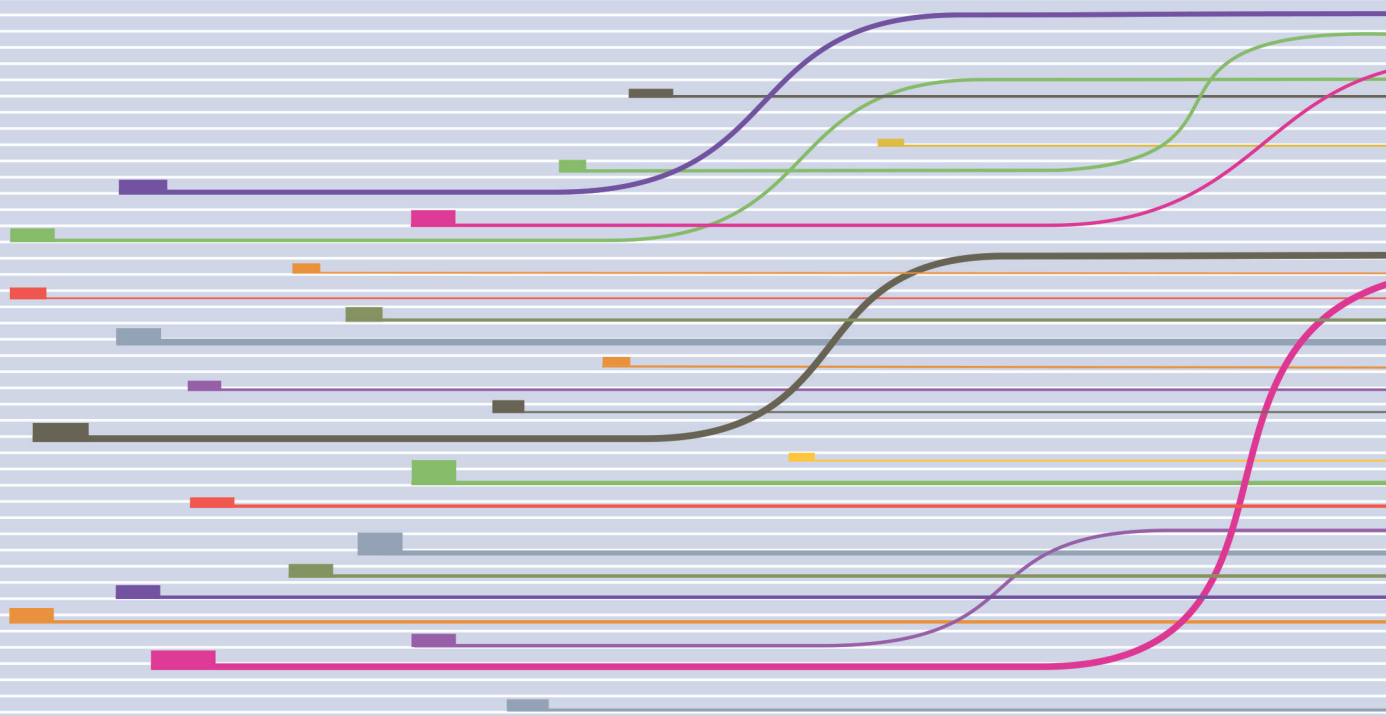


Le secteur de la coiffure : évolution des métiers et des emplois, état des lieux et perspectives, conséquences sur l'offre de diplômes



Ministère de l'Education nationale,
de l'enseignement supérieur et de la recherche
Direction générale de l'enseignement scolaire
Sous-direction des lycées et de la formation professionnelle tout au long de la vie
Bureau des diplômes professionnels

**Le secteur de la coiffure : évolution des métiers et
des emplois, état des lieux et perspectives,
conséquences sur l'offre de diplômes**

Juin 2014



80, rue du Val de l'Indre
37260 MONTS
Tél. : 02 47 34 99 78
RCS Tours 437 614 555

Catherine Gay
Fanny Montarello

Les auteurs

Catherine Gay est consultante en ressources humaines et dirigeante de CG Conseil. Ses travaux portent sur l'ingénierie des diplômes et des certifications, la relation entre les emplois et les certifications et l'élaboration de référentiels en lien avec la prospective des métiers. Elle accompagne les observatoires de plusieurs branches professionnelles dans ces domaines.

Fanny Montarello est consultante en ressources humaines. Elle a une expérience de responsable de l'ingénierie de formation auprès de plusieurs branches professionnelles au sein d'un organisme paritaire et d'accompagnement d'observatoires de branches. Elle conduit des travaux sur les compétences, la formation, les certifications et la prospective des métiers.

AVERTISSEMENT

L'étude publiée ici a été commandée par le Ministère de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche (Direction générale de l'enseignement scolaire, sous-direction des lycées et de la formation Professionnelle tout au long de la vie).

Ses résultats sont destinés à mettre en valeur les évolutions de la relation emploi – certifications dans le secteur de la coiffure et à éclairer les choix de la 19^{ème} Commission Professionnelle Consultative (Coiffure, esthétique et services connexes) en matière de création et de rénovation de diplômes.

Toutefois, les analyses et propositions présentées ici n'engagent que les auteurs de l'étude.

Sommaire

Introduction.....	9
Première partie : Etat des lieux du secteur et données de cadrage	11
1. Les entreprises dans le secteur de la coiffure.....	12
2. L'emploi et les actifs dans le secteur de la coiffure	19
3. Les problématiques de ressources humaines.....	28
Deuxième partie : profils/métiers, compétences et certifications professionnelles ...	34
1. Description des profils / métiers clés dans le secteur de la coiffure.....	35
2. Panorama des diplômes et certifications existantes dans le secteur de la coiffure	43
2.1 Le CAP Coiffure	43
2.2 Les Mentions Complémentaires « Styliste Visagiste » et « Coloriste Permanentiste »	50
2.3 Le Brevet Professionnel Coiffure.....	54
2.4 Le Certificat de Qualification Professionnelle « Responsable de salon de coiffure » ..	61
2.5 Le Brevet de Maîtrise Coiffeur.....	62
Troisième partie : Les évolutions en cours et leurs impacts sur les profils métiers et les besoins en compétences	67
1. Approche méthodologique	68
2. Les évolutions en cours	69
3. Les incertitudes pour les entreprises de coiffure	85
4. Les impacts des évolutions en cours sur les profils/métiers et les besoins en compétences	87
Conclusions et préconisations	99
Bibliographie.....	107

Introduction

Depuis plusieurs années, les entreprises du secteur de la coiffure se trouvent à une période charnière de leur évolution. En effet, leur environnement concurrentiel se modifie en profondeur, avec la montée en puissance des établissements sous enseigne nationale et, plus récemment, le développement des activités de coiffure « hors salon ».

Ces évolutions sont de nature à questionner les entreprises du secteur tant en matière d'attractivité, de cohérence, de lisibilité et de qualité de leur offre qu'en matière de politique tarifaire.

Parallèlement, on observe depuis plusieurs années une érosion continue du nombre de salariés du secteur. Ces effectifs, relativement jeunes, semblent présenter une tendance à la mobilité professionnelle assez marquée, tant au sein du secteur qu'en dehors.

D'autres évolutions majeures touchent également très directement l'activité des entreprises et des salariés de la branche :

- le développement de nouvelles offres, de nouveaux concepts, de nouveaux services (produits « éthiques », coiffure « ethnique », spécialités techniques, prestations « express »,...)
- le renforcement des exigences clients et la moindre fidélisation de la clientèle,
- l'érosion de la demande, renforcée par le contexte économique entraînant des arbitrages budgétaires chez les ménages, ...

Ces évolutions sont déterminantes pour les entreprises du secteur, dont plus de 90 % des établissements comptent moins de cinq salariés et environ 75 % moins de 3 salariés. Elles vont dans le sens des évolutions rencontrées par nombre d'entreprises artisanales, dans d'autres secteurs d'activités, qui se voient fortement poussées à innover (nouveaux services, nouveaux produits, solutions et offres « globales », nouvelle organisation) et à investir de manière plus marquée le champ de la gestion et de la stratégie commerciale et marketing, tout en respectant l'identité et les valeurs qui sont celles de l'artisanat.

L'examen des effectifs en formation dans le secteur, dont les flux en contrat d'apprentissage, met en évidence la place centrale occupée par les Diplômes du Ministère de l'Education Nationale dans la formation initiale et dans les parcours d'évolution des professionnels du secteur de la coiffure.

La question de l'adaptation de la filière diplômante existante aux évolutions importantes que connaît le secteur se pose dès lors avec une acuité particulière. Cette offre de diplômes se compose :

- d'un CAP dont le référentiel date de 2007,
- de deux Mentions Complémentaires de niveau V créées en 1998, à savoir une Mention Complémentaire de « Coloriste Permanentiste » et une Mention Complémentaire de « Styliste Visagiste », qui ont déjà fait l'objet de travaux en vue d'une rénovation,
- d'un Brevet Professionnel « Coiffure » rénové en 2011 et remplaçant les anciens BP « Styliste-visagiste » et « Coloriste- Permanentiste »,

- d'un Brevet de Technicien Supérieur créé en 2013 et dont l'ouverture est prévue à la rentrée 2014.

Cette étude a pour objectif d'identifier les conséquences des évolutions que connaît le secteur de la coiffure sur ses métiers et ses emplois et d'analyser la pertinence et l'adaptation des réponses apportées par les diplômes et certifications professionnelles existants aux besoins des entreprises et des salariés. Ce travail doit in fine mettre à la disposition de la DGESCO et de la Commission Professionnelle Consultative les éléments permettant de définir des orientations en matière d'évolution des diplômes.

Pour répondre à ces objectifs, la présente étude s'attache dans un premier temps à réaliser un état des lieux des données qualitatives et quantitatives disponibles sur le secteur de la coiffure, ses emplois ainsi que sur les problématiques de ressources humaines rencontrées par les entreprises.

Dans un second temps, un examen du contenu des profils/métiers du secteur en termes d'activités et de compétences viendra éclairer l'analyse de la situation du secteur, ainsi qu'un examen des effectifs en formation, des volumes de diplômés et de l'utilisation des différents diplômes de la filière de formation initiale.

Dans un troisième temps, l'étude met en évidence les évolutions en cours susceptibles d'avoir un impact sur l'exercice des activités et des métiers au sein du secteur de la coiffure dans les années à venir. A la lumière de l'analyse des enjeux liés à ces évolutions, seront identifiés les besoins en compétences des entreprises du secteur.

Un ensemble de préconisations en vue de l'éventuelle rénovation des Diplômes dont les référentiels sont les plus anciens viennent clôturer ce travail.

Première partie : Etat des lieux du secteur et données de cadrage

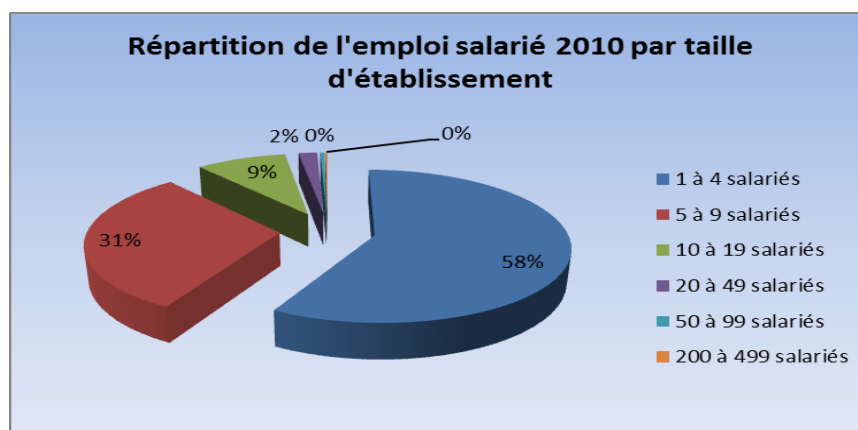
1. Les entreprises dans le secteur de la coiffure

1.1 – Les caractéristiques des entreprises du secteur

Les études sectorielles réalisées par les fédérations professionnelles du secteur (Fédération Nationale de la Coiffure et Conseil National des Entreprises de Coiffure, qui ont en 2013 donné naissance à l'Union Nationale des Entreprises de Coiffure) convergent : il y aurait en France environ 79 500 activités de coiffure et 170 000 actifs dont 99 500 salariés incluant quelque 20 000 apprentis¹, témoignant du dynamisme de ce secteur d'activité. L'INSEE fait état de 65 786 établissements marchands de coiffure en 2008, contre 56 199 en 1993, pour une évolution moyenne annuelle entre 1993 et 2008 de 1,1 %².

Des entreprises de petite taille

Les entreprises du secteur se caractérisent par leur petite taille, plus de 50 % des établissements n'ayant aucun salarié et 58 % des établissements avec salariés ayant moins de 5 salariés. Parmi les établissements employeurs, soit 38 582 en 2012 en baisse de 2,4 % par rapport à l'année précédente, les effectifs moyens sont de 2,58 collaborateurs par établissement³. On observe que 90 % des établissements du secteur ont moins de 10 salariés et près de 90 % des salariés du secteur exerçaient en 2010 dans des établissements de moins de 9 salariés, la majorité d'entre eux travaillant dans les établissements de 1 à 4 salariés :



Source : UNEDIC - Statistique annuelle de l'emploi salarié au 31 décembre, France métropolitaine, champ UNEDIC, pour l'activité économique 9602A (coiffure).

On observe un léger accroissement du nombre d'emplois dans les établissements de 1 à 4 salariés, ceux-ci passant de 55 % en 2000 à 58 % en 2010. La proportion d'emplois est relativement stable dans les autres catégories. Ces chiffres sont à comparer à l'évolution du nombre de structures ne comptant aucun salarié, qui représentent plus de 50 % des salons de coiffure.

¹ Le marché de la coiffure et les défis de la reconquête économique, MCB 2013 – Business Conférence FNC du 28 septembre 2013, Fédération Nationale de la Coiffure

² Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 1993 et 2008.

³ Source : Fédération Nationale de la Coiffure, les chiffres clés 2014

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

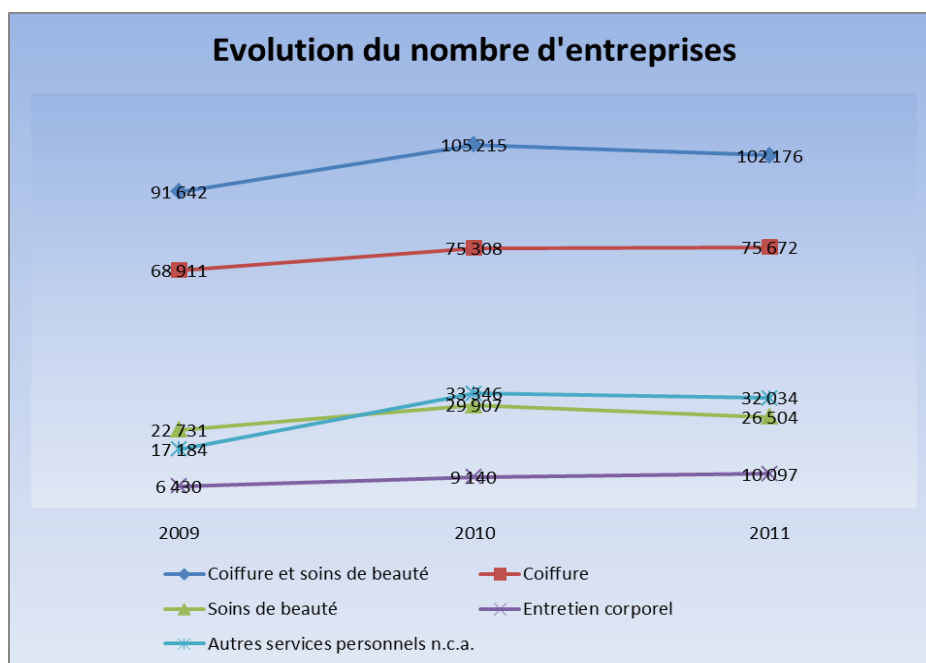
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Un nombre d'établissements en évolution constante depuis 2005

Le nombre des établissements de coiffure se situe en évolution constante depuis plusieurs années.

Sur l'année 2011, la coiffure fait figure d'exception parmi les établissements proposant des services à la personne dans le domaine de l'esthétique ou des soins corporels, en étant le seul secteur dans lequel le nombre d'établissements progresse, à l'exception des établissements d'entretien corporel.

Les variations du nombre d'entreprises dans ces secteurs s'établissent en effet comme suit :



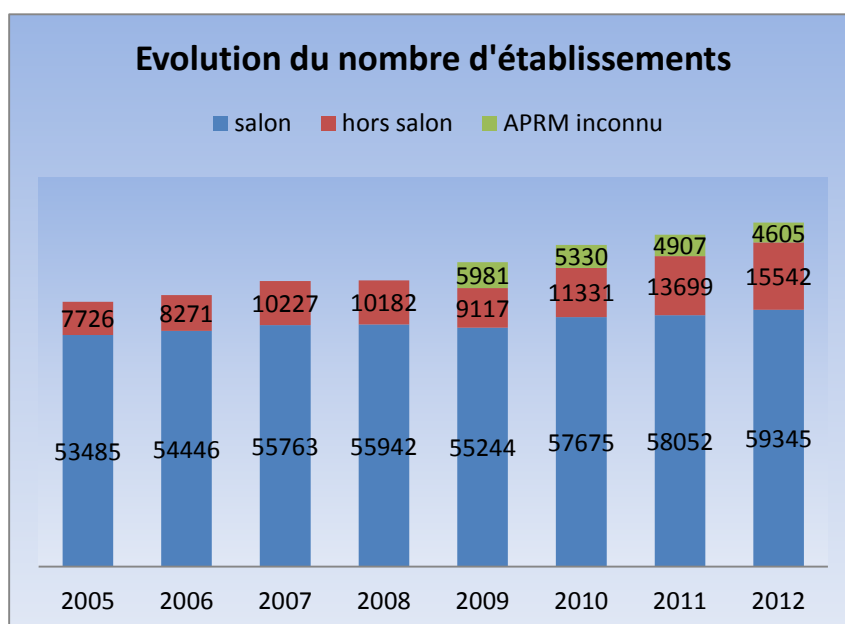
Source : INSEE, ESANE, France - Ensemble des unités légales des secteurs marchands hors agriculture et hors services financiers et assurances

Cette tendance s'est encore poursuivie en 2012, le rapport de branche produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi faisant état d'une progression du nombre d'établissements de coiffure de 3,5 % entre 2011 et 2012.

Une évolution du nombre d'entreprises « dopée » par l'activité « hors salon » et portée par des professionnels du secteur

Si la très grande majorité des activités de coiffure se déroule en salon, on observe une augmentation notable des activités « hors salon » depuis plusieurs années, celles-ci ayant connu une évolution de plus de 43 % entre 2005 et 2011, le nombre de salons ayant quant à lui évolué beaucoup plus faiblement entre ces deux dates. Pour l'année 2012, la Fédération Nationale de la Coiffure annonce des chiffres en évolution, avec 60 000 salons et près de 20 000 activités hors salon, poursuivant la tendance observée depuis plusieurs années⁴.

⁴ Source : Le marché de la coiffure et les défis de la reconquête économique, MCB 2013 – Business Conférence FNC du 28 septembre 2013, Fédération Nationale de la Coiffure
Ministère de l'Education nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>



Source : Fédération Nationale de la Coiffure d'après exploitation du fichier SIRENE

Selon le rapport de branche produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle, le nombre d'activités de coiffure exercées hors salon s'établirait en 2012 à 19,5 % des établissements de coiffure.

Les chiffres montrent que le secteur de la coiffure à domicile poursuit son développement quantitatif et compte environ 15 000 activités. Leur nombre a plus que doublé en 7 ans et représente près de 20 % du secteur en nombre, pour un chiffre d'affaires modeste estimé à 5% du CA global du secteur. De fait, il est estimé que les indépendants du secteur de la coiffure et des soins de beauté ont perçu, en 2010, un revenu annuel moyen de 14 980 €, ce qui place la coiffure, tous secteurs confondus, en seconde position pour les revenus les plus bas, derrière le secteur des arts du spectacle et des activités récréatives⁵.

Cette évolution du nombre d'activités hors salon est à rapprocher de plusieurs facteurs :

- une très forte densité, voire, sur certains territoires, une saturation du marché des salons de coiffure,
- le développement des services à la personne et le vieillissement de la population,
- le coût d'installation limité d'une activité de coiffure à domicile, seuls 23% des créateurs d'entreprise de coiffure à domicile ayant investi plus de 2000 € pour lancer leur activité, alors que le coût d'installation en salon s'élève à plusieurs dizaines de milliers d'euros⁶,
- l'apparition du statut d'auto-entrepreneur, qui a facilité la création d'activités dans le secteur.

Des créateurs et repreneurs d'entreprise issus du secteur de la coiffure

⁵ Source : Revenus d'activité des non-salariés en 2010, Les indépendants « classiques » gagnent sept fois plus que les auto-entrepreneurs, INSEE Première n°1448, Mai 2013

⁶ Source : FNC in Les jeunes entreprises de la coiffure, caractéristiques et besoins d'accompagnement, Institut Supérieur des Métiers, Fédération Nationale de la Coiffure, avec le soutien de la DGCIS, novembre 2012

Le profil des créateurs et dirigeants d'entreprises, analysé en 2011, s'oriente très nettement vers des professionnels du secteur titulaires du Brevet Professionnel, 76 % d'entre eux étant détenteurs de ce diplôme dans les salons franchisés, 85 % dans les salons indépendants et 59 % dans les activités « hors salon »⁷. C'est légèrement plus qu'en 2008, année au cours de laquelle ils étaient 80 % dans les salons indépendants et 59 % dans les salons franchisés à détenir un Brevet Professionnel⁸.

A noter, en 2011, 13 % des dirigeants de salons franchisés sont titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur et 9 % des dirigeants de salons indépendants sont titulaires d'un baccalauréat ou d'un diplôme de l'enseignement supérieur. Cette catégorie représente 6 % des dirigeants des créateurs d'activité à domicile. Le secteur de la coiffure est donc très marqué par les parcours professionnels « traditionnels », conduisant les professionnels à passer du CAP au Brevet Professionnel avant de créer leur propre entreprise, les cas de créateurs d'entreprises nouvellement entrés dans le secteur étant limités en nombre. Une enquête réalisée par l'Institut Supérieur des Métiers pour la Fédération Nationale de la Coiffure montre de surcroît que 79 % des créateurs d'entreprise sont d'anciens salariés.

Les caractéristiques des créateurs d'entreprise dans le secteur de la coiffure s'éloignent de ce point de vue de celles des créateurs d'entreprises tous secteurs confondus, la proportion de créateurs détenant un diplôme supérieur au baccalauréat s'élevant à 43 % en 2010⁹.

Une montée en puissance de l'auto-entrepreneuriat

Il apparaît que la création d'entreprises dans le secteur a connu une évolution marquée depuis 2009, année de l'apparition du régime de l'auto-entrepreneur. Le nombre de créations annuelles dans le secteur, qui se situait aux alentours de 4400 entreprises en 2007 puis 4700 en 2008, est passé en 2009 à 7566 entreprises, puis 8262 en 2010 et 7783 en 2011. Au total, on recense dans le secteur de la coiffure 11 825 auto-entrepreneurs au 31 décembre 2012¹⁰, ce qui représente près de 15 % des activités de coiffure.

Parmi ces créations, le nombre d'entreprises créées sous le régime de l'auto-entrepreneuriat n'est pas négligeable, puisqu'il représente près de 44 % des immatriculations en 2009, près de 46 % en 2010 et près de 43 % en 2011¹¹. C'est cependant légèrement moins que dans l'ensemble des secteurs d'activité, les auto-entreprises représentant plus de la moitié des créations d'entreprise annuelles avec 53 % des créations d'entreprise enregistrées en 2011 au niveau national, soit 291 721 créations¹².

⁷ Source : FNC in Les jeunes entreprises de la coiffure, caractéristiques et besoins d'accompagnement, Institut Supérieur des Métiers, Fédération Nationale de la Coiffure, avec le soutien de la DGCIS, novembre 2012

⁸ Source : Les jeunes entreprises de la coiffure, caractéristiques et besoins d'accompagnement, Institut Supérieur des Métiers, Fédération Nationale de la Coiffure, avec le soutien de la DGCIS, juin 2009

⁹ Source : Panorama de l'évolution des PME depuis 10 ans, CGPME / KPMG, cahier préparatoire à la journée nationale « Planète PME du 28 juin 2012

¹⁰ Source : FNC, les chiffres clés de la coiffure 2014

¹¹ Source : FNC in Les jeunes entreprises de la coiffure, caractéristiques et besoins d'accompagnement, Institut Supérieur des Métiers, Fédération Nationale de la Coiffure, avec le soutien de la DGCIS, novembre 2012

¹² Source : Panorama de l'évolution des PME depuis 10 ans, CGPME / KPMG, cahier préparatoire à la journée nationale « Planète PME du 28 juin 2012

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

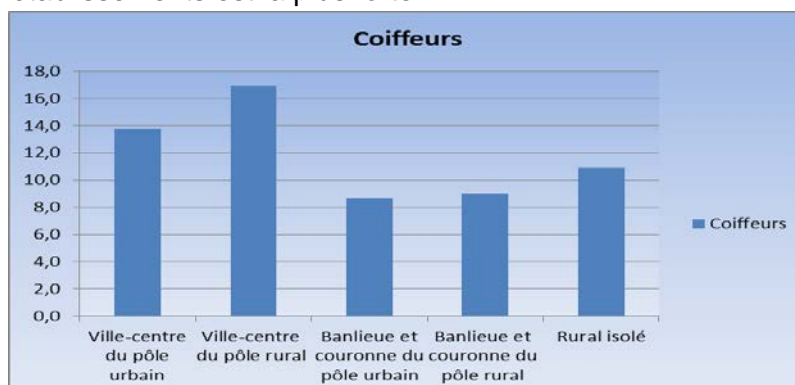
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

On estime tous secteurs confondus que les auto-entrepreneurs représentent en 2010 15 % du nombre total des non-salariés¹³. Ils représentent, pour le secteur de la coiffure et des soins de beauté, près de 18 % des effectifs non-salariés, soit une part légèrement supérieure, avec une très grande majorité d'auto-entrepreneurs « mono-actifs », c'est-à-dire tirant leurs revenus de cette seule activité de coiffure. En revanche, les auto-entrepreneurs du secteur de la coiffure et des soins de beauté représentent à peine plus de 5% des revenus d'activités non-salariaux. Les indépendants ayant choisi un autre statut juridique pour exercer leurs activités sont donc encore très largement majoritaires, à la fois dans les effectifs de non-salariés et dans les revenus générés¹⁴.

Une densité importante d'établissements de coiffure

On recense en 2008, 10,7 établissements de coiffure pour 10 000 habitants, ce qui place l'activité de coiffure en tête des établissements de services, devant les agences immobilières (9,7 établissements pour 10 000 habitants), la restauration rapide (6,1 établissements pour 10 000 habitants) et les débits de boisson et cafés-tabacs (5,8 établissements pour 10 000 habitants).

La densité de salons de coiffure apparaît légèrement plus forte dans les espaces à dominante rurale, avec 12,2 établissements pour 10 000 habitants) que dans les espaces à dominante urbaine (10,4)¹⁵. C'est en effet dans les villes « centres » du pôle rural que la concentration d'établissements est la plus forte :



Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 2008, Recensement de la population 2006, en nombre d'établissements pour 10 000 habitants en 2008

1.2 – Typologie des entreprises du secteur

Trois grandes catégories d'entreprises se font jour dans le secteur de la coiffure :

Les artisans traditionnels indépendants

Les salons dits « indépendants » représentent un mode d'exercice largement majoritaire, avec 70 % des établissements du secteur et 79 % des établissements employeurs en 2012

¹³ Source : Revenus d'activité des non-salariés en 2010, Les indépendants « classiques » gagnent sept fois plus que les auto-entrepreneurs, INSEE Première n°1448, Mai 2013

¹⁴ Source : Revenus d'activité des non-salariés en 2010, Les indépendants « classiques » gagnent sept fois plus que les auto-entrepreneurs, INSEE Première n°1448, Mai 2013, Source INSEE, base « non-salariés »

¹⁵ Source : Insee, Répertoire des entreprises et des établissements SIRENE 2008, Recensement de la population 2006.

selon le rapport de branche 2014. Leur poids économique est estimé entre 65 et 70 % du secteur¹⁶, le rapport de branche 2014 estimant leur chiffre d'affaires à 58,5 % du chiffre d'affaires des établissements employeurs.

Ils sont les principaux employeurs du secteur, avec un effectif qui représente 69 % des salariés¹⁷. Selon l'analyse effectuée par l'Ordre des experts comptables, ces entreprises « misent sur la qualité du service, les prestations discount, l'élargissement de la clientèle (enfants) et la multiplication de leurs établissements. Certains salons se spécialisent dans certains types de clientèles ou de techniques : coiffure « ethnique », salons proposant des soins « biologiques » ou « végétaux¹⁸ ». Figurent parmi les artisans traditionnels ceux qui exercent dans un salon de coiffure, de très loin les plus nombreux, et ceux qui exercent dans des locaux dédiés à la coiffure au sein de structures d'accueil diverses (centres de santé, maisons de retraite, ...).

Les artisans indépendants développant des « mini-groupes régionaux »

Certains artisans indépendants développent, de manière autonome, des groupes de salons c'est à dire différents établissements rattachés à la même entreprise.

Les salons sous enseigne

Il y a en France environ 7 000 points de vente exerçant leurs activités sous franchise ou licence de marque, selon la Fédération Nationale de la Coiffure. Il s'agit de réseaux de salons sous enseigne essentiellement composés d'entreprises exerçant leurs activités dans le cadre de contrats de franchise¹⁹, ce qui est très caractéristique de la coiffure par rapport aux autres secteurs, où la part de franchisés est moindre, au bénéfice des points de vente intégrés, des licences de marque, concessions, ou autres types de coopérations. En effet, près de 95 % du chiffre d'affaires généré par les réseaux dans le secteur de la coiffure en 2007 l'était par des salons en franchise, moins de 5% du chiffre d'affaires étant réalisé par des salons intégrés ou d'autres formes de coopération²⁰.

Ils sont essentiellement implantés en zone urbaine densément peuplée, selon le Conseil National des Entreprises de Coiffure²¹. Les salons franchisés disposent d'un accompagnement de la part de leur tête de réseau en matière de marketing, de gestion d'entreprise (comptabilité, droit, gestion sociale, ...) et de formation professionnelle continue.

