

JUILLET-AOÛT 2019 - N°1259 - 9,50€

COIFFURE

DE PARIS

CE MOIS-CI

**Le temps, c'est
de l'argent**

VU SUR LES PODIUMS

**Les collections
Croisière**

TRESSES & *nattes*

**Hare & Bone modernise les grands classiques
pour un effet natté-détressé**

ISSN : 0751-5960 © Philip Veitch

Une marque de cosmétiquemag

COIFFEURS
INDÉPENDANTS

LA SANTÉ DE VOTRE ENTREPRISE DÉPEND DE LA VÔTRE. Pensez-y !

PRÉVENTION PRO
INDÉPENDANTS

La Sécurité sociale
pour les
indépendants
vous propose
Prévention Pro
Indépendants,
un programme
complet de prévention
des risques professionnels.



Pour en savoir plus, rendez-vous sur :

secu-independants.fr/prevention-pro

SÉCURITÉ SOCIALE

**l'Assurance
Maladie**
RISQUES PROFESSIONNELS

**SÉCURITÉ
SOCIALE
INDÉPENDANTS**

COIFFURE DE PARIS est une publication de
Link Media Group
68 rue du Faubourg-Saint-Honoré, 75008 Paris
SAS au capital de 3 010 500 €
RCS Paris: B 828 986 158

LINK MEDIA GROUP
DIRECTEUR DE LA PUBLICATION
Stéphane Demazure
DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE
Patricia Thouanel-Lorant
pthouanel@linkmediagroup.fr

RÉDACTION
RÉDACTRICE EN CHEF
Charlotte Nattier
cnattier@coiffuredeparis.fr
ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO
Aubin Allières-Vergé, Florence Bernardin,
Martine Carret, Audrey Freil, Frédéric Therin.
SECRÉTAIRE DE RÉDACTION
Philippe Pierrat
CHEFFE DE SERVICE PRODUCTION
Anne Krouk
akrouk@linkmediagroup.fr
CHEF DE STUDIO
Olivier Grison
ogrison@linkmediagroup.fr
ICONOGRAPHE
Margaux Quesnel (01 84 25 95 11)

Abonnements
Formule classique: 1 an - 11 numéros:
France: 82 €
Abonnement formule intégrale
1 an - 11 numéros, l'accès au site
et à l'application: France 94 €
Étranger: nous consulter.
Service abonnements Coiffure de Paris
4 rue de Mouchy - 60438 Noailles Cedex - France
Tél.: 33 (0)1 70 37 31 60
Abonnez-vous en ligne: www.coiffuredeparis.fr
abonne@coiffuredeparis.fr

SERVICES COMMERCIAUX
DIRECTRICE COMMERCIALE ET ALBUMS
Sabrina Serin (06 46 48 58 80)
sserin@coiffuredeparis.fr
RESPONSABLE DE L'ADMINISTRATION
DES VENTES:
Hélène Antoine (01 84 25 95 09)
hantoine@linkmediagroup.fr
DIRECTRICE MARKETING ET COMMUNICATION
Lyndia de Campos (06 42 25 82 84)
ldcampos@linkmediagroup.fr
DIFFUSION ABONNEMENTS FABRICATION
Virginie Poiron
vpoiron@linkmediagroup.fr
CHEFFE DE PROJET MARKETING DIRECT
Cindy Bonnefous
cbonnefous@linkmediagroup.fr
ASSISTANTE DIFFUSION ET
ANNONCES CLASSÉES
Patricia Demuynck (01 84 25 95 13)
pdemuynck@linkmediagroup.fr
ÉVÉNEMENTS - PARTENARIATS
Responsables des événements:
Delphine Gadret (06 07 89 11 52)
dlgadret@linkmediagroup.fr

www.coiffuredeparis.fr

Commission paritaire n° 0320 T 86865
- ISSN 0751-5960
Photogravure: Amalthéa.
Imprimerie: Imprimeries de Champagne,
rue de l'Étoile de Langres, 52200 Langres.
Dépôt légal: à parution.
Origine du papier: Italie.
Taux de fibres recyclées: 0 %.
Certification: PEFC 100 %.
Eutrophisation PTot: 0,036 kg/t.

© Coiffure de Paris, 2019
Imprimé en France/Printed in France.



