

OCTOBRE 2014 - N°1206

COIFFURE

DE PARIS

NOUVELLE
FORMULE

MON BUSINESS

Faire grimper
la fiche colo

CE MOIS-CI

**Les 10
commandements
du coloriste**

SALARIÉS

Prévenir
les risques
sur la santé

SALON

Jouer la couleur
en déco

BANC D'ESSAI

Les teintes
de l'automne

Spécial coloration

MAKING OF Frédéric Mennetrier vous fait découvrir
les secrets d'un « bronde » tout en nuances

Attirer la jeune clientèle, ça s'apprend

La jeune fille de 2014 est une insatiable curieuse en matière d'informations beauté et n'hésite pas à surfer sans relâche sur Internet pour visionner les looks du moment, mais également suivre les tutos capillaires en tout genre. Rien de plus normal... Elle est à la recherche d'une identité et est bien décidée à affirmer son propre look. Et, en matière de colorations, la jeune fille actuelle aime, certes, s'amuser avec ses cheveux, mais déteste, néanmoins, prendre des risques. Exit les nombreux balayages qui, au fil des années, abîment les cheveux. « *La fille entre 15 et 18 ans préfère privilégier le naturel, avec un effet de racines fondues, de pointes éclaircies ou un ton sur ton booster de brillance*, affirme Pierre Carli, responsable du salon parisien Raphaël Perrier. *D'où le succès du tie and dye ou du bain de lumière, qui a l'avantage de nécessiter peu d'entretien...* »

TRANSGRESSION NON DÉFINITIVE

Pour autant, cela n'empêche pas certaines jeunes femmes de craquer régulièrement pour des couleurs flashy, sous forme de craies ou de colorations éphé-

Surconsommatrice, la jeune clientèle de 14-18 ans est une cible à capter à tout prix. Et ça tombe bien... Car elle adore le monde du cheveu, et la coloration capillaire fait partie de ses centres d'intérêt. À vous de jouer donc!

mères. « *La jeune fille aime la transgression, mais à condition que cela n'engage pas un résultat définitif* », enchaîne Antonin Landolfi, responsable marketing coloration chez Wella. Pas étonnant donc que la marque ait lancé, cette rentrée, le ton sur ton Color Touch Instamatic. Le principe ? Des couleurs pastel

« Expliquer ce qui est possible ou pas en matière de coloration »

aux reflets intenses ultra-glossy, qui s'estompent en quelques shampoings. « *Le service s'effectue en 5 à 10 minutes au bac et coûte entre 10 et 15 euros* », poursuit le responsable. Côté fréquentation, la jeune génération franchit les portes du salon, en moyenne, « *entre 2 et 4 fois par an et dépense entre 70 et 150 euros le forfait coupe et coloration* », assure Pierre Carli. Autant de bonnes raisons d'attirer au plus vite cette clientèle

dans votre salon... Et pour cela, rien de plus simple. Immisciez-vous dans le monde de ces ados fans de cheveux et de couleurs, en utilisant leurs codes. C'est ce que s'attache à faire quotidiennement Fabrice Cornillon, responsable du salon éponyme à Auxerre. « *Le jeune a besoin d'être écouté. Au salon, on s'intéresse à lui, à sa vie et à son petit monde. Chansons, cinéma, sport... On lui montre qu'on connaît ses idoles, ses émissions télé favorites. Et c'est un atout, car ce sont ces stars qui l'influencent aussi en matière de colorations*, affirme-t-il. *On parle un langage*

moins guindé qu'avec les clients adultes, mais on garde toujours une image d'expert. On fait un diagnostic, et on est fort de propositions. » Car, oui, cette jeune clientèle, qui fait tout pour se projeter au plus vite dans une vie d'adulte, a tout de même besoin d'être rassurée. « *Nous devons lui expliquer ce qui est possible ou pas pour elle en matière de coloration* », enchaîne Pierre Carli. Côté communication, ne soyez pas intrusif. Pas la

L'EXPLOSION DE LA COULEUR



dit long sur le marché de la beauté. La couleur

est omniprésente, et la jeune consommatrice en demande toujours plus. « *Il y a un parallèle entre l'explosion du vernis et les colorations capillaires flashy qui s'estompent rapidement. Cette même couleur est accessible et se retire facilement* », remarque **Pascale Brousse, PDG de l'agence**

prospective Trend Sourcing (photo). Autonome, l'adolescente se retrouve face à des parents moins sévères. « *La mère accepte la coloration de sa fille plus facilement. Hyperconsommatrice, obsédée par la jeunesse éternelle, elle influence beaucoup sa fille en matière de beauté.* »



À RETENIR

- **Soyez à l'écoute du jeune.**
- **Proposez-lui un service couleur sans entretien.**
- **Découvrez son monde et ses références.**
- **Montrez votre travail via la page Facebook du salon.**

peine de les inonder de sms ou de mails vantant vos dernières prouesses de colorations. Rappelez simplement à vos jeunes clients que votre salon est présent sur Facebook et que votre page regorge de bons plans, de coups de cœur couleurs de people, de relooking avec avant-après... En un mot, donnez-leur envie, l'air de rien! « Facebook, c'est l'interactivité assurée. Dans notre salon, après leurs colorations, bon nombre d'ados font un selfie et le postent sur Facebook », affirme Fabrice Cornillon. Pierre Carli a eu, lui, la bonne idée de collaborer sur la chaîne Youtube avec Emmy-MakeUpPro, une bloggeuse experte en maquillage très en vogue: « Cela est très

suivi par les 16-25 ans. Nous coiffons également gratuitement dans certains salons de mode parisiens, comme le Who's Next ou dans les boîtes de nuit. » Autre arme de séduction massive pour conquérir la jeune cliente, le célèbre cadeau pour récompenser un achat. « Cela fonctionne uniquement s'il s'agit d'un joli présent », estime Antonin Landolfi. Dans ce contexte, Wella décide d'offrir à ses clientes un bandeau ou une broche, afin de mettre en valeur la couleur Color Touch Instamatic. En Octobre dernier, Franck Provost décide, lui, de capter la jeune clientèle en offrant une étoile de la marque Antik Batik pour tout service couleur exclusif Balayage 2 Ors, Brun Cashmere, Ambre Vénitien ou Indian Sun. Pas de doute... Tout le monde œuvre pour attirer la jeune femme dans son salon. Alors, pourquoi pas vous ?

Sarah Ellero



L'avis de RUDY BELMONTE,
cofondateur de Studio Hair Nails
à Paris:

« La jeune fille d'aujourd'hui est la cliente adulte de demain. À nous de la capter et de la fidéliser. »

ELLES NOUS ONT DIT



Constance Courault, 16 ans, Paris: « Le châtain est ma couleur de base, mais je me préfère en rousse. J'ai,

d'ailleurs, fait ma première coloration à 14 ans. Mais, pour le moment, ma mère ne m'autorise cette prestation que tous les 9 ou 10 mois! »



Cloé Vigni, 15 ans, Compiègne (60):

« J'ai coloré ma nuque en prune et j'ai fait quelques mèches afin

d'éclaircir ma chevelure. Je suis allée dans mon salon habituel. Le coloriste a su me mettre à l'aise. »



Johanna Rizzo, 15 ans, Sanary-sur-Mer (83):

« Une de mes amies se teinte depuis ses 12 ans! Pour ma part,

j'ai tenté une fois de me décolorer quelques très fines mèches. Je serais tentée par un léger tie & dye, mais j'ai peur d'abîmer mes cheveux secs. »