

Christelle Sauger, décoratrice

Aurore Turpin. Photos : Christelle Sauger

QUAND LA PASSION L'EMPORTE SUR LA RAISON

A mi-chemin entre le marketing et la décoration, Christelle Sauger repense les intérieurs des entreprises. Dans l'ombre, la décoratrice agence, crée, transforme les espaces pour les rendre harmonieux et cohérents avec l'image d'une marque. Rencontre avec cette professionnelle aux doigts de fée.

A sa sortie du lycée, Christelle Sauger songe à s'inscrire à l'école des Beaux Arts mais suit la voix de la sagesse et se dirige vers le marketing. Après une formation à l'EGC de La Réunion, elle s'envole pour Paris et intègre une école de commerce avant de décrocher un master HEC. Un parcours sans faute qui lui permet rapidement d'être embauchée en tant que consultante en organisation dans une grosse société. Un travail sûr, pérenne et bien payé. "J'ai beaucoup aimé mes études, mais quand je suis revenue en vacances sur l'île après avoir signé mon contrat, je suis rentrée dans un magasin de décoration et j'ai eu un gros de cœur". La raison l'emporte une nouvelle fois sur la passion et elle poursuit dans le commerce. "J'ai vite été rattrapée par qui j'étais vraiment, je ne me sentais pas à ma place". La jeune femme entreprend un virage à 180° et se lance alors dans une formation à l'école Boulle pour devenir décoratrice. Un changement de vie qui ne s'est pas fait sans difficulté. "J'ai dû envoyer 400 CV avant de trouver un job, se souvient-elle. Décorateur c'est un peu comme chanteur, il y a beaucoup de prétendants mais peu

d'élus". Christelle Sauger persiste et fait ses armes sur le terrain, enchaîne les stages et les apprentissages et parvient à collaborer pour de grandes sociétés, comme Maison et Objet. Malgré des débuts complexes, son parcours atypique se transforme en atout. Avec sa double compétence, Christelle Sauger allie la décoration au marketing : elle est à la fois contactée par des particuliers qui souhaitent redécorer leur intérieur mais aussi avec des entreprises. Une activité connue sous le nom de visual merchandising. "Beaucoup d'enseignes, n'ont pas conscience que leurs locaux véhiculent une image". La professionnelle leur explique alors que l'aspect d'un bureau, d'un commerce ou encore d'un restaurant transmet également un message au client. Christelle Sauger a par exemple été sollicitée par un magasin de vêtement à Saint-Gilles. Elle s'est chargée de la rénovation des locaux. En fonction des marques et des produits qui sont commercialisés, la décoration ne sera pas la même et aura un impact différent. La différence se trouve dans les détails. La couleur des murs, le logo, l'agencement de la pièce autant d'éléments



Après des études de commerce, Christelle Sauger s'oriente vers la décoration.

La différence se trouve dans les détails

qui participent à l'ambiance que l'enseigne veut créer. "J'ai été contacté par des restaurants, des marques de vêtements, des magasins de décoration mais aussi de jeux vidéos. La décoration ne concerne pas que les produits branchés", précise-t-elle. Après avoir travaillé plusieurs années pour différentes sociétés, la décoratrice est désormais à son compte. La suite ? Elle ne l'imagine pas dans un autre domaine. "Aujourd'hui, j'ai beaucoup de demandes, je dois parfois refuser des projets. J'espère que ça va continuer".

Retrouvez ses réalisations sur www.decorateur974.fr



Chaque élément est pris en compte pour correspondre à l'image véhiculée par la marque.



Christelle Sauger s'est formée à l'école Boule à Paris.



La décoratrice a travaillé sur la rénovation du magasin de vêtements Soline

LES INFOS EN +

Vous regardez les émissions de décoration ?

Je ne regarde pas vraiment les émissions de décoration à part celles qui font du Home Staging. Cela consiste à présenter au mieux un bien qui est destiné à la vente. Ils font quelques travaux pour séduire les acheteurs. En Angleterre, cette technique est très utilisée, mais en France elle est encore à ses débuts.

Une enseigne dont la décoration vous plaît ?

J'aime beaucoup Boconcept, je trouve que leur concept est très abouti. La chaîne Habitat a des très beaux locaux aussi. Et je trouve que les magasins H&M sont très bien pensés. Même si ils ne vendent pas de produits de luxe, l'intérieur correspond tout à fait à l'image que la marque souhaite véhiculer.

Un projet que vous avez aimé réaliser ?

J'ai participé à l'ouverture du 100ème magasin Leroy-Merlin en métropole. J'ai travaillé pendant un an sur ce projet. On a tout supervisé de A et Z : des plans à la place du pot de peinture la veille de l'événement. C'était vraiment très intéressant.

clicanoo finances.re*

via  clicanoo.re
Le Journal de l'île de la Réunion



RACHAT DE CREDIT
Locataire & logé gratuit

RACHAT DE CREDIT
Propriétaire & accédant

**FINANCEMENT
IMMOBILIER**

**PRÊT À LA
CONSOMMATION**

**L'ASSURANCE
DE PRÊT**

Gagnez en sérénité!

Conseils et formules adaptés
quels que soient votre situation
financière ou vos projets personnels

*EN PARTENARIAT AVEC

