



AUJOURD'HUI, UN COIFFEUR GAGNE TROIS FOIS MOINS QU'IL Y A DIX ANS !

Pour comprendre cette situation, il faut regarder les causes plutôt que les conséquences. La profession est en crise en raison de plusieurs facteurs : la vente de produits professionnels aux particuliers alors qu'elle est interdite, le manque de soutien et le silence des instances représentatives. Une situation qui dévalorise le métier démotive employés et employeurs. Pourtant, certains coiffeurs tirent bien leur épingle du jeu. Redonner de la valeur au métier est encore possible, en s'organisant et en défendant les intérêts des professionnels passionnés.



Si les coiffeurs gagnent trois fois moins qu'il y a dix ans, c'est en grande partie à cause de la vente de produits à usage réservé aux professionnels, auprès des particuliers alors qu'elle est interdite.

Nous vous proposons de prendre de la hauteur et de nous intéresser non pas aux conséquences, mais aux causes. Il est à regretter de lire ou d'entendre, pour justifier ce constat *qu'il y a trop de salons de coiffure en France*, que la concurrence s'est intensifiée, que les charges ont augmenté, que la clientèle a moins d'argent et que ses attentes ont évolué. Penchons-nous et reprenons ces arguments. Trop de salon en France. Si tel était le cas, alors, pourquoi ont-ils tant de mal à recruter ? Il y a plus de concurrence. Hérésie : 100 femmes génèrent 600 visites par an il y a 10 ans, contre seulement 250 aujourd'hui. Les charges ont augmenté. C'est un fait, mais force est de constater que les tarifs des services ne suivent pas l'inflation. Ils ont augmenté de 1% quand celle-ci a une progression à deux chiffres. Certainement un début de réponse de ce côté-là. Face à des attentes de la clientèle qui ont évolué, faute de réponses, la guerre des prix s'est déclarée. Un vieil adage dit : « Quand on a plus que son prix à défendre ; c'est qu'on n'a plus rien à dire », et c'est vrai, que fait la profession pour enrayer la baisse de rémunération des coiffeurs ?



« Si les coiffeurs gagnent trois fois moins qu'il y a 10 ans, c'est aussi en grande partie aussi à cause du silence des représentants de la profession. »

« Le Faire soi-même » a gagné en popularité, avec plus de personnes choisissant de se couper ou de se colorer les cheveux elles-mêmes grâce aux nombreux tutoriels disponibles en ligne. C'est à croire que le métier est devenu à la portée de tous. Une pratique, un leurre, non sans danger pour le consommateur et qui peut virer au cauchemar. Un phénomène à la merci de grands groupes, dont étonnamment vos instances représentatives restent muettes. Surprenant lorsqu'on sait que la vente de produits réservés à l'usage professionnel est interdite aux particuliers.

Il est étonnant qu'un particulier sans aucun contrôle, ait accès à des bonifications sur de la poudre comme « un 3+1 ou des tubes de couleur en 6+1 », avec des remises permettant d'accéder à des tarifs meilleurs que ceux de vos distributeurs. Tout cela bien sûr avec le consentement de grands groupes qui se disent « promoteur du métier ». Un sujet sur lequel, vous avez pu suivre les avancées, par l'entremise de vos pairs membres du conseil d'administration, de COOPERE et sur lequel nous vous avons sollicité. Au passage, il est à regretter le manque d'implication de bon nombre de sociétaires sur un sujet qui fera votre faillite ou votre réussite.



Imaginez quelle serait votre activité, si la réglementation était appliquée ?

Passion
Vocation
MÉTIER
Désamour MAL Paupérisation
DÉFENDU
Banalisé Seul(e)

La seconde cause, nous l'avons vu, est liée à la première. Il s'agit de la défense du métier. Le marché est à tel point déréglementé que la profession pourrait bien disparaître, pour laisser seule la tâche du métier sans sa valeur ajoutée. A votre avis, qui défend les intérêts de qui ? Dans un tel contexte, Il ne faut pas s'étonner de la banalisation du métier qui se paupérise chaque fois un peu plus. C'est donc un désamour de la consommatrice et des professionnels indépendants que vous êtes qui se crée. Le moment de plaisir pour l'une et la passion pour l'autre disparaissent au profit de la corvée. Le résultat est le titre de cet article.

«La vocation c'est d'avoir pour métier sa passion ».

