

COIFFURE DE PARIS

Profession coiffeur
MON BUSINESS

La colo pour hommes se démocratise

Aujourd'hui, les hommes fréquentent plus souvent les salons de coiffure que les femmes ! Il est donc temps pour les coiffeurs de savoir leur proposer un service de coloration. Car les demandes se multiplient et celui-ci est un excellent vecteur d'augmentation du chiffre d'affaires.

Il y a vingt ans, parler de la coloration à un homme, c'était se retrouver face à des cris d'orfraie : « *Ce n'est pas pour moi ! Je vais être ridicule. Vous n'y pensez pas !* » Cet acte était censé être « féminin », réservé aux artistes et excentriques. Puis la peur d'être catalogué comme efféminé a, peu à peu, cédé du terrain. Si l'homme viril d'il y a vingt ans se contentait d'un après-rasage comme unique produit cosmétique, au XXI^e siècle, il est soucieux de son image sociale, de la concurrence des jeunes au travail. Plus question de conserver des cheveux blancs qui donnent l'impression d'un homme dépassé, prêt à la retraite.

JOUER SUBTILEMENT LE NATUREL

« *Huit hommes sur dix qui viennent dans mon salon réclament qu'on amoindrisse le nombre de leurs cheveux blancs*, témoigne Rodolphe Lombard, fondateur du salon Coloré by Rodolphe, à Paris. *Le secret est de laisser des cheveux blancs apparents, d'avoir une démarche*



Pour la majorité de la clientèle masculine, proposer la coloration demande de la subtilité.

de coloration très subtile. Une coloration qui se voit est associée à une perte de virilité. On travaille donc en trompe l'œil, en ton sur ton. Le cheveu masculin est plus riche en fer, une couleur ratée vire au roux. Il faut donc arriver à obtenir un coloris parfait. Si la coloration est réussie, on

peut être sûr que l'homme reviendra ! C'est une clientèle fidèle. » Il y a dix ans, 2% de son chiffre d'affaires provenait de la coloration homme. Autant dire que ce n'était pas une priorité. Mais aujourd'hui, elle en représente 25% ! Le secret serait-il de proposer le service à la clientèle, discrètement ? « *Surtout pas !, s'exclame-t-il, il faut que l'homme soit demandeur.* »

UN CHALLENGE POUR LES MARQUES

« *Nous sommes conscients de la croissance du marché de la coloration pour hommes*, témoigne Frédérique Cuvelier, responsable de la communication Professional Beauty France de Wella. *Nous avons parmi nos références une mousse pigmentante, Gradual Tone (noir et marron) de la gamme SP Men spécialement conçue pour les hommes, qui couvre cheveux blancs et gris, de façon naturelle et progressive, au fureta mesure des applications. Par ailleurs, nos clients proposent souvent la coloration Illumina Color, qui convient aux hommes, car elle permet un résultat très naturel, avec des effets de transparence pour une couverture de cheveux blancs à 100%.* »