

Interview
**LAETITIA
GUENAOU**

Découverte
**MADELEINE
COFANO :**
**LE SALON
COCON**

Enquêtes
**COIFFEURS
FRANÇAIS :**
**L'AVENTURE
ASIATIQUE**

EXTENSIONS :
**PUMP UP THE
VOLUME !**

TENDANCES
**Flou artistique
Rock attitude**

L'Éclair Plus est un supplément mensuel de L'Éclair n° 433 - Avril 2009

MARCHÉ Coiffeurs français : l'aventure asiatique

BIEN LOIN DE L'HEXAGONE, DES COIFFEURS PARIENT SUR LE FORMIDABLE POTENTIEL DU CONTINENT ASIATIQUE, ET SAVENT EXPLOITER LES ATOUTS DE LA COIFFURE FRANÇAISE DANS CES PAYS SI DIFFÉRENTS. VOYAGE EN EXTRÊME-ORIENT...

L'Asie, c'est vaste... « *Vi d'ici, on en parle comme d'un tout* », s'exclame Eric Pfalzgraf, à la tête des salons « Coiffirst ». « *Mais il y a plus de différences entre le Japon et la Chine qu'entre la France et la Pologne !* », continue-t-il. Et là, deux démarches sont possibles : cibler les pays à fort potentiel au premier plan desquels la Chine, mais aussi le Vietnam, la Malaisie... ou préférer, par exemple, le Japon, pays économiquement mature et prospère depuis longtemps.

L'ASIE, OUI... MAIS OÙ ?
Eric Pfalzgraf a clairement choisi la deuxième option : « *Je m'intéresse à la Chine, à la Thaïlande... mais la réalité d'aujourd'hui, c'est ma présence au Japon.* » Fin 2009, Coiffirst aura 6 salons au Japon, à Kyoto, Tokyo... et sur une île connue comme le « Saint-Tropez japonais ». « *Pour moi, c'est un peu comme avoir une adresse à New York*, poursuit Eric Pfalzgraf. *Je préfère être présent sur un marché mature et me classer, là-bas, parmi les très bons. Les clients sont prêts à dépenser beaucoup, et les coiffeurs ont un bon niveau. Ces villes dégagent une énergie folle, elles m'apportent beaucoup ; alors que, sans être prétentieux, en Chine, c'est moi qui ai l'impression d'apporter quelque chose.* » Pour sa part, le groupe Y dispose d'un centre de formation au Japon et y ouvrira dans 3 mois son 16^{ème} salon. « *Selon les quartiers où nous sommes implantés, les salons s'appellent, comme en France, "Y" ou "Y bis", voire "avec Y", notre label* »,



UN CORNER - ALEXANDRE ZOUARI DANS UN GRAND MAGASIN DE SHANGHAI

38



SPA VILLAGE/ALEXANDRE ZOUARI

PHOTO : D.B.



RENÉ FURTERER EST PRÉSENT EN ASIE EN SALON ET EN INSTITUT

RENÉ FURTERER, UNE PRÉSENCE TOUTS AZIMUTS
C'est une trajectoire originale que celle de la marque René Furterer, qui s'intéresse au continent asiatique depuis plus de 10 ans. « *La culture René Furterer correspond totalement à l'état d'esprit asiatique : le soin du cheveu, les rituels de massage...* », explique Sylvie Galibert, responsable des relations institutionnelles de la marque. La stratégie ? Gérer son développement de façon différenciée, selon la maturité du marché et les caractéristiques de chaque pays. Ainsi, au Japon, la marque est distribuée dans de très beaux salons. Ailleurs, en Chine (Shanghai, Pékin...), en Corée du Sud, elle a créé des instituts capillaires. Un institut a aussi ouvert ses portes à Kuala Lumpur (Malaisie) en juillet 2008, un autre à Singapour en janvier dernier. « *En Chine et en Thaïlande, nous sommes également présents dans les spas des hôtels Sofitel, poursuit Sylvie Galibert. En Corée, les produits René Furterer sont aussi distribués dans les department stores, équivalents de nos grands magasins, mais en bien plus luxueux, avec des marques comme Chanel, La Prairie...* ». Bref, un développement « multiple », avec une constante : en Asie, la marque touche une clientèle très VIP.

