

Coiffeurs et barbiers low cost se crêpent le chignon

L'arrivée des salons bon marché pour hommes a chamboulé la branche. Une convention collective, entrée en vigueur au printemps, entend y mettre un peu d'ordre. Par **Lorène Mesot**

« **A**UJOURD'HUI, DES BARBIERS low cost, à 20 francs la coupe, sans aucune qualification, s'installent partout en ville. Je ne comprends pas pourquoi ils ont le droit d'exercer. Tout le métier est pénalisé », tempête ce coiffeur romand chez qui le prix de la coupe coûte environ 50 francs. Depuis quelques années, le nombre de salons pour hommes bon marché a explosé, mettant en difficulté les professionnels pratiquant des tarifs classiques. Ainsi, en 2015, on comptait 1145 salons de coiffure en Suisse. Pendant ces trois dernières années, leur nombre a augmenté de plus de 600 (+5,44%), selon une enquête menée par la *Neue Zürcher Zeitung*.

Dans certains cantons comme Berne, Vaud ou Bâle, trois ouvertures sont enregis-

trées pour une fermeture. Pour Damien Ojetti, président de Coiffure Suisse, principale association patronale de la branche, la hausse reste toutefois relative, au vu de l'explosion des sociétés observée entre les années 2008 et 2012 due aux accords bilatéraux. Selon la commission paritaire du métier, le nombre de salons avait augmenté alors de 8000 en 2008 à plus de 11000 en 2013, avant de se stabiliser. Mais comme le remarque Caroline Ayer, du syndicat Unia, «l'arrivée de ce type de salons sur le marché a mis une forte pression sur les prix».

«Ubérisation» des salons

«Ils assassinent le métier», s'indigne Paolo Canu. Ce coiffeur d'origine italienne exerce depuis plus de cinquante ans aux Pâquis, un quartier de Genève particulièrement touché par l'afflux des barbiers «low cost». «Le nombre de mes clients a chuté de 20% depuis leur arrivée sur le marché, il y a environ trois ans. Heureusement, ma clientèle est fidèle. Je coiffe aujourd'hui les petits-enfants de mes premiers clients.» Chez Paolo, la coupe est à 26 francs depuis une décennie. Avant de diminuer son temps de

«Ici, ce n'est pas de l'industrie et nos clients ne sont pas des numéros»

■ «Mon père, barbier, m'a fait tomber dans le monde de la coiffure quand j'étais tout petit. Nous sommes une famille italienne, c'est une tradition de poursuivre l'œuvre du paternel.» A 46 ans, Marco Marchetta a le regard clair et le parler franc. Bien avant la mode, il a cru au potentiel des barbiers à l'ancienne, mais il doit aujourd'hui faire face à une concurrence toujours plus rude.

■ Pour se démarquer, l'entrepreneur continue de développer ce qu'il a commencé il y a six ans: créer un univers pour que les «bonshommes», comme il les appelle, aient accès à un endroit qui leur est consacré. «La gent féminine a ses salons d'esthétique, ses espaces. Quand je vais chez Manor, il y a trois produits pour hommes au milieu de centaines de produits pour femmes, et je suis conseillé par une femme. Il y avait besoin d'un endroit comme

celui-là, pour les mecs.» Le lieu est baptisé **Wood Barbier & Vintage Shop**, installé dans le quartier de la Jonction, à Genève.

■ Chez Wood, si la coupe est à 48 francs, c'est parce qu'elle le vaut bien, souligne Marco Marchetta: «Ici, nous ne faisons pas dans l'industrie, et les clients ne sont pas des numéros. Nous prenons au moins quarante-cinq minutes par personne, le personnel possède une formation CFC et parle français. Mes quatre employés savent manier la tondeuse comme le ciseau, tailler la barbe comme la moustache. Et lorsque le client vient, il voyage grâce à l'ambiance.» Expositions de photos et de bijoux de jeunes créateurs genevois, friperie, studio photo, Marco Marchetta a su enrichir son activité, tout en conservant un style rétro. A leur arrivée, les clients se voient proposer un café, une bière, voire un whisky.



Marco Marchetta a développé un univers pour les «bonshommes» qui ont ainsi accès à un endroit qui leur est dédié.

travail à l'âge de la retraite, il y a six ans, il accueillait une quinzaine de clients par jour, sans avoir de salariés.

