

ECHOS COIFFURE

Sus à la morosité
Les tendances
s'emballent

DOSSIER
La franchise :
nouvelle donne

Evénements
Beauté Sélection
à Nantes
Marseille
creuse sa différence

Mode & beauté
« Tutti frutti »



Beauté Sélection : fédérateur régional de la coiffure !

Le salon professionnel de la Coiffure et de l'Esthétique a présenté les 18 et 19 janvier à Nantes une 3ème édition, familiale et convaincante. Un rendez-vous local qui fait la part belle au trio animation, business et show.



Présentation des derniers albums Echos Coiffure



Grand succès du côté des shows



Frédéric Desmars met en avant la mèche Highlight de Pivot Point

Petites affaires entre amis. Comme son aîné de Lyon, mais version petit format, la 3ème édition de Beauté Sélection, qui s'est déroulée les 18 et 19 janvier à Expo Nantes Atlantiques sur 5000 m2 d'exposition a joué la carte de la proximité dans une ambiance bon enfant. Le rendez-vous nantais a accueilli 7500 visiteurs, employeurs, salariés et élèves, soit environ 500 de moins que l'an dernier, provenant du Pays de la Loire, de Bretagne, du Finistère et aussi de Basse Normandie. « Cette légère baisse de la fréquentation s'explique par le choix de la date, trop proche des fêtes de fin d'année, confie l'organisateur, Jean-Pierre Le Meur (Société Standing). Nous allons reconsidérer la période pour 2010, certainement en mars, même si nous allons subir la concurrence des salons parisiens (Mondial Spa et Nouvelles Esthétiques). Mais, dans tous les cas, nous ne parviendrons pas à faire de Nantes un salon aussi important que ceux de Lyon ou de Metz. Nantes présente un potentiel environnemental et commercial limité ». Qu'importe. Sans sourciller, les 70 exposants, au rayonnement international, national et régional ont joué le jeu des animations et des nouveautés. « L'intérêt d'un salon comme celui-ci est sa dimension régionale, donc familiale !, se réjouit Patrice Riva, attaché technico commercial du secteur Grand Ouest pour 3CI. Nous y cultivons la proximité avec des clients qui n'ont pas les moyens de se déplacer à Paris ».

Au bonheur des extensions

« Ce que veulent les coiffeurs, ce sont des cheveux, de la couleur, de la démo ! s'empare Frédéric Desmars, responsable chez Pivot Point du service extension, lancé en juin 2007. Et c'est justement du côté des spécialistes des Extensions, que les nouveautés sont allées bon train. « Voici notre petite dernière, la mèche highlight de la gamme Hair Contrast, poursuit Frédéric

Desmars. Il ne s'agit pas cette fois-ci d'une tête ou d'une demi-tête mais juste d'une bande de 2 cm pour donner des effets de fantaisie. Soit au total, une proposition de 36 mèches couleurs flashy (rose, bleu, verte, rouge) ou naturelles ».

Ariès Création, dirigé par Franck Brayard veut aussi combler cette envie de « fun » avec la toute nouvelle « Bande à Clips », des cheveux synthétiques japonais, déclinés en huit teintes. « En tant que fabricant, nous devons nous montrer réactifs vis-à-vis des attentes de nos clients. Avec ce type d'extension, nous répondons à la consommatrice qui veut des cheveux longs sur le champ ! Et facile à appliquer ! ». Du côté de **Balmain**, le nouveau directeur général, Eric Peltier (voir « Telex ») veut convaincre les coiffeurs que « les extensions ne représentent pas seulement de la longueur mais servent aussi à donner de la couleur, à changer des mèches, à redonner du volume, à faire des effets de frange... ». En mars, la marque sortira des bandelettes autocollantes, déclinées en 24 coloris, en 30cm, 15cm et 12cm. » Nous avons du clip et de la pose à chaud. Il fallait trouver une alternative », explique Eric Peltier. La marque planche aussi sur un nouveau concept d'extension pour capter les salons prestigieux. La suite en mai...