détaille Yves Katz, le patron du groupe, qui déclare aussi être « *en pourparlers avec la Chine* ». La Chine, récemment convertie à l'économie de marché, c'est le pays qui intéresse Alain Divert : « *Un dernier, j'y suis allé 4 fois :*

« CIBLER LES PAYS EN DEVENIR, TELS LA CHINE, OU PRÉFÉRER LE JAPON ? »

à Pékin, Shanghai, Hong Kong... *J'ai fait des shows de coiffure à l'occasion des salons du prêt-à-porter, j'ai réalisé des "demos" dans des écoles de coiffure et à la télé-*

vision... » Alain Divert souhaite ouvrir à Shanghai une école de coiffure en partenariat avec Mod'Art, une école de stylisme : ainsi, les jeunes coiffeurs bénéficieraient aussi des cours de maquillage et de mode. (Un projet similaire est d'ailleurs en cours à Paris). « *Pour l'instant, en termes de formation, on trouve surtout des écoles chinoises ou bien un centre Toni&Guy. Nous souhaitons initier les jeunes coiffeurs aux chignons, aux attaches, au brushing...* » Il étudie aussi la possibilité d'ouvrir un salon à Shanghai ou à Pékin, en pariant sur le formidable potentiel de ce pays de plus d'un milliard d'habitants. Et l'exemple d'Eric Costantino est encourageant : ce coiffeur provençal, installé à Pékin depuis plusieurs années, notamment dans le quartier des noctambules, est devenu le coiffeur de la jet-set avec



INDO-KOREAN HAIRDOOR/BOSSA EN CORÉE

41



UN SALON Y AU JAPON

les salons « Eric Paris », tout en touchant une autre clientèle avec un concept plus abordable, les « Salons 88 ».

LES FRANCHISES AUSSI
Bien sûr, les enseignes ont aussi flairé le potentiel de ce continent. « *Jacques Dessange* » est présent au Japon et en Corée : « *Michiel Dervyn* », au Japon. Des salons « Franck Provost » ont fleuri au Japon, en Corée, en Chine... L'Alsacien Yannick Kraemer, à la tête du réseau régional « Luis Kraemer », a lui aussi décidé d'importer la French touch en Asie : « *Je suis sensible à la culture et à l'art de vivre asiatiques. Ces pays émergents, motivants, dynamiques imposent moins de contraintes aux entrepreneurs.* » Et la femme chinoise va chez le coiffeur de 8 à 10 fois par an, contre 5 fois pour la Française. « *Associé à des investisseurs chinois vivant en France, Yannick Kraemer rachète, en 2004, 3 salons en pleine croissance, à Canton : la marque « Luis Kraemer/So'o » est née. Aujourd'hui, elle compte une école de coiffure et 12 salons à Canton et dans ses alentours, qui drainent une clientèle jeune et aisée. Présent également en Thaïlande, Yannick Kraemer regarde aujourd'hui vers le Vietnam et la Laos. Pour sa part, le groupe « Sergio Bossi », qui a ouvert son troisième salon en Corée en janvier, table sur une vingtaine d'implantations dans les grandes villes de ce pays, en 2009, et sur une cinquantaine au Vietnam à un horizon de 5 ans (sans oublier la récente signature d'un contrat de master franchise au Japon). La marque mise sur son côté glamour et son concept (meuble, code couleur...) évocateur de l'Italie, fortement appréciés en Asie, tout en s'appuyant sur des partenaires locaux.*

« TIRER PARTI DU POTENTIEL DE L'ASIE NE PASSE PAS SEULEMENT PAR L'OUVERTURE DE SALONS. »

MASSAGES ET ACCESSOIRES
Tirer parti du potentiel de l'Asie ne passe pas forcément par l'ouverture de salons. Alexandre Zouari a choisi, pour l'instant, d'autres voies. Ce symbole du luxe à la française s'est récemment rapproché du responsable d'une chaîne haut de gamme de spas hôteliers d'Asie (Malaisie, Bali, etc.), YTL Hotels. Chaque année, le salon

à Pékin, Shanghai, Hong Kong... *J'ai fait des shows de coiffure à l'occasion des salons du prêt-à-porter, j'ai réalisé des "demos" dans des écoles de coiffure et à la télé-*

« *Alexandre Zouari* » ouvre donc ses portes à une équipe de Malaisiennes venues faire découvrir leur savoir-faire ancestral aux clientes françaises avec 5 soins (cheveux, visage, corps). Prochaine édition en octobre 2009, pendant la Fashion Week. Des clientes qui, séduites, programment parfois un séjour dans un des spas. Alexandre



