

UNEC MAG

33

Le journal des adhérents à l'UNEC



JURIDIQUE
Les nouvelles mesures
en place

ENQUÊTE

L'impact de la crise
sanitaire en chiffres

CONCOURS

La profession
se prépare pour
les Worldskills



SOMMAIRE

JURIDIQUE Ce qui change pour les prochains mois p. 5 à 8

ENQUÊTE Covid-19 : L'impact en chiffres p. 10-11

TENDANCE Cosmétiques : la Covid-19 change la donne..... p. 13 à 16

CONCOURS La profession se prépare pour les Worldskills..... p. 18-19

ÉVÈNEMENT Le salon MCB by BS 2021 aura bien lieu ! À vos agendas p. 20

FOCUS Coiffeurs, augmentez la visibilité de votre salon grâce au référencement local sur Internet « salon de coiffure » p. 21-22

UNEC MAG est une publication de
L'UNION NATIONALE DES ENTREPRISES DE COIFFURE
 24, rue Erlanger 75016 Paris – 01 42 61 53 24 – www.uncf.fr
 ISSN 2275 – 0126 – Numéro 33 : JUILLET-AOÛT-SEPTEMBRE 2021
DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Christophe DORE
RÉDACTRICE EN CHEF : Carla CHANTILLON
RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE : Céline LAVAIL-GEORGIN
ONT CONTRIBUÉ À CE NUMÉRO : Hervé FOURCHON, Isabelle ROY,
 Franck LINGLART, Aurélien GLABAS, Isabelle FLAYEUX, Jérémie NADÉ

ÉDITION DÉLÉGUÉE ET RÉDACTION : Édimitiers,
 département de la SAS Média & Artisanat
MAQUETTE : Cécile GARLANTEZEC LIRIN
RÉDACTION GRAPHIQUE : Pixel6TM.
IMPRESSION : Socosprint (88)
CRÉDITS PHOTOS : Hair: Pascal Lombardo - Photo: Fabrice Meuwissen
 - Makeup: Maureen Laugt, AdobeStock (@johnalexandr, @Halfpoint,
 @freebird7977, @anoushkatronto, @master1305, @contrastwerkstatt,
 @Microgen, @nagaets, @Marko, ©Анастасия Каргаполов, © Tatiana
 Morozova), ©UNEC pages 20 et 22



Cher(e) collègue,

Lors des dernières mesures de restrictions la Coiffure a été classée par le Gouvernement parmi les quelques activités essentielles à la population, ce qui est une excellente nouvelle et une véritable reconnaissance pour l'ensemble de la profession. Car rappelons-le les coiffeurs participent au bien-être des clients, au maintien du lien social, et demeurent des acteurs incontournables de l'économie de proximité.

Cette victoire, obtenue par l'UNEC, a permis à toutes et tous d'éviter une troisième période de fermeture administrative dont le risque principal était de perdre de manière définitive des clients qui doucement s'étaient habitués à se passer de nos services en achetant des colorations ou encore des tondeuses en grande surface pour réaliser eux-mêmes leurs prestations à leur domicile.

Après un début de mois d'avril incertain lié à la sinistrose ambiante, les indicateurs semblent repartir à la hausse comme en témoigne l'article que vous retrouverez en page 10. Et si nous avons perdu des clients lors des deux premières périodes de fermeture administrative, nous en avons également gagné de nouveaux. Les habitudes de consommation évoluent de plusieurs manières et nous voyons émerger par exemple de nouveaux profils de clients comme ces femmes qui viennent chaque semaine pour un shampoing/brushing.

L'heure n'est bien évidemment pas à l'euphorie et la situation reste fragile mais il nous est permis d'entrevoir enfin une lueur au bout du tunnel. Les paramètres sont réunis pour envisager un rebond de l'activité, une sortie de crise. Pour autant, nous devons veiller à ce que le Gouvernement ne cesse pas brutalement les aides allouées aux entreprises, ce qui pourrait leur être fatal. L'UNEC n'a rien lâché jusqu'ici et nous veillerons à ce que le Gouvernement continue à soutenir le secteur en l'accompagnement étroitement jusqu'à la sortie de crise.