C'est *l'été!*

nous vous avons préparé un numéro comme une invitation au voyage avec un focus sur les plus belles collections Croisière des grandes maisons de couture (cf. p. 46), mais également un tour d'horizon des salons de coiffure des plus beaux hôtels de la Côte d'Azur (cf. p. 58). Cela vous donnera peut-être envie de prendre le large, encore faut-il pouvoir fermer votre salon pendant les congés estivaux. Vous avez été nombreux à nous interroger sur la question via notre page Facebook. Dans *Paroles de Coiffeurs* (cf. p. 20), nous apportons des éléments de réponse à cette question qui engendre aussi parfois des casse-tête de planning. Et si vous embauchiez un salarié en contrat à durée déterminée pour pallier le besoin de vacances de vos salariés? En attendant, toute l'équipe de *Coiffure de Paris* vous souhaite un bel été et vous donne rendez-vous en septembre, une période très dense pour la profession, avec notamment la tenue du MCB by Beauté Sélection, le grand rendez-vous annuel des coiffeurs. Nous vous attendons nombreux sur notre stand.

Charlotte Nattier, rédactrice en chef



© Jean-Baptiste Charrier

CES COIFFEURS ONT FAIT CE NUMÉRO AVEC NOUS...

Alex (Spa L.Raphael, Cannes), Fabrice Antz (L'Atelier, Holtzheim), Samuel Bettenally, Marilyn Blache (MC Team, Nice), Coline Bourdère, Claudie Coirault (Noir & Blanc Coiffure, Naintré), Michel Dervyn, Laetitia Duville (Imag'in, Saint-Maixent-l'École), Jérôme Guézou (An Gel, Paris), Vanessa Kominowski (Végétalement Provence, Aix-en-Provence), Alexandre Mondon (Grand-Hôtel du Cap-Ferrat, A Four Seasons Hotel, Saint-Jean Cap-Ferrat), Yohan Menzoyan, Manuel Monnot (Manuel Monnot, Montluçon), Clément Pellerin (Lucie Saint-Clair, Paris), Marie Rizzo, Jean-Christophe Robelot (Barbiers de Saint-Amour et Pop-Hair, Besançon), Cindy Sciortino (L'Hair Végétal, Courmon-d'Auvergne), Charlene Thuillier (Aloha Coiffure, la Flèche)

Pour vous abonner, rendez-vous page 62 et sur coiffuredeparis.fr

UNE JOURNÉE BUSINESS ET ARTISTIQUE CONSACRÉE AUX COIFFEURS
MASTERCLASS BUSINESS AWARDS
HAIR BATTLES JOB DATING SURPRISES

HAIR STAR DAY



DIM. | 1^{ER} DÉC. | PARIS

SHOWROOM DU MARAIS – RÉPUBLIQUE VALMY

INSCRIPTIONS

JOURNÉE / HAIR BATTLES

BUSINESS TROPHY

06 81 49 89 68

hairstarday@coiffuredeparis.fr

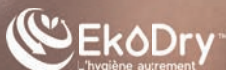
SPONSORING

Sabrina Serin – 06 46 48 58 80

slerin@coiffuredeparis.fr

www.hairstarday.com

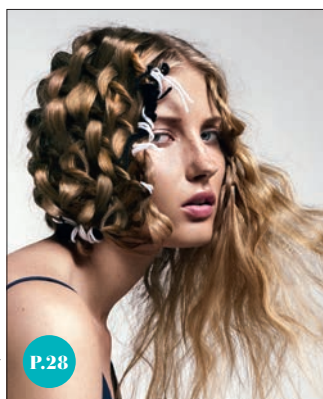
En partenariat avec



by COIFFURE
DE PARIS



© Christian Roux - Illustrissimo



© Philip Veitch



© Adobe Stock



© SIPA

Ce mois-ci

- Le temps, c'est de l'argent p.6-7

Profession coiffeur

MON BUSINESS

- Créateur ou repreneur ? Deux options à étudier... p.8-9
- Purificateurs d'air : aérer la vie de salon p.10
- Des collections Nature plus engagées p.12

- Le nouveau concept pro d'Henkel p.12
- Les actualités de la coiffure p.13-15

MANAGEMENT

- Comment s'adapter à la génération Y ? p.16-17
- Les spécificités d'un recrutement en CDD p.18

PAROLES DE COIFFEURS

- Est-il judicieux de fermer son salon en été ? p.20

Tendances

VU SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Sur Instagram, Facebook, YouTube, Pinterest, making of... p.22-23

VU DANS LES SHOWS

- Michel Dervyn et Shampoo : pastels à gogo p.24-25
- Chapeaux bas à Cheverny p.26
- L'Oréal : au bal du Nord p.27

