

« Il faudrait augmenter les prix »

Yannick Kraemer a ouvert son premier salon en 1987. Il est à la tête de 100 salons implantés en France et à l'étranger. Il porte un regard inquiet sur l'évolution du secteur dans l'hexagone et réclame une revalorisation du métier.



Yannick Kraemer, fondateur et gérant du Groupe Kraemer International.

leurs communes : la satisfaction de la cliente, la créativité et la formation. Aujourd'hui, le développement du groupe est double et passe par la France aussi bien que par l'étranger. »

Cdp : « Quel regard portez-vous sur le marché français ? »

Y.K. : « Sans sombrer dans le catastrophisme, je veux dire toute ma préoccupation concernant le secteur, confronté à deux difficultés majeures. Alors que le prix des produits de consommation continue à singulièrement augmenter depuis 2000, ce n'est pas le cas pour un shampoing-coupe-brushing, qui est passé, en moyenne, de 195 F à 33 euros. Cela pose un problème : sommes-nous en capacité de payer nos coiffeurs comme il le faut ? La solution est simple, il faudrait

Coiffure de Paris : « Quels sont vos leviers de développement ? »

Yannick Kraemer : « Dans le monde de la consommation, tout évolue dans le sens de l'uniformisation. J'ai le sentiment que les coiffeurs sont en quête d'autre chose : ils cherchent à renouer avec ce qui fait l'essence du métier : la passion. J'ai donc élaboré un concept basé sur des critères de qualité – les éléments identifiants de la marque –, tout en favorisant l'expression de la créativité de chacun de mes franchisees. Toute ma stratégie se construit autour de l'épanouissement personnel du coiffeur. »

Cdp : « Pourquoi avoir tenté l'aventure en Chine ? »

Y.K. : « Après une première expérience au Canada, j'ai eu l'opportunité de m'implanter en Chine au début des années 2000. Plutôt que d'opter pour des ouvertures en nom propre, nous avons racheté les salons So'o, auxquels nous avons rajouté le nom de Kraemer. Même si le savoir-faire français était une belle carte à jouer, nous n'avons pas cherché à imposer des choix esthétiques, mais, bien au contraire, à favoriser l'échange culturel. La liberté affirmée dans le concept a séduit aussi bien en Chine qu'en Thaïlande. Pour l'Espagne, c'est un master franchisé qui a souhaité établir un partenariat avec le groupe sur la base de va-

CHIFFRES CLÉS

- Date de création du groupe : **2000**.
- **100** salons à travers le monde en 2014.
- **250** salariés en France.
- **850** à l'étranger.

- **Présence** en France, Chine, Thaïlande, Espagne, Suisse, Turquie.
- **Projets d'implantation :** Portugal, Mexique et Brésil.

Y.K. : « La seule manière est de renouer avec la vocation première de la coiffure. Cela passe par la transmission de la passion. Nous devons aussi innover, répondre aux attentes de la clientèle, la faire rêver et, pour cela, renforcer le marketing et la communication. »

Cdp : « Comment peut-on sortir de la crise ? »

Y.K. : « La seule manière est de renouer avec la vocation première de la coiffure. Cela passe par la transmission de la passion. Nous devons aussi innover, répondre aux attentes de la clientèle, la faire rêver et, pour cela, renforcer le marketing et la communication. »

Propos recueillis par Bénédicte de Vallicourt

Martine Carret

« Il faut que les coiffeurs se rendent compte par eux-mêmes des bienfaits du respect de ces règles, conclut Christophe-Nicolas Biot. Imposer n'est pas la solution, car l'être humain a une tendance réactive à la contrainte. Je crois qu'il y a des endroits qui mériteraient d'être inspectés, boutiques "spécialisées" ongles/cheveux/perruques à pièce unique, avec des émissions toxiques de résine/couleur ! En ce qui concerne les salons de coiffure professionnels, il est normal que les inspecteurs fassent leur travail de vérification. Mais, ce serait bien qu'ils assistent aussi les chefs d'entreprise et fournissent un conseil. Qu'ils ne soient pas dans la simple registre de la répression. »

Le lavage de la tête, les patrons de salon le shampooing. » Autant que faire se peut, les patrons de salon doivent opter pour des pâtes, granules et huiles, plutôt que pour des poudres volatiles de décoloration. Les sprays qui diffusent des microparticules sont à proscrire, comme les produits reconnus grands allergènes. Le nettoyage du salon doit être effectué avec des chiffons et balais humides, afin d'éviter la dispersion des poudres. Pensez, enfin, à aérer souvent le salon et à créer des courants d'air, même en hiver.

Lavis de NOÉMIE SIVIGNON, salon Le George's XV à Roanne (42), expert Eugène Perma : « La VMC est le premier achat pour un patron qui démarre. Les règles de base ne sont pas forcément contraignantes. Je pense qu'il s'agit de témoigner du respect à soi-même et à ses salariés. Quand j'ai débuté, j'ai vu des pratiques anormales, comme préparer la couleur dans les WC. »



LE DANGER : DÉVELOPPER DES ALLERGIES

Médecin du travail, expert de l'Institut national de recherche et de sécurité (INRS), Nadia Nikolova décrit le processus : « Le contact mains nues avec le shampooing abîme la peau. Il n'y a pas de symptôme au départ, l'eczéma se développe, par la suite, au contact d'un allergène précis (ex : produit de coloration). Une fois la maladie déclarée, tout contact avec la substance peut provoquer une crise. » Un gonflement rapide des tissus peut survenir : c'est l'œdème de Quincke. Le risque d'étouffement est important, la prise en charge aux urgences doit être immédiate (pronostic vital engagé).

LA RÉGLEMENTATION À RESPECTER

Les actes techniques doivent être préparés dans un local séparé, la loi obligeant même qu'un système de captation existe (style hotte). La ventilation mécanique contrôlée (VMC) est obligatoire et doit être entretenue régulièrement (articles R. 4222-12 et R. 4222-13 du Code du travail). Créateur du Bar des coloristes, ouvert en décembre 2013, Christophe-Nicolas Biot avoue ne pas avoir été gêné par cette réglementation : « Dans tous nos locaux, même ceux qui ne sont pas visibles, il y a une fenêtre. Les produits doivent être préparés dans un local ouvert. Et, chez moi, personne n'a le droit de rincer une couleur sans gants ! J'essaie aussi d'introduire l'usage des gants pour

Porter des gants jetables en toutes circonstances, adaptés pour la préparation, la pose, pour le rinçage du produit et le nettoyage des instruments.



© Cultura RF / Getty Images



© Getty Images



© Mediobanca / Photodisc / Getty Images