Ensemble, plus forts,

Christophe Doré
Président de l'UNEC

INNOVATION : 9 BREVETS*

[Metal Detox] La garantie professionnelle pour vos colorations, balayages et décolorations.

Le 1^{er} protocole** qui neutralise et détoxifie
les cheveux du métal.

-87%** de casse, résultat couleur 100% optimisé***
Compatible avec toutes marques de coloration
ou décoloration

Scannez avec votre
téléphone pour en
savoir plus sur
Metal Detox



L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

*En France, 7 brevets délivrés et 2 brevets en cours d'homologation **L'Oréal Professionnel ***Test instrumental, prétraitement + procédure technique + Shampoing + masque
***Pas d'impact sur l'éclaircissement - L'ORÉAL SA au capital de 111 971 315 Euros - Siège social : 14, rue Royale 75008 Paris - RCS Paris 632 012 100.



CE QUI CHANGE POUR LES PROCHAINS MOIS

COMBIEN DE JOURS DE FORMATION SONT PRIS EN CHARGE PAR L'OPCO EP ? LA PRIME MACRON VOUS CONCERNE-T-ELLE ? DE COMBIEN DE JOURS LES PÈRES ONT-ILS DROIT SUITE À LA NAISSANCE DE LEUR ENFANT ? ATTENTION AUX NOUVELLES RÉGLEMENTATIONS QUI ONT ÉTÉ DÉCRÉTÉES. FAISONS LE POINT.

Nouveau barème du côté des formations professionnelles, reconduction de la prime Macron sous certaines conditions, modification des règles pour poser des congés de paternité... Plusieurs changements sont intervenus ou interviendront ces prochains mois et nécessitent votre attention.

Zoom sur le plan

de développement des compétences

Avant toute chose, un petit rappel : l'Opérateur de compétences des entreprises de proximité (OPCO EP) a été désigné par la convention collective du 11 mars 2019 en tant qu'organisme collecteur et accompagnant de la branche au titre de

la formation professionnelle des salariés. C'est donc auprès de l'OPCO EP que les entreprises de coiffure doivent verser leurs contributions et s'adresser pour effectuer toute demande de prise en charge de formation de leurs salariés.

Fin du Plan Anti-CRISE (PAC)

À noter, le plan anti-crise (PAC) a pris fin lors du dernier trimestre. Pour rappel, le coût pédagogique au titre du plan de développement des compétences (PDC) des entreprises de moins de 50 salariés, pouvait être pris en charge à 100 % et un forfait salaire de 12 € par heure de formation pouvait vous être accordé si vos collaborateurs n'étaient pas en activité partielle. Désormais, s'appliquent donc les barèmes et priorités de financement validés par la branche coiffure dans le cadre de la Section paritaire professionnelle.

Si les critères de prise en charge des dispositifs de formation 2020 sont reconduits pour 2021, quelques aménagements concernant le plan de développement des compétences (PDC) ont été entrepris pour le mois d'avril, les barèmes ont notamment connu quelques modifications.

POUR LES ENTREPRISES DE MOINS DE 50 SALARIÉS

- Entreprise de 1 à 2 salariés : 1 050 € HT par an/entreprise, dans la limite maximum de 6 jours de formation.
- Entreprise de 3 à 6 salariés : 3 150 € HT par an/entreprise, dans la limite maximum de 18 jours de formation.
- Entreprise de 7 à 10 salariés : 5 250 € HT par an/entreprise, dans la limite maximum de 30 jours de formation.
- Entreprise de 11 à 49 salariés : une limite de financement pour les formations individuelles de courte durée est fixée à 3 jours de formation par an/ salarié à un coût horaire de 25 € / heure

Les formations réalisées dans le salon de coiffure ne sont pas éligibles.