L'informatique comme accélérateur de croissance

En plus d'une vitrine ouverte sur les derniers lancements, Beauté Sélection a regroupé aussi de grands acteurs de l'informatique. L'objectif est de donner aux professionnels les moyens d'optimiser leur développement. **Fiducial**, société dédiée au service des petites entreprises et qui aligne 530 agences en France, soit une tous les 30 kms, réactualisera à l'automne



Fantaisie sur le stand Ariès Création (Franck Brayard)



Démonstration chez Pivot Point



L'équipe jeune et dynamique de Balmain



Approche ludique et intuitive chez Fiducial (Jean-Pierre Desprez)

vandis

Vandis vous propose :

UNE GAMME 100% NATURE
A base d'argiles et d'huiles végétales

<p>Cosmetic Alchemy</p> <p>- 3 gammes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ligne capillaire • Ligne cosmétique visage et corps • Ligne enfant <p>- Les + Cosmetic Alchemy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Argiles non irradiées • Huiles Végétales Naturelles • Huiles Essentielles Bio • Sans colorants de synthèse • Sans parabens • Conservateur Végétal • Non testé sur les animaux • Emballages PET recyclables • Fabrication française 	<p>VANDIS</p> <p>ZA de la Peysse - Barberaz 73000 Chambéry (Fr)</p> <p>Tél : 04.79.33.53.60 Fax : 04.79.70.07.64 www.vandis.fr info@vandis.fr</p>
--	---

réalisation nouvel oeil : 04 79 68 94 48

son logiciel «Media Coif». «Le fond restera le même (encaissement, gestion client, stock produit...) mais l'ergonomie changera. Un bon petit coup de jeune sur la méthode et l'image avec une approche plus ludique et intuitive. Nos partenaires attendent une simplicité d'utilisation. L'informatique n'est pas leur métier.», déclare Jean - Pierre Desprez, chef de vente de Fiducial Informatique, fier d'être la société qui propose le système ASP, un serveur qui stocke en permanence toutes les données qui lui sont confiées. Depuis quatre ans, 1000 clients coiffeurs sont hébergés en ASP, essentiellement des franchises. Le fabricant **3CI**, dirigé par Christian Guérin, suit, lui aussi, les attentes des chefs d'entreprise. «Nous interrogeons en permanence nos clients à travers une boîte à idées pour faire évoluer notre logiciel», insiste Patrice Riva, attaché technico, Grand Ouest. Du coup, la Station VXPro a présenté ses dernières options : gestion des chèques cadeaux, encaissement de chèques en différé, et virements pour tutelle et curatelle. Encore du nouveau pour augmenter la rentabilité des salons de coiffure, avec «**Client Expert**», un tout jeune regroupement de quatre entreprises, Avenir Entreprises, Profeeling, CryStone et Com-Unica, chacune spécialisée dans un domaine. Soit respectivement, le conseil et l'expertise comptable, le conseil en image, la gestion (informatique) et la communication et marketing. L'idée est d'offrir une solution personnalisée à chaque structure.

De jeunes pousses audacieuses

Motivés et déterminés ! 165 participants, employeurs, salariés et étudiants (CAP, BP), soit 65 de plus que l'an dernier se sont exprimés avec passion lors des concours coiffure, organisés par l'**Union**

Démo de la station VXPro de 3CI par Patrice Riva



Association de compétences chez Client Expert

Ca déménage du côté d'Express Coiff



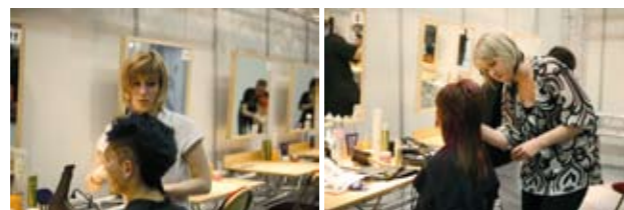
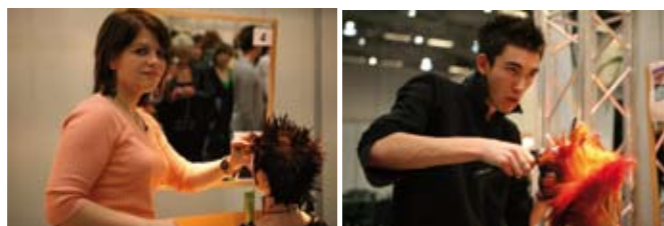
La boutique 100% Matrix sur le stand Coiff'Idis



La question du Salon

Comment séduire les esthéticiennes ?

