

## Une affaire de style

Par [JFB](#) le mer 11/04/2007 - 11:49

Une affaire de style

Le coaching - conseil en image est dans l'air du temps. Né aux Etats-Unis dans les années 50, il s'est peu à peu démocratisé : après les hommes et femmes politiques, les stars ou les hommes d'affaires, nous sommes de plus en plus nombreux à nous offrir désormais les services d'un coach, et ce dans le monde entier. Budapest, où la Française Caroline Khamphommala a récemment lancé son activité, n'échappe pas à cette tendance. Portrait d'une entrepreneuse du style.

Caroline Khamphommala est une femme résolument positive et enthousiaste.

Auparavant chef de marque pour les lunettes Nina Ricci, elle réside désormais à Budapest depuis deux ans et demi et c'est ici qu'elle a décidé de se lancer dans cette nouvelle activité : le coaching - conseil en image.

«Le conseil en image est un domaine qui m'intéressait dès le début de ma carrière professionnelle, explique-t-elle. J'ai donc décidé de suivre une formation à Paris et je viens d'ouvrir mon studio au sein du Sofitel, à Budapest.»

Qu'est-ce que le coaching -conseil en image ?

«Cela s'adresse à toute personne désireuse de travailler sur son apparence, qu'elle en ait besoin ou envie, pour des raisons professionnelles ou personnelles». Il comprend trois domaines : le visagisme, la morphologie et la silhouette ainsi que le stylisme. Bien que le programme complet se décline en huit étapes, chacune d'entre elles peut être suivie indépendamment, à la suite d'un premier entretien de coaching : «Je fais avant tout connaissance avec mon client. Sa personnalité, sa vie, son environnement et ses motivations sont des éléments importants qui nous permettent ensemble de définir un objectif à atteindre. Par exemple une femme qui a eu des enfants et qui cherche à retrouver son capital séduction, ou encore un chef d'entreprise qui veut se doter d'une image plus moderne et réaffirmer sa personnalité au sein de son équipe».

La première étape consiste en un test des couleurs. A l'aide d'une palette de foulards colorés, elle cherche à démontrer à son client les couleurs qui lui sont le plus adaptées (lumineuses ou mates, claires ou sombres, froides ou chaudes) et qui le mettent le mieux en valeur. «Une couleur peut faire ressortir un visage alors qu'une autre le rendra flou, brouillé». Etape suivante : le diagnostic coiffure. Caroline Khamphommala reste sceptique face aux logiciels, dits "de visagisme", qui associent la photo d'un visage à différentes coupes et couleurs», car ils ne tiennent pas compte de l'influence de la couleur sur le teint et les yeux, de la qualité de cheveu du client et de ses attentes profondes. S'il existe 8 formes de visages chez la femme, on compte un nombre infini de profils différents. «Avec une coupe de cheveux on peut raccourcir un nez !», explique-t-elle.

Après avoir abordé la question du maquillage, elle procède à un diagnostic "morphologie et style". «Il existe six silhouettes types, explique Caroline Khamphommala. Par exemple, c'est la silhouette en sablier qui correspond aux canons de beauté d'aujourd'hui : épaules droites ayant la même largeur que les hanches et le bassin et taille fine. La silhouette dite en "8", c'est la même chose mais en plus arrondi, alors que la silhouette rectangulaire n'a pas la taille marquée». « Une des "astuces" pour pallier à cela, c'est de recréer, par le vêtement, la forme du sablier...».

C'est le moment de déterminer et de choisir un style vestimentaire qui convienne et corresponde aux attentes de son client. Pour cela, elle utilise des books de styles, de tendances et procède par associations d'idées en le questionnant notamment sur ses goûts en matière de musique, de cinéma, sur ses lectures, etc... afin de mieux encore déterminer son profil vestimentaire tel qu'il figurera dans son guide personnel, remis à l'issue du programme. C'est alors l'étape du grand ménage : le tri de la garde-robe! «Il faudra à la personne se débarrasser de ce qui ne va pas, sinon elle serait tentée de le remettre. Ensuite, si mon client le désire, je l'accompagne faire du shopping, cela fait partie du programme».

Mais est-ce un programme ou une thérapie ? «C'est vrai qu'il faut être à l'écoute du client, respecter ses goûts et ses choix pour lui permettre d'adopter ou de retrouver une attitude positive envers lui-même. Mais je ne suis ni psychologue ni thérapeute. Je dirais que le psy travaille sur le passé, et moi sur l'avenir...»

Par ailleurs, si elle se sait capable de déterminer ce qui peut convenir à une personne, «ce ne serait pas une démarche assez pédagogique. Mon but c'est de

rendre mes clients autonomes par rapport à leur image et surtout de leur faire prendre conscience de leurs atouts et de la façon de les mettre en valeur !»

De 95 euros pour le test des couleurs à 900 euros pour un programme complet, il y en a donc pour tous les goûts... et les couleurs.

Frédérique Lemerre

**Pour tout renseignement : [khamphos@t-online.hu](mailto:khamphos@t-online.hu)**

- 5 vues

Catégorie

Agenda Culturel