

RETOUR EN PROVENCE



Après avoir connu une véritable success story à New York, le coiffeur Frédéric Fekkai a renoué avec ses racines. Il s'est offert une magnifique propriété à Aix-en-Provence et lance une marque de produits de beauté, joliment baptisée Bastide.

Texte et photos **Eric Jansen**

L'entrée du domaine est impressionnante. Après avoir franchi une haute grille, la voiture remonte une longue allée bordée de cyprès et d'oliviers. Puis la façade de la bastide apparaît, à demi cachée par de vieux pins parasols. Tout autour, le jardin planté de lavande, de lauriers roses et d'autres dizaines d'oliviers se déploie en terrasses. On apprendra ensuite que le terrain fait près de sept hectares... à dix minutes du centre d'Aix-en-Provence. C'est à ce genre de détail que la réussite d'un homme peut se jauger. Mais pour l'heure, il faut

patienter au salon. Le maître de maison est à la cuisine, en train de réaliser une expérience de chimie avec son fils Philip, 6 ans. Les minutes s'écoulent et on a tout loisir de détailler les meubles chinés à L'Isle-sur-la-Sorgue, les tableaux contemporains, les jouets entassés au sol, un peu contraint et forcé de se mettre au rythme de cette maison de vacances. C'est alors qu'une phrase lue dans le dossier de presse revient brusquement en tête : « Bastide incarne la slow beauty dans cette vie quotidienne où nous sommes toujours pressés. » Bienvenue chez Frédéric Fekkai où le temps a suspendu son vol...

Ubliam la mod sa dius ina, que achil halestam sede ceredo, stis videess edintis. Grata, atriam conem et? Mius, norterit, cesci tusquam erum rei se concupi onsimis imentima, novendacte,



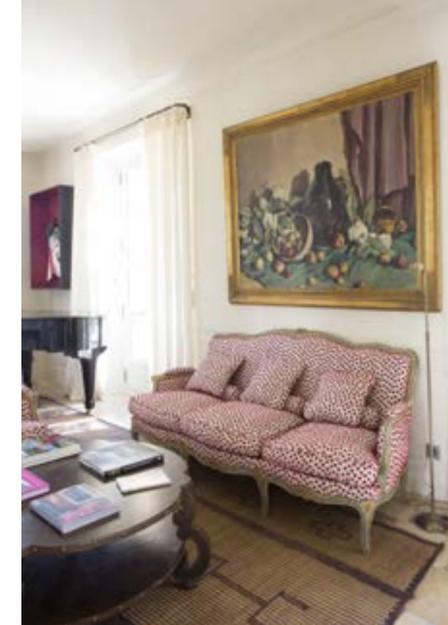
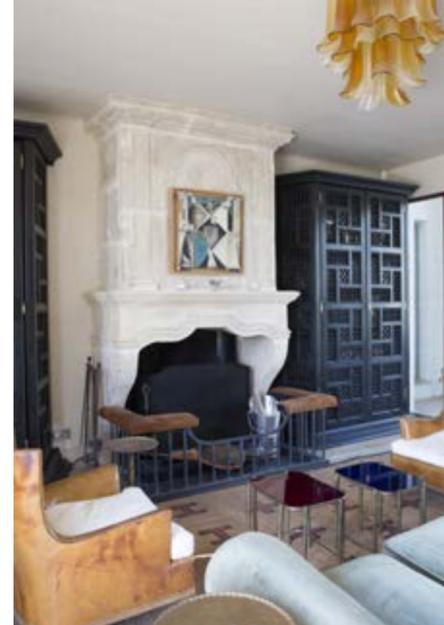


Ubliam la mod sa
dius ina, que achil
halestam sede
ceredo, stis videess
edintis. Grata,
atrarisse clessus
vitima, quas ad me
que eorissendiem
diemus vaste, ceri
silicatia ret faudes?
Ahactoret Catiam
conem et? Mius,
norterit, cesci
tusquam erum
rei se concupi
onsimis imentima,
novendacte,

Le voilà enfin qui apparaît, en s'excusant. La saga peut commencer. Celle d'un adolescent aixois qui se rêvait artiste et qui a connu une success story grâce à une vocation contrariée : « Je devais faire les beaux-arts où j'avais été reçu, mais mon père s'y est formellement opposé. J'ai commencé une fac de droit et je me suis échappé... » Frédéric Fekkai débarque à Paris. Nous sommes en 1978. L'époque est alors bouillonnante et amusante. La nuit, entre le Sept et le Palace, on croise tout le monde. Le jeune homme devient ami avec Bruno, célèbre coiffeur de chez Dessange. Sous sa tutelle, il va découvrir le monde de la coiffure et y faire ses premiers pas. Et quand en 1982, il est question d'ouvrir un salon Dessange à New York, il est du voyage. « Mais lorsque nous sommes arrivés, les travaux avaient pris beaucoup de retard. Tout le monde est reparti sauf moi. » C'est alors que la chance lui sourit. Il est remarqué sur un shooting avec Patrick Demarchelier. L'agent de celui-ci, Bryan Brantley, l'engage alors pour d'autres séances photos.