Développer l'univers de l'esthétique reste toujours la préoccupation de Jean-Pierre Le Meur, l'organisateur de Beauté Sélection, qui pour impulser le mouvement au sein du salon Beauté Sélection de Nantes, a invité la Cnaib (Confédération nationale artisanale des instituts de beauté), Pays de la Loire. «Les esthéticiennes, explique Monique Dufour, présidente de la CNAIB, Pays de la Loire, ne viendront que si la manifestation présente des exposants, des shows ou des ateliers qui suscitent leur intérêt». Mais, poursuit l'organisateur du salon, «les acteurs de l'univers de l'esthétique ne participeront que s'ils ont la garantie d'un public ciblé et intéressé !» Alors... qui fera, à Nantes, le premier pas ? A suivre...



Les jeunes pousses sur les starting block

Boutique 100% Matrix. Beauté Sélection a accueilli pour la première fois en France la première boutique 100% Matrix. Hébergée sur le stand de son distributeur, Coiff'Idis, la marque américaine a présenté tout son univers. De l'électronique (séchoir, plaque à lisser...) en passant par les vaporisateurs, pinces, tables de coloration, petits et moyens matériels... De quoi combler ses plus grands fans !

Ca déménage chez Express Coiff... Depuis le 2 février, le grossiste Express Coiff, dirigé par Pascal Chupin et Béatrice Coulonnier, a déplacé son magasin à Cholet, dans le zac de l'Ecuyère, près de la Zone commerciale Carrefour. Soit plus de 350 m2 de produits linéaires ainsi que l'implantation de nouveaux univers : espace perruque, salle de formation et showroom dédié au mobilier.

Et aussi chez Fiducial. Depuis février, la filiale informatique du groupe, qui a racheté en 2006 la société Médialog (logiciel Média Coiff) a transféré le site historique de Cugand (85), à Rezé, dans la banlieue Sud de Nantes, sur une surface de 2200m2. Au cours du premier trimestre 2009, la force de vente de Media Coiff se développera avec sept commerciaux. Objectif : couvrir tout le territoire national avec une plus grande proximité.

Nouveau Directeur général chez Balmain. Eric Peltier, directeur commercial depuis deux ans, remplace depuis le début de l'année Pascal Debris. Ce dernier assurait encore des missions de communication pour le groupe, en free lance. Le spécialiste des extensions s'est également offert depuis un an le directeur technique et artistique, Stéphane Motte, qui succède à Dimitri Gradelet. L'entreprise compte aussi cinq commerciaux, 12 formateurs et quatre employés administratifs.

Un label pour Avenir Entreprise. Depuis le début de l'année, la société de Conseil et d'Expertise comptable a été labellisée Nacre, le nouveau dispositif d'accompagnement des chômeurs, créateurs d'entreprise (qui remplace les aides Eden). L'Etat va donc débloquer de nouveaux crédits. Le fond affecté aux activités de conseil et d'expertise va passer de 16ME à 40ME. La banque de l'Etat met ainsi à la disposition des créateurs 100ME pour financer des prêts à taux Zéro.

GENERIK

1^{ère} gamme de produits low-cost* pour la coiffure

Vos factures vous étouffent ?

Achetez du

GENERIK



Poudre décoloration bleue 500 g.

Le bon produit, au meilleur prix !



Coloration Oxydation 100 ml

*low-cost = formule qui compense les coûts

www.generik.fr

Pour connaître le distributeur le plus proche de chez vous, contactez le

N° Vert 0 800 888 563

régionale de la Coiffure des Pays de la Loire, présidé par Jacques Brousseau. «Nous changeons les thèmes tous les ans. Les plus prisés ont été, incontestablement la -Mariée d'aujourd'hui- et le module fashion-géométrique» explique Brigitte Simon, responsable des concours. L'an prochain, nous allons choisir des thèmes plus fouillés et précis, tels que, par exemple, la coiffure d'une époque en particulier ou celle du futur...

