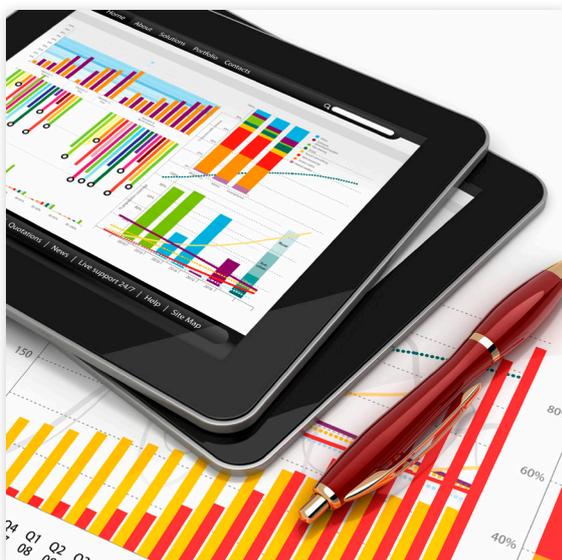


Partenariat Coiffeur en France-Cosmopolitan.fr

Enquête sur le comportement des consommateurs de coiffure

11/02/2013

CONTACT PRESSE: KARINE PETIT (karine.petit@fnc.fr)



Dans le cadre d'un partenariat Coiffeur en France et Cosmopolitan.fr, une enquête consommateur a été menée par la Fédération Nationale de la Coiffure en 2012.

Cette enquête, mise en ligne pendant un mois sur Cosmopolitan.fr, s'est concentrée sur l'étude des comportements des consommateurs de prestations coiffure.

La promotion de l'enquête a essentiellement été faite via les salons Coiffeur en France et au travers de campagnes display et e-mailing auprès des lecteurs de Cosmopolitan.fr.

La population de l'enquête (exclusivement des visiteurs de Cosmopolitan.fr) peut-être estimée à 1 million d'individus. Près de 4 000 répondants se sont manifestés, ce qui a abouti à la récolte de plus de 2 000 réponses complètes. C'est sur cette base qu'ont été menées les exploitations statistiques.

Une fréquentation guidée par le prix et l'utilité

L'échantillon (ensemble des 2 000 participants à l'enquête ayant rempli entièrement le questionnaire) est majoritairement caractérisé par des clientes (60 %) qui se rendent chez le coiffeur entre 2 et 5 fois par an, conformément à la moyenne nationale. Il n'est donc a priori pas biaisé. Seulement 10 % ne s'y rendent qu'une fois par an et 30 % au moins 6 fois par an.

La moitié des répondants fréquente habituellement des salons indépendants, alors qu'un tiers fréquente plutôt des salons franchisés (les répondants restant n'ayant pas de préférence).

Le prix reste le critère essentiel cité en premier par plus de la moitié des répondants (près de 60%) comme motif bloquant une fréquentation plus régulière des salons de coiffure, quel que soit le niveau de fréquentation actuel du client interrogé. L'absence de certitude quant au résultat (20 %) et le manque d'inspiration des

clientes (20 %) restent cependant deux raisons très représentées s'opposant à une fréquentation plus régulière des salons.

De la même manière, les participants à l'enquête déclarent se rendre chez leur coiffeur essentiellement par nécessité (pour rafraîchir une coupe par exemple), l'aspect bien-être étant largement distancé. 16 % seulement décident d'aller chez le coiffeur parce qu'ils n'ont pas le moral. 7 % disent s'y rendre à l'occasion d'un évènement spécial (mariage, soirée...).

En matière de prestations, la coupe reste la priorité (80 %), suivie par la coloration (40 %). Les coiffures pour occasions spéciales sont nettement distancées. Pour ces occasions, on note que les clientes ont tendance à sélectionner précisément le professionnel, alors que pour une visite purement "standard" (coupe...) elles s'en remettent plus facilement au hasard.

La référence en matière de conseil et d'influences

Malgré une fréquentation principalement guidée par le prix et l'utilité, les répondants à l'enquête Coiffeur en France-Cosmopolitan.fr restent très attachés aux conseils de leur coiffeur.

37 % considèrent que le coiffeur reste la référence à consulter pour un conseil avant de changer de coiffure. Néanmoins Internet se positionne sans surprise comme un vecteur également important en matière d'influences. 22 % consultent le web pour obtenir des conseils avant de changer de coiffure.

Par ailleurs, contrairement au ressenti des coiffeurs, les clients déclarent ne pas s'inspirer des coiffures des "peoples" dans leur recherche de styles. Deux tiers d'entre eux tout au moins, ce qui paraît beaucoup par rapport aux retours des professionnels qui décrivent cette tendance comme de plus en plus fréquente.

Enfin, dans les résultats de l'enquête, il est mis en évidence que la connaissance de la mode par le coiffeur a un impact direct sur l'appréciation de ses conseils par les clients. En effet parmi les répondants qui trouvent les coiffeurs en phase avec les tendances actuelles, 40 % considèrent que le coiffeur est la référence quand il s'agit d'être conseillé sur sa coiffure. Aussi paraît-il indispensable que les professionnels aient une

parfaite maîtrise, sans cesse renouvelée, de ces tendances. C'est notamment sur cet axe que se positionne le réseau de talents Coiffeur en France.

Pour 84% des répondants, un bon coiffeur est un coiffeur qui conseille et oriente et non pas un coiffeur qui fait exactement ce qu'on lui demande.

Conseils judicieux, suggestions en phase avec les tendances actuelles, force de proposition... autant de points forts qui participent, au-delà de la visite de routine, à la fidélisation des clients d'aujourd'hui et à l'image des coiffeurs de demain.