Selon la Fédération Française de la Franchise, le nombre de points de vente ou de magasins en franchise dans le domaine de la coiffure-esthétique est passé de 6228 en 2011

¹⁶ Source : Analyses sectorielles TPE « Coiffure », Ordre des experts-comptables, Union de la profession comptable et des organismes de gestion agréés, 2011

¹⁷ Source : Rapport de branche 2010, Intraforces

¹⁸ Source : Source : Enjeux Ile-de-France : la concurrence s'accroît pour les salons de coiffure indépendants, Centre Régionale d'Observation du Commerce de l'Industrie et des Services (CROCIS), n°110, octobre 2008

¹⁹ Selon l'Ordre des Experts-comptables, les principaux groupes de coiffure en France sont le groupe Regis corporation (Jean-Louis DAVID, Saint-Algue, Intermede, Coiff&Co), le groupe Dessange international (dont les enseignes Camille Albane et Frédéric Moreno), le groupe Franck Provost (dont l'enseigne Fabio Salsa) et le groupe Cinderella (enseigne Jean-Claude Biguine)

²⁰ Source : Les réseaux d'enseignes dans les services, INSEE Première n°1299, Juin 2010

²¹ Source : Pour que la coiffure sorte de la crise et exprime son potentiel économique et social, la première étude sectorielle sur la coiffure, Asterès pour le compte du Conseil National des entreprises de Coiffures (CNEC), mars 2013

à 6441 en 2012²². L'INSEE recensait pour sa part en 2007 dans le secteur de la coiffure 52 réseaux, représentant plus de 4000 points de vente, soit 78 points de vente en moyenne par réseau, pour une activité représentant 22 % du chiffre d'affaires généré par le secteur²³. Cinq années plus tard, on estime l'activité des salons sous enseigne à 10 % du nombre de salons de coiffure²⁴ mais entre 25 et 30 % du chiffre d'affaires du secteur²⁵, témoignant d'une dynamique de développement constante. Le rapport de branche produit par la Commission nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle de la branche estime en 2012 le nombre de salons sous enseigne à 9,5 % des établissements du secteur. Ils représentent cependant 18 % des établissements employeurs et généreraient 40 % du chiffre d'affaires des établissements employeurs.

En 2010, ils employaient environ 21 % des actifs de la branche et 30 % des salariés du secteur, leur taille étant généralement plus importante que celle des salons indépendants²⁶. Deux années plus tard, leur position s'est affirmée, avec des salons sous enseigne qui emploient plus de 36,5 % des salariés du secteur²⁷.

Les positionnements commerciaux des enseignes composant les chaînes de coiffure couvrent l'ensemble du marché, des prestations « premiers prix » aux services haut de gamme. Certaines ont développé une gamme de produits associés (produits et accessoires).

Parmi cette catégorie de salons sous enseigne, émergent depuis le début des années 2000 des chaînes de salons « discount », qui. Plusieurs enseignes se disputent ce marché, telles les enseignes « Tchip », dont la signature est la « coiffure à petits prix », avec un forfait « shampoing, brushing, coupe » à 20 € pour un tarif moyen constaté pour la même prestation « dame » d'un montant de 32,06 € en 2010²⁸, ou encore les réseaux « Coiff & Co », qui signe « la coiffure à prix malins », ou encore « Self Coiff », qui affiche de manière très explicite un concept « low cost », et dont le modèle économique repose sur une recherche de concentration du temps de travail des salariés sur les activités de coupe et de coiffage.

L'enseigne « Beauty Bubble » propose quant à elle des prestations express « sur cheveux propres » à un tarif de 10 € (coupe ou brushing), dans les lieux de passage (centres commerciaux, gares, ...). Ces enseignes proposent des tarifs très inférieurs à ceux constatés dans les salons traditionnels, le client réalisant une partie des activités (par exemple le séchage des cheveux) dans certaines enseignes²⁹.

Si, dans leur organisation et souvent dans leur taille, les salons sous enseigne peuvent ressembler fortement aux salons gérés par des artisans indépendants, il est à noter que les

²² Source : Fédération Française de la Franchise, données 2012 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & Systems, 2013.

²³ Source : Les réseaux d'enseignes dans les services, INSEE Première n°1299, Juin 2010

²⁴ Ils sont estimés à 9 % des salons par le CNEC, citant une source « Institut Supérieur des Métiers »

²⁵ Source : Fédération Nationale de la Coiffure

²⁶ Source : Rapport de branche 2010 réalisé par Intraforces. L'effectif moyen des salons indépendants serait de 2,7 personnes contre 6,5 dans les salons sous enseigne

²⁷ Source : rapport de branche 2014

²⁸ Source : Ordre des experts comptables, données INSEE

²⁹ Source : Enjeux Ile-de-France : la concurrence s'accroît pour les salons de coiffure indépendants, Centre Régional d'Observation du Commerce de l'Industrie et des Services (CROCIS), n°110, octobre 2008
Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

salons sous enseigne bénéficient le plus souvent de la part du réseau auquel ils appartiennent de services de soutien essentiels compte tenu des évolutions constatées dans le secteur : politique commerciale, outils et supports pour les actions commerciales, offre de formation professionnelle continue « clés en mains », accompagnement par des animateurs de réseau, ...

Les coiffeurs à domicile ou « hors salon »

La catégorie des coiffeurs « hors salon » compterait, selon la Fédération Nationale de la Coiffure, plus de 15 000 opérateurs, représentant 15 % des établissements du secteur³⁰ mais moins de 5% du chiffre d'affaires de la profession. Le nombre d'activités de coiffure à domicile a triplé depuis 12 ans, (selon la Fédération Nationale de la Coiffure). Celles-ci s'adressent à des particuliers présentant des besoins spécifiques en étant peu, voire pas mobiles, résidant dans des territoires non couverts par une offre de salons de coiffure à proximité ou encore étant peu disponibles. Ils interviennent soit au domicile des particuliers, soit dans un lieu privatif, à l'hôpital, à l'hôtel ou en maison de retraite par exemple.

Certains de ces coiffeurs à domicile créent des entreprises individuelles, d'autres optent pour le statut d'auto-entrepreneurs, d'autres encore sont organisés en réseaux, différents groupes proposant des services de soutien³¹. La création d'activité de coiffure à domicile semble correspondre à une recherche de création de son propre emploi, sans objectif de développement d'emploi salarié.

Certaines entreprises proposent aux créateurs, aux indépendants ou auto-entrepreneurs d'adopter le statut de salarié, tels le groupe Viadom, spécialisé dans le service à domicile et qui propose des interventions dans le domaine de la coiffure. Le groupe évoque un référencement auprès de 1500 établissements, la mise à disposition de ses collaborateurs d'une assistance technique et commerciale, d'une offre de formation et de produits³²,

Il en va de même pour des entreprises développées autour de la coiffure à domicile, telles l'entreprise Procades, qui affiche « 150 collaboratrices » coiffeuses, esthéticiennes ou prothésistes ongulaires³³, ou le groupe « Domicile Beauté », qui indique disposer de « 400 collaboratrices »³⁴.

Cette typologie ne permet pas à elle seule, à l'exclusion de l'exercice à domicile, de déterminer de spécificité quant aux conditions d'exercice des métiers ou quant aux compétences requises. En revanche, le critère de taille semble plus discriminant, la polyvalence étant recherchée dans les entreprises de petite taille et la spécialisation ainsi que les emplois de management apparaissant dans les salons dotés d'un effectif de plus de cinq de salariés, ceux-ci représentant moins de 5% des établissements du secteur.

2. L'emploi et les actifs dans le secteur de la coiffure

³⁰ Le Conseil National des Entreprises de Coiffure estime également le nombre de coiffeurs à domicile à 15 % des opérateurs du secteur

³¹ Source : Analyses sectorielles TPE « Coiffure », Ordre des experts-comptables, Union de la profession comptable et des organismes de gestion agréés, 2011

³² Source : www.coiffure-domicile.com

³³ Source : www.procades.fr

³⁴ Source : www.domicile-beaute.fr

2.1 – Nombre d’emplois et d’actifs

Le secteur de la coiffure se compose en 2012 de plus de 169 000 actifs, dont 41,5 % de non-salariés, proportion en augmentation au cours des dernières années.

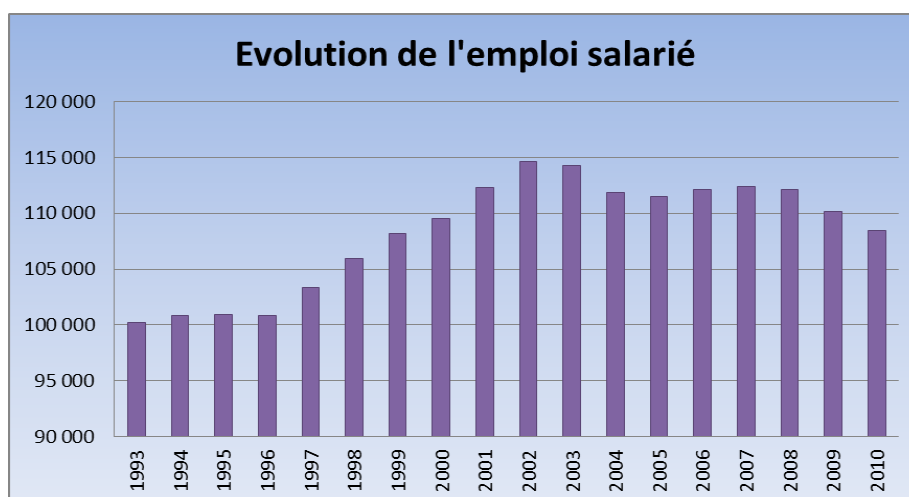
Une évolution des effectifs salariés nettement orientée à la baisse au cours des dernières années ...

Avec 108 485 salariés en 2010 en France métropolitaine selon l’UNEDIC et 99 413 salariés au 31 décembre 2012 selon l’ACOSS³⁵, le secteur se situe depuis 2008 dans une nouvelle période de baisse de l’emploi salarié, après le recul enregistré à partir de 2004, année où l’emploi avait reculé de manière significative, plus de 2400 postes ayant été perdus par rapport à l’année précédente. En 2009, la perte d’emplois par rapport à 2008 a été de près de 2000 postes et en 2010 de plus de 1600.

Le secteur connaît donc une diminution constante des effectifs salariés depuis 2008, cette baisse atteignant près de 10 000 emplois entre 2008 et 2012, soit un recul de 8,43 %.

Il faut signaler qu’au cours de la même période, le nombre de salariés a augmenté de près de 20 % dans les « soins de beauté³⁶ », de près de 10 % dans l’ « entretien corporel³⁷ », et de près de 22 % dans les « autres services personnels³⁸ »³⁹.

Cette évolution suit une période ininterrompue d’augmentation des effectifs salariés de 1997 à 2002 :



³⁵ Source : rapport de branche 2014

³⁶ Pour un total de 18 668 salariés en 2010

³⁷ Pour un total de 9 202 salariés en 2010

³⁸ Pour un total de 33 469 salariés en 2010

³⁹ Source : UNEDIC - Statistique annuelle de l’emploi salarié au 31 décembre, France métropolitaine, champ UNEDIC

Un maintien du nombre d'actifs au cours des dernières années

Si l'évolution du nombre de salariés dans le secteur de la coiffure est nettement orientée à la baisse depuis 2008, il n'en va pas de même du nombre d'actifs, qui connaît une stabilité relative au cours des dernières années, s'établissant à environ 169 000. Cependant, ce nombre a tendance à légèrement décroître au cours des dernières années, comme en témoigne le rapport de branche produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi, qui signale une baisse des actifs de 0,5 % entre 2010 et 2011, puis de nouveau 0,5 % entre 2011 et 2012. En trois ans, le secteur aura donc perdu plus de 1 500 actifs.

Est à signaler la montée en puissance très sensible du nombre d'auto-entrepreneurs dans le secteur, passés de 7 195 en 2010, année au cours de laquelle ils représentaient 4,23 % des actifs du secteur, à 11 825 en 2012, représentant désormais près de 7 % des actifs du secteur. S'opère donc un transfert sensible entre le statut de salarié et le statut de non-salarié, notamment celui d'auto-entrepreneur, ce qui ne sera pas sans impact sur les conditions dans lesquelles sont conduites les activités de coiffure et les besoins en compétences qui y sont associés.

2.2 – Caractéristiques des actifs⁴⁰

Une population essentiellement féminine

Le secteur se caractérise par une très forte féminisation de ses actifs, les femmes représentant 88 % des actifs du secteur « coiffure esthétique », chiffre en nette évolution comparé à la période 1982 – 1984, où cette proportion s'élevait à 74 %⁴¹.

Une population active très jeune, une sous-représentation des actifs de 45 ans et plus

Selon les données traitées par la DARES, qui rassemble au sein d'une même catégorie les coiffeurs et les esthéticiens, la structure par âge des actifs met en évidence une très forte représentation des 15 – 29 ans parmi les coiffeurs et esthéticiens, qui représentent 40 % de la totalité des actifs du secteur, à comparer à la moyenne générale des actifs, pour laquelle cette catégorie représente 20 %. A titre de comparaison, le rapport de branche 2010 indique que 37 % de la population salariée a moins de 25 ans, et 34 % de 25 à 34 ans, les salariés étant en moyenne plus jeunes dans les salons sous enseigne, dans lesquels 41 % des effectifs ont moins de 25 ans⁴². Les catégories sous-représentées par rapport à la moyenne générale sont les actifs à partir de 45 ans, qui représentent pour les coiffeurs esthéticiens seulement 21 % de la population active totale, contre 40 % pour l'ensemble des secteurs d'activité. Nous avons, à titre d'exemple, comparé les données relatives aux coiffeurs et esthéticiens d'une part avec les artisans et ouvriers artisanaux, dont la répartition par

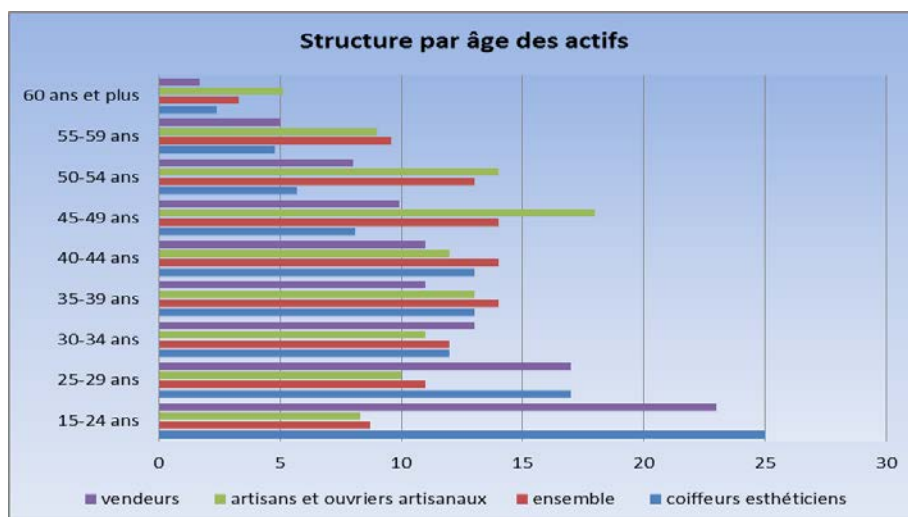
⁴⁰ Les données qui suivent sont issues de l'enquête emploi 2009 – 2011 réalisée par l'INSEE (traitement DARES) et concernent à la fois les coiffeurs et les esthéticiens.

⁴¹ Source : enquêtes Emploi, Insee (traitement DARES). Champ : France métropolitaine, actifs occupés au sens du BIT. Répartition par sexe dans l'entreprise en pourcentage, données en moyenne annuelle sur 3 ans, de 2009 à 2011

⁴² Source : rapport de branche 2010, Intraforces

structure d'âge est beaucoup plus proche de la moyenne de l'ensemble des secteurs et d'autre part avec les vendeurs, dont la proportion d'actifs de plus de 45 ans est légèrement supérieure à celle des coiffeurs et esthéticiens.

Cette situation a cependant considérablement évolué dans le temps, les actifs de moins de trente ans représentant en effet 55 % des actifs du secteur entre 1982 et 1984.



Source : enquêtes Emploi, Insee (traitement DARES). Champ : France métropolitaine, actifs occupés au sens du BIT. Structure par âge en pourcentage, données en moyenne annuelle sur 3 ans, de 2009 à 2011

Le rapport de branche produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi en 2014 fait état d'un âge moyen de 31,5 ans, les deux tiers des effectifs ayant moins de 35 ans et plus d'un tiers moins de 25 ans. Les salariés de plus de 45 ans ne sont qu'à peine plus de 12 %.

Une ancienneté dans l'entreprise nettement plus faible que dans la moyenne des secteurs

Selon les données de la DARES, l'ancienneté des actifs dans leur entreprise chez les esthéticiens-coiffeurs apparaît nettement plus faible que dans la moyenne des secteurs, à peine plus d'un quart des actifs présentant une ancienneté de 10 ans et plus à comparer à l'ensemble des secteurs, pour lesquels cette catégorie représente près de 45% des actifs. Seuls les ouvriers non qualifiés du bâtiment, les vendeurs, les employés et agents de maîtrise de l'hôtellerie restauration et les professionnels de l'action culturelle et sportive présentent des pourcentages similaires, voire plus faibles.

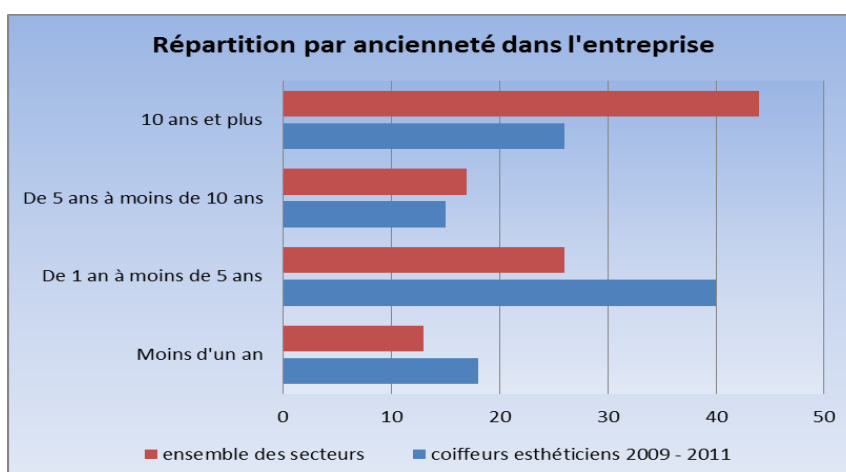
A titre de comparaison, le rapport de branche 2010 indique que 56 % de la population salariée a moins de 5 ans d'ancienneté, les salariés ayant une ancienneté de plus de 10 ans ne représentant que 14% des effectifs⁴³. Deux années plus tard, le rapport de branche indique que l'ancienneté moyenne a légèrement augmenté, se situant à 5,5 ans, le pourcentage de salariés ayant moins de 5 ans d'ancienneté s'établissant à 54 %.

⁴³ Source : rapport de branche 2010, Intraforces
Ministère de l'Education nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Ce phénomène semble plus marqué dans les salons sous enseigne que dans les salons indépendants, ceux-ci affichant 18 % des effectifs avec une ancienneté de plus de 10 ans. Les actifs du secteur de la coiffure changent donc nettement plus souvent d'employeur que ceux des autres secteurs, et il est également très probable qu'ils quittent le secteur avant la fin de leur parcours professionnel, le pourcentage de salariés de 45 ans et plus étant nettement moins élevé dans la coiffure que dans les autres secteurs. Cette tendance est stable sur le long terme, une répartition similaire ayant été observée au cours de la période 1982 – 1984.

Selon la DARES, les sorties d'emploi sont assez souvent le fait de démissions, 26 % des sorties relevant de cette catégorie pour les « coiffeurs esthéticiens » (la moyenne des démissions s'établissant tous secteurs confondus à 13 %). On enregistre également 13 % pour les ruptures conventionnelles et les licenciements. Les fins de périodes d'essai représentent quant à elles 46 % des sorties d'emploi, contre 72 % tous secteurs confondus. Les départs en retraite représentent quant eux 1% des sorties d'emploi, soit moitié moins que tous secteurs confondus (2%)⁴⁴.

D'après le rapport de branche 2010, 42% des départs de salariés dans les salons de coiffure seraient dus à des démissions, et 14% seraient la conséquence de licenciements ou ruptures conventionnelles, renforçant le postulat d'un nombre de départs volontaires nettement marqué dans le secteur⁴⁵.



Source : enquêtes Emploi, Insee (traitement DARES). Champ : France métropolitaine, actifs occupés au sens du BIT.
Répartition par ancienneté dans l'entreprise en pourcentage, données en moyenne annuelle sur 3 ans, de 2009 à 2011

Une montée en puissance des titulaires de diplômes de niveau IV

L'analyse de la structure des actifs par niveau de diplôme fait apparaître une nette montée en puissance des actifs titulaires d'un diplôme de Niveau IV, ceux-ci étant 45 % en 2009 – 2011, contre 18 % en 1982-1984⁴⁶. Il apparaît de surcroît que l'accès au diplôme de niveau IV s'effectue relativement tôt dans le parcours professionnel des actifs. L'analyse de la

⁴⁴ Source : DARES, DMMO-EMMO 2011 données annuelles en pourcentage, France métropolitaine, actifs occupés au sens du BIT, salariés du secteur concurrentiel, hors intérim, hors salariés employés par des particuliers.

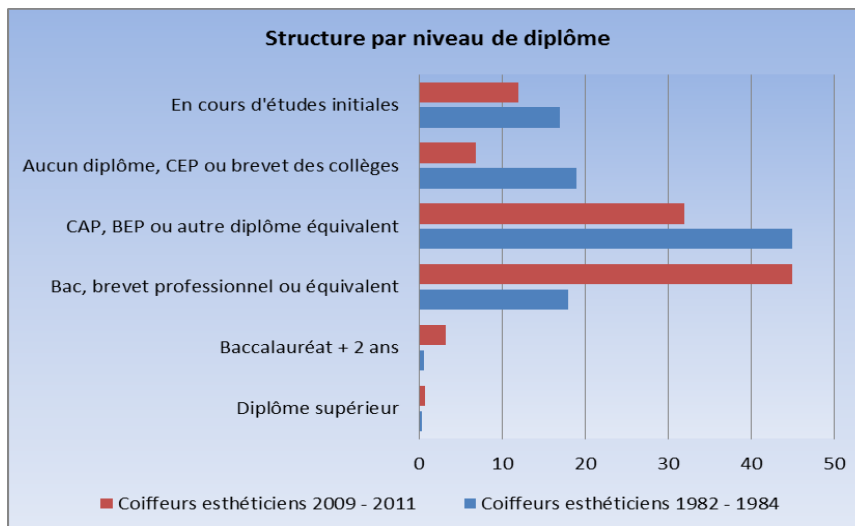
⁴⁵ Source : rapport de branche 2010, Intraforces

⁴⁶ Source : enquête emploi, INSEE, moyennes annuelles sur les années 1982 à 1984 et 2009 à 2011, données portant sur les coiffeurs – esthéticiens

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

structure par niveau de diplôme des actifs de moins de 30 ans fait apparaître chez les coiffeurs esthéticiens que 44 % des actifs sont titulaires d'un bac, d'un Brevet Professionnel ou d'un diplôme équivalent. Parmi l'ensemble des secteurs d'activités, la catégorie des coiffeurs esthéticiens figure parmi celles privilégiant de très loin ce niveau de diplôme par rapport aux autres.



Source : enquêtes Emploi, Insee (traitement DARES). Champ : France métropolitaine, actifs occupés au sens du BIT. Structure par niveau de diplôme en pourcentage, données en moyenne annuelle sur 3 ans, de 2009 à 2011

Une représentation marquée des alternants et apprentis, des non-salariés et chefs d'entreprise

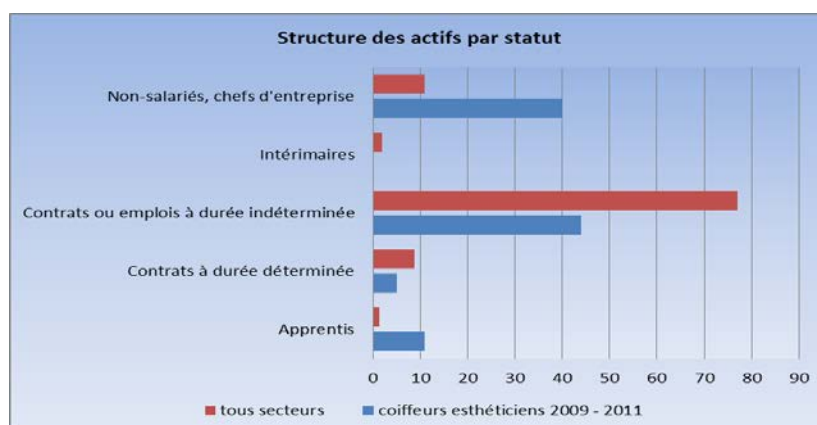
L'analyse de la structure des actifs par statut dans les données de la DARES met en évidence pour le secteur des coiffeurs esthéticiens une forte proportion d'apprentis, ceux-ci représentant 11 % des actifs, ce qui place le secteur parmi les plus représentatifs en la matière avec les bouchers-charcutiers-boulangers (12%) et différents métiers de la production : ouvriers non qualifiés du travail du bois et de l'ameublement (19 %), ouvriers non qualifiés de la mécanique (15%), ouvriers non qualifiés de l'électricité et de l'électronique (12%), ouvriers non qualifiés du second œuvre du bâtiment (22%) ouvriers non qualifiés du gros œuvre du bâtiment et des travaux publics (10 %).

Cette proportion est en réalité beaucoup plus importante pour les seuls coiffeurs, le rapport de branche 2014 produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi estimant à près de 14,3 % des actifs (24,5 % des salariés) le pourcentage de professionnels en Contrat d'Apprentissage ou Contrat de Professionnalisation. Ce pourcentage semble en forte augmentation sur les deux dernières années. En effet, à titre de comparaison, le rapport de branche 2010 indiquait que 14 % de la population salariée était en « contrat aidé » (apprentissage, contrat de professionnalisation, ...) ⁴⁷.

⁴⁷ Source : rapport de branche 2010, Intraforces
Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Ces données sont à comparer à celles concernant les salariés de l'ensemble des secteurs d'activités, le pourcentage d'apprentis s'établissant selon la DARES à 2 % de la population salariée.

Selon le rapport de branche 2010, 42 % des salons indépendants et 58 % des salons sous enseigne emploieraient au moins un apprenti. La proportion d'actifs non-salariés et chefs d'entreprise est également importante, cette catégorie représentant 4 actifs sur 10, soit parmi les plus fortes proportions enregistrées, tous secteurs confondus, rapprochant les coiffeurs et esthéticiens des ouvriers qualifiés du second œuvre du bâtiment, qui comptent 42% d'actifs non-salariés. La moitié des entreprises du secteur n'emploierait aucun salarié⁴⁸. L'usage des contrats à durée déterminée, est quant à lui relativement faible, représentant 5 % des actifs du secteur, soit quatre points de moins que l'ensemble des secteurs. Selon le rapport de branche produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi en 2014, il s'établit à 3 % des effectifs salariés pour l'année 2012, un peu moins des ¼ des effectifs salariés (72,5%) étant en Contrat à Durée Indéterminée.



Source : enquêtes Emploi, Insee (traitement DARES). Champ : France métropolitaine, actifs occupés au sens du BIT. Répartition des personnes en emploi par statut en pourcentage, données en moyenne annuelle sur 3 ans, de 2009 à 2011

2.3 –Marché de l'emploi

Le nombre de demandeurs d'emploi enregistré à Pôle Emploi s'établit en 2011 à 37 025, en augmentation de 12 % par rapport à l'année précédente, pour 20 890 offres d'emploi, en légère augmentation par rapport à l'année précédente⁴⁹. Une nouvelle hausse de plus de 8 % du nombre de demandeurs d'emploi est enregistrée en 2012, avec 39 995 demandeurs d'emploi recensés pour 19 053 offres d'emploi, le nombre d'offres d'emploi déposées à Pôle Emploi connaissant en 2012 une baisse pour la première fois depuis 2010, cette baisse étant sensible, avec 8,8 %.

L'analyse de l'évolution de l'offre et de la demande d'emploi fait apparaître une nette augmentation du nombre de demandeurs d'emploi à partir du premier trimestre 2009, parallèlement à une baisse de la part des offres d'emploi « durables » dans le total des offres d'emplois collectées par Pôle Emploi. L'année 2009 avait enregistré une hausse de 20 % du

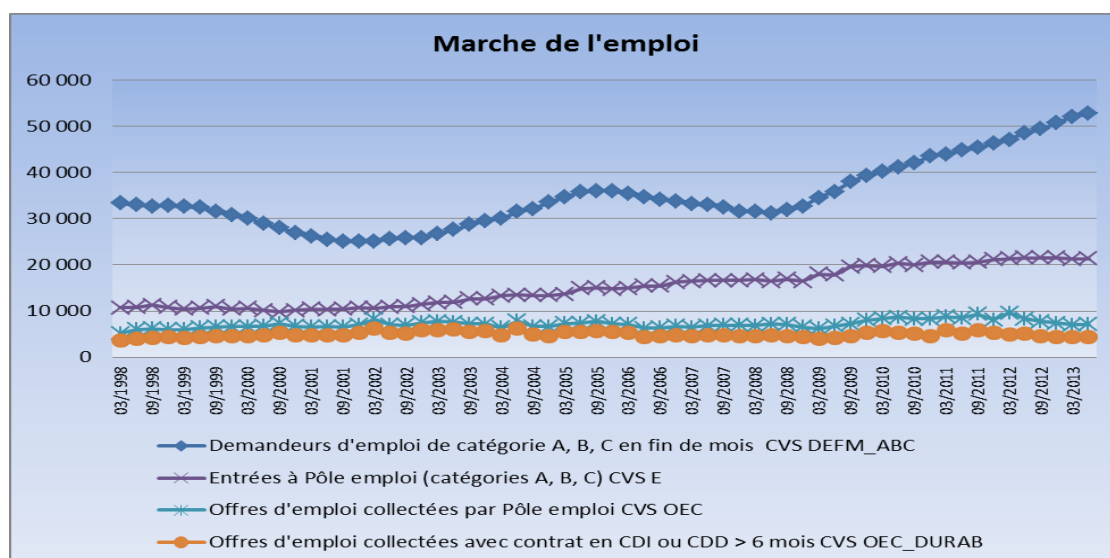
⁴⁸ Source : Rapport de branche 2010, Intraforces

⁴⁹ Source : Les chiffres clés de la coiffure 2013, Fédération Nationale de la Coiffure, septembre 2012, données Pôle Emploi, DESP, marché du travail 2011

nombre de demandeurs d'emplois parmi les coiffeurs. Dans la période précédente, le nombre de demandeurs d'emploi avait connu une baisse au début des années 2000, ce qui correspond, pour les coiffeurs, à l'augmentation du nombre d'emplois observée entre 1999 et 2002. La demande d'emploi avait de nouveau baissé à partir du premier trimestre 2006, année au cours de laquelle une augmentation du nombre d'emplois avait également été observée dans le secteur de la coiffure, l'emploi s'étant maintenu jusqu'en 2008 avant de connaître une nouvelle baisse qui se poursuit jusqu'à aujourd'hui.