POUR LES ENTREPRISES DE PLUS DE 50 SALARIÉS

Les actions de formations des salariés des entreprises de plus de 50 salariés peuvent être financées uniquement sur les fonds conventionnels de la branche ou versements volontaires, à hauteur d'une enveloppe maximale de

l'entreprise de 3 jours de formation par an et par salarié à un coût de 25 euros de l'heure.

CONDITIONS DE PRISE EN CHARGE

Mobiliser ce financement est possible pour les formations coiffure, transverses et esthétique dans la limite des thèmes proposés par l'OPCO EP.



- **Coiffure** : coupe/coiffage/coiffure, extensions et prothèses capillaires, coloration/formes, barbier, soins capillaires, visagisme/morphologie ;

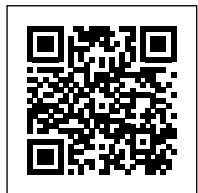


- **Transverses** : langue, management/RH, accueil, vente, marketing, communication, conseil en image, informatique, bureautique, gestion, comptabilité, connaissance des outils numériques (création web, gestion Internet...), ergonomie, hygiène et sécurité au travail, qualité/environnement



- **Esthétique** : manucure/onglerie, maquillage, massages, soins du visage

COMMENT EN FAIRE LA DEMANDE ?



Les demandes peuvent être faites en ligne et/ou en format papier. Après avoir créé votre compte, les demandes doivent s'effectuer sur l'espace web « mes services en ligne » du site OPCO EP.



Pour plus d'informations

Les conseillers de l'OPCO EP sont à votre disposition en cas de besoin au 09 70 83 88 37, vous pouvez également joindre votre délégation territoriale via regions.opcoep.fr/choisir-ma-region.

L'UNEC est également à votre écoute pour vous accompagner dans vos démarches. Contactez-nous au 01 42 61 53 24 ou via contact@unec.fr. Enfin, pour tous renseignements concernant l'alternance, un hub a également été mis en place par l'OPCO EP pour servir d'espace de rencontre et de renseignement entre les entreprises, les candidats à l'emploi, les CFA et les organismes de formation.



Qu'en est-il

de la prime Macron ?

Le Premier ministre avait annoncé lors de la conférence sociale du 15 mars 2021, la prolongation de la prime Macron pour tous les salariés. Le ministère du Travail a présenté le 28 avril les nouvelles modalités envisagées de versement de la prime exceptionnelle de pouvoir d'achat.

Les précisions apportées par le Gouvernement portent notamment sur le niveau de salaire à respecter pour bénéficier de cette prime, fixée, comme dans le dispositif original, pour les salaires allant jusqu'à trois fois le Smic. L'État souhaite également privilégier les travailleurs

de la deuxième ligne en augmentant le plafond de 1 000 € à 2 000 €, à condition que l'entreprise ou la branche s'engage formellement à des actions de valorisation de ces travailleurs. Ce plafond peut également concerner les salariés dont l'entreprise est couverte par un accord d'intéressement en vigueur.

Le Gouvernement propose que la prime puisse être versée jusqu'au début 2022 et que le dispositif soit applicable rétroactivement pour les primes versées à partir du dépôt du projet de loi qui intégrera ces mesures à l'été.



Congé de paternité du nouveau au 1^{er} juillet

Le Gouvernement a publié le 10 mai 2021 un nouveau décret faisant état de modifications dans la prise du congé de paternité.

À partir du 1^{er} juillet prochain, le congé paternité devra être pris dans les six mois après la naissance (contre quatre mois actuellement), toutefois, 4 jours calendaires sont obligatoirement pris après le congé de naissance obligatoire de 3 jours travaillés. Les vingt et un jours restants (ou vingt-huit en cas de naissances multiples) peuvent être fractionnés en deux périodes distinctes mais chacune devra compter au moins cinq jours.

