

Texte
Pauline Gallard

Photos
Anaïs Rueda

Johanna Tracz révélatrice de personnalités engagées

Elle est le sel sur les âmes en peine, une exhaustrice de la meilleure version de vous-même. Après une carrière parisienne de treize ans en communication pour de prestigieuses maisons de couture, Johanna Tracz, bordelaise d'origine, est revenue aux sources pour se révéler dans un nouveau métier : celui de conseillère en image. Rencontre avec une femme qui vous veut du bien.



“L’image de la femme parfaite est toujours présente. On doit être épouse, mère, femme d’affaires, certaines se perdent et ne s’aiment plus. Je les aide à se sentir belles, à se réconcilier avec leur image et leur corps”



Sublimer les singularités

Dans une autre vie, elle s’appelait Fleur, « *comme la fleur* ». Aujourd’hui, Johanna Tracz épouse à l’envi son nom de femme mariée qui « *va droit au but* ». Si elle aime l’efficacité, cette ancienne responsable communication met désormais sa détermination au service des autres. « *J’ai toujours aimé l’univers de la mode, sa créativité, le fait de devoir se renouveler en permanence, mais j’étais en quête de sens.* » Portée par cette volonté d’un projet à valeur ajoutée, la jeune femme revient à Bordeaux, puis entame une formation de conseil en image.

« Aujourd’hui j’aime dire que je suis révélatrice de personnalités. » Et le challenge est de taille tant l’image joue un rôle primordial dans notre société. Sans surprise, ses clientes sont majoritairement des femmes. « *L’image de la femme parfaite est toujours présente*, précise Johanna. *On doit être épouse, mère, femme d’affaires, certaines se perdent et ne s’aiment plus. Je les aide à se sentir belles, à se réconcilier avec leur image et leur corps. À cesser de courir après des kilos en trop.* » Avec bienveillance, Johanna met en avant les atouts, les personnalités, les singularités. « *Je vois la métamorphose et le fait*

qu’elles rayonnent. » Pour autant, pas question pour la coach de se considérer comme une « *fée qui transforme les gens* », la démarche vient de ses clientes, qui partagent toutes ce même désir de changement. « *Elles sont plus jeunes, ou plus âgées, mais elles savent que cette situation ne peut plus durer*, poursuit Johanna. *On vit dans une époque où le bien-être est important et c’est tant mieux !* » Loin d’être une démarche facile, certaines attendent longtemps, n’osent pas franchir le pas. « *Je suis une accompagnatrice, une partenaire.* » Après un premier bilan, où Johanna apprend à mieux cerner sa cliente, interroge sa personnalité et ses envies, elle propose ensuite un projet sur mesure. « *Je ne fais jamais deux fois la même chose. Ensuite on peut avancer, faire un tri de dressing.* »

Une femme engagée pour les femmes

Alors, comment faire dans une société du paraître pour avoir plus de douceur envers soi-même ? Johanna a la clé : la sororité. « *C’est ma mission de vie professionnelle, je suis très engagée auprès des femmes*, poursuit-elle. *Je fais partie du mouvement Women Actions, qui aide les femmes entrepreneures à assumer leur statut.* » Car les cheffes d’entreprise aussi peuvent être concernées. « *J’aide les professionnelles à faire le point sur ce qu’elles dégagent, à essayer de trouver leur image juste et comment la mettre en avant. Quand on*

se lance à son compte, on travaille beaucoup sur sa communication, son site internet, sa charte graphique, mais il faut aussi penser à soi.» Si Johanna intervient auprès des professionnelles en entreprise sur la valorisation de l'image, sa mission se veut résolument inclusive : « J'accompagne des femmes qui ne savent plus comment s'habiller. Mais j'aide aussi celles qui ne sont pas dans les standards du prêt-à-porter, qui mesurent 1,85 m, qui font une taille 32 ou 56. Des femmes françaises mais atypiques pour l'industrie de la mode. »

Un accompagnement pour trouver son chemin dans une industrie mode sinueuse et normalisée. « On trouve de l'offre sur internet, mais c'est important d'essayer. C'est pour ça que je défends les boutiques grande taille, alors qu'il y en a si peu! » Invisibilisation, peu de moyens ou d'envie de la part de l'industrie ? Johanna est effarée par le manque d'offres et fait de ce désir d'inclusivité son combat. « La plupart des marques s'arrêtent à la taille 42 ou 44. Il y a un gros travail à faire sur la mode inclusive, on est très standardisé.



SES ADRESSES FÉTICHES

Madame Angèle,
« pour son engagement »,
Maison Prune,
« pour sa diversité.
J'aime les boutiques qui ont une âme. »

SES MARQUES LOCALES

Plume Paris,
Gellini, Sapar
ou encore Aatise.



C'est la course au profit alors qu'il y a un vrai besoin.»

Sensibiliser à l'achat raisonné

Dans l'air du temps, Johanna a bien conscience des enjeux liés à l'industrie de la mode. Si elle accompagne ses clientes pour trouver ce qui leur convient le mieux, elle s'engage à le faire de façon responsable. *« C'est une autre*

grande cause que je soutiens, précise la jeune femme. Je ne dis pas à mes clientes d'acheter à tout va. »

Privilégiant la qualité plutôt que la quantité, elle défend le made in France, sensibilisant à l'achat raisonné. Alors que l'industrie textile est la deuxième plus polluante au monde, elle privilégie deux axes : apprendre à mieux se connaître et opter pour des

“Quand on connaît sa morphologie, ses couleurs, on évite les erreurs”

marques responsables. *« Quand on connaît sa morphologie, ses couleurs, on évite les erreurs. Et puis il faut lutter contre la fast-fashion. Je suis pour les griffes qui font de la précommande, comme Asphalt ou Plume Paris. Quand tu attends ton produit, après tu le chéris. »* En amont, elle encourage à se poser les bonnes questions. Pourquoi j'achète ce vêtement ? Est-ce que ça va me donner du plaisir ? Est-ce que je vais le garder longtemps ? De son côté, elle donne aux Restos du cœur, et travaille avec Collection 40, qui récupère des vêtements femme et enfant. *« Après un tri dressing avec mes clientes, je leur envoie les vêtements. Ils les revalorisent et on peut les trouver chez certaines enseignes. »* Un cercle vertueux : Johanna aide à faire le vide chez soi pour mieux se retrouver, tout en revalorisant les vêtements. En parallèle, la coach défend les boutiques engagées à l'image de Madame Angèle. *« C'est une entrepreneuse à impact positif. Elle a créé un concept store où l'on trouve vêtements de seconde main et petits créateurs locaux. »* Femme de cœur et de conviction, Johanna Tracz trace sa route de révélatrice de personnalités avec pour mantra d'accompagner ses clientes *« là où je pense qu'elles pourront trouver leur bonheur ».*

Plus d'informations
johannatracz-relooking.com