L'augmentation continue et significative du nombre de demandeurs d'emplois de catégorie A, B et C en fin de mois observée depuis 2008 correspond, entre le premier trimestre 2008 et le premier trimestre 2013, à une hausse de plus de 65 %, témoignant de la nette dégradation du marché de l'emploi salarié pour les professionnels de la coiffure. Le taux de la demande d'emploi s'élevait en 2011 à 12% chez les coiffeurs esthéticiens, contre 10 % pour l'ensemble des métiers. En revanche, le taux d'écoulement des demandes d'emploi était plus fort, 63 % pour les coiffeurs et esthéticiens, contre 56 % pour l'ensemble des métiers, et le nombre de demandeurs d'emploi inscrits depuis plus d'un an à Pôle Emploi nettement plus faible, témoignant d'une fluidité du marché du travail. De même la part des contrats de plus de 6 mois parmi les offres d'emploi était légèrement plus élevée, 66 % pour les coiffeurs et esthéticiens contre 55 % pour l'ensemble des métiers.

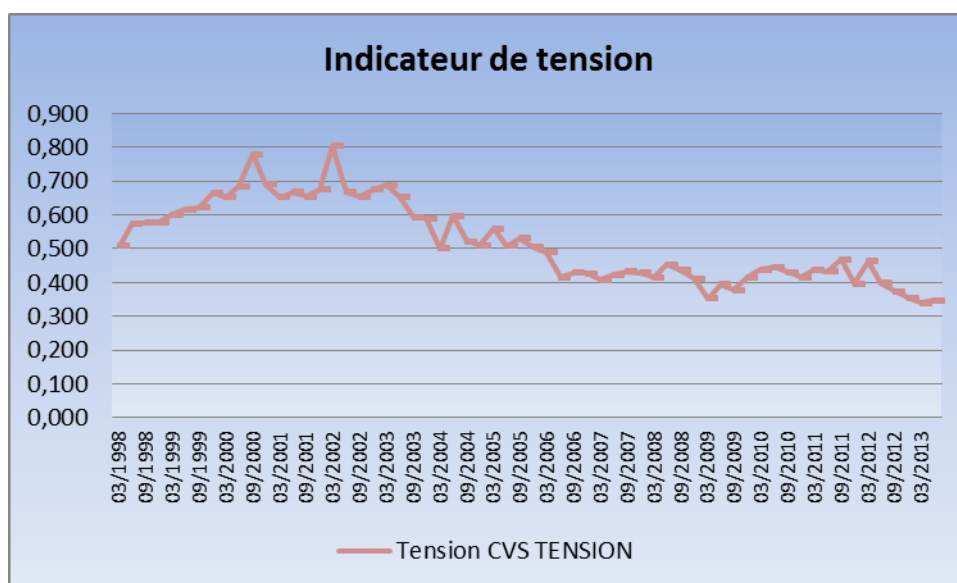
La part des demandeurs d'emploi de 15 à 24 ans est nettement plus élevée que pour l'ensemble des secteurs (38% dans la coiffure contre moins de 20 % dans l'ensemble des secteurs). Elle l'est légèrement plus pour la catégorie des 25 à 29 ans. A partir de 30 ans, la tendance s'inverse⁵⁰. C'est en région PACA que la part des coiffeurs et esthéticiens dans la demande régionale d'emploi est la plus forte.



Source : Données CVS sur le marché du travail par familles professionnelles, DARES-Pôle emploi, traitement DARES, données trimestrielles, France métropolitaine, FAP T0Z, coiffeurs esthéticiens

⁵⁰ Source : DARES Pôle Emploi, traitement DARES
Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Parallèlement, l'indicateur de tension, qui rapporte le flux des offres d'emploi collectées, durant un trimestre donné, aux entrées à Pôle Emploi durant la même période, fait apparaître sur le long terme une baisse progressive malgré quelques sursauts, témoignant d'une nette tendance à la baisse des offres d'emplois collectées et à la hausse des entrées.



Source : Données CVS sur le marché du travail par familles professionnelles, DARES-Pôle emploi, traitement DARES

Le diplôme comme antidote au chômage

Les demandeurs d'emploi inscrits à Pôle Emploi en 2011 sont moins diplômés que les actifs, la part de ceux détenant un CAP ou un diplôme équivalent s'élevant à 49 % contre 32 % pour les actifs, et celle des demandeurs d'emploi titulaires d'un Brevet Professionnel ou d'un diplôme équivalent s'élevant à 22 %, contre 45% pour les actifs. Ainsi, dans les domaines de la coiffure, de l'esthétique et des autres services aux personnes, le taux de chômage des titulaires du CAP ou diplôme équivalent (29 %) se différencie très nettement de celui des titulaires du Brevet Professionnel ou diplôme équivalent (6%)⁵¹.

⁵¹ Source : S'insérer à la sortie de l'enseignement secondaire : de fortes inégalités entre filières, BREF n°303, CEREQ, décembre 2012
Ministère de l'Education nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

3. Les problématiques de ressources humaines

3.1 – Le recrutement et l'intégration de nouveaux salariés

Le rapport de branche 2014 (chiffres 2012) fait état de 19 400 embauches en 2012, soit un taux d'embauche de 19,5 %. C'est un taux légèrement supérieur à la tendance constatée toutes activités confondues à l'échelle du secteur tertiaire, le taux d'entrée étant situé en 2012 entre 14,5 % et 17,9 % en fonction des trimestres et des tailles d'entreprise⁵². Les Contrats à Durée Indéterminée (CDI) représentent 39 % de ces embauches, soit 7 550 contrats et les Contrats à Durée Déterminée (CDD) 17,5 % des embauches, soit 3 400 contrats.

Le secteur de la coiffure se distingue de ce point de vue de l'ensemble du secteur tertiaire par son faible taux d'embauches en CDD, celui-ci ayant varié en 2012 tous secteurs confondus dans le tertiaire entre 76,3 % et 85,6 % en fonction des trimestres et des tailles d'entreprise⁵³.

Le rapport de branche 2010 faisait état d'une proportion d'entreprises ayant embauché s'élevant à une entreprise sur cinq, ces données étant nettement différenciées selon qu'il s'agit de salons indépendants (21 % des entreprises), de salons sous enseigne (39 % des entreprises) ou des coiffeurs à domicile (1% des entreprises).

Parmi les salariés recrutés en 2010, 77 % l'avaient été dans des salons indépendants, 20 % dans des salons sous enseigne et 1% par des coiffeurs à domicile. En revanche, toujours selon la même source, seulement 8 % des entreprises ayant déjà un salarié et 4% des entreprises sans salarié avaient l'intention d'embaucher en 2011 et 6% de réduire les effectifs.

L'utilisation des contrats en alternance, une évolution marquée entre 2010 et 2012

Il faut signaler parmi ces embauches la forte proportion de « contrats aidés » (contrats d'apprentissage, de professionnalisation), qui représentent 43 % des contrats signés. Cette proportion apparaît en très forte augmentation eu égard au rapport de branche 2010, qui faisait état de 24 % des embauches en contrat aidé, soit près de 20 points de moins que deux ans plus tard.

Il apparaît que la signature d'un contrat par alternance pour préparer un CAP ou un Brevet Professionnel constitue un mode d'accès privilégié à l'emploi, à la fois pour les jeunes sortant de formation initiale et pour les chefs d'entreprise.

Ces derniers évoquent des difficultés à attirer des professionnels expérimentés dans leur équipe et expriment la difficulté des jeunes à être directement « opérationnels » à l'issue de

⁵² Source : les mouvements de main d'œuvre au troisième trimestre 2012 : nouvelle hausse du taux d'embauche en CDD, DARES indicateurs, mars 2013, n°17

⁵³ Source : les mouvements de main d'œuvre au troisième trimestre 2012 : nouvelle hausse du taux d'embauche en CDD, DARES indicateurs, mars 2013, n°17

la formation initiale. Certains indiquent également que les difficultés économiques rencontrées par les entreprises de coiffure ne seraient pas étrangères à ce recrutement massif de jeunes sous contrats aidés.

Une chef d'entreprise de salon indépendant : « *Un jeune sortant de CAP n'est aujourd'hui pas rentable avec un salaire complet : il faut le mettre en second et continuer à le former. Aujourd'hui on privilégie un recrutement à CAP avec une perspective de préparation du BP dans la foulée pour développer les compétences techniques des jeunes, mais aussi car cela permet de réduire la masse salariale* ».

Une directrice d'établissement scolaire sous contrat avec l'Education Nationale : « *Pour nombre de jeunes, la préparation du Brevet professionnel en Contrat de Professionnalisation n'est pas véritablement un projet mais la seule manière d'obtenir un emploi à l'issue du CAP* ».

Or le devenir des jeunes coiffeurs à l'issue de ces contrats aidés pose question, 50 % des établissements de coiffure indiquant ne pas embaucher les jeunes en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation à l'issue de leur période d'alternance⁵⁴, une proportion là encore supérieure à ce qu'elle était il y a deux ans. En effet, en 2010, 41 % des établissements déclaraient ne pas prolonger le contrat des salariés à l'issue d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, soit 9 points de moins que deux années plus tard.

De fait, la fin des contrats aidés constitue en 2012 la principale cause de départ des salariés avec 37 % des départs en 2012, soit 8 200 professionnels quittant leur entreprise d'accueil à l'issue de leur contrat d'apprentissage ou de professionnalisation. La comparaison avec les chiffres du rapport de branche 2010 mériteraient vérification tant cette proportion a augmenté. En effet, en 2010, le rapport de branche place la fin des contrats aidés en sixième position des motifs de départ, avec 4 % des départs seulement.

Dans les salons sous enseigne, des périodes de formation sont systématiquement prévues lors de l'intégration des nouveaux entrants, afin d'intégrer les concepts et les méthodes spécifiques au réseau.

3.2 – La formation professionnelle continue

Les données dont nous disposons sur la formation sont issues du rapport de branche 2014 (chiffres 2012) et doivent être interprétées avec prudence à deux titres.

D'une part, elles émanent d'un des deux OPCA intervenus au cours de cette année auprès des entreprises de la branche et sont donc partielles. D'autre part, elles reflètent exclusivement l'activité « formation » entrant dans le cadre des financements de l'OPCA, laissant à l'écart l'activité « formation » conduite au sein des groupes et enseignes et qui, financée dans le cadre de la redevance versée par le franchisé, ne donne pas nécessairement lieu à une demande de prise en charge. Enfin, elles reflètent exclusivement

⁵⁴ Source : Rapport de branche 2014

les formations des salariés, ne tenant pas compte de celles mises en œuvre au bénéfice des non-salariés, qu'ils soient coiffeurs à domicile ou dirigeants de salon de coiffure.

L'activité de formation au titre du plan de formation des entreprises

En 2012, parmi les entreprises adhérentes à l'OPCA AGEFOS PME au sein de la branche « coiffure », la proportion d'entreprises ayant engagé de la formation au titre du plan de formation est de :

- 25 % pour les entreprises de moins de 10 salariés,
- 54 % pour les entreprises de 10 à 49 salariés,
- 87 % pour les entreprises de 50 salariés et plus.

Ce sont les formations techniques qui ont été les plus attractives, les formations « coupe-coiffage-coiffure » ayant été les plus utilisées quelle que soit la taille de l'entreprise. Arrivent en seconde position les formations « coloration-formes », prisées par les entreprises de moins de 50 salariés. Il est à signaler que dans les entreprises de 50 salariés et plus, c'est la thématique du « marketing » qui arrive en seconde position, suivie par celle du « management », la thématique « coloration-formes » n'arrivant qu'en quatrième position.

Dans les entreprises de moins de 10 salariés, particulièrement représentatives de la profession, la thématique du « management » arrive en seconde position en nombre d'actions financées, les formations à la « gestion comptabilité » et à l'« accueil-vente » se classant respectivement quatrième et cinquième.

Les taux d'accès à la formation financée par la branche sont respectivement de :

- 34 % pour les entreprises de moins de 10 salariés, soit un taux nettement plus élevé que pour l'ensemble des entreprises adhérentes à AGEFOS PME (19 % en 2010 et 16 % en 2011),
- 24 % pour les entreprises de 10 à 49 salariés,
- 36 % pour les entreprises de 50 salariés et plus.

A titre de comparaison, le taux d'accès à la formation toutes entreprises confondues au sein d'AGEFOS PME s'établit en 2010 à 21,6 % pour les entreprises de 10 salariés et plus.

L'utilisation des contrats de professionnalisation en 2012

Selon le rapport de branche 2012, 4 661 stagiaires ont bénéficié d'un contrat de professionnalisation en 2012 au sein de la branche, ces contrats étant utilisés quasi exclusivement pour des formations diplômantes.

Les Brevets Professionnels Coiffure arrivent très nettement en tête des diplômes préparés, représentant près de 83 % des stagiaires dont la formation est prise en charge par AGEFOS PME au titre de ce dispositif. On note très loin derrière, 80 stagiaires pris en charge dans le cadre de ce dispositif dans l'objectif d'obtenir un Brevet de Maîtrise Coiffure et 90 un CQP Manager de salon de coiffure.

3.3 – La gestion des parcours professionnels

Les parcours professionnels dans le secteur

Les parcours d'évolution professionnelle au sein des entreprises de coiffure s'effectuent assez naturellement du profil/métier de coiffeur/euse vers celui de technicien/ienne coiffeur/euse, souvent à l'appui d'un passage par le Brevet Professionnel, acquis en priorité par la formation et dans une moindre mesure par la Validation des Acquis de l'Expérience.

Selon les professionnels du secteur, il faut ainsi plusieurs années d'exercice professionnel en dehors de la période de formation initiale pour être pleinement opérationnel dans son métier et acquérir le niveau de technicité requis.

La directrice d'un établissement scolaire sous contrat avec l'Education Nationale indique : *« En sortant du BP, un jeune n'est pas capable d'ouvrir son salon car il lui manque de la technique. Certains anciens élèves ont voulu s'installer trop tôt et se sont trouvés en échec car ils ont perdu leur clientèle par manque de technique. Il lui manque aussi le management et la gestion car ces notions sont abordées de manière superficielle (.../...) La problématique pour les futurs candidats du BTS sera le temps d'acquisition de la pratique : ce qui existe en esthétique ne peut pas forcément être reproduit dans la coiffure car le temps d'acquisition de la technique est beaucoup plus long en coiffure »*

Un artisan coiffeur précise : *« En Brevet Professionnel, on voit les vraies techniques de coupe, les tendances, les coupes plus complexes comme les dégradés, on prend mieux en compte le volume du cheveu. Mais la technique s'acquiert véritablement après, une fois en salon »*.

Le directeur d'un centre de formation d'un réseau de franchise va dans le même sens : *« En sortant de formation, on ressent de nombreux manques, surtout dans la gestion de la relation client. On a aussi des difficultés avec la technique métier, avec parfois des décalages entre les techniques apprises à l'école et les pratiques en salon. Il serait peut-être intéressant d'accueillir des professionnels pour des temps de formation. Toujours est-il qu'il faut au moins deux ans d'exercice en salon post Brevet Professionnel pour maîtriser le métier »*.

Les professionnels font état parmi les coiffeurs de niveaux de technicité très variables à l'issue du Brevet Professionnel, ces écarts étant principalement liés au niveau d'investissement du salon d'accueil du candidat dans sa formation. Ainsi, il apparaît délicat pour les professionnels de laisser les jeunes en cours d'apprentissage procéder à des coupes sur les clientes. Pour progresser, il est donc nécessaire de suivre de très près le jeune lors de la coupe ou de lui proposer de réaliser des coupes sur des modèles, en fin de journée ou lors des périodes de faible activité dans le salon. Or, si certains salons jouent relativement bien le jeu de la formation et de la pratique du « training », d'autres semblent ne pas s'y prêter suffisamment pour permettre une montée en compétences sur la technique de coupe.

Une fois les années de pratique en tant que technicien/ienne coiffeur/euse acquises, le passage vers le métier de manager de salon est la plupart du temps conditionné à la

connaissance du salon et de ses pratiques, donc à une évolution interne. Le représentant d'un des principaux groupes de coiffure indique : « *Si nous avons besoin d'un manager, le choix est toujours de le former à nos concepts car nous disposons de nos propres stratégies de formation « techniques » et de notre académie du management. Nous détectons les potentiels en salon et les formons. Ainsi, 90 % de nos managers sont issus de la promotion interne et ils ont déjà la culture de la marque, ainsi que la capacité et la motivation à devenir des chefs d'entreprise* ».

Les sorties de salariés : fin de « contrats aidés » et départs volontaires comme causes principales de départ de l'entreprise

Le rapport de branche 2014 (chiffres 2012) fait état de 22 200 départs de salariés en 2012, soit un taux de départ de 22,5 %. C'est un taux légèrement supérieur à la tendance constatée toutes activités confondues à l'échelle du secteur tertiaire, le taux de sortie étant situé en 2012 entre 14 % et 17,9 % en fonction des trimestres et des tailles d'entreprise⁵⁵.

Il faut signaler parmi les motifs de départ la part significative occupée par la fin des « contrats aidés », évoquée plus haut, ainsi que la part notable des démissions, qui constituent le second motif de départ des salariés, avec 23 % des départs, alors que ce motif représentait 42 % des départs en 2010.

3.4 - La création et la reprise d'entreprises⁵⁶

Le profil des entrepreneurs est essentiellement féminin, jeune (un entrepreneur sur deux a moins de 35 ans). Le moteur de l'installation est le désir d'indépendance, 20% des entrepreneurs concevant leur projet dès l'enfance et 23% durant leur parcours de formation. Le processus d'installation s'appuie donc avant tout sur un projet personnel « être coiffeur à son compte » et la plupart de ces créateurs ne bénéficient pas d'aide pour leur installation. A posteriori, un tiers d'entre eux a trouvé que « tout était compliqué dans l'installation » et un tiers a rencontré des difficultés inattendues sous-estimées en amont, notamment en termes de démarches administratives et de gestion de l'entreprise (montage financier, recherche de prêts bancaires, estimation des charges, ...), y compris pour l'installation en salon franchisé.

Il est intéressant de constater, dans un contexte concurrentiel fort, le recul de la reprise d'entreprises (51% des installations en salon indépendant et 41% des installations en salon franchisé).

Par ailleurs, 81% des salons franchisés mais seulement un salon indépendant sur deux emploient des salariés dès le démarrage de l'activité. La part des entrepreneurs en salon exerçant seul a augmenté entre 2008 et 2012 et pour 42% des coiffeurs en salon indépendant, exercer seul est un choix.

⁵⁵ Source : les mouvements de main d'œuvre au troisième trimestre 2012 : nouvelle hausse du taux d'embauche en CDD, DARES indicateurs, mars 2013, n°17

⁵⁶ Source : Les jeunes entreprises du secteur de la coiffure, caractéristiques et besoins d'accompagnement, ISM et FNC avec le soutien de la DGCIS, novembre 2012

Dans les trois premières années, 50% des salons franchisés créent de l'emploi et seulement 28% des salons indépendants. Ils accueillent cependant des apprentis ou des stagiaires dès les premières années (pour 50% des salons indépendants et 75% des salons franchisés).

Les entreprises créées se positionnent plutôt sur des prestations de coiffure mixte et de milieu de gamme. Elles cherchent à se différencier par des prix plus bas que la concurrence.

Les points clés

Le secteur de la coiffure se caractérise par une très forte prégnance des entreprises de très petite taille, exerçant leur activité de manière indépendante, pour la moitié d'entre elles sans salarié, dans une relation de proximité avec leur clientèle et leur territoire.

On observe sur les dernières années une poursuite du développement des activités de coiffure associée à une montée en puissance de l'exercice sous statut non-salarié et une nette érosion des effectifs salariés, même si le secteur reste fortement formateur d'apprentis et alternants en Contrat de Professionnalisation, ceux-ci représentant plus de 24 % des salariés en exercice.

Les dernières années ont également été marquées par l'essor de la coiffure « hors salon », essentiellement exercée sous statut non salarié.

En matière de gestion des ressources humaines, si les recrutements s'opèrent en partie par le recours à l'alternance, une des problématiques du secteur reste celle de la fidélisation des salariés, essentielle pour pouvoir travailler également sur la fidélisation de la clientèle.

Deuxième partie : profils/métiers, compétences et certifications professionnelles

1. Description des profils / métiers clés dans le secteur de la coiffure

1.1 – Approche méthodologique

Les travaux sur les profils/métiers clés dans le secteur de la coiffure ont été réalisés en utilisant le concept de profil/métier, qui permet d'utiliser des descriptifs correspondant à des ensembles larges d'activités et de compétences, sans rentrer dans les spécificités de l'organisation des structures. Cette maille est la plus pertinente pour les travaux portant sur la communication métiers, la formation initiale et continue, ainsi que la prospective à moyen terme.

Le profil/métier est entendu ici comme correspondant à un ensemble cohérent d'activités professionnelles qui requiert des compétences nécessitant un apprentissage spécifique, une formation initiale, continue et/ou de l'expérience. Il peut s'exercer dans des emplois différents qui présentent des similitudes quant aux principales activités professionnelles.

Au sein d'un même profil/métier, les salariés sont mobiles (interchangeabilité à niveau égal de compétences) dans un délai de l'ordre d'un an maximum. Un même profil/métier peut donc s'exercer en changeant d'emploi et/ou d'entreprise. Changer de profil/métier nécessite généralement une durée plus longue. Il ne s'agit donc pas d'une simple période d'adaptation à un nouvel emploi ou une nouvelle entreprise. Le profil/métier n'est pas un diplôme, même si des diplômes sont parfois des pré-requis pour exercer un profil/métier dans certains secteurs d'activité. Dans la coiffure, il est nécessaire de détenir un diplôme de niveau IV pour ouvrir un salon de coiffure, mais pas pour réaliser les activités qui s'y rattachent, qui peuvent être mises en œuvre sous le contrôle d'un autre professionnel expérimenté et dont les compétences associées peuvent donc être acquises par l'expérience.

Ces travaux ont donc été réalisés dans une approche « compétences » se distinguant :

- de l'approche « certifications professionnelles », puisque les travaux cherchent à repérer les différents profils représentés dans une entreprise de coiffure, les activités qui leur sont confiées, les compétences nécessaires à maîtriser, indépendamment du diplôme validé par un professionnel, les compétences pouvant être acquises par le biais de l'expérience,
- de l'approche réglementaire liée à l'exercice des métiers de la coiffure, qui est utile dans la perspective de l'analyse des conditions nécessaires pour l'ouverture d'un salon de coiffure ou l'exercice d'une activité hors salon dans le respect de la réglementation en vigueur mais qui ne nous renseigne pas sur l'ensemble des activités réalisées ni des compétences nécessaires pour les mettre en œuvre.

Les sources d'information utilisées pour produire ces « référentiels métier » ont été :

- la fiche ROME D 1202 (Coiffure), qui présente de manière large l'activité liée à la coiffure, en identifiant dans les appellations différents emplois de nature différente, la « maille » de la fiche ROME étant plus large que celle de la fiche métier car regroupant en son sein des profils qui relèvent de plusieurs métiers : coiffeur, responsable de salon de coiffure, formateur, ...
- les classifications professionnelles de la Convention Collective Nationale de la coiffure et des professions connexes, dont la « maille » est plus fine que celle utilisée pour la réalisation des référentiels métiers, puisqu'elles ont pour objectif d'identifier les postes au sein des entreprises de coiffure,
- les entretiens conduits auprès des professionnels du secteur de la coiffure.

1.2 – Description des profils/métiers

Les profils métier(s) étudiés sont les suivants :

- quatre profils/métiers correspondant à l'activité des professionnels intervenant directement dans la prise en charge du client en salon ou hors salon et dans la réalisation d'une prestation de coiffure : coiffeur/euse salon, technicien coiffeur/euse salon, coiffeur/euse hors salon et d'artisan coiffeur/euse,
- deux profils/métiers correspondant à l'activité de professionnels chargés de la gestion d'un établissement de coiffure recevant des clients, mais dont la mission n'est pas de délivrer au quotidien une prestation de coiffure, même si la maîtrise des techniques de coiffure est nécessaire, d'une part pour manager les équipes, d'autre part pour réaliser des prestations de coiffure en cas de flux important de clients : manager de salon de coiffure et d'animateur/trice de réseau.

Coiffeur/euse salon

Mission

Assure la prise en charge du client dans le cadre de son activité et met en œuvre différentes techniques de coiffure dans le respect des standards définis au sein de l'entreprise. Il peut exister des emplois de coiffeur/euse polyvalent(e) ou en réponse à certaines organisations d'entreprises, des emplois de coiffeur/euse spécialisé(e) avec une orientation « technique » (couleur, permanente, ...) ou « coupe »

Activités

- Accueil du client
- Entretien sur les besoins et souhaits du client
- Réalisation de prestations de coiffure : shampoing, coupe, couleur, coiffage, ...
- Suivi du bon déroulement du processus de travail
- Conseil et vente de produits et soins capillaires

- Encaissement
- Nettoyage du matériel et des locaux
- Information et communication au sein de l'équipe
- Transmission de connaissances

Compétences

- Conduire une relation client efficace de l'arrivée au départ du client
- Analyser les besoins du client et proposer des prestations adaptées
- Mettre en œuvre des techniques de coiffure adaptées aux besoins du client et aux caractéristiques de ses cheveux en utilisant l'outillage professionnel mis à disposition
- Prioriser ses activités en fonction du temps disponible
- Mettre en œuvre les consignes en vigueur en matière d'hygiène et de sécurité dans le salon et à son poste de travail
- Réaliser différents types d'encaissements
- Mettre en valeur et vendre l'offre de produits proposée dans le salon
- Transmettre ses connaissances au sein de l'équipe de travail
- Organiser ses interventions dans le cadre d'un travail en équipe

Le profil/métier de coiffeur/euse en salon représente, selon le rapport de branche 2014 (chiffre 2012), 28,5 % des effectifs salariés, soit 28 670 salariés, relevant des catégories « coiffeurs débutants » et « coiffeurs confirmés ».

Technicien/ne Coiffeur/euse

Mission

Assure la prise en charge globale du client, suit les salariés en formation dans l'entreprise, met en œuvre et contrôle la réalisation des différentes techniques de coiffure dans le respect des standards définis au sein de l'entreprise et intervient dans la mise en œuvre du plan d'actions commerciales en vigueur.

Le/la technicien/ne coiffeur/euse réalise l'ensemble des activités et met en œuvre l'ensemble des compétences du/ de la coiffeur/euse salon, auxquelles il convient d'ajouter les activités et compétences suivantes :

Activités

- Gestion de caisse
- Gestion des stocks
- Contrôle des actes techniques
- Mise en œuvre et suivi des actions commerciales et de fidélisation de la clientèle
- Animation d'équipe

Compétences

- Réaliser la gestion et l'optimisation des stocks de produits
- Mettre en œuvre et contrôler les procédures de gestion de caisse
- Evaluer la qualité et la conformité d'un acte technique
- Animer et mobiliser une équipe autour d'une action ciblée

Le profil/métier de technicien/enne coiffeur/euse représente, selon le rapport de branche 2014 (chiffre 2012), 40 % des effectifs salariés, soit 39 900 salariés, relevant de la catégorie « coiffeurs qualifiés ».

Coiffeur/euse hors salon

Mission

Assure la prise en charge du client, met en œuvre différentes techniques de coiffure et organise en autonomie son activité de coiffeur/euse depuis les démarches de prospection jusqu'à la gestion administrative, financière et comptable.

Il/elle réalise l'ensemble des activités et met en œuvre l'ensemble des compétences du/ de la coiffeur/euse salon, auxquelles il convient d'ajouter les activités et compétences suivantes :

Activités

- Gestion des stocks de produits
- Mise en œuvre et suivi des actions de prospection, des actions commerciales et de fidélisation de la clientèle
- Préparation et tenue des états comptables et tableaux de bord économiques et financiers permettant le suivi de l'activité
- Réalisation des déclarations administratives, fiscales et sociales liées à l'activité

Compétences

- Réaliser la gestion et l'optimisation des stocks de produits
- Concevoir et mettre en œuvre une campagne et des outils de prospection et d'animation commerciale
- Organiser son planning et ses activités
- Optimiser son temps et ses déplacements
- Assurer le suivi de son parc de matériel (matériel de coiffure, véhicule, matériels de communication, ...)
- Analyser les données permettant le suivi comptable, économique et financier de l'activité,
- Réaliser les déclarations administratives, fiscales et comptables et contrôler la conformité des déclarations réalisées

Le profil/métier de coiffeur/euse hors salon représente, selon le rapport de branche 2014 (chiffres 2012), 17 000 personnes relevant d'un statut de non-salariés, auxquels il faut ajouter 2 300 salariés exerçant leur activité à domicile. Avec près de 20 000 professionnels en exercice, le profil/métier de coiffeur/euse à domicile représente donc près de 12 % des actifs du secteur.

Artisan coiffeur/euse

Mission

Conçoit, organise, réalise et commercialise les prestations proposées par l'entreprise. Accueille et conseille les clients, met en œuvre les différentes techniques de coiffure, contrôle leur réalisation, effectue les recrutements, le management de l'équipe et pilote la gestion administrative, financière et comptable de l'entreprise.

L'artisan coiffeur/euse réalise l'ensemble des activités et met en œuvre l'ensemble des compétences du/ de la technicien/enne coiffeur/euse, auxquelles il convient d'ajouter les activités et compétences suivantes :

Activités

- Pilotage et planification de l'activité de l'entreprise
- Gestion, suivi et administration des moyens et des ressources
- Gestion et animation du personnel
- Commercialisation et relation clients
- Achats et relations fournisseurs
- Relations extérieures
- Mise en place et suivi de la politique « Qualité Hygiène Sécurité » de l'entreprise
- Veille technologique, commerciale, recherche et développement (nouvelles activités, nouveaux marchés, ...)