Deux causes qui ont pour conséquences :

- ✂ **« L'arbitrage des clients ».** A ne pas confondre avec la baisse du pouvoir d'achats, dont on attribue trop facilement la baisse de fréquentation. Dans le contexte économique actuel, tout est question d'équilibre entre se faire plaisir et en avoir pour son argent. Le consommateur est capable de mettre le prix sur un bon gâteau réalisé par un artisan pâtissier, et d'acheter son pain dans un terminal de cuisson. L'inverse est vrai aussi. Cela renvoie à la légitimité du professionnel que nous venons d'évoquer plus haut. Pour être légitime il faut être passionné et motivé. Or il est à noter une deuxième conséquence :
- ✂ **« La démotivation des employés et des employeurs ».** Le comportement des employés, souvent démotivés se ressent et provoque un impact négatif sur la clientèle, mais aussi chez l'employeur qui ne sait plus comment agir faute de conseils, d'échanges, et mettre des solutions en place. Un état qui n'apparaîtrait pas si la profession était organisée et qui fait apparaître une troisième conséquence. L'organisation du métier.
- ✂ **« Une très mauvaise organisation de la profession qui en réalité n'est faite que de salons isolés ou livrés à eux-mêmes, ou « cornaqués » par des groupes omnipotents »** qui imposent leur vision dans leur seul intérêt et certainement pas celui de la profession. Fût un temps, les salons de coiffure étaient classés selon trois catégories dont la plus élevée était la haute coiffure. Aujourd'hui Le métier est à tel point déstructuré qu'il n'y a qu'à observer l'intitulé des services de la carte tarifaire. Dans certaines situations, elle ressemble plus à un catalogue de pièce détachée qu'à une proposition de services. Il y a de quoi y perdre la consommatrice et « diluer le savoir-faire » du salon. Une baguette de campagne reste une baguette de campagne, elle se distingue par le savoir-faire de l'artisan. « Le faire savoir du savoir-faire » se fera en général par « le bouche à oreille ».

Alors, est-ce que tout est perdu ? Heureusement non !

Mon prédécesseur écrivait dans « les années 90 », « plus jamais seul à l'aube de l'an 2000 ». C'est uniquement par du lien entre professionnels passionnés que le métier pourra grandir, et non pas par une poignée qui s'est auto proclamée comme « les décideurs de la coiffure » soi-disant garant de vos intérêts. A préciser que je distingue bien le lien des discussions du café du commerce. Certains coiffeurs l'ont bien compris et réussissent brillamment avec COOPERE et ses partenaires. Ces professionnels s'intéressent véritablement à leur métier. Ils se forment, connaissent les tendances, du marché, maîtrisent leur rentabilité et sont cohérents avec leur zone de chalandise. Pour ce faire ils se préoccupent et sont attentifs aux attentes leur clientèle. Les données du fichier clients sont à jour et exploitables pour en faire l'analyse qui permettra de développer l'activité.

Ce ne sont que des sujets de bon sens sur lesquels COOPERE vous accompagne avec un ensemble de services comme :

- ✂ Le club Différence au travers des rencontres distancielles sur des thématiques comme les ressources humaines, la fiscalité, l'évolution des dispositifs de formations, ou l'activité.
- ✂ Des escales de quelques jours en Europe ou des séminaires sur des destinations de rêve pour joindre l'utile à l'agréable.
- ✂ Des rencontres en présentielles de haut niveau mêlant l'artistique à l'activité.
- ✂ Un assistant de votre activité avec Panel Vision Connect qui est bien plus qu'un logiciel de caisse avec lequel en un clin d'œil, il est possible de comparer l'activité du salon avec le marché en temps réel, ou encore d'agir sur la rentabilité de ses services avec l'appli EMMA.

Des formations adaptées. L'organisme de formation APC, en collaboration avec COOPERE, propose des formations adaptées aux nouvelles dispositions du FAFCEA. Ces formations personnalisées et individuelles abordent les sujets essentiels pour piloter et dynamiser votre activité.

Inverser la baisse de fréquentation, redonner ses lettres de noblesses à notre passionnant métier, mieux gagner sa vie, c'est possible avec l'expertise de votre coopérative et de ses partenaires. Nous vous invitons à participer à nos événements ou rencontres où nous allons traiter prochainement, pour exemple la carte tarifaire, la cohérence du salon.

“ L'art du métier ne peut être compris et soutenu que par ceux qui le défendent. ”





Jean-Pascal RAINAUD
Directeur Général de Coopéré

Contact Coopéré :

www.coopere.fr  Coopéré
coopere@coopere.fr  @coopere

Contact Club Différence :

www.club-difference  Club Différence Manager
contact@club-difference.fr  @club_difference