer to play with materials and colours.

Créations Lingerie: What about their requests in terms of "made in"?

Emilie Malgras: Women who are looking for high-end, designer lingerie, are very knowledgeable when it comes to fabrics, as well as extremely label-conscious. They often specifically request items made in Europe... On the other hand, women who are looking for everyday, functional underwear are less informed about the former and more lenient when it comes to "made in". For them comfort comes first.

Créations Lingerie: What is the social profile of these women?

Emilie Malgras: Women who are looking for style are usually either business women, or women who lead very public lives. They are mostly foreign nationals (only 20% of these clients are French). On the other hand, women who want everyday products are exclusively French.

Créations Lingerie: Have you had any requests from either of these groups regarding environmentally friendly items, i.e. in organic cotton?

Emilie Malgras: No, never!

Créations Lingerie: Do your male clients ever consult you about their undergarments?

Emilie Malgras: No, I only had requests for swimsuits, and these were simply included on the list with all the other clothes. On the other hand, I have 5 to 10 steady clients who use my services to find ideal presents for their female partners. Generally, we are talking about the service of distance personal shopping. Finally, there are some clients who offer a personal shopping session as a present to their loved one... ■