INAUGURATION D'UN SALON - LUIS KRAEMER/SO'O - À CANTON

Zouari, pour sa part, est déjà allé présenter son travail sur place. Mais ce n'est pas tout : depuis le mois de juillet dernier, en partenariat avec le groupe Sharmas, il a ouvert une quarantaine de boutiques d'accessoires dans la zone Asie-Pacifique : Chine, Taiwan, Corée, Hong Kong (pas moins de 8 magasins dans cette seule ville)... Depuis quelques années, il axe son développement sur l'étranger, en privilégiant l'Asie et le Moyen-Orient,

JOUEZ LES PILOTES D'ESSAI

TESTEZ GRATUITEMENT!

DES PRODUITS FACILES À UTILISER QUI DONNENT D'EXCELLENTS RÉSULTATS!

POUR DE PLUS AMPLIES INFORMATIONS APPELEZ LE N° VERT AU 0800 905 702 OU CONTACTEZ VOTRE COMMERCIALE(T) TIGI

*FORME UNIQ-STEP™ UNIQUE POUR LES HAIRS QU'ON DÉTACHEMENT PAS FINOIR & FOR MONT / DANS LA DATE DES ÉTOILES DÉTACHABLES



L'INSTITUT HAIR LIFE DE SHANGHAI, QUI DISTRIBUE LES PRODUITS RENÉ FURTERER

fort de son image de « *couturier du cheveu* » qui a su préserver l'indépendance de son affaire.

et un comportement « *bohème* », qui viennent contrebalancer le côté un peu strict de la coiffure

juge Eric Pfalzgraf. En particulier, dans les affaires haut de gamme, la femme ne transigera pas sur l'accueil auquel elle est accoutumée. Yves Katz précise : « *Au Japon, la fiche client fait 2 pages...* ». Bref, le Français doit jouer sur ses points forts sans négliger ce qui plait là-bas, ni vouloir imposer des pratiques qui ne correspondent pas aux attentes des gens. Un numéro d'équilibriste, subtil et pas évident... Les échecs existent ! Autre impératif : il faut absolument s'entourer... et prendre son temps. Les coiffeurs qui réussissent en Asie s'appuient sur un partenaire local fiable, qui partage leur vision des affaires. (De toute façon, dans certains pays,

« CE QUI FAIT LE SUCCÈS DE LA COIFFURE FRANÇAISE EN ASIE, C'EST L'IMAGE "MODE", LA CRÉATIVITÉ, LE GLAMOUR, VOIRE L'HUMOUR ET UN COMPORTEMENT UN PEU "BOHÈME" ... »

GLAMOUR ET CRÉATIVITÉ
Car pour réussir à l'étranger, encore faut-il apporter le petit plus qui fait défaut. Alain Divert, Yves Katz, Eric Pfalzgraf... sont unanimes : ce qui fait le succès de la coiffure française en Asie, c'est, on s'en doutait, l'image « *mode* » véhiculée par la France, la créativité, le glamour, voire l'humour

en Asie. C'est la femme de Saint-Germain-des-Près qui débarque en Asie. « *En Chine, on trouve beaucoup de salons, mais les gens y travaillent un peu "comme des machines"* », juge Alain Divert. Cependant, si l'on veut réussir, il faut respecter ce qui fait la force des Asiatiques ! « *L'accueil, l'hygiène sont irréprochables en Asie* »,

coiffeurs japonais viennent en stage ici », complète Eric Pfalzgraf. Terminons par ce coup de chapeau d'Eric Pfalzgraf : « *Pour moi qui voyage beaucoup, les coiffeurs français restent les meilleurs du monde : leur coup de ciseaux, leur rapidité...* ». Ils ont donc des atouts à faire valoir hors de nos frontières ! ■ Catherine Sajno



UN SALON COIFFEUR AU JAPON

BALMAIN HAIR

Application en 1 minute
Fixation semi-permanente
Retrait facile

Tape Extensions

Collection française pour les styles de mode
100% cheveux naturels

Les nouvelles extensions adhésives de chez Balmain Hair

Balmain Hair est
4 Rue Marigny 75008 Paris • France
Tél. 01 47 62 02 00 • Fax 01 47 62 17 79
E-mail : info@balmainhair.com

www.balmainhair.com

44