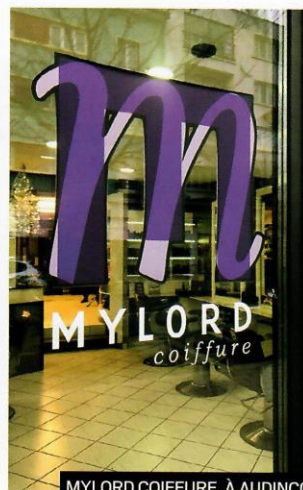




SALON ET DÉPENDANCES, À PERPIGNAN



MYLORD COIFFURE, À AUDINCOURT

Salons mixtes : le renouveau ?

SANS DOUTE MASQUÉE PAR LE BOOM DES SALONS BARBIERS, LA VITALITÉ DE CERTAINS SALONS MIXTES INTERROGE : ET S'ILS AVAIENT TIRÉ LES LEÇONS DES DÉCENNIES PRÉCÉDENTES POUR AFFIRMER LEUR DIFFÉRENCE ET LEURS ATOUTS ?

Les années 2020 seront-elles celles du renouveau des salons mixtes ? Pas impossible. Et ce, malgré le boom des salons hommes et des barbiers, et leur exceptionnelle exposition médiatique, en forme de rattrapage après des décennies de mise au ban des clients homme... Car les salons mixtes ont aussi des atouts, en termes de propositions de services (du coiffage à l'esthétique en passant par la couleur), de maillage du territoire et, tout simplement, d'expérience, riche et généraliste. D'autant que tous les hommes ne portent pas la barbe, et que la tendance est en reflux : si la barbe est devenue un nouveau classique, elle ne sera bientôt plus qu'une possibilité parmi d'autres, une fois l'effet de mode passé. « Les hommes qui se laissent pousser les cheveux vont plutôt opter pour des salons mixtes qui savent bien coiffer les cheveux mi-longs », affirme Damien Roux, patron de Didact, deux salons parisiens qui affichent haut et fort leur mixité. Et qui ont toujours refusé d'ouvrir un espace à part pour les hommes. « La mixité ne pose aucun problème », ajoute-t-il. « Cependant, nous faisons toujours attention à ce qu'il n'y ait pas trop d'hommes dans le salon ». Un quota que Damien Roux établit à environ 20 % de clients hommes. Car au-delà, pense-t-il, cela fait fuir les femmes qui, si elles sont trop observées, ne se sentent plus à l'aise. Pour maintenir ce ratio idéal, il dose savamment ses « posts » de visuels masculins sur les réseaux sociaux, quitte à les stopper net quand il estime qu'il commence à y avoir un peu trop d'hommes dans ses salons. Pour éviter cet écueil, William Le Pec, coiffeur studio, show man et formateur, a choisi une décoration « neutre » pour ses 4 salons. W, celui de la rue Montmartre (2^{ème}), entouré de start-up qui drainent une clientèle jeune et très au fait des dernières tendances, est axé sur le bien-être de la clientèle et de l'équipe. Il est résolument ouvert à tous, on n'y fait pas une sélection des clients, même s'il y a un petit corner barber. « Nous ne le développons pas à fond, car nous ne voulons pas être connotés barber, ce qui ferait fuir les femmes,

soit 60 à 70 % de notre clientèle », explique-t-il. Démarche inversée chez Elise Antoine, qui a racheté il y a 15 ans Mylord Coiffure, 1 salon homme de son père à Audincourt (Doubs) –lequel y travaillait encore– pour y développer... la coiffure femme.

Valoriser le service homme

Elle y a conservé une partie barbier bien marquée, même si elle est plus réduite. « J'ai recréé deux espaces bien distincts, malgré les 65 m², avec à l'entrée l'univers masculin et ses 4 fauteuils barbiers Takara Belmont vintage, qui sont séparés par une petite cloison de la partie femme, 6 postes de coiffage », explique-t-elle. De quoi préserver l'intimité des uns et des autres, dans un salon où les hommes sont minoritaires (20 %). « J'avais envie qu'ils aient leur univers à eux et qu'ils puissent discuter entre eux, même si la cohabitation se passe très bien », ajoute-t-elle. Reste que créer des espaces séparés pour les hommes et les femmes, comme le constate Jérôme Guezou, d'Angel Studio (Paris 17^{ème}), consomme beaucoup d'espace et implique des installations sophistiquées et chères. « Les fauteuils barbiers sont inutilisables quand il n'y a que des femmes dans le salon, car il n'est pas question de les installer dessus » renchérit Damien Roux. Pas vraiment un problème quand on habite en région et que l'on a beaucoup d'espace. Mais forcément plus problématique à Paris, où chaque mètre carré compte. D'autant que la fiche moyenne femme reste plus élevée que celle des hommes, car elles consomment toujours beaucoup plus de services. Et ce, même si ces messieurs, comme le note William Le Pec, prennent de plus en plus soin d'eux, avec des fiches moyennes en très nette augmentation. « Ils sont aussi très fidèles », explique Jérôme Guézou. « Ils adorent acheter, ne comptent pas et préfèrent en général les produits chers, gages de qualité. » Reste que les coupes hommes sont en général facturées moins cher que celles des femmes. Alors qu'elles ne