Un coiffeur traditionnel dans une ville comme Genève peut ainsi réaliser un chiffre d'affaires d'environ 10000 francs par mois, estime Damien Ojetti, de Coiffure Suisse, sur la base d'un gain horaire de 90 francs et d'un taux d'occupation des sièges de 60%. «Les charges standards pour le loyer sont environ égales à 10-12% du chiffre d'affaires et le coût des produits d'environ 8 à 10%.»

Grâce à la mode des «hipsters»

Pour se démarquer de la concurrence, certains coiffeurs rejoignent un réseau franchisé. Pour Carlos Alves, gérant et administrateur du salon genevois Tchipp, cette option constitue un réel avantage. «Nous sommes formés spécialement, de façon méthodique, pour optimiser nos gestes en coiffant. Nous pouvons combiner le nom de notre enseigne à des tarifs très compétitifs.» La stratégie marketing du groupe Tchipp Coiffure, qui compte plus de 900 franchises en France, est basée sur la vente de services additionnels. «En mettant 20 francs de moins pour une coupe, le client se laissera davantage tenter par un brushing.»

Pour expliquer l'avènement des prix cassés, on peut citer deux phénomènes: le retour en force des barbiers grâce à la mode «hipster» et le développement du phénomène de fausse indépendance. Damien Ojetti souligne que les salons, à l'instar des taxis, ont connu une véritable «ubérisation»: «La location de fauteuils est devenue courante. Certains employeurs, pour arrondir leurs fins de mois, louent des sièges à ce que l'on appelle de faux indépendants. Ce n'est légal qu'à certaines conditions strictes, que certains ne respectent pas.» En louant un fauteuil, le locataire paie moins de charges qu'avec un salon, et peut alors pratiquer des prix de coupe très inférieurs aux tarifs classiques.

Mais si les salons dédiés à la gent masculine ont envahi les rues, pour Damien Ojetti, c'est aussi une affaire de tendance: «A partir des années 1980, la mode est devenue unisexue, y compris les salons de coiffure. L'homme a été un peu négligé en tant que tel. Il a suffi de quelques célébrités barbues, avec des coupes de cheveux spéciales, >>

>> pour qu'il redevienne client de services exclusivement masculins.»

Une évolution qui fait le bonheur de certaines d'entrepreneurs plus ou moins qualifiés. La coiffure masculine nécessite moins d'investissement, en temps notamment. Rarement de brushing, moins de séchage, de shampooing et de coloration. Et alors que dans un salon traditionnel, le client paie jusqu'à 50 francs pour une coupe qui prendra quarante-cinq minutes à réaliser, certains coiffeurs parviennent à exécuter une coupe en vingt minutes pour un tarif de 20 francs. Le personnel affiche parfois des compétences se limitant à un seul type de coupe, et n'a donc pas nécessairement suivi de formation. Une situation courante puisqu'en Suisse tout un chacun peut exercer la profession sans posséder de diplôme.

Avant le mois de mars de cette année, nombreux étaient les employés frontaliers ou étrangers à être sous-payés. Le personnel non qualifié, sans aucune formation, n'était pas soumis à la convention collective des coiffeurs et ne profitait donc pas de la protection d'un salaire minimum. Fruit de plusieurs mois de négociations entre les employeurs et les syndicats, la nouvelle

réglementation prévoit désormais des salaires minimaux pour les coiffeurs qualifiés, semi-qualifiés et non qualifiés, échelonnés sur cinq ans de pratique. Au bout de cinq ans, un employé avec une formation reconnue par l'Etat doit recevoir un minimum de 4000 francs par mois, et un employé sans formation officielle un minimum de 3800 francs.

Zones frontalières plus exposées

La convention vise à rétablir un contrôle efficace du marché. Toutes les entreprises doivent s'y soumettre. «La commission paritaire est en charge du contrôle, elle vérifie que les articles de la convention collective sont respectés. Si une infraction est constatée, le salon est amendable. Si on pense qu'il y a du travail au noir, nous collaborons avec les autorités», explique Caroline Ayer, du syndicat Unia, qui a participé à sa rédaction. La vérification des jours de congé accordés, l'inscription aux assurances sociales, et le versement des salaires minimaux, notamment, sont passés au peigne fin lors des contrôles.