VU DANS LES COLLECTIONS

- Tresses et nattes p.28-41

MAKING OF

- Les twists torsades rock de Betty Bachz p.42-43

DÉCRYPTAGE

- Soyez un pro de la lutte antichute ! p.44-45

CAHIER DE TENDANCES

- Invitation au voyage : défilés Croisière p.46-49

Dans les salons

LE CHOIX DE LA RÉDACTION

- Magnet de Revlon Professional p.51

PRODUITS-ACCESSOIRES

- Départ immédiat p.52-53
- Lancements p.54-56

BANC D'ESSAI

- Laver en douceur p.57

TENDANCES CONCEPT

- Escapes hôtelières sur la Côte d'Azur p.58-59

Graines de coiffeurs

- Saga : Angel Studio p.60-61
- Tresses : laissez exprimer votre créativité ! p.63
- À voir p.64

À suivre

- Yohan Menzoyan p.66

Le temps, c'est de l'argent

Maîtriser efficacement son temps et ses priorités est une condition indispensable au bon fonctionnement du salon. Aussi, c'est au manager de transmettre à ses employés les clés pour surmonter les difficultés et optimiser l'organisation de la journée...

DÉFINIR LES TÂCHES ET LES RESPONSABILITÉS

Clarifier pour chaque collaborateur ses différentes missions quotidiennes et redéfinir ses responsabilités, telles doivent être les priorités du manager, s'il souhaite que son équipe travaille avec efficacité. Or, il n'est pas rare, aujourd'hui, que les salons fonctionnent en équipe réduite, d'où la nécessité pour les employés d'être d'autant plus performants et percutants dans l'exécution de leurs tâches tout au long de la journée. « *Le rôle de chaque collaborateur doit être précisément défini, sans quoi le moindre grain de sable peut engendrer une complète désorganisation*, explique Marilyn Biache, gérante du salon MC Team, à Nice (06). *Et cela peut se ressentir très vite sur le chiffre d'affaires du salon.* »

HIÉRARCHISER LES PRIORITÉS

Identifier l'urgent et l'important, c'est-à-dire distinguer les tâches prioritaires des tâches superflues, telle est la règle d'or pour organiser efficacement son temps de travail et mener à bien ses différentes missions sans se laisser déborder. Que le salon fonctionne avec ou sans rendez-vous, le problème récurrent de la gestion du temps est aussi une source de stress au quotidien pour les employés.

Richard Wolff, formateur, consultant et président de La Voie des Hommes, observe : « *Aujourd'hui, le sentiment d'être débordé et de ne plus réussir à accomplir sa mission peut toucher n'importe quel individu sur son lieu de travail. L'hyperconnectivité à laquelle nous sommes tous confrontés depuis quelques années a encore accru ce sentiment de devoir toujours en faire plus en moins de temps.* »

***« Je programme
des entretiens
individuels
réguliers avec mes
employés, afin de
montrer à chacun
ses performances et
ses carences dans
l'accomplissement
des tâches
quotidiennes. »***

Marilyn Biache,
gérante du salon MC Team, à Nice.

Face à cette difficulté, le manager se doit d'aider ses collaborateurs à classer les tâches par ordre de priorité. Cette initiative permettra à l'employé d'aborder sa journée de travail avec plus de sérénité et d'efficacité.

DÉTERMINER POUR CHAQUE TÂCHE, LE TEMPS EXACT À CONSACRER

Identifier les tâches à accomplir, c'est bien, mais évaluer le temps à consacrer à chacune, c'est mieux ! Aussi, le temps imparti aux différentes missions des employés doit être réaliste et mesuré. « *L'un des problèmes majeurs est de réussir à évaluer le "budget temps"*, poursuit Richard Wolff. *En réalité, on minimise toujours le temps que l'on pense devoir affecter à une tâche, d'où une accumulation de retard sur les suivantes.* » Ainsi, il s'agit de laisser à l'employé une marge importante pour lui permettre d'exécuter convenablement ses missions, tout en étant cohérent par rapport aux besoins et à la fréquentation du salon. Cependant, le manager doit également savoir s'adapter au profil de l'employé, à ses compétences et à ses capacités...

IDENTIFIER LES PERFORMANCES ET CARENCES DU COLLABORATEUR

Ce n'est pas un scoop, chaque employé a ses défauts et ses qualités. Il est donc important pour le manager de bien connaître les limites de ses différents collaborateurs, afin d'éviter le surmenage et parfois le burn out ! Une bonne communication est alors indispensable, et il ne faut pas hésiter à mettre en place des outils pour réussir à appliquer sa stratégie. « *Je programme des entretiens individuels réguliers avec mes employés, afin de montrer à chacun*