DÉVELOPPEMENT

sont pas nécessairement plus faciles à réaliser, et souvent exigeantes en termes de finitions. Cette différence de facturation n'a pas cours chez Didact, qui applique, sans rencontrer la moindre résistance, la même politique tarifaire à tout le monde. « *Les hommes aiment beaucoup les détails dans la coupe, comme les bas de nuque bien travaillés, et c'est pour cela qu'ils paient*, explique-t-il. *Mais ils achètent aussi un certain niveau de culture chez le coiffeur. Ils aiment bien échanger et attendent de leur coiffeur qu'ils puissent parler de musique, de mode ou de gadgets technologiques* ».

Miser sur la différence

Il est d'ailleurs temps d'adapter ses services à la nouvelle donne. Car, comme chez les femmes, porter des cheveux plus longs permet d'espacer ses visites : de toutes les trois semaines avec les coupes barbier à tous les trois mois pour la tendance actuelle. Il va aussi falloir former les coiffeurs à cette nouvelle donne. « *Nous poussons nos coiffeurs à s'initier à la coupe aux ciseaux car les dégradés à blanc à la tondeuse ne vont pas durer* », avance Leslie Navarro, de Salon et Dépendances, un salon mixte de 240 m² à Perpignan, avec un corner barbier de 40 m². Il est aussi temps de proposer aux hommes de nouveaux services, pour les faire revenir entre deux visites. Chez Didact, cela s'appelle le comptoir du soin. Un service qui, depuis qu'il a ouvert il y a deux mois, attire plus d'hommes que de femmes. Beaucoup viennent pour détoxifier leur cuir chevelu ou pour un simple massage, facturé entre 60 et 80 euros la demi-heure. « *Les hommes, à qui on ne propose jamais rien, sont très friands de services et font aussi beaucoup de décolorations et de blonds platine* », précise Damien Roux. Un phénomène qui n'a pas échappé à Elise Antoine, laquelle a étoffé sa carte pour la gent masculine, très friande depuis peu de décollements de racines, lissages et balayages naturels. Ceux-ci ne négligent pas non plus les shampooings colorants, les gommages ou les soins de thalassothérapie du cuir chevelu. Autant de services à mettre en place, pour s'adapter à des demandes masculines en pleine (r)évolution. Ce qui ne manquera pas, au passage, de faire grimper le chiffre d'affaires.

Bénédicte de Valicourt

TÉMOIGNAGES



Damien Roux, salons Didact (Paris 1^{er} et 6^{ème})

« Je crois aux coupes hommes plus qu'à la barbe. Or, si tu as les cheveux longs, tu vas plutôt chercher un salon qui coiffe bien les cheveux mi-longs des femmes. »



Leslie Navarro, Salon et Dépendances, Perpignan.

« Nous sommes persuadés que les barbiers ont à un moment donné disparu parce que les hommes se laissaient pousser les cheveux et sont allés dans les salons mixtes. Nous l'expliquons à notre barbier, pour qu'il prenne conscience que le phénomène est en train de se reproduire. »



Jérôme Guézou, Angel Studio (Paris 17^{ème})

« L'homme qui a envie d'un service barbier va chez le barbier. Sinon, il joue la carte du pratique et va chez le coiffeur mixte en face du bureau. Ce qui ne nous empêche pas, si besoin, de leur tailler la barbe ou les poils qui dépassent. »



Elise Antoine, Mylord Coiffure, Audincourt (Doubs)

« Les femmes sont très contentes de voir que leurs maris ont évolué et se remettent en question. Ils veulent un look sympa et coiffé et sont prêts pour cela à opter pour des tas de services. »



William Le Pec, salon W (Paris 2^{ème})

« Nous sommes des marchands de bonheur et cela passe par un savoir-faire très technique et très bien réalisé. Mais aussi par un savoir être pour que nos clients vivent un moment de bien-être. Même la barbe est pour eux un moment de relaxation. »



SALON W, PARIS 2^{ÈME}



ANGEL STUDIO, PARIS 17^{ÈME}



DIDACT, PARIS 6^{ÈME}