Mais la nouvelle convention collective ne fait pas l'unanimité. Certains responsables de salons se plaignent des indemnités de

départ trop élevées pour les plus de 50 ans, et des salaires minimaux qui les obligent à réduire le temps de travail de leurs employés. Le gérant d'une chaîne de salons témoigne: «La logique n'est pas la bonne, même si elle vise à protéger le marché. Débourser de telles sommes est impossible pour certains employeurs. Il n'est pas rare qu'un chef d'entreprise gagne moins que son employé!»

Cet entrepreneur, qui préfère garder l'anonymat, est responsable d'une vingtaine de salariés. Pour lui, il existe un réel manque de contrôle. Les zones frontalières sont particulièrement exposées à la fraude. «Il est connu en France que la Suisse représente un Eldorado de la coiffure. Neuf CV sur dix que je reçois viennent de frontaliers. Je connais des employées qui travaillent à 100% pour 2000 francs par mois en plein centre-ville. Je ne les blâme pas: en France, les mêmes personnes gagneraient 1500 euros, donc c'est logique. Le marché pour moi n'est pas contrôlé, c'est de l'esbroufe. Aujourd'hui dans la coiffure, celui qui fait de l'argent, c'est celui qui exerce au noir, ou emploie au noir.» Selon Damien Ojetti, les résultats de la mise en place de la nouvelle convention ne seront observables que dans six mois. ■

«Notre salon est né d'un rêve et d'un coup de gueule»

■ Soins à la kératine, lissage brésilien, extension de cheveux; rares sont les salons de coiffure qui ne proposent pas de lissage aux femmes pour parfaire leur coiffure. Parce qu'elles trouvaient le cheveu bouclé dévalorisé, et parce qu'elles peinaient à trouver des professionnels de la coiffure compétents pour les cheveux afros, Sylvie Makela et Carine Foretia ont lancé **Tribus Urbaines** en 2017, un salon lausannois où les cheveux bouclés sont sublimés. «Notre salon est né d'un rêve et d'un coup de gueule. C'est presque du militantisme, sourit Sylvie Makela. Cela m'horripile d'entendre des femmes me dire qu'elles se lissent les cheveux pour avoir l'air plus professionnel.»

■ Ouvert aussi bien aux femmes qu'aux hommes, Tribus Urbaines accueille une clientèle variée, les boucles rousses irlandaises succèdent aux frisottis afros, pour une moyenne de cinq clients par jour avec une coiffeuse. Dans la banque de données du salon figurent plus de 1800 noms. Avec un chiffre d'affaires de 200000 francs prévu pour 2018, après deux ans d'existence, les deux entrepreneuses se



Sylvie Makela et Carine Foretia se projettent dans l'avenir avec enthousiasme.

projettent dans l'avenir avec enthousiasme. «Pour l'instant, nous continuons de travailler à 80% chacune en dehors du salon à défaut de pouvoir sortir deux salaires de plus que

celui de notre coiffeuse, mais nous espérons que cela changera bientôt.»

■ Les gérantes de Tribus Urbaines ne sont pas coiffeuses de profession, mais spécialistes en communication et gestion de projet. Carine Foretia donne des conseils aux personnes qui voudraient lancer leur salon de coiffure. Identifier un manque et se positionner. Avoir des compétences dans la coiffure, mais aussi dans le management. Enfin, pour elle, le fait de démarrer une entreprise à deux est un réel avantage. Il faut un partenaire complémentaire en compétences et en personnalité. Cela permet également de partager le poids du risque. Les deux femmes projettent d'ouvrir un nouveau salon à Genève en mai 2019. «Dans l'idéal, nous voudrions ouvrir un salon dans chaque ville de Suisse, et pourquoi pas dans les grandes villes européennes. Le top serait une académie de coiffure, un lieu de partage. Quel meilleur endroit qu'un salon de coiffure pour favoriser la rencontre, la diversité?»

A lire aussi sur www.pme.ch: le témoignage du patron de **Coiffeur Barbier Populaire**

PHOTO: DR



Les solutions de financement de la banque qui n'a que la satisfaction de vos besoins en tête.

Nos connaissances des besoins des entrepreneurs n'ont d'égal que notre expertise bancaire. En faisant confiance aux spécialistes de la Banque Migros pour les solutions de financement et les services bancaires de toutes sortes, votre entreprise est entre les meilleures mains. Pour en savoir plus, consultez banquemigros.ch/clientele-entreprises.

BANQUE MIGROS
Elle fait toute la différence.