

1986

"Dernière tournée de Queen avec Freddie Mercury. « Magic Tour » à l'hippodrome de Vincennes. À ce concert, j'ai décidé de faire de la scène."

1987

"Mon père, fermier, déboulant au petit matin avec ses bottes dans ma chambre : « Tu es dans Ouest France. Tu as ton CAP de coiffure ? », m'a-t-il lancé avant de repartir."

2007 & 2010

"La naissance de mes deux enfants."



William Le Pec "So" sur mesure

Coiffeur studio, show-man, directeur artistique...
William Le Pec se lance dans de nouvelles aventures
intimistes, avec la création de salons, et altruistes,
avec la mise en place de Will Éducation.

Pascale Prunier-Froment - Photo : Didier Adam

61

Perfectionniste et créatif, William est aussi à l'aise sur une scène pour un show, qu'en coulisse d'un studio télé ou comme formateur. Pendant quinze ans, il a marqué la profession par ses formations et ses créations au sein de groupes : directeur artistique et formation chez Gérard Glémain - le créateur de Saint Algue -, du groupe américain Regis ou pour des enseignes de Provalliance. On ne compte plus les collections Coiff&Co, Intermède, Saint Karl ou Saint Algue qu'il a réalisées. "Travailler dans de grands groupes, c'est une expérience construc-

*"La créativité,
au départ,
c'est une
seule règle :
pas de
règle !"*

tive, une approche qui permet de travailler en équipe tout en étant dans un phénomène de volume, de masse. Le « diktat » du marketing est plus ou moins

important, il prend parfois le pouvoir sur la création. Quant aux techniques, elles doivent être assimilables par un maximum de coiffeurs." Et d'ajouter : "J'ai eu la chance de vivre la coiffure différemment : je la ramène aujourd'hui à l'échelle humaine du salon. Une gymnastique intellectuelle qui repose sur quatre piliers : fédérer, écouter, entendre et réfléchir."

Un salon à son image

S'il a ouvert deux salons traditionnels, sans rendez-vous, baptisés W, dans des centres commerciaux en région parisienne, son nouvel espace au cœur de Paris, rue Montmartre (2^e), William Le fait découvrir avec sincérité et émotion : un concept réfléchi en duo avec ●●●

*** Céline, son épouse. Du haut de gamme, axé sur le développement durable et le bien-être de la clientèle et de l'équipe. "Je reviens aux valeurs du métier, nous sommes dans du *one-to-one*". Un univers nature avec un mur végétal dès le sas d'entrée, une bulle d'accueil, sans rupture avec le salon séparé d'un voile. Un lieu aux lignes douces où le bois, le cuivre, le verre... trouvent leur place, un agencement qui incite au dialogue avec des miroirs pivotants et aucun visuel de coiffure. Sur des étagères, des bocaux de colorants naturels France in Paris, car ici, la coloration végétale est parfaitement maîtrisée et appréciée de la clientèle.

Un maître-mot : le respect

62

De la personne, du cheveu, de la nature, de ses collègues, de son équipe. Respect qui rime avec proximité par la mise en œuvre de la philosophie Bespoke (cf. encadré). "La phase d'écoute et d'échange

d'informations est importante, avec pour objectif de mettre en confiance et de rééduquer la cliente : l'influence, l'impact de la coiffure sur son visage, sa silhouette, sur sa personnalité. Le coiffeur n'est pas là

*"La phase
d'écoute et
d'échange
d'informations
est importante."*

que pour couper et colorer, il doit donner du sens à ses actions, à son travail. C'est aussi donner du sens à sa vie", souligne William. Ces questions : pourquoi ? Comment ? William les explique par ses origines bretonnes, son caractère terrien,

Will Education, le partage

"Le métier est difficile, j'ai un profond respect pour tous les coiffeurs. Will Education, c'est savoir-faire et faire savoir", insiste William. Ce qu'il applique en salon, il le transmet aux professionnels, du coiffeur solo aux groupes, à travers six stages et des plans de formation adaptés. Objectif : "éduquer" les coiffeurs - et également les clientes -, maîtriser et faire savoir que l'on maîtrise. "D'une technique simple, on peut apporter de la puissance. J'ai théorisé toute la phase analyse grâce à la philosophie Bespoke et aux coupes Mémoires, placés des mots sur ce que le coiffeur ressent pour donner le sens nécessaire. J'apporte aux coiffeurs des techniques qui leur permettent d'être des créatifs permanents et réguliers à tous les échelons de la formation", complète William. La formation peut devenir également événement avec une journée "conseils beauté" en immersion dans le salon avec la clientèle.

Une influence anglo-saxonne

"J'ai eu un maître d'apprentissage « sassoonien ». Les mathématiques, le volume dans l'espace, la 3D, cela me parle. J'ai toujours apprécié la culture anglo-saxonne, j'aime casser les codes. La créativité, au départ, c'est une seule règle : pas de règle ! Je ramène l'idée de créer à la

naïveté d'un enfant. Puis, ensuite, les règles reprennent leur place pour savoir comment on peut mettre en œuvre cette créativité. Quant à la relation clientèle "Bespoke", elle est inspirée des techniques des tailleurs londoniens qui réalisent des costumes sur mesure en fonction de la morpho-

logie et du mode de vie du client. Enfin, dans le salon parisien, les tarifs sont différenciés en fonction de l'expérience, du grade du coiffeur avec en finalité une qualité de travail très élevée. Les experts sont là pour valider. Et c'est aussi respecter le choix budgétaire de chaque cliente", explique William.