



Salon de François Calmus, à Troyes.

## LES ERREURS A NE PAS FAIRE

- Votre salon est plutôt classique ? Évitez une décoration trop tendance et rapidement démodée, qui vous obligerait à prévoir un nouveau relooking à court terme.
- Votre nouvelle ambiance doit être parfaitement cohérente. Pas question de garder votre vieux lustre ringard qui dénotera forcément parmi vos nouveaux éléments décoratifs.
- Ne négligez pas la vitrine du salon. C'est elle qui attire en premier lieu l'œil de la cliente.
- Limitez les frais en jouant volontairement avec certains défauts apparents du salon. Ne cherchez pas à les faire disparaître d'emblée. Des tuyaux de cuivre trônent dans le salon ? Parfait. Mettez-les en évidence en les utilisant comme porte-manteaux par exemple.

souhaitez une ambiance intimiste. Personnalisez les murs avec des tableaux et prenez soin d'encadrer vos affiches de PLV, ordinairement accrochées avec un simple adhésif. Pensez à cacher le dressing de l'entrée ou des étagères un peu trop chargées côté rangements par un joli paravent, un rideau épais ou à effet irisé, par exemple. « *Tout est une question de détails et de présentation. Les produits revende peuvent être, par exemple, présentés sous cloche ou posés sur la table basse d'attente, accompagnés d'un conseil d'utilisation manuscrit du coiffeur. Cette touche personnelle fait vraiment la différence* », s'exclame Sylvie Eltes.

Reste à savoir où trouver ces petits objets de décoration, qui font la différence. Et ne sont pas forcément en vente chez les grossistes. « *Ce n'est pas notre cœur de métier* », explique Déborah Gohill. Du coup, les jeunes coiffeurs sautent facilement le pas et se ruent dans les magasins de décoration grand public, type Ikea ou Alinéa. « *Mais, pour les professionnels qui travaillent depuis longtemps,*

*c'est parfois plus tabou* », estime Stéphanie de Lafforest. Un nouveau marché donc, que compte bien développer la marque Cindarella. « *Nous n'avons pas de date précise, mais nous pensons développer des articles comme les luminaires et les cadres. Il y a une réelle demande* », explique

Anne-Sophie Blanc, chef de projet marketing et communication pour la société Cindarella. Une initiative qui incitera peut-être les autres sociétés de distribution à suivre le mouvement, pour le plus grand plaisir des coiffeurs fans de décoration.

Sarah ELLERO

## PAROLES DE PRO



**FRANCINE FOIREST, responsable du salon « France'in Paris » à Paris XVII<sup>e</sup> :**

« *J'ai besoin de redonner un nouveau souffle décoratif à mon salon tous les 5 ans. C'est également très bon pour le moral et la motivation de l'équipe. J'ai choisi d'accentuer l'ambiance zen du salon avec des murs à dominance blanche, mais en prenant soin de les rehausser avec un mur gris clair, un mur gris foncé et quelques touches orange. Dernièrement, nous avons inauguré de nouveaux bacs à shampoings dotés d'une partie mobile, permettant à la cliente de reposer sa nuque sur un coussin et de s'endormir. Avec tous ces détails, la clientèle voit notre salon avec un œil neuf. À noter, les travaux sont toujours effectués en dehors des périodes d'ouverture, afin de ne pas bousculer les habitudes de nos clientes et d'éviter les pertes financières.* »



**SANDRA DEVILLARD, responsable du salon « DS » à Paray-le-Monial (71) :**

« *Lors du dernier aménagement, j'ai acheté beaucoup de décoration et de petits meubles chez Ikea. Je me suis également inspirée de magasins de décoration et de magazines de mobilier coiffure. J'ai aussi visualisé un certain nombre d'images de salons de coiffure sur Internet. Pour obtenir des prix intéressants, je n'hésite pas à faire jouer la concurrence, à demander des remises ou à me faire offrir un ou deux éléments lors de mes achats. Pour les bacs à shampoing et les fauteuils de coupe, j'ai, toutefois, volontairement privilégié les grossistes coiffure.* »