

La « French Touch » s'internationalise

Catherine Deydier

De la « chasse de tête » à la chemise sur mesure, le parcours ne semble pas évident mais quand Michel Monier l'explique, l'enchaînement devient tout à fait logique.

Petit flash-back. A ses débuts, Monier conseille les entreprises sur le recrutement. Très vite, en 1982, il lance « Ressources et Développement », une société spécialisée dans la gestion des ressources humaines, la communication interne et la réorganisation d'entreprise, le domaine réservé du PDG. Il vend en 1991 bien que « *n'étant pas vendeur* ». L'offre est sympathique, comme il se plaît à le dire et ne se refuse pas. Deux ans plus tard, alors qu'il envisage de s'orienter vers le rachat de sociétés de produits marketés, le hasard place sur sa route un fabricant de chemises sur mesure, Durfor, bien placé en vente par correspondance. Ce dernier lui présente sa voisine de showroom place Vendôme, Catherine de La Morinière, qui vend des chaussures sur mesure d'origine anglaise sous la marque Liste Rouge. En 1994, Michel Monier rachète les deux affaires pour tirer meilleur parti des deux et de leur savoir-faire.

S'il avoue aimer vivre de « façon esthétique », apprécie à sa juste valeur l'esprit club et élitiste de Liste Rouge, l'homme

d'affaires qu'est Monier n'est pas insensible à la puissance commerciale de Durfor. Cette société créée en 1938, implantée dans le bassin textile de Flers, quadrille la France grâce à son réseau de commerciaux. Il garde donc, de l'un, la fabrication des chemises sur mesure et ses dérivés, pyjamas, caleçons, robes de chambres ; de l'autre, la griffe Liste Rouge.

Fin 1998, il acquiert « Marcel Bur - Elysées soieries », connu pour son activité de tailleur qui complète l'ensemble et récupère le magasin Bur du Faubourg-Saint-Honoré. Il s'y installe sur trois niveaux - 350 m² - après d'importants travaux. Deux collections sont proposées chaque année sur le catalogue, et en initiant un des premiers sites marchands de chemises sur-mesure, Monier fait encore figure de défricheur... Boutique, correspondance, Internet, la société prend dès lors toute son ampleur et l'aventure, telle qu'il l'a imaginée, peut commencer.

Liste Rouge se consacre désormais au sur-mesure traditionnel, chemises et pièces à manches, à la demi- et à la grande mesure. Chaque client a son propre patron mis au point lors du premier rendez-vous et ajusté si nécessaire après vérifications. La formule offre une belle souplesse de création. Et une large capacité de choix. Qu'on en juge : entre mille et trois mille propositions de tissus - italiens, suisses, anglais -



Bouton de manchette bicolore et chemise sur mesure assortie (Liste Rouge).

de la plus haute qualité, voire d'exception, sont répertoriées dans la boutique qui a adapté l'esprit de présentation des joailleries. Pas moins de 250 sur le catalogue de vente par correspondance et sur Internet. Toute la fabrication est réalisée en France, gérée à Paris. Les détails de finition, liés au choix du tissu, n'ont pas d'impact sur le prix d'une chemise, qui s'échelonne de 100 à 160 euros en moyenne. Le service et la qualité ont un prix, mais il reste ici raisonnable. Il faut compter 10 à 15 jours de délai pour la livraison d'une chemise en France, trois semaines environ pour le Japon et les États-Unis. Deux de plus pour ce qui a trait à l'espace mesure, qui nécessite par ailleurs trois essayages minimum.

Si Paris représente pour le moment toujours 50 % du volume de vente, Michel Monier fonde de grands espoirs sur l'international. Ainsi Liste Rouge, présent au Japon depuis trois ans avec un showroom indépendant, réalise déjà 15 % du chiffre d'affaires des chemises, commercialisées également à travers la VPC.

Pour l'épauler, Michel Monier s'est entouré de quatre hommes clés : son bras droit, Daniel Lévy, « un fidèle des premiers jours », qui gère l'activité chemise et demi-mesure, Jean-Luc Maniguet, chargé de la production, Monsieur Dan, jeune tailleur créatif arrivé en 1995 qui a dynamisé l'atelier couture et mis en place quelques modèles féminins, et Nicolas Santi-Weil arrivé l'an dernier pour investir le marché américain. Un challenge de plus pour Michel Monier, fondateur et propriétaire de cette filiale américaine, Liste Rouge Inc, installée depuis deux mois sur Broadway Avenue. Pour gagner son pari, il compte sur le bouche-à-oreille (qui lui a si bien réussi jusqu'à présent). Rien ne vaut « *le client qui en parle à ses copains* », dit-il.

Mais l'événement de la semaine, pour Michel Monier et son équipe, c'est l'ouverture du nouveau site Internet qui se consulte en français, anglais et japonais. Une invitation sans frontières à rejoindre un club sur mesure.

REPÈRES

1994. Rachat des sociétés Durfor et Liste Rouge par Michel Monier.

1998. Rachat de Marcel Bur-Elysées soieries.

1999. Création du 1^{er} site Internet (www.listerouge.fr).

2000. Ouverture d'un showroom au Japon.

2003. Création de Liste Rouge Inc. à New York.

2003. Ouverture d'un nouveau site Internet (www.listerouge-paris.com).



Monsieur Dan, Michel Monier et Daniel Lévy (de gauche à droite), dans la boutique réaménagée sur mesure. (Photos François Bouchon/Le Figaro.)