Comme des Stars

Parce que les professionnels sont aussi là pour rêver ou apprendre, l'artistique a encore fait salire comble. Au programme, des spectacles-démo, conçus par les établissements scolaires tels que les «Garçons et filles en Safari» du Cfa de la Sarthe, le «Passé recomposé» du Cfa de la Loire Atlantique Nantes ou encore les «Dolies» du Lppc Pierre Masson..., les performances de Jean-Sébastien De Kieber, spécialiste de la coupe sur cheveux secs avec «La Valse des Ciseaux»... et surtout le jeu complice des Hair designers Matrix, (Coiff'Idis), Patrice Borde et Nicolas Sey. Un show qui a mis en scène six modèles de coupe et couleur. «Ce que nous montrons sur le podium doit être accessible. Un professionnel doit pouvoir reproduire le modèle, le lendemain dans son salon, insiste François Paraud, responsable animations des ventes **Matrix** France. Pourtant... à voir le succès de ces deux jeunes Hair Designers sur le stand Matrix-Coiff'Idis, il semblait bien que le public ait aussi reconnu ... des stars!



Institut Vert : Passion Nature

La jeune marque de soin capillaire et cosmétique, labellisé Phytocert veut se faire une place sur le marché des produits «éco-responsables». Avec

des arguments qui allient rigueur de fabrication et prix doux.

Isabelle Demaison est ingénieur biologiste (ancienne responsable technique chez La Biosthétique), son époux, Fabrice est chef d'entreprise. De cette fusion est née IFD'Cosm, un laboratoire indépendant, basé à Saint-Etienne, qui réunit des passionnés de la naturopathie, soucieux de développer des produits éco-responsables. D'où la création de la marque «Institut Vert», conforme au label Phytocert, qui utilise des ressources naturelles : fruits, fleurs et graines. Avec une préférence pour les arbres exotiques, en utilisant les vertus du Baobab, Genipa ou Karkadé. «L'idée, explique la douce Isabelle, est de travailler une cosmétique naturelle comme si elle était classique pour ne pas déstabiliser la consommatrice». «Institut Vert», uniquement diffusé dans les salons de coiffure et centres de beauté décline une gamme de soins capillaires, une gamme de cosmétiques ainsi qu'une ligne de maquillage, baptisée Terre d'Arôme. «Ces produits naturels, au prix d'un produit classique sont économiques avec une grande durée d'utilisation. La gamme capillaire coûte moins de 3€ au bac avec shampoing, soins, actifs et massage, poursuit Isabelle Demaison. Et il n'y a pas de ticket d'entrée, ni de minimum de commande. Qui a dit que les produits naturels coûtent plus chers ?



Performance sur cheveux secs



C.T. Patrice Borde pour le show Matrix ...



et son complice Nicolas Sey



Prestige et qualité des shows



Vitality's : Une Miss France pour ambassadrice de charme

Le groupe italien a annoncé officiellement au salon Beauté Sélection de Nantes son partenariat avec Rachel Legrain-Trapani

Un garçon de 10 ans s'approche, impressionné, de Rachel Legrain-Trapani et lui demande un autographe. Tout le monde reconnaît la jeune et belle femme, élue Miss France 2007. Et, depuis le début de l'année... devenue également l'ambassadrice de la marque italienne Vitality's. C'est au Salon Beauté Sélection de Nantes que le coup d'envoi officiel a été lancé. «La philosophie de la société Vitality's ressemble aux traits de caractères de Rachel Legrain-Trapani, confie, avec le sourire, Gianni Manzetti, c'est à dire finesse, discrétion et élégance! Entre elle et nous, ce n'est pas qu'une histoire d'image mais un véritable partenariat». La marque italienne communiquera donc, tout le long de l'année avec sa nouvelle égérie (PLV, Posters, presse...) et créera l'événement dans les salons professionnels de Metz, Lyon, Paris... ainsi que dans ses propres manifestations, comme celle de Rome, à l'automne prochain. Quant à Miss France, elle poursuit ses collaborations, avec le même sens de la sélection. Après une marque d'horlogerie italienne, d'esthétique et désormais de soin capillaire, la belle méditerranéenne cherche encore à se diversifier. Son prochain contrat pourrait bien se faire, «tout en douceur», avec une marque de ... chocolat.



Distri-coiff & beauté

Toutes Fournitures pour votre Salon de coiffure & pour votre Institut de beauté
Produit • Petit matériel • Textiles • Consommables, etc...
www.distri-coiff.fr