Compétences

- Anticiper le développement des activités de l'entreprise et les moyens nécessaires
- Analyser et exploiter les résultats économiques et comptables de l'activité
- Piloter l'activité de l'entreprise : calculer et réactualiser les indicateurs permettant de déterminer et d'ajuster les prix et les horaires d'ouverture, calculer la capacité potentielle de travail de l'équipe, construire et analyser des outils de suivi des résultats de l'activité du salon, analyser périodiquement les résultats des activités de l'entreprise et définir les actions correctives, ...
- Traiter les affaires juridiques, réglementaires et financières de l'entreprise
- Organiser l'activité de l'entreprise
- Manager et animer l'équipe
- Définir la politique commerciale de l'entreprise
- Conduire les achats et la négociation fournisseurs
- Concevoir et mettre en œuvre une politique de qualité, d'hygiène, de sécurité et de prévention des risques professionnels

Le profil/métier d'artisan coiffeur pourrait représenter, selon le rapport de branche 2014 (chiffres 2012), plus de 48 000 personnes relevant d'un statut de non-salarié, et exerçant leur activité dans un salon indépendant, auxquels il faut ajouter les artisans coiffeurs à la tête d'un salon sous enseigne de petite taille. Il y a en effet 4 500 non-salariés dans les salons sous-enseigne, dont une partie exerce le métier d'artisan coiffeur, en intervenant directement dans la production de l'entreprise.

Manager de salon de coiffure

Mission

Réalise l'animation de l'équipe et la gestion opérationnelle, commerciale et matérielle d'un ou plusieurs salons de coiffure. Peut participer de manière épisodique à la production, en cas de forte affluence. S'il est également chef d'entreprise, il assure le pilotage de la gestion administrative, financière et comptable.

Les activités et compétences peuvent être en grande part similaires à celles de l'artisan coiffeur/euse. Cependant, compte tenu du fait que le manager intervient auprès d'une équipe de taille plus importante, n'étant pas impliqué dans l'activité de production, il/elle devra maîtriser les compétences liées au management, à la gestion et à la stratégie commerciale de manière plus profonde que l'artisan coiffeur/euse. Les process mis en place seront plus structurés et les outils de suivi plus fins. A titre d'exemple, les activités et compétences apparaissant dans les classifications professionnelles de la Convention Collective sont les suivantes :

Activités

- Accueil et relation clients
- Gestion des stocks
- Organisation du travail et réalisation des plannings d'activité
- Mise en œuvre et suivi des actions commerciales et de fidélisation de la clientèle
- Animation d'équipe
- Réalisation des plans de formation
- Réalisation des tableaux de suivi de l'activité (tableaux de bord) et des rapports d'activité
- Réalisation des fiches de poste
- Recrutement des salariés
- Interface avec les sous-traitants et fournisseurs

Compétences

- Evaluer la qualité et la fluidité de la gestion clients au sein du salon et mettre en œuvre les actions correctives nécessaires
- Organiser le travail au sein de l'équipe et réajuster cette organisation en fonction des flux
- Analyser les difficultés et points bloquants et définir les actions correctives nécessaires
- Animer et mobiliser l'équipe autour des objectifs du salon
- Evaluer les besoins en compétences dans le salon et dans l'équipe et les besoins en formation de l'équipe
- Conduire des entretiens qualitatifs
- Mettre en œuvre les opérations commerciales
- Analyser les résultats économiques de l'activité et identifier les actions à mettre en œuvre
- Rendre compte des résultats du salon
- Mettre en œuvre les techniques et procédures en vigueur en matière de gestion des stocks
- Contrôler le respect de la législation du travail, de la réglementation économique et sociale, des règles en matière d'hygiène et de sécurité

Le profil/métier de manager de salon de coiffure représente, selon le rapport de branche 2014 (chiffres 2012), au moins 4 500 salariés, auxquels il faut ajouter les managers de salon de coiffure non-salariés (dirigeants de salon de coiffure de grande taille ou de plusieurs salons de coiffure).

Animateur/trice de réseau

Mission

Supervise un ensemble de salons de coiffure et apporte un soutien méthodologique et technique aux managers.

Activités

- Recueil d'informations sur l'activité des salons
- Définition et suivi de plans d'actions commerciaux, économiques et managériaux
- Réalisation et suivi de tableaux de bord
- Contrôle du respect du plan d'actions commerciales et managériales défini pour le salon
- Suivi régulier et accompagnement des managers dans la mise en œuvre des plans d'actions

Compétences

- Evaluer les contraintes économiques, sociales et commerciales d'un salon
- Définir la stratégie et les plans d'actions adaptés à la situation et aux objectifs du salon
- Evaluer le respect des législations et réglementations en vigueur
- Elaborer les documents et outils de suivi de l'activité
- Concevoir et mettre en œuvre un plan d'actions permettant de mobiliser les managers autour du plan de développement du groupe et des objectifs à atteindre
- Concevoir et utiliser différents outils et techniques permettant de soutenir les managers dans leurs activités
- Expliquer à chaque manager ses objectifs individuels, en proposant des moyens et conditions de réalisation
- Apprécier les résultats obtenus par les managers, leurs points forts et lacunes
- Accompagner et conseiller les managers dans le réajustement de leurs actions
- Transmettre des connaissances, des savoir-faire en tenant compte des besoins des managers

Le profil/métier d'animateur/trice de réseau n'est pas cité en tant que tel dans les chiffres faisant état de la répartition par catégorie socio-professionnelle des effectifs salariés. Il est vraisemblablement inclus dans la catégorie « autres », qui représente 1 303 salariés, mais qui inclut également d'autres métiers (personnel d'entretien, hôtes/esses de caisse, ...).

2. Panorama des diplômes et certifications existantes dans le secteur de la coiffure

La filière de diplômes du Ministère de l'Education Nationale conduisant aux métiers de la coiffure se compose :

- d'un Certificat d'Aptitude Professionnelle,
- de deux Mentions Complémentaires de niveau V,
- d'un Brevet Professionnel,
- d'un Brevet de Technicien Supérieur, dont le lancement est prévu à la rentrée 2014.

Cette offre de certifications professionnelles a été complétée en 2010 de deux certifications professionnelles, un Brevet de Maîtrise « Coiffeur » de niveau III et un Certificat de Qualification Professionnelle de Manager de Salon de coiffure :

Les diplômes de la filière s'articulent avec la réglementation existante pour l'exercice du métier, qui impose la présence d'au moins un titulaire d'un diplôme de niveau IV pour l'ouverture d'un salon de coiffure.

Leurs titulaires peuvent exercer dans différents secteurs :

- salons de coiffure,
- établissements et institutions diverses : soins, cure, convalescence, réadaptation, armée,
- centres d'hébergement, de loisirs et de vacances,
- milieux du spectacle, de la mode,
- entreprises de production et de distribution de produits capillaires, ...

Le Brevet de Technicien Supérieur portant sur les « métiers de la coiffure » conduit aux métiers suivants :

- chef d'entreprise, responsable de salon, responsable de réseau, responsable de points de vente,
- manager,
- conseiller expert, évaluateur,
- conseiller-formateur, marchandiseur,
- développeur,
- assistant directeur artistique,
- technico-commercial,
- responsable commercial.

Les entreprises susceptibles d'accueillir de tels profils ne sont donc pas uniquement les entreprises et salons de coiffure mais également les entreprises de fabrication et commercialisation de produits capillaires, ainsi que les entreprises de distribution de produits capillaires et de matériels.

2.1 Le CAP Coiffure

La cible et le contenu du CAP Coiffure

Le référentiel du CAP Coiffure actuellement en vigueur a été créé le 22 juin 2007. La première session a eu lieu en 2009.

Le titulaire du CAP Coiffure doit être capable de réaliser différentes activités relevant de sa fonction d'exécution : réalisation d'un bilan et identification des opérations à réaliser, hygiène et soins capillaires, coupe de cheveux faisant appel aux techniques de base, mise en forme temporaire de la chevelure, des postiches et des perruques, coiffage courant. Certaines activités qu'il réalise (coloration, décoloration et modification durable de la forme du cheveu) sont placées sous la responsabilité d'un professionnel de niveau IV. Le titulaire du CAP a également une fonction de conseil et intervient dans les activités d'organisation et de gestion de la structure dans laquelle il exerce : participation à la gestion du cahier de RDV, à la gestion du stock, à la mise en valeur de l'espace de vente, remise en état du matériel et du poste de travail, ...).

Le CAP permet d'exercer le métier et de réaliser des interventions à domicile, à l'exception des activités requérant la surveillance d'un professionnel plus qualifié (couleur, ...).

L'enseignement professionnel est axé sur :

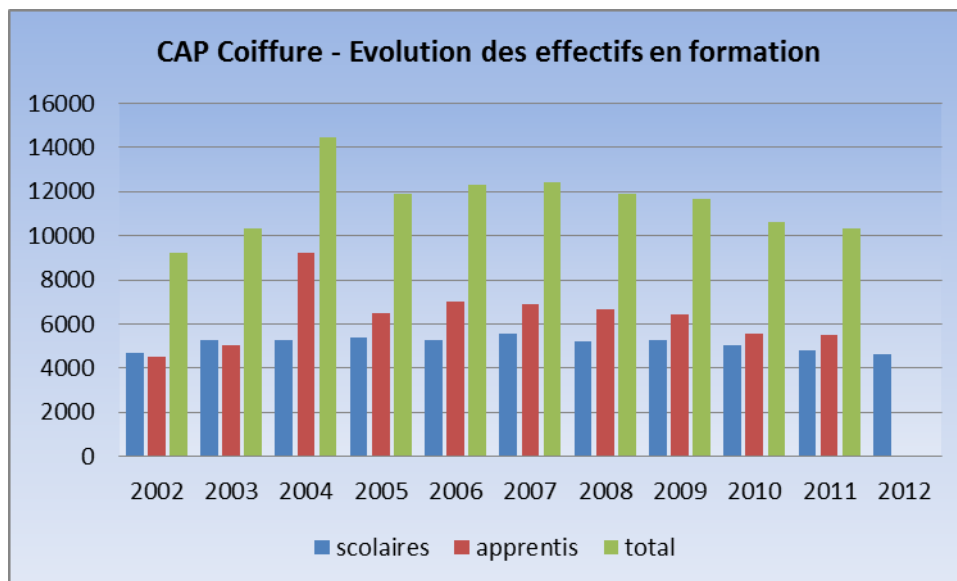
- les techniques professionnelles (hygiène et soins capillaires, modification de la couleur des cheveux, modification de la forme des cheveux, séchage, coupe, coiffage),
- la technologie des produits,
- la technologie des matériels.

Les savoirs enseignés portent également sur la biologie appliquée, la communication professionnelle, la connaissance des milieux de travail ainsi que les arts appliqués à la profession.

Les flux en CAP Coiffure

Les effectifs du CAP Coiffure sont de 4828 scolaires et 5522 apprentis, les scolaires s'élevant à 4 646 en 2012, soit une légère baisse.

L'évolution sur les dix dernières années montre un tassement des effectifs depuis 2007, avec un nombre d'apprentis légèrement plus important, depuis 2004, que celui des effectifs préparant le diplôme par la voie scolaire, pour représenter un peu plus de 53 % en 2011 :



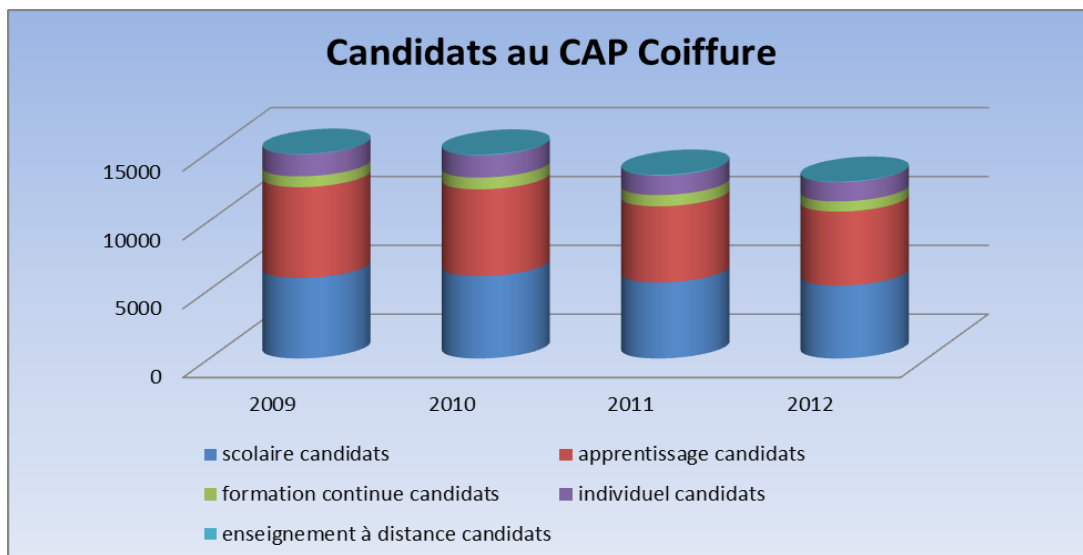
Source : Base REFLET, CEREQ, effectifs par diplôme – exploitation CG conseil

Les effectifs sont essentiellement composés de filles, celles-ci représentant entre 83 et 94 % des candidats au CAP en fonction de l'année et de la voie d'accès au diplôme.

Les résultats aux examens sont stables, avec 83 % d'admis au cours de la session 2011, toutes voies d'accès confondues.

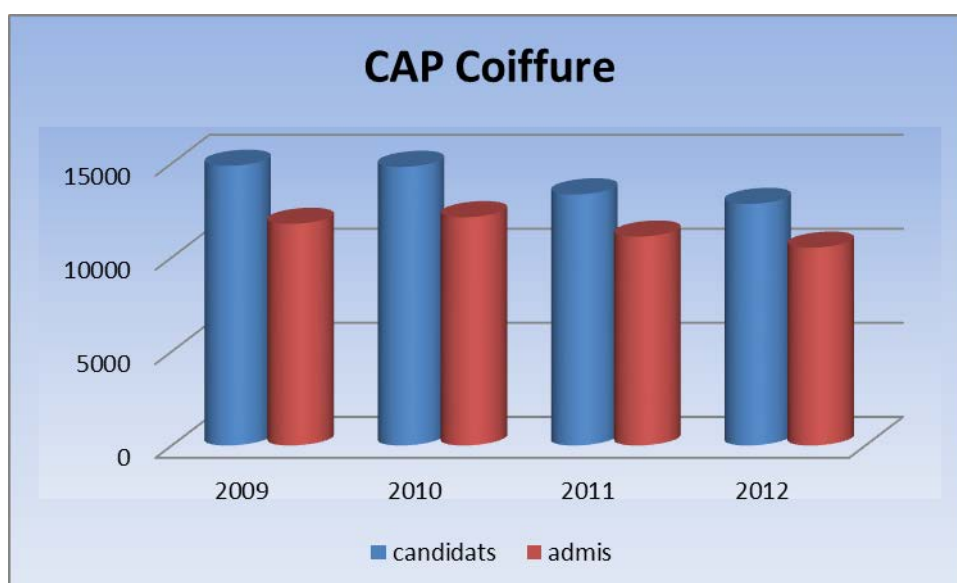
Il y a eu en 2012, 12 841 candidats au CAP Coiffure et 10 517 admis, pour un taux de réussite de 81,9%. La part d'apprentis parmi les candidats est de 41,9 % et celle des scolaires de 41,2 %. Parmi les autres catégories de candidats, on trouve les candidatures individuelles (10,8%), les candidats issus de la formation continue (5,8 %) et enfin les candidatures issues de l'enseignement à distance (0,4%). Ce sont les candidats issus de la voie scolaire qui obtiennent le plus fort taux de réussite (86,9%), suivis des candidats issus de la formation continue (83,9%) puis des apprentis (81,2%), les candidatures individuelles et les candidats issus de l'enseignement à distance obtenant les taux de réussite les plus faibles avec respectivement 65,2 % et 59,6 %.

Les effectifs de candidats au CAP Coiffure connaissent une baisse régulière depuis 2009, passant de 14 869 candidats en 2009 à 12 841 en 2012, avec un léger tassement de la proportion d'apprentis (44,38 % en 2009 et 41,9% en 2012) au bénéfice de la voie scolaire (39,3 % en 2009, 41,2% en 2012) :



Source : Ministère de l'Education Nationale

La même évolution est constatée chez les admis au CAP, à savoir une légère baisse du nombre de candidats sortant chaque année de CAP avec leur diplôme (12 134 en 2010, 10 517 en 2012) :



Source : Ministère de l'Education Nationale

Evaluation du CAP par les professionnels et les établissements scolaires

Selon les résultats de l'enquête « Insertion dans la Vie Active⁵⁷ », les sortants de CAP sont globalement satisfaits de leur formation sept mois après leur sortie, le pourcentage d'élèves jugeant leur formation « satisfaisante » ou « très satisfaisante » s'élevant à près de 70 %

⁵⁷ Voir infra

(69,2 %) parmi les sortants de CAP en un an et à plus de 70 % (72,9 %) parmi les sortants d'année terminale de CAP.

Les professionnels et établissements scolaires estiment que les sortants de CAP devraient en principe disposer des compétences techniques et comportementales nécessaires à la prise en charge des clients ainsi qu'à la réalisation de techniques de coiffure de premier niveau. Pour certains élèves en difficulté, le temps de préparation du CAP constitue également une période importante de socialisation, nécessaire à la mise en œuvre des compétences attendues dans les salons en matière de relation client.

Cependant, de nombreuses entreprises incitent les jeunes à poursuivre leur parcours de formation en Brevet Professionnel à l'issue de leur CAP, considérant que les jeunes sortants de CAP ne disposent pas d'une maîtrise suffisante du métier pour assurer leur opérationnalité dans un contexte dans lequel la rentabilité des activités de coiffure constitue une préoccupation partagée par de nombreux professionnels.

L'acquisition des compétences techniques de base (accueillir un client, réaliser un shampoing, une coupe homme, un coiffage simple) semble poser question, les actions d'évaluation mises en œuvre en fin de parcours ne semblant pas de nature, selon les professionnels, à être suffisamment discriminantes. Le CAP ne constitue donc pas véritablement aujourd'hui un « passeport pour l'emploi ».

Le CAP en un an constitue quant à lui un diplôme adapté, aux yeux des professionnels et établissements scolaires, pour les candidats s'orientant vers le secteur de la coiffure après une première expérience professionnelle ou un parcours d'enseignement général, même si la poursuite d'une formation conduisant à un diplôme de niveau V n'est pas forcément très attractive pour des candidats ayant suivi des parcours de formation accomplis dans la filière générale voire dans l'enseignement supérieur.

Les enjeux du CAP portent donc d'une part sur l'acquisition des techniques de base du métier, celles-ci devant être maîtrisées de manière à garantir une mise en œuvre optimale en salon, dans des conditions de durée correspondant aux standards en vigueur, et d'autre part sur l'acquisition des compétences sociales et comportementales permettant le travail en équipe et l'abord du client, ces compétences nécessitant parfois une durée plus longue d'acquisition que les deux années de formation préparant au CAP.

Insertion professionnelle des sortants du CAP « Coiffure »

Un taux d'emploi légèrement inférieur à la moyenne nationale pour les sortants de CAP en deux ans par la voie scolaire

Les résultats de l'enquête « Insertion dans la Vie Active⁵⁸ » montrent que parmi les sortants de CAP issus des établissements sous tutelle de l'Education Nationale, les élèves sortant de deuxième année de CAP en deux ans présentent, sept mois après leur sortie de formation,

⁵⁸ L'enquête IVA interroge chaque année au 1er février les sortants des formations professionnelles et technologiques en lycée (sous tutelle de l'éducation nationale uniquement), en France métropolitaine et dans les DOM. Elle offre donc une photographie de la situation des sortants sept mois après la fin de leurs études.

un taux d'emploi légèrement inférieur à la moyenne nationale tous CAP et BEP confondus. En effet, ils sont 31,7 % à déclarer être en emploi, contre 38,3 % toutes spécialités de formation confondues. Ce taux d'emploi est également nettement inférieur à celui constaté pour l'ensemble des diplômés relatifs aux services aux personnes (coiffure, travail social, santé, animation, ...), qui s'élève à 49,9% pour les sortants de CAP et BEP. La tendance inverse est observée pour les sortants de CAP en un an, ceux-ci déclarant être en emploi à 58,2 %.

Par voie de conséquence, les jeunes déclarant être en situation de recherche d'emploi à l'issue du CAP sont plus nombreux dans la coiffure (53,8 % des sortants de deuxième année de CAP en deux ans) que dans l'ensemble des secteurs (48,3 % en CAP et BEP). Il est en revanche nettement plus faible pour les sortants de CAP en 1 an (31 %).

Un taux d'emploi légèrement plus élevé pour les apprentis que pour les jeunes issus de la voie scolaire, mais un taux d'emploi dans la coiffure nettement plus faible que dans les autres secteurs

Les jeunes issus de l'apprentissage présentent un taux d'emploi légèrement plus élevé que ceux de leurs homologues scolaires, puisque 38,34 % sont en emploi sept mois après leur sortie d'apprentissage. Ce taux d'emploi est cependant nettement plus faible que tous secteurs confondus, presque 60 % des apprentis titulaires d'un CAP ou d'un BEP étant en emploi. Il est également nettement plus faible que le taux d'emploi enregistré dans le seul secteur des services, 54,4 % des apprentis titulaires d'un CAP ou d'un BEP étant en emploi sept mois après leur sortie de formation.

Les candidatures spontanées comme moyen privilégié pour obtenir un emploi

C'est par l'intermédiaire d'une candidature spontanée que les jeunes sortants de CAP par la voie scolaire sont les plus nombreux à déclarer avoir trouvé un emploi (57,6 % pour les sortants de CAP en un an et 44,6 % pour les sortants d'année terminale de CAP). Les relations personnelles sont également fréquemment citées (23,1 % pour les sortants de CAP en un an et 15,9 % pour les sortants de seconde année de CAP en deux ans), ainsi que, pour les sortants de seconde année de CAP en deux ans, les petites annonces (16,6 %) et la reprise de contact avec l'entreprise dans laquelle le jeune a effectué son stage (15,8 %). L'inscription à Pôle Emploi semble avoir quant à elle joué un rôle positif pour plus de 14 % des sortants de CAP en un an.

Pour les sortants de CAP par apprentissage, c'est également la candidature spontanée qui produit le plus d'effets positifs (30,5 %), suivie par la reprise de contact avec l'entreprise d'accueil en cours d'apprentissage (16,8 %) et les relations personnelles (14,6 %). Les moyens utilisés pour trouver un emploi sont donc similaires pour les jeunes issus de la voie scolaire et les jeunes issus de l'apprentissage.

De nombreux jeunes en Contrat de Professionnalisation et à temps plein, dans des entreprises dans lesquelles ils n'ont jamais exercé

Parmi les jeunes en emploi sept mois après leur sortie de formation, la plupart est en contrat de Professionnalisation, qu'il s'agisse des jeunes sortant de CAP en un an (39 %) ou d'année terminale de CAP par la voie scolaire (53,2%) ou par apprentissage (46,6%). Moins d'un quart des jeunes en emploi est en Contrat à Durée Déterminée (22,9 % pour les CAP en un an et 23,7 % pour les sortants de seconde année de CAP en deux ans par la voie scolaire, 19,5 % pour les jeunes issus de l'apprentissage). La proportion de jeunes en Contrat à Durée Indéterminée se situe dans les deux cas (voie scolaire en un ou deux ans) autour de 15 %. Elle est nettement plus élevée (22,8 %) parmi les jeunes issus de l'apprentissage.

Le salaire mensuel moyen déclaré par les jeunes issus de la voie scolaire est de 789 € pour les jeunes sortant de CAP en un an pour une moyenne de 29 heures par semaine et de 746 € pour les jeunes sortant de seconde année de CAP en deux ans pour une moyenne de 32 heures par semaine. Il est plus élevé pour les jeunes issus de l'apprentissage (843 € pour une moyenne de 33 heures de travail par semaine). Les jeunes sortants de CAP sont dans leur grande majorité employés (84,4 % des jeunes sortant de CAP en un an en emploi, 78 % des sortants de seconde année de CAP en deux par la voie scolaire en emploi et 73,2 % des sortants de CAP issus de l'apprentissage).

La grande majorité des jeunes en emploi travaille à temps plein (60,8 % pour les CAP en un an, 67,3 % pour les sortants de seconde année de CAP en deux ans par la voie scolaire et 73,5 % pour les sortants de CAP issus de l'apprentissage), dans une entreprise dans laquelle ils n'avaient jamais travaillé auparavant. En effet, ils ne sont que 15,4% des sortants de CAP en un an et 28% des sortants de seconde année de CAP en deux ans par la voie scolaire à avoir déjà exercé dans l'entreprise qui les emploie. Cette proportion s'élève à 31,7 % chez les sortants de CAP issus de l'apprentissage.

Les entreprises ou établissements employeurs sont en général de petite taille, près de 60 % des sortants de CAP en un an et plus de 67 % des sortants de seconde année de CAP en deux ans (67,5 % pour les jeunes sortants de CAP issus de l'apprentissage) déclarant exercer dans des établissements de moins de dix salariés.

Une part non négligeable des jeunes sortants de CAP exerceraient dans d'autres secteurs que la coiffure

A peine plus de la moitié des sortants de CAP (en un an) ayant un emploi déclarent travailler dans le secteur de la coiffure, le second secteur le plus représenté étant celui du commerce et de la vente (15,3 %). Ce pourcentage est également élevé chez les sortants d'année terminale de CAP en emploi, 60,5% déclarant exercer une activité dans le domaine de la coiffure, suivis par les jeunes exerçant une activité dans le domaine du commerce et de la vente (12,4 %). C'est également le cas pour les sortants de CAP issus de l'apprentissage, qui sont 61,1 % à exercer dans le secteur de la coiffure.

Selon le type de préparation au CAP, entre 38,9 et 46,4 % des jeunes en emploi sept mois après leur sortie de formation quittent le secteur de la coiffure.

2.2 Les Mentions Complémentaires « Styliste Visagiste » et « Coloriste Permanentiste »

La cible et le contenu des Mentions Complémentaires

Les Mentions Complémentaires de niveau V « Styliste Visagiste » et « Coloriste Permanentiste » ont été créées le 12 octobre 1998. La première session de ces diplômes a eu lieu en 1999.

Les référentiels de certification stipulent que leurs titulaires sont spécialistes pour les uns de « tous styles de coupes, de mises en forme temporaire et de coiffage » et pour les autres des « techniques de coloration et de modification permanente de la forme des cheveux ».

Ils peuvent occuper différents emplois : coiffeur, animateur ou responsable technique, ou encore conseiller professionnel, et mettent en œuvre les fonctions suivantes :

- accueil et suivi du client,
- conseil et vente de produits et services relevant de leur compétence,
- conception, démonstration, réalisation de techniques,
- organisation et gestion.

Dans son Livre Blanc pour la Coiffure paru en 2012, la Fédération Nationale de la Coiffure appelle de ses vœux une rénovation des Mentions Complémentaires, présentées comme « un niveau nécessaire pour le renforcement des compétences des sortants du CAP », en proposant la création d'une Mention unique, à l'image du travail de rénovation réalisé pour le Brevet Professionnel.

Dans cet objectif, d'importants travaux préparatoires ont été effectués en vue de la création d'une Mention Complémentaire unique « Coupe Couleur ». Le projet de référentiel de certification comprend l'ensemble des compétences nécessaires à l'exercice du métier de coiffeur/euse salon :

- rechercher, s'approprier l'information à des fins professionnelles afin de la transmettre,
- communiquer en vue de la réalisation d'une prestation,
- organiser les activités,
- gérer l'environnement de travail,
- mettre en œuvre des techniques de coloration,
- mettre en œuvre des techniques de coupe « dame »,
- mettre en œuvre des techniques de coiffage,
- évaluer la qualité de la prestation,
- apprécier l'efficacité de la prestation.

Les flux en Mention Complémentaire

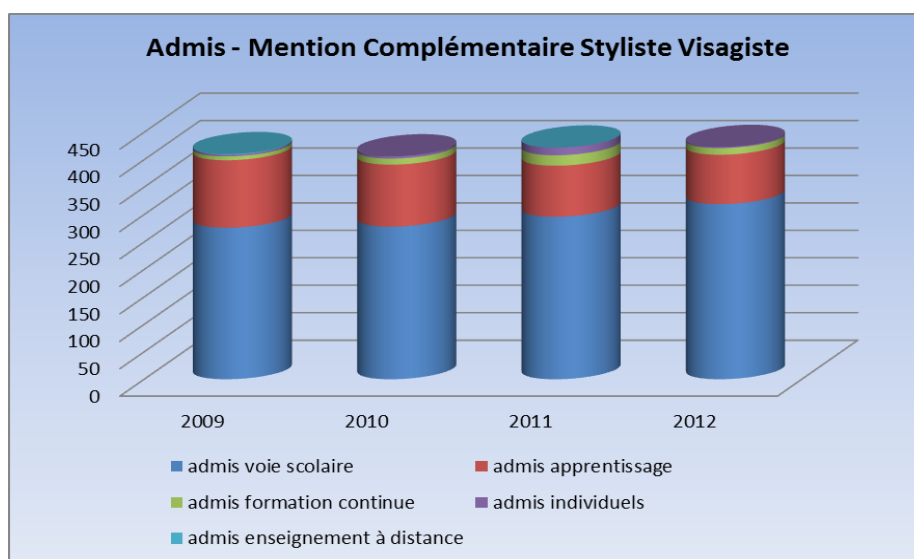
Mention Complémentaire Styliste Visagiste

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Il y a eu en 2012, 582 candidats à la Mention Complémentaire Styliste Visagiste et 483 admis, pour un taux de réussite de 72,7 %. Ce sont les candidats par la voie scolaire qui sont de loin les plus nombreux puisqu'ils représentent 68,6% des candidats, suivis par les apprentis, 24,9 %. Les candidatures individuelles sont très peu nombreuses (1 %), et le pourcentage de candidats issus de la formation continue comparable à celui du CAP Coiffure (5,5 %).

Ce sont les candidats issus de la voie scolaire qui obtiennent le plus fort taux de réussite (79,9 %, légèrement plus faible que le taux de réussite au CAP), suivis des candidats issus de l'apprentissage (62,1 %), puis, loin derrière les candidats issus de la formation continue (37,5 %). A peine un tiers des candidatures individuelles atteignent leur objectif, le taux de réussite par cette voie étant de 33,3 %.

