Dossier spécial
Le salon... en technicolor
« Un nouvel éclat »
« Un secteur en perpétuelle innovation »
« Un code social de séduction »

Biblond

texte : D.R. - photo : Jérôme SARRAZIN/D.R.

Dossier spécial

Le salon... en technicolor

Alors que la coiffure, pour séduire toujours sa clientèle, doit sans cesse innover, peaufiner ses techniques, se diversifier, la coloration n'échappe pas à la règle. Et Biblond dirait même plus ! La coloration se conjugue actuellement au pluriel et est loin de se cantonner à la seule traque du cheveu blanc comme avant. La coloration est donc devenue un geste cosmétique, comme le maquillage. La palette s'élargit, le nuancier s'étoffe. « Depuis deux ou trois ans, c'est un méli-mélo ! Il n'y a pas une tendance unique qui aurait un boulevard devant elle », note l'un des spécialistes interrogé par Biblond. Le marché de la coloration est, du fait de son développement, un secteur ultraconcurrentiel. On a compté près de 54 millions d'actes de coloration l'an dernier... la moitié effectuée à la maison, par la cliente elle-même ou entre copines, grâce aux kits de coloration qui envahissent les rayonnages de supermarché. L'alternative des coiffeurs est donc de mettre en avant leur créativité et leur savoir-faire. Voilà l'argument définitif pour pousser la porte d'un salon de coloration plutôt que de mettre une boîte cartonnée dans son chariot. Dans ce bouillonnement, deux dominantes sont toutefois repérables. Pour le moins paradoxales... En poupe ces dernières années, le naturel, qui correspond à la préoccupation du moment, le respect de l'environnement. Soit des teintes marronnées, safranées, beiges ou encore automnales. On est plutôt sur des propositions discrètes, subtiles, on joue sur les lumières, la brillance, la texture. À rebours, des teintes plus marquées, plus tranchées sont en pleine progression. Ainsi, de couleurs quasi polaires, blonds voire blanches, ou a contrario des noirs, rouges ou cuivrés ardents. Que l'on suive ces humeurs ou qu'on s'en affranchisse, nos professionnels s'accordent en tout cas à souligner l'importance du diagnostic en amont, précis et personnalisé, pour permettre à la cliente de ressentir et de s'approprier cette nouvelle couleur, quitte, comme le fait **Rodolphe**, à la laisser repartir s'il juge une couleur belle naturellement sans traitement. Ce dialogue est une étape cruciale pour mettre en avant la valeur ajoutée que représente ce service en salon.

« Un code social de séduction »

Il est le spécialiste de la couleur et, en cela, il est en prise directe avec les tendances. Une vraie victime de la mode..., mais toujours pour le plaisir des femmes ! « *Les clientes sont très influencées par les magazines de mode, et cette année, elles foncent !* affirme **Rodolphe**. *Adieu le blond Kidman, bonjour l'entre-deux de Scarlett Johansson. Les femmes étaient très blondes, cette année elles le sont moins.* » Elles passent ainsi dans le salon de **Rodolphe** du châtain clair au marron froid. A côté de l'évolution couleur, le coloriste parisien a également noté un changement de comportement. « *Le grand mot, il y a peu encore, était le naturel, les clientes ne voulaient surtout pas qu'on puisse détecter une coloration sur leurs cheveux, nous étions un peu des gourous, des êtres obscurs... Aujourd'hui, elles donnent le nom de leur coloriste dans les magazines !* » Les clientes ont également pris conscience que leurs cheveux ne sont pas tombés du ciel sur leur crâne, elles investissent dans le soin pour séduire. « *Elles savent qu'elles ont une responsabilité dans la beauté de leurs cheveux, dans leur brillance, dans leur aspect chatoyant. C'est un code social de séduction, presque un code sexuel.* » Il n'y a toutefois pas de miracle, « *en aucun cas, on ne pourra avec une couleur résoudre un problème de fond, on peut faire beaucoup de choses, mais on ne pourra pas faire revenir un mari ! C'est là que mon oeil neuf intervient, pour aiguiller la cliente.Car une couleur se fait à deux* ».

NUMÉRISATION & DESIGN : STUDIO PIXEL
Toutes les illustrations, logos, photos ou textes appartiennent à leurs propriétaires respectifs | Le présent article n'est qu'un extrait de l'article original appartenant à la publication représentée.