Quand le salon ouvre finalement en 1983, Frédéric Fekkai s'est déjà fait un nom dans le petit milieu des photographes. « J'ai travaillé avec Alex Chatelain, Paolo Roversi, Michel Comte, Bill King, Peter Lindbergh... » Pendant six ans, il se partage entre le salon Dessange et les photos de mode, puis, en 1989, Bergdorf Goodman lui offre un espace à son nom. « Une opportunité extraordinaire, ça a tout de suite fait un carton ! Tout le monde venait, même des gens qui n'avaient pas besoin de se faire coiffer ! » L'époque est aux mannequins stars, comme Linda Evangelista, Naomi Campbell, Claudia Schiffer et les femmes veulent avoir le même coiffeur ! Surtout si elles s'appellent Kim Basinger, Sigourney Weaver ou Hillary Clinton...

La réussite est telle qu'en 1996, Frédéric Fekkai s'associe avec le groupe Chanel et déménage dans leur building. « J'avais les cinq derniers étages, un espace magnifique. » Cette montée en puissance lui permet de commercialiser des produits de soin pour les cheveux, puis pour le visage et du maquillage. « J'ai même fait une collection de lunettes et une autre de sacs. » Son développement s'accompagne de l'ouverture de salons à Los Angeles, Palm Beach, Dallas, Greenwich et Saint-Barth. « Celui de Los Angeles, sur Rodeo Drive, a été pour moi le plus beau au monde. Il y avait des terrasses avec des cyprès, des oliviers... » Déjà la Provence ! En 2008, cette ascension fulgurante connaît un nouvel épisode : sa société est rachetée par Procter & Gamble. « Je suis resté comme consultant, mais j'étais frustré car je n'étais plus aux manettes. C'est pour cette raison que je suis tellement heureux de revenir aujourd'hui avec une marque authentique, non toxique... »



Ubliam la mod sa
dius ina, que achil
halestam sede
ceredo, stis videess
edintis. Grata,
atrarisse clessus
vitima, quas ad me
que eorissendiem
diemus vaste, ceri
silicatia ret faudes?
Ahactoret Catiam
conem et? Mius,
norterit, cesci
tusquam erum
rei se concupi
onsimis imentima,
novendacte,

Entre temps, le coiffeur a rencontré Shirin von Wulffen et l'a épousée en 2006. Le couple a eu deux enfants, Philip et sa soeur Cécilia aujourd'hui âgée de 9 ans. Avec sa famille, Frédéric Fekkai a pris l'habitude de revenir sur sa terre natale. Tous les étés, il loue une maison de vacances et caresse le projet d'acheter quelque chose... Jusqu'à ce jour de 2011 où une agence lui ouvre les portes du domaine de Chantecler. « Nous ne cherchions pas une demeure aussi grande, mais ce fut un véritable coup de cœur. » La bastide est dans son jus. Tout est à refaire. Heureusement, le couple peut compter sur des amis décorateurs, Jean-Louis Raynaud et Kenyon Kramer. Deux ans de travaux seront nécessaires pour rendre toute sa noblesse au bâtiment, créer des pièces de réception et une multitude de chambres. Pour le jardin, Frédéric Fekkai fait appel à Marco Battaglia. « le beau-frère de mon meilleur ami, Massimo Ferragamo ». Le charme de la Provence agit non seulement sur l'humeur de chacun -« dès qu'on arrive ici, on sent nos épaules se relâcher »-, mais elle devient le symbole d'une éthique de vie. Car à la même époque ou presque, Frédéric devient partenaire, puis propriétaire de la marque Côté Bastide. « Je connaissais bien sa fondatrice, Nicole Houques, Aixoise elle aussi. Elle m'avait aidée à développer une sous-marque chez Fekkai qui s'appelait Beauté de Provence. Quand elle m'a dit que ses enfants n'étaient pas intéressés pour reprendre son affaire, je me suis proposé. » Très vite, la société est rebaptisée Bastide et son image est redéfinie. Adieu linge de maison et art de la table, il n'est dorénavant

question que de beauté : lait nourrissant, savon liquide et eaux de toilette aux noms poétiques : Figue Amour ou Rose Olivier. Pour cela, Frédéric peut compter sur l'expérience de Shirin. D'origine allemande, née en Iran, elle a grandi aux Etats-Unis et a commencé sa carrière dans la communication. Avant de rencontrer le coiffeur des stars, elle était directrice des relations publiques d'Amérique du Nord pour Yves Saint Laurent époque Tom Ford, puis Stefano Pilati. Inutile de dire qu'elle sait ce que veut dire positionnement d'une marque...

Mais ne pas croire que cette nouvelle aventure professionnelle résulte d'un savant dosage d'expérience et d'air du temps. L'engagement est profond, quasi philosophique. « Nos produits sont réalisés par des artisans de la région avec des ingrédients issus de notre terroir », s'enthousiasme Frédéric. « Cent pour cent naturels, ils communiquent le bien-être que l'on ressent ici. La Provence m'a enseigné dès l'enfance que la beauté est plus qu'un produit qui nourrit la peau. C'est aussi la culture dans laquelle vous vivez, la terre qui éveille vos sens, l'atmosphère de sérénité que vous partagez avec les gens que vous aimez. » Un manifeste auquel adhère complètement Shirin : « Nous vivons aujourd'hui dans un monde surchargé de bruit, de distractions de toutes sortes. Je pense qu'il est temps de ralentir, de se poser pour réfléchir et vivre en harmonie avec nos convictions profondes sur la beauté, la famille et notre environnement. » Et si le comble du luxe était cet éloge de l'hédonisme et de la lenteur ?

www.bastide.com