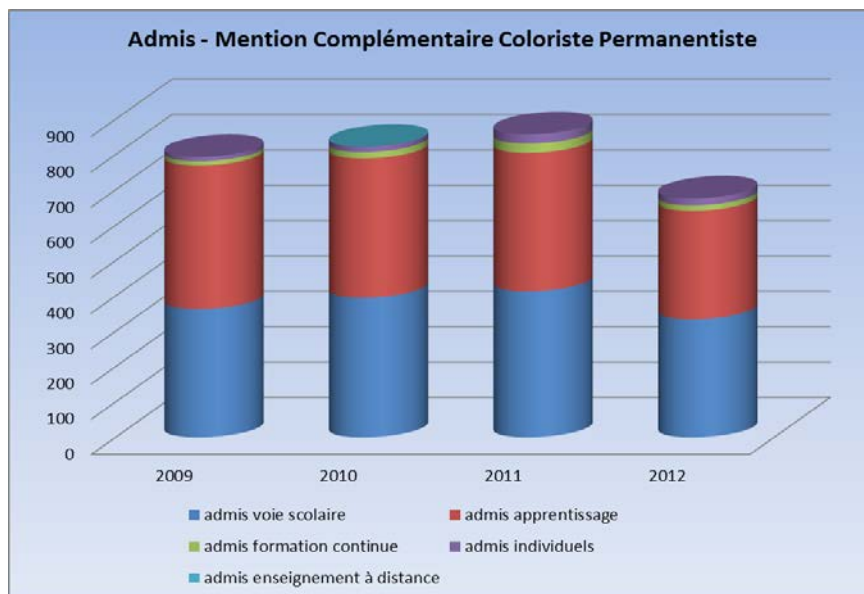


Source : Ministère de l'Education Nationale

Mention Complémentaire Coloriste Permanentiste

Il y a eu en 2012, 905 candidats à la Mention Complémentaire Coloriste Permanentiste et 676 admis, pour un taux de réussite de 74,7 %, comparable à celui enregistré pour la Mention Complémentaire Styliste Visagiste. Ce sont les apprentis qui sont les plus nombreux, puisqu'ils représentent 48,3 % des candidats, suivis de près par les candidats issus de la voie scolaire, 44,8 %. Les candidatures individuelles sont, comme pour la mention Complémentaire Styliste Visagiste, très peu nombreuses (2,8 %), et le pourcentage de candidats issus de la formation continue légèrement plus faible que pour la Mention Complémentaire Styliste Visagiste (4,2 %).

Ce sont les candidats issus de la voie scolaire qui obtiennent le plus fort taux de réussite (82,5 %), suivis des candidatures individuelles, (80 %), puis des candidats issus de l'apprentissage (70,3 %), puis, loin derrière les candidats issus de la formation continue (39,5 %).



Source : Ministère de l'Education Nationale

Evaluation des Mentions Complémentaires par les professionnels et les établissements scolaires

L'enquête « Insertion dans la Vie Active » montre que les sortants de Mention Complémentaire dans le domaine de la coiffure présentent un fort taux de satisfaction vis-à-vis de leur formation, puisqu'ils sont près de 85 % à juger leur formation « satisfaisante » ou « très satisfaisante » parmi les sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et plus de 86 % parmi les sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste ».

Aux yeux des représentants des établissements scolaires et des professionnels rencontrés, la poursuite d'études en Mention Complémentaire permet aux élèves issus du CAP en manque de maturité ou d'assurance de perfectionner leur apprentissage en vue d'une insertion professionnelle facilitée. Ils acquièrent notamment les compétences comportementales et relationnelles requises par le métier. Elle permet également une requalification efficace des coiffeurs de niveau CAP ayant quitté le secteur et souhaitant y revenir.

Cependant, certains professionnels posent la question du maintien de deux Mentions Complémentaires différentes, les attentes des salons de coiffure portant majoritairement, compte tenu de leur taille et de leurs contraintes de gestion, sur des profils polyvalents.

D'autres professionnels attirent l'attention sur un usage excessif des Mentions Complémentaires dans certains établissements de formation qui semblent les proposer de manière systématique à tous les jeunes, rallongeant inutilement les parcours de formation sans apporter de réelle valeur-ajoutée aux jeunes.

Insertion professionnelle des sortants des Mentions Complémentaires « Styliste Visagiste » et « Coloriste Permanentiste »

Ministère de l'Education nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

page 52/108

Un taux d'emploi plus élevé pour les sortants de Mention Complémentaire que pour les sortants de CAP

Les résultats de l'enquête « Insertion dans la Vie Active » montrent que l'obtention d'une Mention Complémentaire améliore de manière nette le taux d'emploi des élèves par rapport au CAP en deux ans. En effet, si les sortants de CAP en deux ans présentent un taux d'emploi de 31,7 %, les sortants de Mention Complémentaire affichent des taux d'emploi de 52,7 % pour la Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et 45,9 % pour la Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste ». La tendance inverse est observée pour les sortants de CAP en un an, ceux-ci déclarant être en emploi à 58,2 %.

Les jeunes sortants de Mention Complémentaire déclarant être en situation de recherche d'emploi restent cependant nombreux (34,7 % pour la Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et 43 % pour la Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste »), soit des taux supérieurs à ceux affichés par les sortants de CAP en un an, 31 % d'entre eux se déclarant à la recherche d'un emploi sept mois après la fin de leur formation.

Les candidatures spontanées comme moyen privilégié pour obtenir un emploi

Tout comme les sortants de CAP, c'est par l'intermédiaire d'une candidature spontanée que les jeunes sortants de Mention Complémentaire sont les plus nombreux à déclarer avoir trouvé un emploi (49 % pour les sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et 44,2 % pour les sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste »). Il en va de même pour les relations personnelles qui sont citées par 23 % des sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » en un an et 17,9 % des sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste ». Une part non négligeable des sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste » déclare également que la reprise de contact avec l'entreprise dans laquelle le jeune a effectué son stage ou son apprentissage a joué un rôle positif pour trouver un emploi (20,9 %). Les petites annonces sont également citées par 17% des sortants de Mention Complémentaire.

Plus de la moitié des jeunes en emploi en Contrat de Professionnalisation sept mois après leur sortie de formation

Parmi les jeunes en emploi sept mois après leur sortie de formation, plus de la moitié est en Contrat de Professionnalisation. Cette situation concerne en effet 65,2 % des jeunes sortant de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et 59,9 % des jeunes sortant de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste ». La proportion de jeunes déclarant bénéficier d'un Contrat à Durée Déterminée ou d'un Contrat à Durée Indéterminée parmi les jeunes sortant de Mention Complémentaire est plus faible que celle des jeunes sortant de CAP. Le salaire mensuel moyen déclaré par les jeunes est également plus faible que celui déclaré par les jeunes sortant de CAP (il est de 728 € pour les jeunes sortant de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » pour une moyenne de 32 heures de travail par semaine et de 689 € pour les jeunes sortant de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste » pour une moyenne de 32 heures de travail par semaine. Tout comme les sortants de CAP, les jeunes sortants de Mention Complémentaire sont dans leur grande

majorité employés (84,6 % des jeunes sortant de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » en emploi et 87,2 % des sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste » en emploi).

La part des jeunes déclarant travailler à temps plein est nettement plus élevée chez les sortants de Mention Complémentaire que chez les sortants de CAP (77,8 % pour les sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et 77,4 % pour les sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste »). Il est à noter que près d'un tiers des sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste » avait déjà travaillé dans l'entreprise dans laquelle ils exercent sept mois après leur sortie de formation. Cette proportion est plus faible chez les sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » (19,5 %).

Les entreprises ou établissements employeurs sont, tout comme pour les sortants de CAP, en général de petite taille, près de 75,6 % des sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et plus de 73,7 % des sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste » en emploi déclarant exercer dans des établissements de moins de dix salariés.

Les titulaires d'une Mention Complémentaire restent dans le secteur de la coiffure plus souvent que les titulaires du seul CAP

Si à peine plus de la moitié des sortants de CAP au bout d'un an et 60,5% des sortants de seconde année de CAP en deux en emploi déclarent exercer dans la coiffure, ce pourcentage est nettement plus élevé chez les sortants de Mention Complémentaire (67,8 % chez les sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et plus de 72,9 % des sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste » en emploi). Tout comme les sortants de CAP, le second secteur le plus représenté étant celui du commerce et de la vente (12,4 % des sortants de Mention Complémentaire « Styliste Visagiste » et 8,7 % des sortants de Mention Complémentaire « Coloriste Permanentiste »).

2.2 Le Brevet Professionnel Coiffure

La cible et le contenu du BP Coiffure

Le BP Coiffure actuellement en vigueur a été créé le 28 mars 2011 avec une première session en 2013. Il a remplacé deux Brevets Professionnels, à savoir le BP Coiffure option coloriste permanentiste et le BP Coiffure option Styliste Visagiste, tous deux en vigueur depuis le 12 octobre 1998.

La rénovation du Brevet Professionnel a permis de répondre à la demande de la profession de disposer d'un seul Brevet Professionnel ainsi qu'à plusieurs autres objectifs⁵⁹ :

- un développement de la polyvalence en entreprises de coiffure,

⁵⁹ Source : Ddiaporama du groupe de travail national ayant présenté le BP coiffure en CPC, 7 février 2011, Marie-France AUGY et Patricia DELOZANNE
Ministère de l'Education nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

- une prise en compte du CAP coiffure rénové pour assurer la continuité de la formation,
- une meilleure prise en compte de la réalité professionnelle,
- une prise en compte spécifique de la coiffure masculine pour la validation des acquis de l'expérience (VAE).

Le référentiel stipule que le titulaire du BP Coiffure peut occuper différents emplois au sein des structures précitées : chef d'entreprise, directeur technique, manager, chef de bac, coiffeur, animateur ou responsable technique, ou encore conseiller professionnel.

Il doit être capable de mettre en œuvre « les techniques d'hygiène et de soins capillaires, de coupe, de coloration, d'éclaircissement, de mise en forme temporaire ou durable et de coiffage. Il conçoit et réalise des coiffures personnalisées. Il assure l'animation et la gestion du personnel, la vente et le développement des produits et des services et participe à la gestion administrative et financière de l'entreprise⁶⁰ ».

Il met en œuvre les fonctions suivantes :

- accueil, prise en charge, relation, suivi clientèle,
- conseil clientèle, valorisation des services et suivi beauté,
- conception et réalisation de techniques,
- animation et gestion des personnels,
- gestion administrative et financière, développement de l'entreprise.

Le Brevet Professionnel permet de répondre aux exigences de l'article 3 de la loi du 23 mai 1946 portant réglementation des conditions d'accès à la profession de coiffeur, qui stipule que « toute entreprise de coiffure et chacun de ses établissements » doivent être « placés sous le contrôle effectif et permanent d'une personne professionnellement qualifiée ». Le décret du 29 mai 1997 relatif aux conditions d'accès à la profession de coiffeur mentionne quant à lui que cette personne « professionnellement qualifiée » est titulaire du Brevet Professionnel Coiffure, d'un Brevet de Maîtrise de la coiffure, ou « d'un diplôme ou titre homologué ou enregistré lors de sa délivrance au répertoire national de la certification professionnelle, dans le même domaine que le brevet professionnel de coiffure et à niveau égal ou supérieur ».

Le référentiel prend en compte, dans les enseignements, les questions liées à la connaissance de l'entreprise et du contexte professionnel et économique, aux réglementations et normes en vigueur dans le secteur, à la santé et à la sécurité au travail, à la qualité, au développement durable, ainsi qu'à la maîtrise des outils informatiques et des logiciels professionnels.

Les épreuves professionnelles mixent les techniques qui faisaient auparavant l'objet des spécialités des Brevets Professionnels précédents, à savoir la création, la couleur, la coupe, le coiffage (épreuve E1) et la modification durable de la forme (épreuve E2). Une troisième épreuve professionnelle permet au candidat de choisir entre une « coiffure événementielle », et une coupe « homme » intégrant un « entretien du système pilo-facial ». Ce choix n'a aucun impact sur le diplôme remis, qui ne porte pas de mention en la matière. La « gestion

⁶⁰ Source : référentiel de certification du Brevet Professionnel
Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

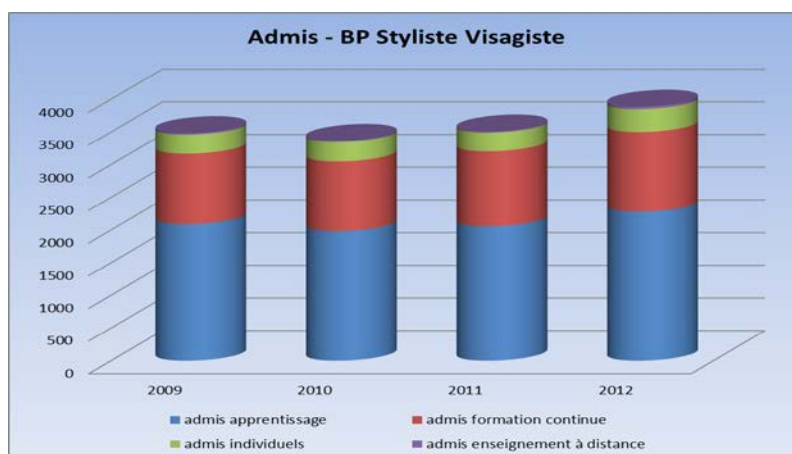
de l'entreprise » fait également partie des épreuves professionnelles, celles-ci portant sur la vente conseil et le management et la gestion d'un salon de coiffure. Une cinquième épreuve porte sur les sciences, technologies et les arts appliqués à la profession et une sixième sur l'expression française.

Les flux en Brevet Professionnel

BP option Styliste Visagiste⁶¹

Il y a eu en 2012, 5366 candidats au Brevet Professionnel Styliste Visagiste et 3884 admis, pour un taux de réussite de 72,9 %. Ce diplôme n'étant pas accessible par la voie scolaire, ce sont les apprentis qui sont les plus nombreux puisqu'ils représentent 54,9 % des candidats, suivis par les candidats issus de la formation continue, 32,5 %. Les candidatures individuelles représentent quant à elles un peu plus d'un candidat sur dix avec 11,6 % des candidats. Les candidats issus de l'enseignement à distance restent anecdotiques en nombre avec moins de 1%.

Ce sont les candidats issus de l'apprentissage qui obtiennent le plus fort taux de réussite (77,3 %), suivis de très près par les candidats issus de la formation continue (70 %), les candidatures individuelles enregistrant un taux de réussite beaucoup plus faible (55,7 %).



Source : Ministère de l'Education Nationale

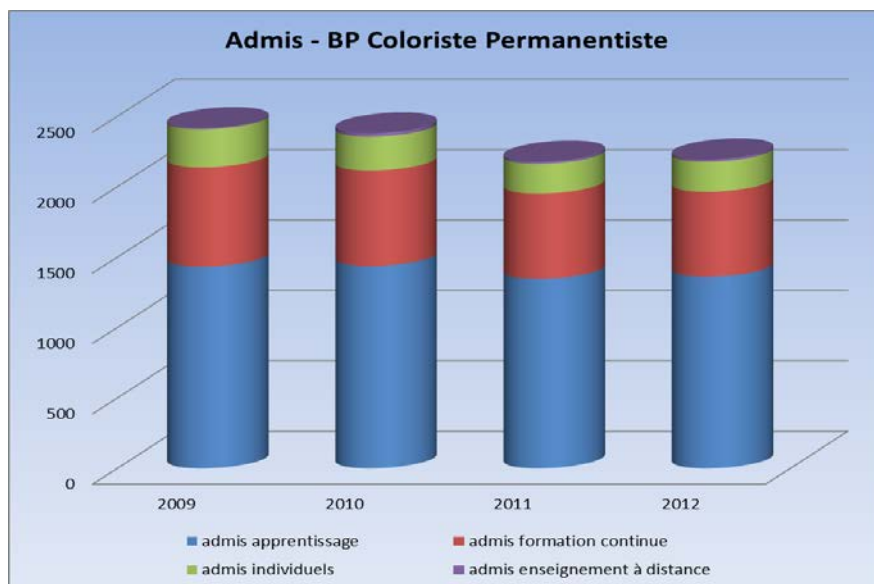
BP option Coloriste Permanentiste

Il y a eu en 2012, 3058 candidats au Brevet Professionnel Coloriste Permanentiste et 2193 admis, pour un taux de réussite de 71,7 %. Ce diplôme n'étant pas accessible par la voie scolaire, ce sont les apprentis qui sont les plus nombreux puisqu'ils représentent 58,1 % des candidats, suivis par les candidats issus de la formation continue, légèrement moins nombreux que pour le BP Styliste Visagiste avec 28,5 % des candidats. Les autres types de candidatures sont similaires en nombre à celles du BP Styliste Permanentiste avec 12,6 %

⁶¹ Compte tenu de la création récente du BP Coiffure (première session en 2013), les données disponibles portent sur les deux anciens BP

des candidatures individuelles et moins de 1 % de candidats issus de l'enseignement à distance.

Comme pour le BP Styliste Visagiste, ce sont les candidats issus de l'apprentissage qui obtiennent le plus fort taux de réussite (76,5 %), suivis de très près par les candidats issus de la formation continue (69,3 %), puis les candidatures individuelles (55,6 %).

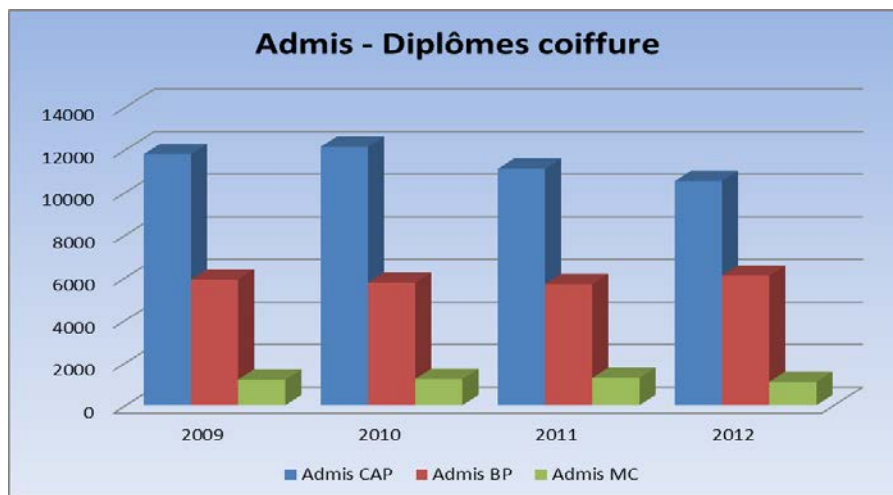


Source : Ministère de l'Education Nationale

Il est à noter qu'en 2012, le nombre de candidats au Brevet Professionnel pour les deux options, soit 8424 candidats, représente plus de 65 % du nombre des candidatures enregistrées pour le CAP, témoignant de la place occupée par ce diplôme de niveau IV dans la filière.

Cette place occupée par le Brevet Professionnel tend à se renforcer au cours des dernières années. En effet, si, en 2009, le nombre d'admis au Brevet Professionnel représentait 50 % du nombre des admis au CAP, cette proportion s'élevait à plus de 51 % en 2011 pour atteindre près de 58 % en 2012.

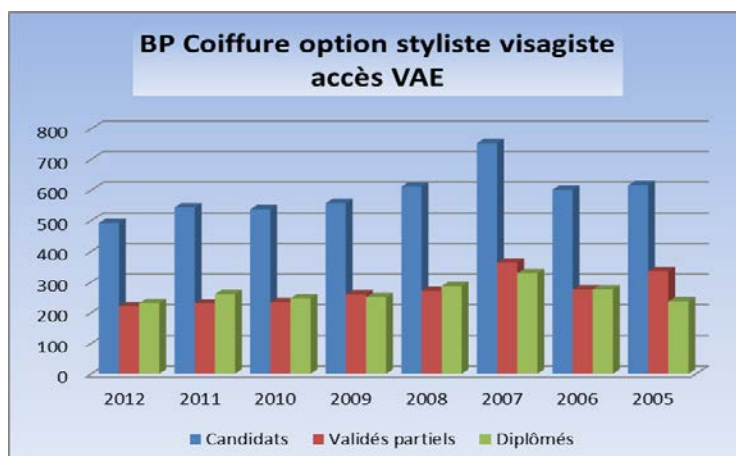
En revanche, le rapport Mention Complémentaire / CAP reste stable, les admis à la Mention Complémentaire représentant sur les quatre dernières années à peu près 10 % des admis au CAP.

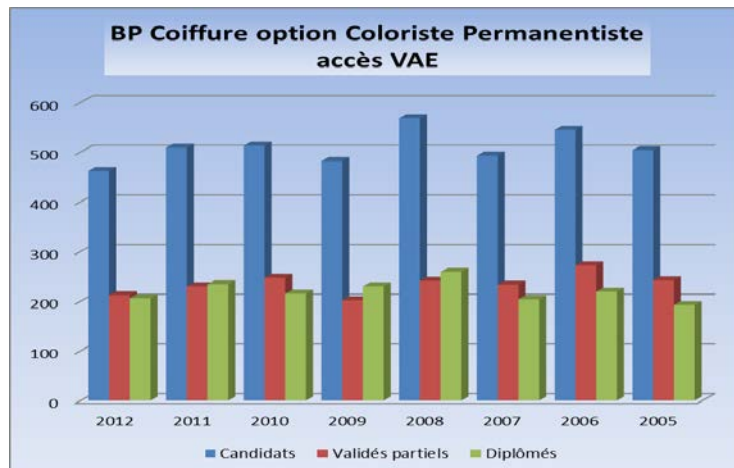


Source : Ministère de l'Education Nationale

La place de la VAE dans l'accès au BP : de fortes demandes mais des résultats mitigés

La démarche d'accès au diplôme du Brevet Professionnel par la Validation des Acquis de l'Expérience, si elle a pleinement sa place dans les parcours professionnels au sein du secteur, reste cependant limitée, malgré la forte demande de VAE sur ce diplôme. Celui-ci figure en effet parmi les dix diplômes les plus demandés. Or, les résultats en termes de validation totale pour ce diplôme (de 38,5 % à 45,9 % selon les années pour l'option styliste visagiste et de 38,1 % à 47,7 % selon les années pour l'option coloriste permanentiste), même s'ils ont en augmentation régulière depuis 2005, restent significativement inférieurs à la moyenne nationale, avec un écart d'environ 20 points :





Source : Base Reflet CEREQ – France entière

Le passage par la voie de la formation reste donc incontournable pour nombre de professionnels.

Evaluation du Brevet Professionnel par les professionnels et les établissements scolaires

Le Brevet Professionnel constitue, aux yeux des professionnels et des établissements scolaires rencontrés, le « sésame » pour un parcours professionnel dans le secteur de la coiffure. Il devrait garantir une maîtrise technique permettant une prise en charge du client dans sa globalité et une mise en œuvre des différentes opérations techniques de coiffure. Il semble apporter un premier niveau de sensibilisation aux problématiques d'installation (création ou reprise d'entreprise) et de gestion. Cependant, compte tenu de la complexification de l'environnement des salons de coiffure, cette sensibilisation reste à compléter pour se lancer dans les meilleures conditions possibles dans une création ou une reprise d'activité. Ce diplôme joue donc aujourd'hui pour le secteur un rôle efficace de « sésame pour l'emploi », garantissant aux jeunes un accès aux profils/métiers de coiffeur/euse salon et de technicien/ne salon.

En revanche, il ne semble pas suffisant pour permettre un accès dans de bonnes conditions au profil/métier d'artisan/coiffeur, pour lequel un complément en matière de management et de gestion d'entreprise reste incontournable.

Insertion professionnelle des sortants du Brevet Professionnel

Un taux d'emploi nettement supérieur à celui enregistré pour les sortants de CAP mais qui reste inférieur à celui enregistré pour le secteur des services

Les résultats de l'enquête « IPA »⁶² montrent que parmi les sortants de Brevet Professionnel issus de l'apprentissage, 68,18 % des jeunes sortant de Brevet Professionnel « Styliste

⁶² L'enquête IPA interroge chaque année au 1er février les apprentis sortants de CFA (quel que soit leur ministère de tutelle, quelles que soient leur formation et la classe suivie - classe terminale ou intermédiaire) en France Ministère de l'Education nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche Revue CPC-Etudes n°2014-3

Visagiste » et 66,96 % des jeunes sortant de Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste » déclarent être en emploi sept mois après leur sortie de formation. Ce taux d'emploi reste inférieur à celui enregistré pour l'ensemble des diplômés de niveau IV (BP, BT, Bac Pro, BM) tous secteurs confondus, pour lesquels le pourcentage de jeunes issus de l'apprentissage en emploi s'élève à 77 %.

Tout comme pour les sortants de CAP Coiffure, le taux d'emploi des sortants de Brevet Professionnel dans le domaine de la coiffure est également légèrement inférieur à celui constaté pour l'ensemble des diplômés relatifs aux services aux personnes (coiffure, travail social, santé, animation, ...), qui s'élève à 72,3 % pour les sortants de diplômés de niveau IV.

Par voie de conséquence, les jeunes déclarant être en situation de recherche d'emploi à l'issue du Brevet Professionnel sont plus nombreux dans la coiffure (25,36 % des sortants de Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 27,86 % des sortants de Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste ») que dans l'ensemble des secteurs (19 % pour les diplômés de niveau IV).

La reprise de contact avec l'entreprise dans laquelle a été réalisé l'apprentissage comme moyen privilégié pour obtenir un emploi

C'est en faisant appel à l'entreprise dans laquelle a été réalisé l'apprentissage que la plus grande partie des jeunes trouve un emploi (26,6 % de démarches positives pour les jeunes sortant de Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 28,9 % pour les jeunes sortant de Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste »), témoignant d'un investissement plus important des coiffeurs en faveur des apprentis en BP. Les candidatures spontanées arrivent en seconde position (25,3 % de démarches positives pour les jeunes sortant de Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 20,8 % pour les jeunes sortant de Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste »).

Un taux d'emploi en Contrat à Durée Indéterminée notable, plus élevé que dans l'ensemble des secteurs et près d'un jeune sur deux dans une entreprise dans laquelle il avait déjà exercé

Parmi les jeunes en emploi sept mois après leur sortie de formation, la plupart est en Contrat à Durée Indéterminée, (66,3 % pour les jeunes issus du Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 63,3 % pour les jeunes issus du Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste »), une situation plus favorable que celle des diplômés de niveau IV issus de l'apprentissage tous secteurs confondus, qui sont 61,4 % en emploi à durée indéterminée, et légèrement plus nombreux que les jeunes coiffeurs à s'être vus proposer un Contrat à Durée Déterminée (24,7 % pour l'ensemble des secteurs, 19,2 % pour les jeunes issus du Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 23,9 % pour les jeunes issus du Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste »).

métropolitaine et dans les DOM. Elle offre donc une photographie de la situation des apprentis sept mois après leur sortie de formation.

Le salaire mensuel moyen déclaré par les jeunes issus de Brevet Professionnel est de 1066 € pour les jeunes sortant de Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » pour une moyenne de 33 heures de travail par semaine et de 1063 € pour les jeunes sortant de Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste » pour une moyenne de 33 heures de travail par semaine. Il dépasse donc d'environ 200 € les salaires déclarés par les jeunes sortants de CAP.

Les trois quart des jeunes issus de Brevet Professionnel en emploi travaille à temps plein, et une part non négligeable d'entre eux travaille, sept mois après leur sortie d'apprentissage, dans une entreprise dans laquelle ils avaient déjà exercé auparavant (47,3 % pour les jeunes issus du Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 50,9 % pour les jeunes issus du Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste »).

Les entreprises ou établissements employeurs sont en général de petite taille, 86,2 % des sortants de Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 88,9 % des sortants de Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste » déclarant exercer dans des établissements de moins de dix salariés.

Les jeunes issus du Brevet Professionnel exercent quasi exclusivement dans le secteur de la coiffure

Il est à noter que le Brevet professionnel exerce un rôle majeur dans la poursuite du parcours des jeunes, presque tous les sortants de Brevet Professionnel (91,9 % des sortants de Brevet Professionnel « Styliste Visagiste » et 91 % des sortants de Brevet Professionnel « Coloriste Permanentiste ») déclarant exercer dans le secteur de la coiffure sept mois après leur sortie d'apprentissage, alors qu'un fort taux de départ était enregistré parmi les jeunes sortant de CAP.

2.4 Le Certificat de Qualification Professionnelle « Responsable de salon de coiffure »

La cible et le contenu du CQP « Responsable de salon de coiffure »

L'avenant à la Convention Collective de la coiffure n° 20, du 21 septembre 2010, relatif à la création d'un Certificat de Qualification Professionnelle « Manager de salon de coiffure » stipule que la création de cette certification par les partenaires sociaux a pour objectif de répondre aux enjeux identifiés au sein du secteur, à savoir :

- « accompagner le développement et la pérennisation des entreprises de coiffure dans un contexte de cessions, transmissions, reprises ...,
- répondre aux enjeux de professionnalisation des futurs dirigeants et de leurs collaborateurs, permettre un meilleur accès à la promotion sociale et professionnelle des salariés afin d'accompagner leur évolution de carrière, leur projet de vie,
- permettre d'anticiper les évolutions à venir⁶³ ».

⁶³ Source : Avenant à la Convention Collective de la coiffure et des professions connexes n° 20 du 21 septembre 2010

Ce CQP vise le métier de manager de salon, ainsi défini par les partenaires sociaux : « Le manager a notamment pour missions principales de distribuer, de gérer et de contrôler le travail de l'équipe dont il a la responsabilité. Egalement, il stimule et motive son équipe, gère l'établissement dans lequel il exerce ses fonctions afin d'appliquer la politique commerciale définie par l'entreprise. Le manager exerce ses responsabilités de manière autonome mais avec obligation d'en rendre compte suivant une fréquence déterminée en collaboration avec son supérieur hiérarchique. Le manager doit être capable de mettre en œuvre les stratégies définies avec et par le dirigeant afin de réaliser les objectifs assignés à l'établissement⁶⁴ ».

Le CQP s'adresse :

- soit aux salariés souhaitant évoluer dans leur parcours professionnel
- soit à des repreneurs ou créateurs de salons de coiffure

Ces deux publics doivent remplir des conditions de diplôme et/ou d'expérience. Le parcours de formation conduisant au CQP se concentre sur les seules fonctions de gestion, dans leurs différentes dimensions : stratégique, commerciale, organisationnelle, managériale et financière. Il s'organise autour de six domaines :

- encadrer, gérer et former une équipe,
- organiser le travail,
- superviser les activités du salon,
- maîtriser la gestion commerciale,
- communiquer,
- définir son style de management.

Le Certificat de Qualification Professionnelle est enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles depuis janvier 2014. Il est accessible après un parcours de formation sous statut d'élève ou d'étudiant, après un parcours de formation continue, en contrat de professionnalisation ou par la Validation des Acquis de l'Expérience. Selon les établissements de formation rencontrés, ce Certificat de Qualification Professionnelle apparaît adapté aux besoins des entreprises mais il attire principalement des jeunes en fin de formation initiale, par exemple à l'Issue d'un Brevet Professionnel et peine à se rendre attractif aux artisans coiffeurs et managers en exercice, pour lesquels il constituerait pourtant une réponse intéressante en termes de développement des compétences.

2.5 Le Brevet de Maîtrise Coiffeur

La cible et le contenu du Brevet de Maîtrise Coiffeur

Le Brevet de Maîtrise Coiffeur est une certification de niveau III s'adressant « aux professionnels de la coiffure, salarié ou dirigeant, obligatoirement titulaire du brevet professionnel (BP) et souhaitant se perfectionner notamment en gestion et management d'entreprise⁶⁵ ».

