

ÉCONOMIE

Maroc : Sidi Tailoring, le luxe au masculin

Le Marocain Chakir Belhaloumi est à la tête de Sidi Tailoring, une maison de haute couture très prisée des hommes les plus en vue.

JA Réservez aux abonnés | 15 juin 2018 à 18:05 | Par *Katia Dansoko Touré*

Mis à jour le 18 juin 2018 à 19:15



Hommes d'affaires et designer belgo-marocain, Chakir Belhaloumi a toujours eu un pied dans la haute couture. Après avoir travaillé au sein des pôles artistiques de griffes comme Kenzo et Thierry Mugler, il s'est installé au Maroc il y a cinq ans, à Marrakech, où il a créé sa propre marque de tailleur de luxe pour hommes, Sidi – qui, en arabe, signifie « monsieur ».

« J'ai lancé cette maison après avoir constaté que les Africains étaient attachés au style vestimentaire et que les Marocains étaient particulièrement demandeurs en matière de sur-mesure », explique le créateur de 49 ans, qui dessine l'ensemble des costumes de sa griffe.

Sur-mesure et prêt-à-porter

Peu avant de lancer sa marque, il a organisé, pendant neuf mois, la formation de maîtres tailleurs aux méthodes et techniques modernes de la couture. Son show-room de 90 m² est situé dans le [quartier de Guéliz](#) et dispose à l'étage d'un atelier où travaillent 16 tailleurs.

Pour le moment, Sidi propose du sur-mesure et du prêt-à-porter, compte cinq collections et a eu l'occasion de défiler à quatre reprises au Maroc. Notamment lors du Salon de l'homme, au [Mazagan Beach Resort de Casablanca](#), en novembre 2016, et au Royal Mansour de Marrakech, en avril 2017.

SIDI TAILORING : REVELATION



NOUS SOMMES PASSÉS À DES CRÉATIONS PLUS TENDANCES ET DÉCALÉES

Leitmotiv de Sidi : révéler et mettre en valeur l'élégance masculine. « Au début, nous travaillions le costume ou le smoking de façon plutôt classique, raconte le couturier. Nous sommes ensuite passés à des créations plus tendances et décalées. En témoignent le travail sur les imprimés et l'utilisation de matières moins neutres, comme le brocart. On travaille aussi sur la coupe et les couleurs. Par exemple, on aligne plusieurs boutonniers milanaises ou on rallonge les vestes pour créer des demi-manteaux dans des matières nobles. »

Sans oublier de jouer sur les matières traditionnelles : « On prend de la sfifa marocaine, la soie dont on se sert pour orner le bord des vêtements, pour la mélanger à du velours ou à du brocart. Il y a aussi le hrir, cette soie aux reflets brillants, que l'on mêle à du cachemire et à de la laine d'une grande fluidité. On peut véritablement créer de belles rencontres à travers le vêtement. » Des accessoires s'invitent aussi dans les créations – plumes, écussons, mouches et même un bijou berbère cousu à même le tissu.

Coaching du client

Sidi revisite ainsi le costume de façon avant-gardiste. Le prix des pièces s'élève à 1000 euros au minimum pour le sur-mesure, quand les premiers prix pour le prêt-à-porter oscillent entre 200 et 500 euros.

« Tout dépend des matières. Il existe des tissus qui valent jusqu'à 5 000 euros le mètre. Sachant qu'un costume exige 3,30 m de tissu, on peut déjà compter 18 000 euros pour la confection de certaines pièces », indique Chakir Belhaloumi, qui ne souhaite pas révéler son chiffre d'affaires annuel.

Il emploie une équipe d'une quarantaine de personnes réparties entre Marrakech et Casablanca, où est développée la ligne de prêt-à-porter de la maison, agrémentée d'un service de conseil en image.

IL NE S'AGIT PAS DE CHOISIR UN COSTUME, DE LE PAYER ET DE S'EN ALLER

« Il s'agit d'un véritable coaching du client. Morphologie, colorimétrie, matières à privilégier et, surtout, ajustements. Il ne s'agit pas de choisir un costume, de le payer et de s'en aller. On s'assure que ce costume ne fera pas partie des 80 % de la garde-robe qu'en général le client n'utilise pas, parce que les vêtements ne sont pas à sa taille et qu'il ne sait pas assembler les matières. »

Ce service de conseil en image a fait l'objet d'une émission en ligne dont les premières capsules ont été diffusées courant avril sur la chaîne YouTube de la marque.