⁶⁴ Source : idem

⁶⁵ Source : Avenant n° 21 du 21 septembre 2010 à la Convention Collective de la Coiffure relatif à la création du brevet de maîtrise coiffeur, niveau III

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Selon le règlement général d'examen défini par l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers et de l'Artisanat, le BM de niveau III « sanctionne une double qualification : celle de professionnel hautement qualifié dans son métier et celle de chef d'entreprise artisanale ».

Les compétences faisant l'objet d'une évaluation sont les suivantes :

Fonction Production

Accueil et conseil client
Préparation et application des produits
Modification de la couleur
Mise en forme de la chevelure
Modification de la forme
Application des normes d'hygiène et de sécurité

Fonction entrepreneuriale

Création et développement d'une entreprise artisanale de coiffure en s'appuyant sur un réseau de partenaires professionnels et institutionnels

Fonction commerciale

Promotion de l'entreprise de coiffure en élaborant une stratégie commerciale et en identifiant les moyens d'actions commerciales et de communications adaptées

Fonction financière, gestion économique de l'entreprise artisanale de coiffure

Analyse de la santé financière d'une entreprise, mesure de sa rentabilité et proposition de solutions correctives et/ou de développement de l'activité

Fonction gestion des ressources humaines en coiffure

Gestion du personnel en respectant les principes du droit du travail

Fonction formation et accompagnement de l'apprenant

Fonction communiquer à l'international

Dialogue et rédaction en anglais

Quant aux modules de formation qui y conduisent, ils se composent à la fois de formations dans le domaine du management et de la gestion d'entreprise, correspondant à la fonction de manager ou de chef d'entreprise et de formations dans le domaine technique, c'est-à-dire liées aux techniques de coiffure.

Les flux de personnes formées en Brevet de Maîtrise

Les flux d'apprentis en Brevet de Maîtrise sont en augmentation depuis la création du diplôme. Ils sont passés de 170 en 2009-2010 à 183 en 2010-2011 et à 273 en 2011-2012, soit une augmentation de plus de 37 % en deux ans.

Les points clés

Malgré la situation économique du secteur, le taux d'embauches sur la dernière période reste légèrement supérieur à la tendance constatée dans le secteur tertiaire, avec, cependant, une très forte proportion de contrats par alternance parmi les embauches et une augmentation significative du nombre de contrats par alternance ne débouchant pas sur un recrutement entre 2010 et 2012. Les problématiques de ressources humaines exprimées par les entreprises du secteur sont marquées par des difficultés en matière de fidélisation des salariés, point clef car ayant un impact direct sur la fidélisation de la clientèle.

Avec un taux d'accès à la formation continue non négligeable, le secteur reste assez formateur, avec des actions orientées vers la « technique métier » et, dans les petites entreprises, le management.

En matière de renouvellement des entreprises, les repreneurs / créateurs d'entreprise expriment des difficultés importantes liées à l'installation, avec un net recul de la reprise d'entreprise au profit de la création, souvent sans salarié.

Le Brevet Professionnel, rénové en 2011, semble aujourd'hui bien répondre aux besoins des entreprises de coiffure.

L'analyse des parcours des personnes en formation fait apparaître, à la lumière des résultats aux examens des quatre dernières années, les éléments suivants :

- de 10 000 à 12 000 candidats ont obtenu le CAP Coiffure, dont plus de 40 % par la voie de l'apprentissage. Parmi ces candidats, moins de la moitié est en emploi 7 mois après sa sortie de CAP, et parmi les candidats en emploi, plus de 4 sur 10 n'exercent pas dans le secteur de la coiffure. Sur l'ensemble de ces titulaires du CAP, moins de 4 000 exercent donc dans des entreprises de coiffure 7 mois après leur sortie de formation,*
- de 5 000 à 6 000 candidats sortent avec un Brevet Professionnel, avec un taux d'emploi nettement amélioré par rapport au CAP (seuls trois sortants sur dix n'étant pas en emploi 7 mois après leur sortie de formation),*
- de 1 000 à 1 200 candidats sortent avec une Mention Complémentaire, avec des taux d'emploi et un taux de maintien dans le secteur nettement améliorés par rapport au CAP,*
- moins d'un millier de professionnels sortent avec un Brevet de Maîtrise ou un Certificat de Qualification Professionnelle, chiffre qu'il convient de nuancer, ces deux certifications professionnelles étant en « phase de lancement ».*

Après la rénovation du diplôme emblématique de niveau IV du secteur, la question des diplômes existants de niveau V se pose.

En ce qui concerne le CAP, il apparaît nécessaire de prendre acte du fait que près de 3 000 candidats sortent chaque année avec un CAP, sans poursuite immédiate d'études. Le CAP doit donc à la fois préparer au Brevet Professionnel et répondre aux besoins des candidats qui vont vers une insertion directe, soit en salon de coiffure, soit en coiffure hors salon. Son

référentiel datant de 2007, il apparaît important de mesurer sa cohérence avec d'une part les évolutions récentes du Brevet Professionnel et d'autre part avec les évolutions de l'emploi : développement de la coiffure hors salon, prise en charge personnalisée des clients, ...

Enfin, en ce que concerne les deux Mentions Complémentaires, dont les référentiels sont les plus anciens, il apparaît nécessaire de se questionner sur leur contenu et leur positionnement dans la filière de formation. Ces diplômes proposent, de surcroît, dans leur forme actuelle, des dominantes « Styliste Visagiste » ou « Coloriste Permanentiste » qui ne semblent plus correspondre aux évolutions de l'organisation du travail dans les entreprises du secteur, à la recherche de professionnels polyvalents.

Troisième partie : Les évolutions en cours et leurs impacts sur les profils métiers et les besoins en compétences

1. Approche méthodologique

La finalité de cette démarche est d'élaborer un diagnostic partagé au niveau du secteur sur les tendances d'évolution des métiers et d'analyser les besoins en compétences ou en évolution professionnelle qui en découlent.

Conduire une telle analyse suppose dans un premier temps d'identifier les facteurs clés d'évolution susceptibles d'avoir un impact sur les activités des entreprises de la branche et par conséquent sur les besoins en compétences de leurs salariés.

La prospective est une posture : elle facilite le passage d'une posture de spectateur à une posture d'acteur. Le défi de l'analyse prospective est de faire le tri dans le présent entre ce qui est conjoncturel et ce qui est significatif d'une tendance de long terme. Il ne s'agit pas de « prédire » l'avenir mais d'échanger sur ce qui pourrait influencer sur les activités des entreprises demain. Il ne s'agit pas non plus de construire la stratégie des entreprises, mais de porter un regard sur les facteurs qui les impactent collectivement à l'échelle du secteur d'activités.

Cinq catégories de facteurs seront examinées :

- Les **facteurs économiques** : Stagnation du pouvoir d'achat, évolution du comportement économique des ménages et évolution de la pression foncière en particulier dans les centres commerciaux,
- Les **facteurs réglementaires** : Evolution de la réglementation liée aux produits capillaires et évolution de la réglementation liée à l'entreprise,
- Les facteurs **démographiques** : Evolution de la démographie des professionnels de la coiffure Les facteurs **technologiques** : Evolution technique des produits capillaires,
- Les facteurs **liés au marché** : Evolution des attentes et comportements des consommateurs , renforcement de la segmentation du marché des prestations de coiffure, renforcement de la segmentation du marché de produits capillaires, développement des activités de vente de produits capillaires aux particuliers par les grossistes spécialisés et tendance au développement de l'offre de nouveaux services en salon de coiffure.

Ces facteurs peuvent être externes au secteur (évolution de la réglementation, des comportements des consommateurs, ...) ou internes (développement des réseaux de franchisés par exemple). Pour chaque facteur identifié, seront examinés les points suivants :

- Définition du facteur,
- Délai,
- Occurrence,
- Description de la situation (actuelle ou à venir).

Les enjeux liés à ces facteurs sont synthétisés dans la partie suivante.

2. Les évolutions en cours

2.1 – Les facteurs économiques

Facteur E1 : Stagnation du pouvoir d'achat et évolution du comportement économique des ménages

Définition du facteur

Dans le secteur de la coiffure comme dans d'autres secteurs, la crise économique et la baisse du pouvoir d'achat des ménages ont entraîné le développement d'un mécanisme d'arbitrage entre dépenses qui s'est parfois opéré au détriment du secteur : espacement des visites, baisse de la fréquentation en salon et du ticket moyen, développement du « do-it-yourself », ... Face à une situation économique qui semble devoir perdurer, l'évolution à venir du comportement des consommateurs face à la crise constitue une source majeure de préoccupation pour les entreprises du secteur.

Délai

En cours

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

La consommation des ménages en services de coiffure a reculé de 1% entre 2011 et 2012. Les clients espacent leurs visites et consomment moins les prestations les plus onéreuses comme les balayages et les mèches. La concurrence du « do-it-yourself » s'accroît, renforcée par les stratégies marketing des fabricants de produits capillaires et d'appareils de coiffure.

Dans ses différentes publications, la Fédération Nationale de la Coiffure évoque un espacement des visites des clients des salons de coiffure, ainsi qu'une alternance de différents modes de consommation. Les salons de coiffure constatent en effet une baisse de la fréquentation de la part des femmes, notamment pour des raisons budgétaires. De fait, en 2010 déjà, le pouvoir d'achat des clients constitue une source d'inquiétude « forte » ou « moyenne » pour 86 % des entreprises du secteur, ainsi que la rentabilité de l'entreprise, qui est une préoccupation « forte ou moyenne » pour 74 % d'entre elles⁶⁶. En 2006, 22 % des coiffeurs interrogés dans le cadre d'une enquête à l'initiative du Conseil National des Entreprises de Coiffure avaient déjà cité la rentabilité de leur salon parmi leurs préoccupations principales concernant leur activité⁶⁷, alors même que la conjoncture économique ne s'était pas encore dégradée.

En 2012, les sources d'inquiétudes des chefs d'entreprise du secteur sont similaires. Selon le rapport de branche produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi en 2014, 56

⁶⁶ Source : rapport de branche 2010, Intraforces

⁶⁷ Source : *Enquête exclusive sur la profession de coiffure*, Conseil National des entreprises de coiffure, TNS Sofres, 6 juin 2006

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

% des chefs d'entreprise sont préoccupés par le pouvoir d'achat des clients, 54 % par l'évolution de leur chiffre d'affaires et 53,5 % par la rentabilité de leur entreprise.

Ces difficultés sont à rapprocher du nombre important de salons de coiffure, en particulier dans certaines zones, ce nombre étant en augmentation constante, y compris sur les dernières années, moins dynamiques économiquement.

Ce développement continu du nombre d'établissements de coiffure aboutit dans certaines régions à une saturation du marché (Ile-de-France et PACA en particulier) et à une pression sur les prix, la concurrence étant vécue comme une source d'inquiétude par 69 % des entreprises du secteur, en particulier les salons indépendants (73 %) ⁶⁸. En 2006, déjà, une enquête réalisée par le Conseil National des Entreprises de Coiffure mettait en évidence que près de 40 % des franchisés et 56 % des salons indépendants constataient une évolution des types de concurrents. Pendant la même période, soit l'année 2005, 68 % des coiffeurs constataient soit une stagnation soit une baisse de la fréquentation de leur salon ⁶⁹.

Assez curieusement, selon le rapport de branche 2014, cette inquiétude est beaucoup moins forte sur la dernière période, seules 29 % des entreprises considérant la concurrence comme une source de forte inquiétude.

Dès lors, les salons misent sur le développement de stratégies commerciales et marketing plus ciblées pour se différencier de la concurrence, ainsi que sur la maîtrise des outils de gestion. Les démarches de fidélisation de la clientèle semblent se développer, ainsi que les actions commerciales (offres promotionnelles, ...). Ces stratégies de différenciation donnent naissance à un développement, même s'il est modéré, d'offres spécifiques, qui peuvent être selon la Fédération Nationale de la Coiffure : coiffure ethnique, coiffure express, prestations utilisant les « nouvelles techniques », utilisation de produits « bio », ...

D'après les publications des organisations professionnelles du secteur, ce sont les salons indépendants qui semblent le plus souffrir de la baisse de la fréquentation, du développement accru des chaînes et de la montée en puissance des soins à réaliser à domicile, les produits étant vendus en grande surface ou dans des magasins spécialisés et notamment par des grossistes ouverts aux particuliers.

D'une manière plus générale, la crise économique dont on a coutume de situer l'apparition en 2008 a eu comme effet de développer un phénomène d'arbitrage des consommateurs entre différents types de produits et services. Comme le pouvoir d'achat effectif stagne et que les raisons de dépenser augmentent, cela génère des frustrations, elles-mêmes dépassées par des stratégies d'arbitrage entre différentes catégories de produits (chaque dépense nouvelle doit être compensée sur une économie équivalente sur un autre poste) ou entre prix et valeur-ajoutée (chaque achat donne lieu à un ajustement sur le niveau de qualité ou de service que le client est prêt à payer en fonction de la valeur-ajoutée fonctionnelle ou émotionnelle anticipée par le client).

⁶⁸ Source : rapport de branche 2010, Intraforces

⁶⁹ Source : *Enquête exclusive sur la profession de coiffure*, Conseil National des entreprises de coiffure, TNS Sofres, 6 juin 2006

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Par exemple, la santé et le bien-être font partie des catégories très attractives, la beauté des catégories attractives et l'habillement des catégories moins attractives. Cette évolution du comportement des consommateurs a des impacts sur les activités de commerce en termes de primauté de la connaissance clients, de nécessité de flexibilité, d'innovation permanente et d'accélération du renouvellement de l'offre.

Pour la coiffure, cela induit une situation très différenciée en fonction du concept du salon, des prestations proposées et de son emplacement. Certains salons dont les prestations et le concept sont en adéquation avec un marché ciblé et leur zone de chalandise accroissent leur volume d'activité, notamment dans le « low-cost » et le haut de gamme, ces deux segments correspondant à des stratégies d'arbitrage : demande de moindre coût ou demande de bien-être et de beauté malgré un coût plus élevé. Les salons « moyen de gamme » ressentent plus fortement les difficultés économiques.

Cela induit pour les salons de coiffure la nécessité de bien définir leur concept et de se positionner de manière appropriée par rapport à leur clientèle.

Facteur E2 : Evolution de la pression foncière en particulier dans les centres commerciaux

Définition du facteur

Depuis une dizaine d'années, la part dédiée au foncier dans le budget des commerces ne cesse d'augmenter. La plupart des baux commerciaux en France a connu une augmentation de 39 % entre 2000 et 2010, selon l'INSEE. Cette pression foncière est particulièrement importante dans les centres commerciaux.

Délai

En cours

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

Les coûts immobiliers croissants en milieu urbain induisent un doublement du coût d'installation entre une localisation en commune rurale (31670 euros en moyenne) et dans une ville de 200.000 à 1.999.999 habitants (71.038 euros en moyenne).

Dans les centres commerciaux, la part accrue du coût de l'immobilier nécessite un volume d'activité et une rentabilité plus importants des salons de coiffure. Or, par ailleurs, ce sont les salons qui fidélisent le moins leur clientèle. Il s'agit donc pour les salons de recruter régulièrement de nouveaux clients par des actions commerciales : prospection, publicité, produits d'appel, ...

2.2 – les facteurs réglementaires

Facteur R1 - Evolution de la réglementation liée aux produits capillaires

Définition du facteur

La réglementation sur les produits cosmétiques a évolué récemment, induisant la suppression de certains produits et des changements dans la composition des produits. La réglementation induit également pour les professionnels une obligation de renseignement en cas d'utilisation de produits de coloration, de permanente et de défrisage. Le coiffeur doit avertir son client des conséquences dommageables pouvant survenir suite à l'utilisation de produits professionnels.

Délai

En cours

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

Les produits cosmétiques sont strictement encadrés par une réglementation très précise. Cette réglementation a fait l'objet d'une refonte par la Commission européenne, qui a abouti en 2009 à un Règlement européen sur les produits cosmétiques. La réglementation cosmétique définit notamment la liste des substances interdites (plus de 1300 substances), la concentration maximale à laquelle certains ingrédients peuvent être utilisés en toute sécurité, la liste restrictive des colorants, conservateurs et filtres solaires qui peuvent être utilisés dans les produits cosmétiques. Ces listes sont régulièrement actualisées pour tenir compte des avancées scientifiques.

De ce fait, les innovations technologiques sur les produits se sont développées, ainsi que le ratio de produits avec des composants d'origine naturelle ou « bio ».

Facteur R2 – Evolution de la réglementation liée à l'entreprise

Définition du facteur

La réglementation liée à l'entreprise évolue en permanence, alourdissant les obligations à l'installation ou la reprise d'entreprise.

Délai

En continu

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

Les principales obligations liées au Règlement Sanitaire des Salons de Coiffure ont peu évolué. Il s'agit notamment de l'utilisation et de l'entretien des instruments coupants,

chauffants qui entrent au contact de la peau et des cheveux, ainsi que du renouvellement et de l'entretien du linge utilisé pour les clients.

Depuis le 1^{er} avril 2010, attester de la qualification au titre de laquelle il exerce son activité, devient obligatoire pour tout artisan (en entreprise individuelle ou en société), dans sa déclaration de création, selon le décret du 11 mars 2010. En effet, il doit y mentionner, soit l'intitulé du diplôme dont il est titulaire, soit qu'il s'engage à recruter un salarié qualifié. Dans chaque salon de coiffure, le dirigeant de l'entreprise ou un collaborateur titulaire du Brevet Professionnel ou du Brevet de Maîtrise de coiffure, doit donc être présent en permanence. Les employeurs doivent également respecter les exigences de protection des salariés, notamment au regard des risques d'allergie, de troubles musculo-squelettiques, ...

Le salon de coiffure doit être conforme aux exigences réglementaires en tant qu'Etablissement Recevant du Public : ces exigences ont récemment évolué dans le domaine de l'accessibilité aux handicapés (mise en conformité avant le 1^{er} janvier 2015).

Les exigences réglementaires portent également sur le respect de l'environnement : élimination des déchets, appel à un prestataire spécialisé pour l'élimination des déchets dangereux et conservation des factures et bons d'enlèvement.

Pour accompagner les salons de coiffure dans une démarche proactive de développement durable, la profession a mis en place un label « Développement durable, mon coiffeur s'engage » depuis 2009 qui repose sur six critères principaux : l'élaboration de pratiques qui préservent la santé, la sécurité et le confort de travail des collaborateurs ; l'adoption des principes d'hygiène et de nettoyage appropriés ; le respect de la préservation de la santé et du bien-être des clients ; l'assainissement et l'amélioration de la qualité de l'air dans le salon ; la mise en place de pratiques plus économes en ressources : eau, énergie, etc. (économiseurs d'eau par exemple) ; l'optimisation des achats de matériel et de fournitures pour réduire l'empreinte environnementale (flacons biodégradables par exemple).

Par ailleurs, la loi du 18 février 2014 sur l'artisanat, le commerce et les TPE peut permettre de mieux maîtriser le loyer commercial du salon de coiffure (mesures rénovant les baux commerciaux afin d'éviter les augmentations de loyer trop rapides notamment en centre-ville) et extension des baux dérogatoires de 2 à 3 ans lors de l'installation).

D'une manière plus générale, selon le rapport de branche produit par la Commission Paritaire Nationale de l'Emploi en 2014, 80,5 % des chefs d'entreprise sont fortement préoccupés par l'« évolution des charges », celle-ci constituant le premier motif de préoccupation, loin devant l'évolution du chiffre d'affaires ou du pouvoir d'achat des clients.

2.3 – Les facteurs démographiques

Facteur D1 : Evolution de la démographie des professionnels de la coiffure

Définition du facteur

Si l'emploi salarié tend à se réduire au cours des dernières années, il n'en va pas de même du nombre d'actifs dans le secteur, qui connaît une tendance à la stabilité, s'élevant à environ 170 000 personnes. On entend par « actifs » les salariés des entreprises de coiffure, les chefs d'entreprise sous statut non salarié ainsi que les auto-entrepreneurs, dont le nombre a fortement cru au cours des dernières années. Or cette structure des actifs risque de se modifier à l'avenir, sous l'impulsion de différents facteurs : départs à la retraite des chefs d'entreprise et évolution de l'emploi dans le secteur

Délai

Echéance 5 à 10 ans

Occurrence

Certaine pour les départs de chefs d'entreprise
Incertaine pour l'évolution de l'emploi

Description de la situation (actuelle ou à venir)

Des activités en nombre croissant pour répondre à une demande soutenue

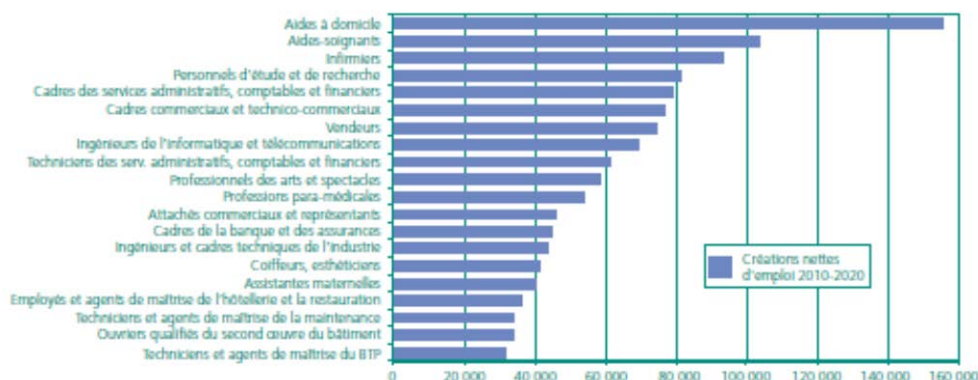
La DARES et le Centre d'Analyse Stratégique, devenu Commissariat général à la stratégie et à la prospective, ont réalisé en 2012 une analyse prospective portant sur l'évolution des postes à pourvoir par métier à l'horizon 2020, en tenant compte d'une part des départs de fin de carrière à venir à un horizon de dix ans, d'autre part du nombre potentiel de création d'emplois.

Le rapport d'étude se base sur la nomenclature des familles professionnelles, utilisée par la statistique publique et construite à partir d'un rapprochement entre le répertoire Opérationnel des Métiers et des Emplois (ROME) et de la nomenclature des Professions et Catégories Socio-professionnelles. Les coiffeurs sont donc associés dans cette analyse aux esthéticiens, marché qui s'est inscrit en croissance au cours des dernières années.

Pour la catégorie des coiffeurs et esthéticiens, l'étude réalisée par la DARES indique que les départs en fin de carrière seront limités, l'âge médian 2008 – 2010 dans la catégorie des coiffeurs esthéticiens étant le plus faible de toutes les familles professionnelles avec 33 ans, alors qu'il est de 41 ans toutes familles professionnelles confondues. Cependant, il apparaît que le rythme des créations d'emploi pourrait rester soutenu pour les métiers liés aux nouveaux modes de consommation axés sur le bien-être et les loisirs.

La catégorie des coiffeurs et esthéticiens fait partie des métiers pour lesquels le taux de postes à pourvoir et le taux de création d'emplois sont supérieurs à la moyenne des métiers. Le niveau élevé du turn-over dans ces professions, du fait des conditions salariales et des horaires de travail, contribue au maintien d'un niveau de recrutement élevé.

Graphique 3 • Métiers bénéficiant des plus importants volumes de créations d'emploi entre 2010 et 2020



Concepts : emploi au sens du BIT ; nomenclature des familles professionnelles (FAP 2009).
 Champ : ménages ordinaires ; France métropolitaine.

De manière générale, les services à la personne ou les services d'utilité collective du secteur marchand devraient être soutenus par une demande en expansion notable. Concernant les activités de coiffure, elles pourraient tirer leur épingle du jeu, si elles parviennent à répondre aux besoins générés par le vieillissement démographique d'une part et la demande de loisirs et bien-être d'autre part.

Des départs à anticiper du côté des chefs d'entreprise

L'âge moyen des dirigeants des entreprises du secteur laisse supposer, à court et moyen termes, un grand nombre d'opportunités de reprises. En effet, l'âge moyen du chef d'entreprise s'élevait en 2010 à 43,3 ans, 41 % des salons étant gérés par un dirigeant de 45 ans et plus.

Cette tendance est encore plus forte dans les salons indépendants, qui constituent la majeure partie des établissements du secteur, l'âge moyen du chef d'entreprise s'élevant à 43,9 ans et la proportion de chefs d'entreprises de 45 ans et plus s'établissant à 45 %.

Même si cette caractéristique du secteur de la coiffure n'est pas une spécificité, près de la moitié des chefs d'entreprise de PME ayant plus de 55 ans, la création et la reprise d'activités de coiffure constitueront à moyen terme un enjeu majeur afin de garantir le maintien et le développement de l'activité du secteur.

Cependant, la reprise d'entreprise au sein du secteur semble délaissée depuis plusieurs années au profit de la création d'entreprise, le taux de reprise d'entreprises ayant connu une baisse constante depuis 2004 pour passer de 41,6 % en 2004 à 18,4 % en 2011 alors que le taux de création a progressé au cours de la même période en proportion, atteignant 81,6 % en 2011.

S'appuyant sur des données publiées dans le rapport de branche 2010, le cabinet ASTERES, auteur d'une étude sur le secteur de la coiffure pour le compte du CNEC, met en évidence un nombre important de départs à anticiper du côté des chefs d'entreprise.

Ainsi, en 2010, 16 % des dirigeants d'entreprises de coiffure avaient plus de 55 ans, ce qui porte l'âge de cette catégorie aujourd'hui à 59 ans et plus. Sachant que les chefs d'entreprise non-salariés représentent environ 4 actifs sur 10 dans le secteur, soit environ 68 000 personnes, le nombre de dirigeants concernés à court terme par un départ s'élèverait à environ 11 000 professionnels (10 800). Cette estimation se rapproche de celle effectuée par le cabinet ASTERES, qui estime que 10 000 départs sont à anticiper dans les années à venir.

Le dernier rapport de branche paru en 2014 (chiffres 2012) fait état d'une moyenne d'âge des chefs d'entreprise de 45 ans, 29,5 % des femmes et 42,5 % des hommes dirigeants d'entreprise ayant plus de 50 ans. Or il est à craindre que ces départs de chefs d'entreprise se soldent en grande partie par une fermeture d'établissements de coiffure, en particulier pour les entreprises n'employant aucun salarié, qui représentent 50 % des établissements du secteur. En effet, le taux de reprise d'entreprises dans le secteur de la coiffure s'étant fortement dégradé au cours des dernières années, les nouveaux acteurs économiques du secteur lui préférant la création d'entreprise.

2.4 – Les facteurs technologiques

Facteur T1 – Evolution technique des produits capillaires

Définition du facteur

Les fabricants mettent en œuvre en permanence des évolutions des produits capillaires afin d'améliorer la simplicité d'utilisation, l'innocuité pour le cuir chevelu et les conditions d'application. L'innovation porte notamment sur la diminution des odeurs, la diminution du temps de pause pour un résultat identique et les qualités hypoallergéniques des produits.

Délai

En cours, améliorations permanentes

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

Des innovations sur les produits

La Recherche & Développement des fabricants porte notamment sur les caractéristiques des produits qui vont permettre de préserver le cheveu et le cuir chevelu. On voit apparaître des produits « bio » et des produits hypoallergéniques qui se rapprochent des produits naturels, par exemple sans parabène ou sans sulfates. Les produits de défrisage, au départ particulièrement nocifs, ont notamment beaucoup évolué.

Ces innovations permettent de répondre d'une part à une demande croissante de la clientèle d'absence de toxicité, d'autre part à des demandes spécifiques de clients allergiques ou ayant certaines pathologies qui ne pouvaient pas bénéficier de coloration classique. Ces produits plus naturels représentent 20 à 25 % du marché global.

De nouveaux concepts de salons

En réponse à ces innovations et aux nouvelles demandes de la clientèle, de nouveaux concepts de salon émergent. Par exemple des salons de coiffure bio, proposant tous les services d'un salon classique mais en utilisant des colorations végétales et des soins naturels. Les produits peuvent être préparés sur place, dans le laboratoire du salon et de manière personnalisée pour chaque cliente.

2.5 – Les facteurs liés au marché

Facteur M1 : Evolution des attentes et comportements des consommateurs

Définition du facteur

Au-delà des arbitrages liés à l'évolution du pouvoir d'achat et à la persistance de la crise économique, une évolution marquée du comportement des consommateurs est identifiée par les acteurs du commerce et de l'artisanat.

Délai

En cours

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

Après des années de développement extensif du commerce, les années 1990 et plus encore les années 2000 ont vu se développer une évolution marquée des attentes des consommateurs qui reposent de manière de plus en plus forte sur des facteurs immatériels : personnalisation des produits et des prestations, développement de la demande de sens ; le commerce devant alors chercher à répondre à des aspirations moins fonctionnelles.

En réaction à cela, les acteurs du commerce ont développé des réponses enrichies et plus complètes aux besoins de leurs clients, avec un souci constant de développer la fidélisation, en créant des «bouquets d'offre» combinant des produits et des services complémentaires.

Il s'est en effet révélé essentiel d'être en mesure d'apporter aux clients des solutions personnalisées intégrant davantage de valeur-ajoutée et reposant sur une compréhension plus fine des modes de consommation et d'achat. Cette approche rend indispensable un travail approfondi sur les concepts, mettant en évidence auprès du client, non pas une offre de produits et de services, mais une promesse de résultats, un engagement, une garantie de performance.

Cependant, à la fin de la première décennie des années 2000, le secteur du commerce a assisté à une remise en cause de cette approche avec un retour à la sensibilité aux prix de la part des clients et, dans le même temps, une évolution du regard sur le « low-cost », y compris de la part des politiques et des pouvoirs publics.

Malgré ce phénomène, il apparaît que les consommateurs restent toujours en attente de nouvelles valeurs-ajoutées fonctionnelles (plus de praticité et de gain de temps) et émotionnelles (valorisation, appartenance, adhésion à des valeurs).

Interrogés sur l'évolution à venir du comportement des consommateurs, les acteurs du commerce indiquent qu'il sera dans les années à venir essentiel de répondre :

- aux évolutions générées par les nouvelles technologies, qui transforment en profondeur l'activité commerciale en développant de nouvelles formes de concurrence entre magasins et sites marchands et en conférant à l'activité commerciale une orientation-client beaucoup plus forte que par le passé. Si la coiffure échappe en partie à la révolution du e-commerce car basée sur une prestation de service, il n'en reste pas moins que les consommateurs sont et seront empreints d'une nouvelle approche de la préparation de leurs achats : veille sur internet, utilisation des réseaux sociaux, ... Certains évoquent également, en lien avec la montée en puissance du e-commerce, un effritement du lien social développé par le commerce traditionnel, celui devant être compensé par des prestations et services apportant du lien social. Dans cette perspective, la coiffure pourrait avoir un rôle à jouer,
- au phénomène de développement de la personnalisation de la relation avec les clients, qui engendre un enrichissement de l'offre de services, un renforcement de l'orientation-client et donc de la connaissance des clients et un développement du conseil et de l'offre de solutions,
- aux besoins de proximité et de praticité de la part des clients, notamment en lien avec la revitalisation du commerce urbain, et à la recherche d'adaptation aux pratiques des consommateurs au travers d'amplitudes d'ouverture redéfinies,
- au phénomène de segmentation de plus en plus forte du marché par l'activité commerciale, avec un ciblage plus fin que par le passé des catégories de clientèle et l'affichage d'une offre plus spécialisée, de nombreux acteurs prédisant un déclin des offres « cœur de marché »,
- à la demande de responsabilité sociale des consommateurs, souvent très liée à la notion de développement durable, le consommateur étant de plus en plus à la recherche de valeurs et de services associés à une volonté de comportement citoyen et écologique et de maîtrise des impacts sur la santé des pratiques de consommation,
- aux questions posées par le renforcement de l'exigence des consommateurs, qui va de pair avec l'utilisation des outils de communication et un accès élargi à l'information sur les produits, les services, les entreprises et les expériences des autres clients, les attentes s'exprimant de manière large : qualité de service, choix, accueil, prix, ...

Facteur M2 : Renforcement de la segmentation du marché des prestations de coiffure

Définition du facteur

L'évolution du comportement des consommateurs induit une segmentation plus marquée de la demande entre des coûts les plus bas possibles, des prestations haut de gamme répondant à un besoin de bien-être, des prestations répondant à des demandes d'utilisation de produits naturels, des prestations portant sur l'ensemble des composantes de la beauté, ...

Délai

En cours

Occurrence

Renforcement probable dans les années à venir.
Incertaine sur les différents segments identifiés.

Description de la situation (actuelle ou à venir)

L'étude Xerfi de février 2012 met en évidence une tendance au développement des enseignes d'entrée de gamme et « low-cost » : *Dans les franchises, la tendance est à la diminution des ouvertures de salons type moyen et haut de gamme, et à la multiplication des enseignes d'entrée de gamme, comme Tchip (Groupe Vog) et Coiff&Co (groupe Provalliance). Le succès de ces réseaux est principalement lié à leurs prix compétitifs et à la réalisation de prestations sans prise de rendez-vous.*

Si elles ont actuellement le vent en poupe, les enseignes d'entrée de gamme pourraient être menacées par le succès croissant des enseignes low-cost, comme Self'Coiff ou Beauty Bubble, créée début 2010. Installée dans les corners de centres commerciaux et dans des zones à fort passage comme les gares ou les aéroports, Beauty Bubble propose des coupes express sur cheveux propres pour la somme modique de 10 €.

Le modèle économique proposé par ces salons est différent. Ils se présentent sous forme de quatre postes de travail pré-équipés et installés sur moins de dix mètres carrés. Ils proposent, aux personnes ayant les cheveux propres et secs, une prestation rapide, en dix minutes, et de qualité, réalisée par des professionnels diplômés, à partir de 10 euros et sans rendez-vous.

Par ailleurs, dans les grandes villes notamment, de nouveaux concepts haut de gamme se développent avec succès, en misant sur le bien-être, les produits naturels ou encore la mise en beauté dans toutes ses dimensions. Ces concepts sont basés sur une écoute et un conseil personnalisés et une palette de services plus diversifiée.

Facteur M3 : Renforcement de la segmentation du marché de produits capillaires

Définition du facteur

A la faveur de l'évolution de la population mondiale et de la montée en puissance des cheveux « texturés », de nouvelles prestations de coiffure se développent, accompagnées d'une offre de plus en plus segmentée de produits.

Délai

En cours

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

Le marché des « cheveux texturés » semble attirer un nombre croissant d'acteurs. Parmi eux, les coiffeurs, dont certains développent de nouvelles prestations, voire des salons spécialisés, mais également des fabricants de produits, qui segmentent leur offre en vue de répondre aux besoins spécifiques de population qui représentent un marché convoité. C'est ainsi que le groupe L'Oréal a créé dès 2002 une filiale spécialisée dans les produits capillaires pour femmes noires et métis, se positionnant clairement sur le marché des produits capillaires « ethniques », estimé dans le monde à 1,8 milliard de dollars⁷⁰.

Après s'être attaqué au marché américain, qui représente 40 % du marché mondial des capillaires pour cheveux noirs et métis composé de clientes qui sont très fortement consommatrices de produits capillaires, le fabricant a élargi son action au marché européen, qui était estimé il y a une dizaine d'années à 6 millions de personnes, dont 2,5 millions en France.

L'agence de marketing ethnique A-KA, spécialisée sur les populations originaires d'Afrique Subsaharienne, des Dom Tom et d'Afrique du Nord, est particulièrement active dans le domaine de la beauté et de la coiffure. Forte d'un panel affiché de plus de 20 000 personnes, cette agence a mis en place différentes initiatives dans le domaine des soins capillaires, dont la « natural hair academy », dont la troisième édition a eu lieu en mars 2014 à Paris et qui propose aux consommatrices différents ateliers dédiés aux cheveux affros au naturel, c'est-à-dire non défrisés.

Elle a également réalisé différentes études portant sur les habitudes de consommation de produits de beauté et capillaires, mettant en évidence le différentiel important de dépenses liées à la beauté entre les femmes afro-caribéennes et les femmes à peau blanche. Les premières dépenseraient ainsi 320 € par an en produits capillaires et un millier d'euros en produits de soins, contre 41 € en produits capillaires et un peu plus de 150 € en produits de soins pour les secondes.

⁷⁰ Source : www.e-marketing.fr
Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3
<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Dans le cadre de ces études, l'agence A-KA a mis en lumière que « les femmes afro françaises s'éloignent de plus en plus des normes de beauté occidentales et désirent revendiquer leurs différences. Ainsi, 39% des femmes afro françaises déclarent avoir les cheveux non défrisés ce qui représente une augmentation de 63% par rapport à 2008. Auparavant peu sensibles aux dangers potentiels des produits de défrisage, les femmes afro françaises sont désormais plus attentives à l'impact des cosmétiques sur leur corps⁷¹ ».

Il s'agit donc d'un marché porteur, que le conseil représentatif des populations noires estime en France à près de 12 millions de personnes soit 18 % de la population, dont 52 % de consommateurs de 18 à 34 ans⁷². Ce marché, composé en grande partie d'une population jeune soucieuse de son image, est depuis quelques années courtisé par les grandes marques de produits capillaires et cosmétiques, qui développent des gammes de produits spécialisés, disponibles en grandes surfaces : Dop, Mixa, Franck Provost, Gemey-Maybelline, ...

La marge de progression semble aujourd'hui encore considérable, plus de 80 % des personnes concernées estimant présenter des besoins spécifiques en matière capillaire et 3/4 d'entre elles estimant ce besoin non satisfait par les gammes de produits existantes⁷³.

Facteur M4 – Développement des activités de vente de produits capillaires aux particuliers par les grossistes spécialisés

Définition du facteur

La vente de produits capillaires constitue pour nombre de salons de coiffure une perspective de développement d'activités annexes à la prestation de services. Depuis quelques années, le secteur assiste à une montée en puissance des ventes de produits capillaires aux particuliers par des magasins spécialisés, pour certains organisés en réseau de franchise.

Délai

En cours

Occurrence

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

C'est au cours des années 1990 qu'apparaît le phénomène de vente de produits et matériels de coiffure et esthétique pour professionnels à des particuliers. Ce concept est d'autant plus porteur d'enjeux pour les coiffeurs que les services offerts par ces distributeurs à la clientèle de particuliers tendent à inclure le diagnostic et le conseil personnalisé, qui constituent des axes de différenciation des salons de coiffure par rapport à la vente de produits en grande surface. Comme le note la responsable d'un établissement scolaire spécialisé dans la coiffure, « *ce type d'enseigne est très intéressé par les profils des jeunes qui sortent de CAP,*

⁷¹ Source : www.womenology.fr

⁷² Source : www.lsa-conso.fr

⁷³ Source : étude A-KA

que ceux-ci aient ou non obtenu leur CAP. Ils sont formés aux techniques de vente et sont capables d'apporter un conseil technique en s'appuyant sur leur connaissance du cheveu ».

De plus, ces magasins réalisent, tout comme les salons de coiffure, leur approvisionnement auprès des grandes marques de produits capillaires et d'esthétique, offrant ainsi à la clientèle un accès à des produits qui ne sont pas disponibles en grande surface.

La franchise Shop Coiffure est apparue en région Lyonnaise et compte plus de 70 magasins intégrés et franchisés dans différentes régions de France, positionnés dans les centres commerciaux, en centre-ville et dans les « retail-parks ». Ce réseau tend à développer son concept, qui mise sur la distribution de proximité, le positionnement prix obtenu au travers d'une centrale de référencement et d'une centrale d'achats, l'accès aux particuliers, la qualité de l'accueil, le choix de produits et le conseil « professionnel ». Les recrutements de clients s'opèrent auprès des particuliers, des professionnels, des salariés des salons de coiffure, qui se voient offrir un programme de fidélisation spécifique, ainsi qu'auprès des comités d'entreprise. L'objectif affiché par la direction du développement de cette entreprise est d'atteindre 150 points de vente d'ici 2015, essentiellement au travers du développement de la franchise⁷⁴.

Selon les affirmations du réseau, ce commerce serait pratiqué par une proportion non négligeable d'anciens coiffeurs ou coiffeurs en activité, à la recherche d'un complément d'activité ou désireux d'accéder à une activité présentant des « charges de personnel moins lourdes au démarrage qu'un salon de coiffure⁷⁵ », l'apport initial se situant aux alentours de 40 000 €.

Il en va de même du réseau « la boutique du coiffeur », qui compte une cinquantaine de boutiques et met en avant les compétences de ses équipes de vente, dont les membres seraient « tous titulaires d'un diplôme de coiffure ». Le nombre de magasins issus de ce réseau de franchise aurait plus que doublé entre 2007 (20 magasins) et 2014. D'autres réseaux semblent également particulièrement actifs sur ce marché : Beauty Coiff, ...

Facteur M5 – Tendances au développement de l'offre de nouveaux services et de produits capillaires en salon de coiffure

Définition du facteur

Le développement de nouvelles offres par les salons de coiffure, à la recherche d'une différenciation par rapport à leur concurrence est sensible depuis quelques années et pourrait continuer à croître dans les années à venir.

Délai

En cours

Occurrence

⁷⁴ Source : <http://www.lesechosdelafranchise.com>

⁷⁵ Source : <http://www.la-referance-franchise.fr>

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Certaine

Description de la situation (actuelle ou à venir)

La vente de nouveaux services ou de produits capillaires en salon de coiffure est en augmentation depuis plusieurs années et poursuit son développement. On note en effet dans le dernier rapport de branche que près d'un quart des établissements de coiffure a mis en place en 2012 de nouvelles techniques et services, cette proportion étant déjà significative lors du rapport de branche précédent (31 % des salons indépendants, 54 % des salons sous enseigne et 18 % des coiffeurs à domicile).

Les différentes publications consultées font état d'une tendance à l'élargissement de l'offre des salons de coiffure à la vente de produits capillaires et cosmétiques, aux accessoires de coiffage ou de mode et aux soins esthétiques (manucure, voire soins proches de ceux délivrés dans les centres d'esthétique) en particulier dans les salons sous enseigne, cette activité ne représentant cependant qu'une part anecdotique du chiffre d'affaires des salons⁷⁶.

En effet, en 2012, selon le rapport de branche 2014, l'activité liée aux nouvelles techniques et services représenterait seulement 4,5 % du chiffre d'affaires des établissements concernés et la vente de produits 7 % du chiffre d'affaires des établissements employeurs, en recul de 0,5 % par rapport à l'année précédente.

Cette tendance au développement de nouvelles prestations est confirmée par l'enquête réalisée à l'occasion du rapport de branche de 2010. Celui-ci met en effet en évidence que 30 % des entreprises envisagent une diversification de leur activité, en proposant des services esthétiques et de soins du corps (esthétique, « onglerie », soins, massage, ...) ou liés aux nouvelles techniques de coiffure (extensions, lissage, rasage, ...) ou de vente de produits (produits capillaires, maquillage, produits de coiffure à domicile, produits « bio », ...). Parmi les autres services évoqués, sont à signaler le massage et le bien-être, qui tendrait à travailler l'attractivité du salon de coiffure comme un lieu de confort et de plaisir et non comme une obligation, ainsi que le développement de nouvelles techniques (extensions, lissage, produits bio, ...), ou encore la mise en place d'un service de coiffure à domicile.

Cette tendance est encore plus visible à l'installation. 11 % des entrepreneurs en salons indépendants et 18 % en salons franchisés proposent des prestations de manucure onglerie, ces proportions étant de 4 et 2 % en 2008.

De la même manière, mais dans des proportions bien moindres, 16,5 % des entreprises de coiffure envisagent une diversification de leur activité en 2012, cette diversification s'orientant essentiellement vers l'onglerie-manucure, l'esthétique et le relooking. Il est à signaler qu'en 2012, selon le rapport de branche 2014, près d'une entreprise sur quatre aurait mis en place de nouvelles techniques et services, celles-ci concernant 27 % des établissements indépendants, 34,5 % des établissements sous enseigne et 11,5 % des coiffeurs à domicile.

⁷⁶ Cette activité représenterait 10 à 15 % du chiffre d'affaires des salons selon le Centre Régionale d'Observation du Commerce de l'Industrie et des Services et 8% selon les données du rapport de branche 2010 (Intraforces) Ministère de l'Education nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

Cependant, le développement de nouveaux services ou de la vente de produits capillaires passe par une formation et un encadrement des coiffeurs/euses, ce qui semble encore poser des questions dans les salons de coiffure.

Une coiffeuse à la tête d'un salon indépendant : *« La vente de produits est un vrai plus mais ça ne marche que si c'est associé au diagnostic. Il faut aussi choisir des gammes de produits qui ne se vendent pas ailleurs : marque haut de gamme que l'on ne trouve pas chez un grossiste par exemple ou bien aller sur le créneau du « bio » avec de vrais arguments techniques ».*

3. Les incertitudes pour les entreprises de coiffure

L'analyse des facteurs d'évolution touchant les entreprises de coiffure ne met pas en évidence de rupture majeure dans les années à venir mais une nécessité forte d'adaptation des entreprises au marché.

Elle pointe la nécessité pour les entreprises de faire face à des incertitudes, qui s'expriment dans trois domaines :

- l'adaptation au marché et l'évolution de l'offre,
- le défi de la segmentation et de l'élargissement des activités,
- la rentabilité des entreprises.

Ces incertitudes sont de nature à questionner en profondeur les entreprises du secteur, qui pourraient pour certaines d'entre elles devoir se poser la question de leur survie à moyen terme. Il est en effet aujourd'hui difficile de prédire comment le monde de la coiffure va définir des stratégies d'adaptation aux nouveaux comportements des consommateurs et au contexte économique qui remettent en question le fonctionnement traditionnel du secteur. A quel point et à quelle échéance les entreprises se situant dans le « milieu de gamme », de loin les plus nombreuses et les plus menacées, seront-elles touchées ? Quelles stratégies d'adaptation seront les plus efficaces, quelle sera la capacité des salons de coiffure à retravailler sur leur offre pour l'adapter aux attentes et à l'évolution des comportements des consommateurs ? Telles sont les questions qui se posent aujourd'hui aux acteurs du secteur.

Il sera également incontournable d'observer à quel terme et avec quelle intensité les impacts seront perceptibles pour les salons qui choisiront de ne pas faire évoluer leur offre, ceux-ci restant, d'après les professionnels du secteur, encore très majoritaires.

Le défi de la segmentation, de l'élargissement des activités et de la lutte contre le « do-it-yourself » constitue également un point clef pour les entreprises du secteur.

Il est en effet essentiel de se demander si la prestation de services de coiffure à l'attention de la population à cheveux « texturés », qui représente une part croissante de la population et pour laquelle les réponses sont encore peu nombreuses, restera l'apanage de salons spécialisés ou si elle sera investie par les salons de coiffure traditionnels.

Il en va de même pour le développement de nouveaux services par les entreprises de coiffure, 70 % d'entre elles déclarant, encore en 2012 ne pas l'envisager. Cet élargissement des prestations étant fortement porté par les équipes en salon, l'ampleur prise par cette offre dans les années à venir dépend très largement de la capacité des professionnels à y faire face, tant en termes de compétences techniques qu'en termes de capacités d'adaptation.

L'ampleur du développement à venir des magasins spécialisés dans la vente de produits capillaires constitue également une menace non négligeable car il est de nature à limiter la croissance du chiffre d'affaires généré par les ventes de produits dans les salons et à développer la tendance au « do-it-yourself ». Or, les déclarations des grossistes en produits capillaires laissent entrevoir une stratégie très volontariste de progression, qui ne pourra être

contrecarrée par les entreprises de coiffure qu'au prix d'une mobilisation très forte des équipes en salon et d'un investissement marqué du champ de l'animation commerciale, encore embryonnaire dans nombre de salons.

La question épineuse de la rentabilité des salons, plus forte source d'inquiétude des chefs d'entreprise aujourd'hui, constitue également un point clef pour les acteurs du secteur. Les leviers pour accroître cette rentabilité sont en effet peu nombreux, dans un métier dans lequel la création de valeur repose essentiellement sur la main d'œuvre et pour lequel les taux d'occupation des salariés vont en décroissant. Plusieurs pistes se font jour en la matière, tels le développement d'activités annexes à la coiffure, comme la vente de produits, la réflexion sur les amplitudes horaires d'ouverture des salons, ou encore sur l'élaboration d'offres différenciées en fonction des moments de la journée. Il reste à examiner comment elles seront investies par les entreprises du secteur.

4. Les impacts des évolutions en cours sur les profils/métiers et les besoins en compétences

La relation client

La conduite d'une relation client efficace de l'arrivée au départ du client constitue, à n'en pas douter, un point clé de l'exercice des métiers de la coiffure, d'autant plus que l'on se trouve à l'heure actuelle dans un contexte de forte concurrence entre établissements de coiffure et de recherche de personnalisation de la prestation.

Les qualités « humaines » du coiffeur et sa capacité à entrer en relation avec le client et à le fidéliser constituent donc des éléments à fort enjeu pour l'entreprise.

Si les salons de coiffure souhaitent s'orienter vers une offre ressentie par les clients comme pourvoyeuse de bien-être, il est essentiel d'apporter un soin particulier à la relation client, d'être à l'écoute et de prendre en compte leurs spécificités. Ainsi, l'observation de la cliente ou du client dès son arrivée dans le salon s'avère fondamentale. Elle renseigne sur la forme du visage, l'attitude, le choix des accessoires et des vêtements et doit viser à recueillir des éléments permettant au professionnel d'adapter son mode de communication à la personnalité et aux besoins de la cliente ou du client. Il sera dès lors plus aisé de veiller à rassurer une cliente ou un client introverti(e), à ne pas se laisser mener par un(e) client(e) extravertie ou à forte personnalité. De la même façon, montrer des images présélectionnées à une cliente réceptive aux informations de nature « visuelle » pourra être utile pour faire une proposition adaptée et valider le choix de la coupe.

Les profils / métiers impactés :

- Coiffeur salon,
- Technicien coiffeur,
- Coiffeur hors salon,
- Manager salon,
- Artisan coiffeur.

Les compétences à développer :

- Mettre en œuvre un accueil personnalisé du client à son arrivée dans le salon,
- Recueillir des informations permettant de personnaliser la relation avec le client à partir de sa posture, ses vêtements, ses accessoires, ...
- Adapter son mode de communication et ses propositions à la personnalité du client,
- Entretenir une relation de qualité avec le client tout au long de sa présence dans le salon,
- Traiter de manière adaptée l'attente des clients,
- Prendre congé avec le client en valorisant les choix effectués et en cherchant à le fidéliser.

Les techniques de vente et le « diagnostic » client

Ministère de l'Éducation nationale de l'enseignement supérieur et de la recherche
Revue CPC-Etudes n°2014-3

<http://eduscol.education.fr/cid47737/ressources-nationales.html>

Développer une relation client satisfaisante et délivrer une prestation adaptée tient beaucoup à ce que les professionnels du commerce appellent la « phase de découverte des besoins ». En salon de coiffure, les professionnels évoquent la phase de « diagnostic », également appelée « consultation », qui permet d'analyser les besoins et les attentes des clients et donc, *in fine*, de leur proposer un produit adapté en fin de prestation.

Cette phase, qui apparaît négligée, est fondamentale d'une part parce qu'elle permet d'adapter sa prestation, d'autre part parce qu'elle est indispensable à la conclusion d'une vente de produits en fin de prestation. C'est en effet avant la mise en œuvre de la prestation de coiffure que la découverte des besoins doit être effectuée, la conclusion de la vente intervenant à l'issue de la prestation, une fois le client coiffé.

Par ailleurs, la mise en valeur et la vente de l'offre de produits proposée dans le salon seront également, dans un très proche avenir, des compétences clés, compte tenu de la tendance observée de la part des salons de coiffure à chercher à développer des activités de ce type, même si elles sont pour l'heure encore anecdotiques et vécues par les professionnels comme ne faisant pas partie de leur « culture métier ».

Par ailleurs, le développement de l'offre de produits hypoallergéniques et « bio » requiert des connaissances sur les caractéristiques de ces produits et la capacité à expliquer, argumenter en quoi ces qualités permettent de préserver le cheveu et le cuir chevelu.

Les profils / métiers impactés :

- Coiffeur salon,
- Technicien coiffeur,
- Coiffeur hors salon,
- Manager salon,
- Artisan coiffeur.

Les compétences à développer :

- Identifier les caractéristiques techniques et les modes d'application des produits vendus dans le salon,
- Conduire une veille sur l'évolution des produits capillaires commercialisés en salon et en grande surface,
- Construire un argumentaire produit,
- Analyser les besoins d'un client à partir d'un entretien approfondi,
- Concevoir une offre de prestation et de produits adaptée aux besoins du client,
- Argumenter une offre de produits capillaires en mettant en valeur leurs caractéristiques techniques et leur capacité à répondre aux besoins et préoccupations du client (prix, praticité, innocuité, rendu esthétique, ...),
- Mettre en avant les avantages concurrentiels de l'offre de produits présentée,
- Répondre aux objections du client sans l'incommoder,
- Conclure une prestation de coiffure par un acte de vente.

Les techniques de coiffure

La maîtrise des techniques de coiffure couramment demandées par les clients, avec une polyvalence entre coupe, coiffage, mise en forme, préparation et application des produits de coloration ou de modification de la forme, constitue également un point incontournable, qui ne doit donner lieu à aucune erreur.

La mise en œuvre de prestations techniques différenciées (lissage (brésilien, japonais, coréen), extensions, colorations nouvelles (« Tie and dye », « Ombré Hair »), relooking, interventions sur cheveux texturés, voire pratique de l'« ongleserie »,...) peut également constituer des compétences particulièrement appréciées compte tenu de la recherche de différenciation de la part des entreprises de coiffure.

C'est donc toute la compétence d'adaptation à l'évolution des tendances et du marché et la capacité des professionnels à « apprendre à apprendre » tout au long de leur vie professionnelle qui sont ici interpellées.

Les profils / métiers impactés :

- Coiffeur salon,
- Technicien coiffeur,
- Coiffeur hors salon,
- Manager salon,
- Artisan coiffeur.

Les compétences à développer :

- Mettre en œuvre différentes techniques de coiffure dans le respect des standards de service en vigueur dans le salon,
- Analyser ses prestations et identifier ses axes d'évolution,
- Repérer les évolutions des tendances à partir de différentes sources d'information et adapter sa technique à cette évolution,
- Identifier dans l'offre de formation disponible celle correspondant à ses besoins,
- Adapter sa technique de coupe et de coiffage aux particularités des cheveux texturés.

L'animation d'équipe

Cet axe constitue un point clé pour permettre aux entreprises de coiffure de fidéliser davantage les membres de leur équipe, ceci permettant également de contribuer à la fidélisation de la clientèle. En effet, les clients sont souvent attachés à un coiffeur et les salons ayant un turn-over important de leurs salariés sont pénalisés.

Les profils / métiers impactés :

- Technicien coiffeur,
- Manager salon,
- Artisan coiffeur.

Les compétences à développer :

- Organiser le travail de l'équipe au sein du salon, l'équipe pouvant présenter la particularité d'être composée d'alternants et de collaborateurs,
- Transmettre des consignes claires aux membres de l'équipe et de contrôler leur mise en œuvre,
- Conduire un entretien individuel : entretien annuel d'évaluation, recadrage, retours d'informations sur les performances du salon, présentation des objectifs à venir, ...
- Organiser, préparer et conduire des réunions d'équipe,
- Adopter une posture managériale dans ses relations avec l'équipe,
- Définir et mettre en œuvre une politique de formation et de développement des compétences s'inscrivant dans le long terme, depuis la signature d'un contrat en alternance jusqu'à l'évolution professionnelle (accès au métier de technicien/ienne coiffeur/euse, responsabilité du salon, ...), en passant par la formation professionnelle continue (formations périodiques sur les nouvelles tendances, les nouvelles techniques, ...),
- Mettre en œuvre un processus de recrutement adapté (définition du poste, sélection du candidat en fonction des caractéristiques de l'équipe, intégration du nouvel embauché au sein de l'équipe, ...),
- Identifier les difficultés rencontrées par les collaborateurs et proposer des solutions adaptées,
- Valoriser et motiver les membres de l'équipe,
- Identifier et traiter les situations conflictuelles au sein de l'équipe.

L'animation commerciale

Face à la montée en puissance des activités commerciales, les futurs professionnels doivent faire preuve de compétences dans le domaine de l'animation commerciale et de la mobilisation de l'équipe autour des actions commerciales à conduire.

Les profils / métiers impactés :

- Technicien coiffeur,
- Manager salon,
- Artisan coiffeur.

Les compétences à développer :

- Déterminer et expliquer les actions commerciales à mettre en œuvre,
- Mobiliser l'équipe du salon au quotidien autour des objectifs à atteindre,
- Réaliser des observations des coiffeurs en situation de vente et identifier les points à renforcer,
- Expliquer aux coiffeurs du salon un mode opératoire, une technique de vente,
- Mesurer au quotidien les résultats des actions et opérations commerciales mises en œuvre au sein du salon,
- Ajuster les opérations commerciales en prenant appui sur l'analyse des résultats obtenus.

La gestion économique et financière

Compte tenu de l'environnement concurrentiel dans lequel il/elle évolue, les artisans coiffeurs et managers de salon de coiffure doivent impérativement renforcer leurs compétences en matière de gestion économique et financière et développer des outils de veille réglementaire. En effet, il n'est aujourd'hui plus possible de faire reposer le développement d'une entreprise de coiffure sur le seul savoir-faire technique de son équipe.

Il est nécessaire de mettre en place une gestion économique et financière de qualité et une approche pertinente de son marché. Or ces compétences semblent encore à renforcer.

Les profils / métiers impactés :

- Manager salon,
- Artisan coiffeur,
- Animateur de réseau.

Les compétences à développer :

- Lire, exploiter et présenter un bilan, un compte d'exploitation,
- Monter un budget, identifier les éléments permettant de calculer et établir le compte prévisionnel d'exploitation,
- Evaluer la rentabilité prévisionnelle d'un investissement,
- Définir et exploiter des indicateurs permettant de suivre l'évolution du salon,
- Gérer et optimiser sa trésorerie,
- Calculer le coût de revient d'une prestation, fixer ses prix, identifier son seuil de rentabilité,
- Calibrer la taille de son équipe en fonction des besoins de son activité, ...

Les achats et la gestion des stocks

Plusieurs professionnels ont également évoqué des besoins en matière de gestion des stocks, la trésorerie de certains salons étant inutilement immobilisée par des stocks excessifs. Un renforcement des compétences dans ce domaine apparaît donc opportun.

Les profils / métiers impactés :

- Manager salon,
- Artisan coiffeur,
- Animateur de réseau.

Les compétences à développer :

- Sélectionner les marques et les références de produits capillaires à utiliser et à proposer à la vente dans le salon en tenant compte de l'analyse des besoins des clients et du positionnement commercial du salon,
- Analyser la politique promotionnelle d'un fournisseur en fonction de la qualité du produit, de son niveau de rotation, de la saisonnalité et de la demande des clients,
- Evaluer l'intérêt d'une offre promotionnelle fournisseur compte tenu de la politique commerciale du salon ainsi que des stocks et des niveaux de vente,
- Négocier les termes d'une commande en fonction des volumes commandés,
- Analyser la rotation des produits capillaires proposés à la vente et utilisés dans le salon,
- Suivre le niveau des stocks,
- Elaborer une promotion en cas de surstock et suivre son efficacité.

La stratégie commerciale

Dans un marché devant faire face à une forte segmentation de l'offre, au sein duquel seules les offres mises en valeur de manière claire et s'adressant à une cible pertinente ont des

chances de succès, les artisans coiffeurs/euses auront à développer des compétences fortes d'analyse de marché avant de s'installer, voire de réorienter l'offre de leur salon.

Il en va de même pour les managers de salon de coiffure, qui devront disposer d'une compétence approfondie en matière de définition et de mise en œuvre de stratégies commerciales et marketing adaptées, la pertinence de leur politique de différenciation étant essentielle pour que l'entreprise ou le salon dont ils ont la charge soient positionnés de manière adaptée sur son marché.

Ces compétences semblent plus stratégiques dans les salons indépendants que dans les salons sous enseigne, qui bénéficient d'un soutien technique et méthodologique de la part de leur réseau.

Il s'agit plus particulièrement pour les managers de salon de coiffure de définir les objectifs du salon en matière d'actions commerciales en fonction de son positionnement : fidéliser la clientèle existante (action essentielle pour les salons de centre-ville), recruter régulièrement et de manière marquée de nouvelles clientes (action clé en centre commercial), optimiser le portefeuille de clientèle et rechercher une hausse de la fréquence des visites par des actions incitatives et des produits d'appel, développer la fiche moyenne, ...

Ce sont également ces profils qui doivent développer des compétences approfondies en matière de conception et de mise en œuvre de projets de développement pour leur activité : proposition de produits mais aussi de services nouveaux (associant coiffure, soins esthétiques, maquillage, ...), ...

Les profils / métiers impactés :

- Manager salon,
- Artisan coiffeur,
- Animateur de réseau.

Les compétences à développer :

- Analyser l'environnement et le marché local (quelles caractéristiques de la population dans la zone de chalandise, quels types de clientèles, quelle concurrence ?, ...),
- Concevoir un concept de salon de coiffure adapté à son marché, ce choix ayant des impacts sur la nature et le prix des prestations proposées, l'offre de services associée, l'implantation et l'aménagement du salon de coiffure, sa taille, le type de recrutement à réaliser,
- Construire des outils de promotion du salon de coiffure adaptés, rendant lisible et clair le positionnement du salon et son offre commerciale.