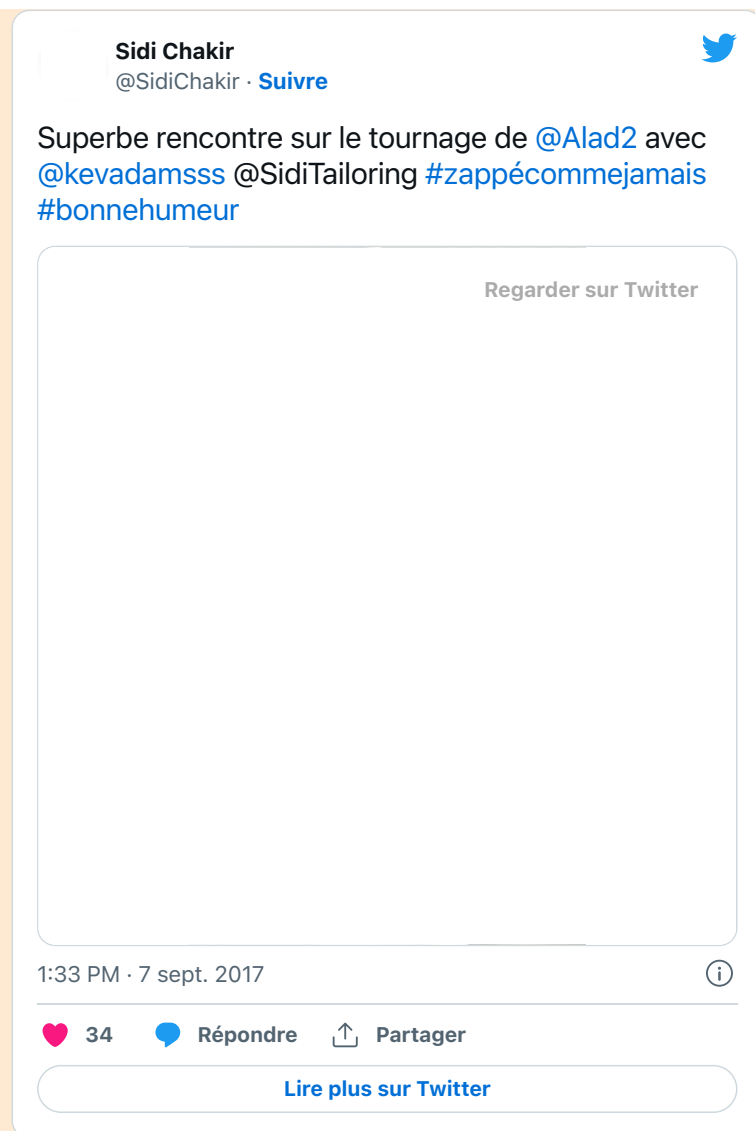
Autre projet pour Sidi : l'extension du show-room de Guéliz, porté à 300 m² afin d'accueillir le tout premier salon consacré à l'élégance masculine. Parmi les services proposés : coiffure, barbe, manucure, pédicure, soin du visage, etc.

Une clientèle de marque

La clientèle de Sidi est à 70 % marocaine, les 30 % restants se répartissant entre la Tunisie, l'Algérie, des pays d'Afrique subsaharienne comme le Nigeria, le Sénégal, la Côte d'Ivoire, la République démocratique du Congo ou l'Afrique du Sud, mais aussi le Moyen-Orient, l'Europe et les États-Unis.

Nombre de personnalités connues sont sur la liste des clients de la marque. Les politiques d'abord (ministres, diplomates, dignitaires, walis), mais aussi des célébrités marocaines comme DJ Van, le groupe Fnaïre, le chanteur Mohamed Reda, l'acteur Mourad Zaoui, le [comédien Abdel Raouf](#) ou le [producteur RedOne](#), pour ne citer qu'eux.

À l'international, Chakir Belhaloumi cite pêle-mêle le [chanteur Akon](#), les acteurs américains Jason Statham et Sean Penn, les acteurs français Kev Adams et Ramzy Bedia.



Une recherche de notoriété clairement affichée par Sidi Tailoring, partenaire d'événements tels que le [Festival du film de Marrakech](#), le festival Mawazine-Rythmes du monde, de Rabat, le Jazzablanca, le Festival gnaoua d'Essaouira, mais aussi d'émissions télévisées diffusées sur les chaînes 2M et RTM.

En octobre 2017, Chakir Belhaloumi a été invité à donner une conférence autour du secteur de la mode au Maroc devant un parterre d'investisseurs africains à la Chambre de commerce américaine de Casablanca.

LA TENDANCE EST PLUTÔT AU MANQUE D'AUDACE... ON S'ATTACHE AUX VALEURS SÛRES

S'exprimant sur le monde de la mode au Maroc, il déclarait alors : « Des créateurs émergent, mais ils gagneraient à sortir de leur confort. La tendance est plutôt au manque d'audace... On s'attache aux valeurs sûres. Par exemple, chez la femme, le caftan ne cesse d'être revisité. Et chez l'homme, on ne fait toujours pas l'impasse sur le sarouel qandrissi. Mais pour moi, le meilleur reste à venir. »

Laine d'apparat

Les tailleurs de la marque Sidi travaillent avec des tissus haut de gamme. Ils proviennent de maisons comme [Holland & Sherry](#), en Écosse, Loro Piana, en Italie, Dormeuil, en France, mais aussi Scabal, en Belgique. Les costumes sont ainsi confectionnés avec de la laine, du cachemire, de la soie, du brocart ou du satin duchesse.

Sidi est en outre la seule entreprise du continent africain à bénéficier d'une exclusivité quant à l'utilisation de la laine de vigogne commercialisée par Holland & Sherry.

Cette laine, fournie par un animal sauvage de la cordillère des Andes, est la plus chère du monde. Elle supprime le cachemire du fait de sa rareté. Le prix du mètre : entre 3 000 et 5 000 euros.

À LIRE AUSSI

- > [JA Fashion Weeks, Fima... La mode africaine déferle sur le continent](#)
- > [JA La babouche de luxe venue du Maroc](#)

jeuneafrique

Bien s'informer pour mieux décider.

Nous proposons des analyses exclusives et des décryptages méthodiques des enjeux économiques du continent. Industrie, Finance, Tech, Énergie, Agriculture... A travers nos portraits, interviews, galaxies et dossiers spéciaux, allez à la rencontre des acteurs publics comme privés, africains comme internationaux, qui dictent au quotidien la cadence du business africain.

Prenez un temps d'avance sur les sujets économiques.

Rejoignez nos abonnés.

S'ABONNER