La sensibilisation à l'économie d'entreprise

Si les entreprises de coiffure tendent à accorder une attention renforcée à la question de leur rentabilité, il sera essentiel que cette préoccupation soit portée par l'ensemble des professionnels au sein de l'équipe : surveillance de la consommation des produits lors des prestations de coloration avec pesée des produits utilisés, respect du temps prévu pour la prestation, connaissance et suivi de la rentabilité économique des différentes activités, ...

Les profils / métiers impactés :

- Coiffeur salon,
- Technicien coiffeur.

Les compétences à développer :

- Doser les produits utilisés lors des prestations de coiffure et éviter les gaspillages,
- Réaliser ses prestations dans le respect du temps imparti pour chacune,
- Surveiller les consommations d'eau et d'énergie.

La transmission des savoir-faire

La coiffure étant un secteur au sein duquel la transmission des savoir-faire passe de manière privilégiée par l'entreprise, il sera également essentiel d'accorder une attention renforcée à la capacité des professionnels à exercer un « rôle pédagogique » à l'attention des professionnels en formation.

Il pourra s'agir d'être capable de hiérarchiser les compétences à transmettre en fonction de leur degré de complexité, d'élaborer un programme de transmission de ces compétences, de s'organiser pour proposer des « trainings » lors des périodes de faible affluence, de créer et d'entretenir un climat de confiance au sein de l'équipe ou encore de repérer les phases pour lesquelles le professionnel en formation a besoin d'un accompagnement renforcé.

Cet axe de développement des compétences est d'autant plus important que les professionnels rencontrés ont exprimé de manière marquée leur difficulté à faire face aux nouveaux entrants issus de la « génération Y » et à les impliquer dans leur activité professionnelle de manière efficace.

Les profils / métiers impactés :

- Coiffeur salon,
- Technicien coiffeur,
- Artisan coiffeur,
- Manager de salon de coiffure.

Les compétences à développer :

- Créer et entretenir un climat de confiance avec la personne en formation (stage, formations en alternance) en se positionnant comme une ressource,
- Analyser ses méthodes, ses pratiques --professionnelles,
- Identifier les compétences devant être maîtrisées par la personne en formation (stage, formations en alternance),
- Décomposer une situation professionnelle complexe en activités et savoir-faire élémentaires,
- Expliquer les activités à réaliser en utilisant un vocabulaire adapté,
- Créer des situations permettant à la personne en formation (stage, formations en alternance),
- De pratiquer les gestes techniques du métier (organisation de « trainings, ...),
- Apprécier la qualité et la conformité d'un acte technique.

Les compétences spécifiques au profil/ métier de coiffeur/euse hors salon

Les coiffeurs hors salon, dont le nombre et les activités sont en constante évolution depuis plusieurs années, ont besoin de compétences spécifiques pour conduire leur activité dans les meilleures conditions, en complément des compétences exigées pour les coiffeurs en salon.

L'installation de son poste de travail

Il existe dans ce contexte particulier d'exercice une difficulté supplémentaire, liée au fait que la prestation s'exerçant dans un lieu qui n'est pas organisé et équipé pour les activités de coiffure, la qualité de l'installation du matériel et des équipements à l'arrivée du professionnel aura un impact sur l'efficacité de la prestation. Le professionnel doit donc être capable de s'organiser très rapidement et efficacement, en choisissant le lieu et le mode d'installation les plus adaptés à la prestation à réaliser et susceptibles d'assurer sa sécurité, en évitant les postures génératrices de pathologies.

La prospection et l'organisation du travail

Le/la coiffeur/euse hors salon doit être capable de générer la demande nécessaire à la conduite de son activité. Cela passe par la conception et la conduite d'actions de prospection ciblées sur son territoire, en tenant compte des caractéristiques de sa zone d'intervention et de la possibilité d'y circuler avec aisance. Ce professionnel doit donc être capable d'analyser son territoire d'intervention en termes de population, de concurrence, d'identifier les besoins liés à une offre de coiffure à domicile, de bien cibler son offre et de la faire connaître, en utilisant les relais d'information, prescripteurs et lieux d'échange de proximité les mieux adaptés.

Lors des prises de contact avec la clientèle ou les prospects, il sera essentiel pour le/la coiffeur/euse à domicile d'organiser son temps et ses activités de manière efficace, en optimisant ses tournées et ses déplacements. Ces compétences, loin d'être anecdotiques, constituent des axes clefs de réussite pour les professionnels exerçant le métier de coiffeur/euse hors salon, qui, pour être rentable, nécessite une forte capacité d'organisation et de planification.

La relation client

Le/la coiffeur/euse hors salon devra maîtriser les compétences liées à un exercice en salon en matière de relation client, en tenant compte des spécificités de sa clientèle : la clientèle à faible mobilité pourra avoir besoin d'un temps de convivialité et d'échanges, la clientèle devant faire face à des contraintes dans sa vie quotidienne sera quant à elle plus sensible à la rapidité de la prestation ou à son prix.

Les compétences spécifiques au profil/ métier d'animateur de réseau

Les animateurs/trices de réseau doivent être particulièrement pertinents dans leur approche économique et commerciale des salons dans lesquels ils/elles interviennent. Il s'agit d'évaluer rapidement les contraintes économiques, sociales et commerciales d'un salon, de définir une stratégie commerciale et des plans d'actions adaptés à la situation et aux objectifs du salon, mais également de garantir le respect des standards de qualité en vigueur dans l'entreprise ainsi que le respect des législations et réglementations.

De ce point de vue, les compétences suivantes seront à développer fortement :

- Identifier les informations clés sur la présence commerciale, l'évolution du marché, la concurrence et le potentiel du salon,
- Analyser le positionnement commercial du salon sur son marché,
- Définir des objectifs commerciaux et un plan d'actions commerciales pour chaque salon en tenant compte de son positionnement et des caractéristiques de sa zone de chalandise,
- Réajuster les objectifs en fonction des résultats, du marché et des actions et opérations en cours,
- Organiser la mise en œuvre des opérations commerciales à partir des plans d'actions commerciales définis au sein du groupe,
- Mesurer l'avancement et les résultats des actions et opérations commerciales mises en œuvre par le salon,
- Concevoir, en lien avec le manager du salon, des propositions d'ajustement des opérations commerciales,
- Utiliser l'outil de gestion du groupe pour piloter l'activité commerciale du salon, ...

Leur activité est proche d'une activité de « coaching » dans le sens où leur mission est également de mobiliser les managers de salon autour du plan de développement et des objectifs à atteindre. Ils/elles doivent pour cela pouvoir concevoir et utiliser différents outils et techniques permettant de soutenir les managers dans leurs activités et devront donc développer des compétences dans l'objectif de :

- Mobiliser les managers de salon autour des objectifs à atteindre au sein du salon,
- Concevoir et utiliser différents outils et techniques permettant de soutenir les managers de salon dans leurs activités,
- Réaliser un suivi régulier des managers de salon et les accompagner dans le réajustement de leurs actions, le cas échéant,
- Identifier les objectifs de progression et les besoins en formation de chaque manager de salon,
- Transmettre des connaissances, des savoir-faire en tenant compte des besoins des managers de salon.

Selon que les managers de salon sont salariés ou franchisés, le positionnement de l'animateur de salon sera bien évidemment différencié.

Les points clés

L'analyse prospective met en évidence un secteur qui ne devrait pas connaître de rupture marquée dans son évolution à moyen terme. Différents facteurs d'évolution viennent impacter les activités des entreprises de coiffure, mais sans générer de modification significative dans la nature des prestations délivrées, dans les gestes professionnels à mettre en œuvre ou bien encore dans la structure des métiers.

Nous n'avons en effet pas identifié de métier nouveau, en émergence, ni de métier en risque de disparition.

Cependant, force est de constater que le secteur a connu et continue de connaître, comme tous les secteurs du commerce, de profonds bouleversements dans l'approche et les comportements des consommateurs.

En effet, face à la stagnation du pouvoir d'achat, les stratégies d'arbitrage des consommateurs induisent des demandes différenciées, service rapide à bas coût ou apport de services haut de gamme dans le domaine du bien-être et de la beauté, par exemple. L'évolution de l'offre de produits capillaires, le développement de produits naturels et la montée en puissance de magasins spécialisés sur la vente de ces produits peuvent également modifier les attentes et les comportements des consommateurs et représentent un enjeu pour le secteur.

Par ailleurs, les entreprises sont confrontées à des problématiques de rentabilité dans un secteur où le premier poste de coût est la main d'œuvre et le deuxième le local. Les rémunérations des salariés et des artisans sont actuellement faibles. Une partie des entreprises cherche à développer de nouveaux services en réponse à la pression concurrentielle, mais leur mise en place n'est pas toujours aisée.

Ces évolutions induisent des enjeux importants d'adaptation du secteur. Comment le monde de la coiffure va-t-il définir des stratégies d'adaptation aux nouveaux comportements des consommateurs? Quelles stratégies d'adaptation, quels concepts seront les plus efficaces? Quels sont les risques pour les salons se situant dans des offres « cœur de marché » traditionnelles?

Or, si des entreprises de coiffure se sont d'ores et déjà organisées pour répondre à ces évolutions, un grand nombre d'entre elles n'ont pas encore conduit l'analyse nécessaire pour adapter leur positionnement, leur offre, leur tarification, leurs prestations et les compétences des professionnels.

Un effort conséquent d'adaptation au marché reste donc à effectuer pour ces entreprises et pour ces professionnels pour élaborer un positionnement commercial pertinent et soucieux des attentes des clients et de la segmentation du marché, en valorisant leur offre par des outils et actions marketing ciblés, en soignant la qualité de la relation client, et en favorisant l'investissement des collaborateurs du salon dans son développement.

Le développement des compétences à prévoir pour que cette adaptation au marché soit efficace, apparait important, quel que soit le métier concerné, notamment dans les domaines de la relation client, du conseil, de la gestion, de l'élaboration d'un positionnement commercial, ...

Ces éléments posent nécessairement question lorsqu'il s'agit de réfléchir à une filière de formation efficace, particulièrement dans un secteur d'activité dans lequel le temps d'acquisition de la compétence technique minimale pour exercer est particulièrement long.

Il s'agit en effet d'une part de rendre plus efficace l'apprentissage technique s'adressant pour partie à des jeunes en difficulté scolaire et d'autre part de favoriser l'acquisition de compétences dans d'autres domaines (gestion, relation client, conseil, positionnement commercial, ...), compétences clés pour la réussite des entreprises du secteur.

Ces éléments questionnent les différents niveaux de la filière de formation, qui doit prendre en compte les rénovations et créations de diplôme récemment effectuées (Brevet Professionnel et Brevet de Technicien Supérieur) et rechercher des solutions qui permettent à tous les profils de cheminer efficacement au sein du secteur, jeunes en difficultés d'insertion comme créateurs ou repreneurs potentiels d'entreprise.

Conclusions et préconisations

Conclusions

Le secteur de la coiffure, qui a jusqu'à présent très fortement investi la dimension technique de ses métiers, est confronté à des enjeux majeurs en matière de rentabilité économique, de positionnement commercial et d'adaptation au consommateur.

Ces évolutions ont d'ores et déjà été partiellement prises en compte par l'offre de diplômes et de certifications professionnelles : prise en compte, par exemple, de la nécessité de polyvalence dans le cadre de la rénovation du Brevet Professionnel ou encore création de certifications professionnelles (CQP et BM) en réponse au besoin accru de compétences en matière de gestion et de management.

Pourtant, force est de constater que l'adaptation au marché, pourtant indispensable à la survie, à terme, des entreprises de coiffure, n'est effective que pour un nombre limité de salons et que les spécificités de la coiffure hors salon, pourtant en croissance notable sur les dernières années, n'ont pas encore été traitées par l'offre de diplômes et de certifications professionnelles.

Du point de vue de la filière diplômante, il apparaît que le Brevet Professionnel, diplôme clef du secteur, a été récemment rénové à la satisfaction des professionnels et des acteurs de la formation et qu'une étape importante a été franchie avec la création d'un Brevet de Technicien Supérieur, étendant désormais la filière diplômante jusqu'au niveau III.

A la lumière de ces évolutions récentes, il apparaît désormais indispensable de mettre en perspective les diplômes d'entrée dans le métier, à savoir le CAP et les Mentions Complémentaires, en tenant compte des évolutions intervenues dans les conditions d'exercice du métier de coiffeur à un premier niveau.

Les enjeux pour la filière sont doubles :

- d'une part rendre plus efficace l'apprentissage technique s'adressant pour partie à des jeunes en difficulté scolaire en tenant compte des temps d'acquisition de la compétence technique,
- d'autre part permettre aux jeunes et adultes susceptibles de créer ou reprendre une entreprise d'acquérir des compétences dans les domaines clefs de la gestion économique, de la gestion de la relation client, du positionnement commercial, ...

Pour éclairer la réflexion en matière de rénovation de diplômes, il nous semble essentiel de se poser deux questions clefs :

- la filière de formation diplômante dans le secteur de la coiffure telle qu'elle existe aujourd'hui offre-t-elle un parcours pertinent aux jeunes ?
- cette filière de formation répond-elle aux besoins en compétences du secteur ?

En matière de pertinence des parcours de formations, la situation apparaît grandement contrastée et parfois paradoxale, avec une déperdition importante de jeunes diplômés à l'issue du CAP, qui ne peuvent ou ne souhaitent pas s'insérer dans le secteur de la coiffure, et un CAP qui ne joue pas véritablement son rôle de diplôme d'insertion.

Le positionnement des Mentions Complémentaires, qui concernent certes un nombre limité de jeunes mais qui semblent favoriser l'insertion professionnelle pour les candidats les plus en difficulté, semble également à retravailler et surtout à rendre plus lisible.

Pour le niveau IV représenté par le Brevet Professionnel, la formation est efficace à la seule condition que l'investissement formation en salon soit suffisant, ce qui n'est pas systématiquement le cas, et que le candidat ne vise pas une installation à court terme, à laquelle il n'est pas véritablement préparé.

Sur la globalité de la filière, il faut également souligner le paradoxe qui se fait jour, entre des parcours de formation parfois longs, pouvant s'étaler jusqu'à 5 ans pour les jeunes enchaînant CAP, Mention Complémentaire puis BP et le niveau de compétences techniques atteint en fin de parcours qui peut se révéler encore insuffisant si la formation pratique en salon a été défailante.

Sur la question de la capacité de la filière de formation diplômante à répondre aux besoins en compétences des professionnels du secteur, un certain nombre de points apparaissent devoir être améliorés :

- le manque de compétences des coiffeurs en exercice en matière de gestion économique et financière et de stratégie commerciale a des impacts négatifs sur le secteur,
- les compétences des coiffeurs en matière de diagnostic et de vente sont estimées insuffisantes par de nombreux interlocuteurs,
- la relation client reste un point à renforcer de manière significative,
- parfois, la technique pêche quand la formation pratique n'a pas été suffisante.

Préconisations

Il nous semble en premier lieu nécessaire de se poser la question de l'adaptation de la filière de formation aux différents profils de candidats qui se dirigent vers le secteur de la coiffure :

- un premier profil qui a besoin d'acquérir des compétences techniques solides et des compétences en matière de relation client, en partant de difficultés scolaires déjà existantes,
- un second profil de jeunes capables d'évoluer à terme vers la reprise ou la création d'une activité de coiffure avec toutes les compétences de gestion et de stratégie commerciale nécessaires.

Une adaptation du CAP pour les jeunes souhaitant s'insérer dans le secteur à partir de difficultés scolaires déjà existantes

Pour le premier profil de jeunes, il nous semblerait pertinent d'engager une rénovation du CAP, diplôme indispensable à la filière, mais dont le référentiel date de 2007, en vue :

- de centrer davantage encore les apprentissages sur les compétences techniques de base, dont nombre de professionnels estiment qu'elles ne sont pas maîtrisées en sortie de CAP, cette problématique n'étant pas forcément liée au contenu du référentiel de certification mais étant à aborder du point de vue des pratiques d'évaluation,
- d'ouvrir les apprentissages sur des compétences transverses utiles en coiffure et transférables dans d'autres métiers, en particulier la relation client.

Il semble essentiel de centrer fortement les **apprentissages** et les **pratiques d'évaluations** sur les compétences clefs du métier, qu'elles soient techniques ou transverses (relation client, analyse des besoins, vente, ...), en travaillant le lien, tant dans le cadre de la formation par voie scolaire que par apprentissage, entre l'expérience en salon et le travail sur les compétences en établissement.

Différentes actions mises en place dans les établissements scolaires afin de mieux travailler sur les compétences professionnelles et rendre plus ciblées les actions d'évaluation vont dans ce sens. Ainsi, comme nous le signalions dans le rapport d'étude « Réalisation d'une étude ayant pour thème : «les compétences comportementales dans les diplômes professionnels : un savoir évaluable ? », dans le secteur de l'hôtellerie-restauration, une expérimentation a été mise en place afin de faire acquérir aux jeunes les exigences clés de la profession, relatives notamment à la relation client, au travail en équipe en cuisine, au respect des règles d'hygiène, au respect par rapport à la position hiérarchique.

« L'acquisition de ces éléments repose sur une approche pédagogique par compétences professionnelles, chacune des périodes de formation étant consacrée à l'acquisition de compétences déterminées, avec un travail en équipe de l'ensemble des enseignants. Cette approche s'appuie sur des ateliers expérimentaux qui permettent de travailler la compétence à partir de situations professionnelles et sur des études de cas globales qui associent les différents enseignants.

Par exemple, pour le Bac Pro Commercialisation et Services en Restauration, la relation client est développée à partir de situations professionnelles dans l'objectif de permettre aux élèves d'avoir une attitude réflexive. Ces situations sont diversifiées afin de prendre en compte les différents concepts de restauration. Une grille d'auto-évaluation permet aux élèves et aux enseignants de travailler les compétences requises.

L'acquisition des comportements requis repose également sur la construction d'un partenariat avec les entreprises sur la base d'un livret de compétences partagé entre entreprise et établissement de formation. L'entreprise cible l'acquisition de certaines compétences avec une dimension comportementale dans une période de stage donnée. (.../...) Dans le secteur de la logistique, pour le Bac Pro Logistique et le BTS Transports et prestations logistiques, la nouvelle approche pédagogique développée s'appuie également sur un travail par groupe de compétences, avec des outils d'évaluation et une interaction entre établissement et entreprise⁷⁷ ».

⁷⁷ Source : Les compétences comportementales dans les diplômes professionnels : un savoir évaluable ?, CPC Études – 2012 – n°2, Catherine GAY, Fanny MONTARELLO

Au-delà d'un recentrage sur les compétences techniques et comportementales clefs du métier, la production – ou la généralisation, si de tels outils existent déjà - d'outils d'évaluation très ciblés, destinés tant aux établissements scolaires qu'aux entreprises, serait donc un plus pour que l'ensemble des acteurs intervenant auprès des jeunes insistent sur les mêmes éléments clefs. Elle éclairerait également les actions d'évaluation finales, aujourd'hui décriées par les professionnels.

Sur la question de la **relation client**, il nous semble indispensable de centrer fortement les apprentissages sur l'ensemble des dimensions clés des compétences professionnelles attendues dans ce domaine en entreprise, quel que soit le secteur d'activités, puisque ces compétences sont par nature transverses à différents secteurs d'activité.

En se basant sur la méthodologie présentée ci-dessus et visant l'utilisation de situations professionnelles clefs comme bases d'apprentissage, les situations plus particulièrement travaillées dans le secteur de la coiffure en CAP pourraient par exemple être les suivantes :

- *Accueil du client à son arrivée dans le salon* : l'entrée en contact avec le client et l'instauration d'un accueil efficace sont les points clefs de cette situation, qui offre une combinaison de ressources dans différents domaines. Il s'agit ici de faire en sorte que le jeune soit en capacité de manifester visiblement son intérêt pour le client lors de son entrée dans le salon, d'articuler plusieurs situations de relation client simultanées (accueillir un client alors que l'on est au bac en train de faire un shampoing) et de repérer rapidement et prendre en compte le profil et le besoin du client (tenue vestimentaire, forme du visage, style, ...).
- *Analyse des besoins d'un client lors de la phase de diagnostic* : la prise en compte des attentes non exprimées par le client et la formulation d'une proposition adaptée sont les points clefs de cette situation. Il s'agit ici de créer les conditions favorables à un échange avec le client, de conduire une phase d'écoute du client, d'identifier et de reformuler sa demande, de conduire un questionnement adapté et efficace permettant d'identifier ses attentes, y compris si elles ne sont pas exprimées, de sélectionner la réponse adaptée à ses besoins, de mettre en valeur la proposition faite au client, de répondre à ses objections et de conclure l'échange en vue de formaliser la nature de la prestation qui sera réalisée.
- *Communication avec un client dans le cadre de la prestation de coiffure* : les enjeux sont centrés ici sur la prise en compte du client tout au long de la prestation de coiffure, sa satisfaction pouvant reposer autant sur la qualité de la prestation réalisée que sur la qualité de la relation établie avec le coiffeur. Il s'agit ici de veiller à adresser régulièrement des signes d'attention à l'égard du client, d'adapter sa prestation en fonction de ses remarques, avec réactivité, de veiller à la maîtrise du temps passé avec chaque client, mais aussi de conserver une attitude de courtoisie et de discrétion professionnelle tout au long de l'échange.
- *Evaluation de la satisfaction client et prise de congé en fin de prestation* : les enjeux sont centrés ici sur la fidélisation du client, voire la conclusion de la vente de produits capillaires. Il s'agit ici de récapituler les prestations réalisées en insistant sur les

points clefs du diagnostic, de conclure la vente des produits capillaires qui ont été présentés précédemment au client, de procéder à l'encaissement des prestations tout en valorisant les choix effectués par le client (soin, couleur, coupe, ...) et de prendre congé avec lui de manière personnalisée.

Ces compétences sont bien évidemment déjà travaillées en CAP. Il s'agit cependant de les rendre plus lisibles, tant aux jeunes qu'aux professionnels et d'en réaliser l'évaluation avec des critères partagés et clairement affichés.

Enfin, au regard de la **capacité de recrutement** du secteur et de son évolution probable à moyen terme, il apparaît que les flux de jeunes en CAP sont aujourd'hui largement suffisants pour couvrir les besoins. L'ouverture de nouvelles sections ne semble donc pas souhaitable, au risque d'aboutir à un volume de diplômés excédant les besoins des entreprises.

Une rénovation et un repositionnement des Mentions Complémentaires

Les Mentions Complémentaires de niveau V remplissent dans le secteur de la coiffure une mission spécifique de consolidation des compétences pour les jeunes rencontrant des difficultés marquées en matière d'apprentissage et pour lesquels l'insertion professionnelle peut se révéler délicate. Il faut cependant rappeler que la cible en matière de diplôme dans le secteur reste le Brevet Professionnel, le parcours CAP / MC / BP ne devant en aucun cas constituer une proposition systématique auprès des jeunes.

A la condition que la Mention Complémentaire soit ciblée sur les jeunes présentant des difficultés spécifiques et qu'elle vise à déboucher sur des chances d'insertion professionnelle renforcées, celle-ci peut constituer une réponse intéressante. La piste, déjà travaillée par les acteurs du secteur, d'une Mention Complémentaire unique, apportant une polyvalence entre coupe, « technique » et couleur permettant un approfondissement des compétences professionnelles semble pertinente. Une prise en compte des compétences nécessaires à un exercice « hors salon » serait cependant à étudier avec attention.

Une prise en compte des compétences professionnelles nécessaires à l'exercice hors salon

L'exercice hors salon, en forte augmentation, nécessite des compétences professionnelles spécifiques, décrites précédemment. Outre l'aspect réglementaire lié à la mise en œuvre des prestations et techniques de coiffure et les risques associés à un non-respect de cette réglementation, qu'il apparaît essentiel de rappeler aux jeunes tout au long de leur parcours de formation en niveau V, les compétences particulières à un exercice à domicile ou dans les lieux de résidence des personnes présentant des difficultés de mobilité sont incontestablement à prendre en compte. La proposition d'une sensibilisation en CAP et d'un approfondissement en Mention Complémentaire pourrait constituer une piste à explorer.

Un Baccalauréat Professionnel : une hypothèse de travail pour ouvrir les viviers de recrutement et favoriser l'acquisition des compétences nécessaires à l'installation

Le secteur de la coiffure, on l'a vu, attire des profils très diversifiés, des jeunes en situation de difficultés scolaires aux jeunes issus de la voie générale avec un projet solide d'insertion professionnelle et d'installation. La filière diplômante a de surcroît été complétée récemment par un diplôme de niveau III, dont un des débouchés concerne l'exercice du métier de manager.

Le Brevet professionnel, diplôme phare du secteur, reconnu et apprécié par tous, prépare à l'exercice des métiers de coiffeur salon et de technicien coiffeur, mais reste insuffisant pour viser une installation.

La création d'un Baccalauréat Professionnel s'adressant aux jeunes envisageant une installation et disposant d'un niveau scolaire suffisant en fin de troisième, comme aux jeunes issus d'autres formations, avec une adaptation des parcours de formation, pourrait constituer une réponse pertinente.

En effet, ce diplôme peut être préparé par plusieurs voies :

- voie de l'apprentissage, avec une durée de trois ans et le passage par un diplôme de niveau V (dans le cas de la coiffure le CAP Coiffure),
- voie scolaire, avec une adaptation des parcours : deux ans pour les jeunes titulaires d'un CAP et trois ans pour les jeunes issus de 3^{ème} (avec le passage du CAP en cours de formation),
- voie de la formation continue, pouvant intéresser les candidats en provenance d'autres formations ou secteurs professionnels, cette solution offrant la possibilité d'une adaptation de la durée de la formation pour les titulaires d'un diplôme ou titre classé au niveau IV enregistré au Répertoire National des Certifications Professionnelles ou ayant accompli la scolarité complète y conduisant. Cette option propose également, à partir d'une action de positionnement, une formation complètement ajustable.

Des passerelles à organiser et à rendre lisibles ...

Cette proposition de création d'un Baccalauréat Professionnel, si elle a le mérite de répondre aux besoins d'une partie des publics se dirigeant vers le secteur de la coiffure, ne simplifie pas la filière de formation, que certains estiment déjà peu lisible.

Elle semble cependant trouver toute sa place à la condition que des passerelles existent et soient opérationnelles entre les différents diplômes de la filière, du niveau V au niveau III. Se pose donc le questionnement suivant : quelles passerelles possibles pour les titulaires des différents diplômes ? Quelle filière choisir selon que l'on souhaite acquérir une formation technique conduisant rapidement à l'insertion ou que l'on envisage une installation ? Quels sont les critères d'entrée pour les différents niveaux de diplôme ?

L'articulation de la filière de formation existante avec le BTS nouvellement créé est également à préciser. Dans cette optique, le Baccalauréat Professionnel permettrait tout à la fois de diversifier les viviers de recrutement, les modes d'entrée dans la profession et d'ouvrir l'accès au BTS à des jeunes qui bénéficient d'une formation technique à la coiffure

et qui souhaitent accéder dans les meilleures conditions possibles au métier d'artisan coiffeur ou de manager de salon de coiffure.

Bibliographie

Publications des organisations professionnelles du secteur et de la branche

Fédération Nationale de la Coiffure

- *Les chiffres clés de la coiffure 2014*, Fédération Nationale de la Coiffure, décembre 2013
- *Les chiffres clés de la coiffure 2013*, Fédération Nationale de la Coiffure, septembre 2012
- *Le marché de la coiffure et les défis de la reconquête économique*, MCB 2013 – Business Conférence FNC du 28 septembre 2013, Fédération Nationale de la Coiffure
- *Les jeunes entreprises de la coiffure, caractéristiques et besoins d'accompagnement*, Institut Supérieur des Métiers, Fédération Nationale de la Coiffure, avec le soutien de la DGCIS, juin 2009 et novembre 2012
- *En 2012, faites vos vœux*, Livre Blanc pour la coiffure, Fédération Nationale de la Coiffure, 2012

Conseil National des Entreprises de Coiffure

- *Pour que la coiffure sorte de la crise et exprime son potentiel économique et social, la première étude sectorielle sur la coiffure*, Asterès pour le compte du Conseil National des entreprises de Coiffures (CNEC), mars 2013
- *Enquête exclusive sur la profession de coiffure*, Conseil National des entreprises de coiffure, TNS Sofres, 6 juin 2006

Commission Paritaire Nationale de l'Emploi et de la Formation Professionnelle

- *Rapport de branche coiffure*, FNC – CNEC – Institut I + C, février 2014
- *Rapport de branche 2010*, Métiers de la coiffure, Intraforces

Etudes et statistiques publiques

- *Revenus d'activité des non-salariés en 2010, Les indépendants « classiques » gagnent sept fois plus que les auto-entrepreneurs*, INSEE Première n°1448, Mai 2013
- *Les mouvements de main d'œuvre au troisième trimestre 2012 : nouvelle hausse du taux d'embauche en CDD*, DARES indicateurs, mars 2013, n°17
- *Les portraits statistiques des métiers 1982-2011*, Synthèse Stat', DARES, numéro 2, décembre 2012
- *S'insérer à la sortie de l'enseignement secondaire : de fortes inégalités entre filières*, BREF n°303, CEREQ, décembre 2012

- *Les métiers en 2020 : progression et féminisation des emplois les plus qualifiés ; dynamisme des métiers d'aide et de soins aux personnes*, DARES Analyses, mars 2012, n°22
- *Les secteurs créateurs d'emploi à moyen terme*, Centre d'Analyse Stratégique, La note d'analyse, janvier 2012, n°258
- *Les réseaux d'enseignes dans les services*, INSEE Première n°1299, Juin 2010
- *Le commerce du futur*, Pôle interministériel de prospective et d'anticipation des mutations économiques, novembre 2009

Autres publications

- *Panorama de l'évolution des PME depuis 10 ans*, CGPME / KPMG, cahier préparatoire à la journée nationale « Planète PME » du 28 juin 2012
- *Analyses sectorielles TPE « Coiffure »*, Ordre des experts-comptables, Union de la profession comptable et des organismes de gestion agréés, 2011
- *Quel commerce pour demain ? La vision prospective des acteurs du secteur*, CREDOC, Philippe MOATI, Pauline JAUNEAU, Valérie LOURDEL, Cahier de recherche n°271, novembre 2010
- *Enjeux Ile-de-France : la concurrence s'accroît pour les salons de coiffure indépendants*, Centre Régional d'Observation du Commerce de l'Industrie et des Services (CROCIS), n°110, octobre 2008

éditeur Direction générale de l'enseignement scolaire
contact Bureau des diplômes professionnels
accès internet www.eduscol.education.fr/cpc
date de parution novembre 2014
conception graphique Délégation à la communication
ISSN 2271-1775