Le salarié doit informer son employeur de la date prévue de l'accouchement au moins un mois à l'avance. S'il souhaite fractionner le congé, il devra l'en informer au moins un mois avant la date prévue pour chacune des périodes de congé. Si l'enfant naît avant la date initialement prévue et que le salarié souhaite obtenir son congé dès la naissance, il devra en informer sans délai l'employeur.

EXCEPTIONS

Le congé pourra être pris au-delà des six mois suivant la naissance en cas :

- d'hospitalisation de l'enfant, le congé pourra être pris dans les 6 mois suivant la fin de l'hospitalisation, si l'enfant est immédiatement hospitalisé après la naissance, le congé de quatre jours, devant être pris à la suite du congé de naissance, pourra être allongé selon la période d'hospitalisation et dans la limite de 30 jours consécutifs. Il n'y a pas d'interdiction d'emploi

durant cette période prolongée qui découle de la demande du salarié ;

- de décès de la mère, auquel cas le congé pourra être pris dans un délai de 6 mois suivant la fin du congé postnatal (qui peut être récupéré par le père, le conjoint, le concubin ou la personne liée par un Pacs avec la mère de l'enfant), pour la durée d'indemnisation restante.

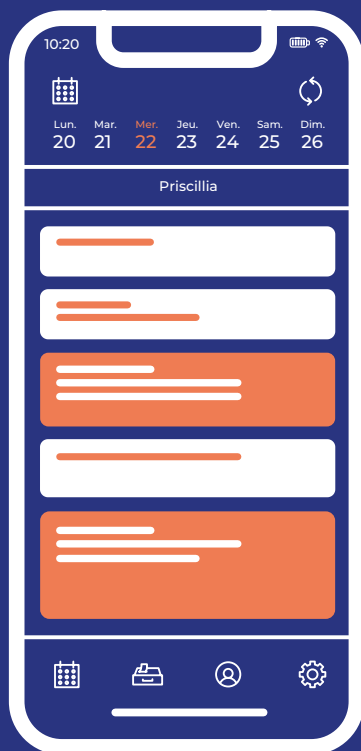
ET POUR LES TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS ?

Sur demande, les travailleurs indépendants pourront bénéficier d'indemnités journalières forfaitaires du même montant que celles versées pour la maternité.

Concernant leur durée d'attribution, le décret indique au même titre que ce qui est prévu pour les salariés, que les travailleurs indépendants pourront bénéficier, à compter du 1^{er} juillet 2021, d'indemnités journalières pendant une durée maximale de 25 jours. En cas de naissances multiples, la durée maximale sera portée à 32 jours. Pour pouvoir bénéficier d'un congé de paternité indemnisé, les travailleurs indépendants devront cesser leur activité professionnelle pendant une durée minimale de 7 jours, à compter de la naissance et ne devront pas reprendre cette activité pendant la durée d'indemnisation. La durée d'indemnisation sera fractionnable en trois périodes d'au moins 5 jours chacune.

Comme pour les salariés, les périodes de cessation d'activité donnant lieu au versement d'indemnités journalières devront être prises dans les 6 mois suivant la naissance de l'enfant.

Plus de clients, moins de boulot.



Découvrez
nos offres.

- **25** nouveaux clients / mois
- **99%** de réduction de no-show*
- **4h** gagnées chaque semaine

Résultats moyens observés sur l'ensemble de nos 10 000 partenaires

Pour profiter d'un tarif préférentiel, contactez-nous au 01 79 72 55 05

Optez pour le logiciel tout-en-un
qui vous simplifie le quotidien !

Covid-19 : L'impact en chiffres

GRÂCE À SON OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE L'UNEC ANALYSE EN TEMPS RÉEL LA VIE DES ENTREPRISES DE COIFFURE. APRÈS UNE ANNÉE 2020 INÉDITE À TOUS POINTS DE VUE, LES CHIFFRES D'AVRIL LAISSENT ENTREVOIR UNE EMBELLIE.

Si 2020 a vu une situation autant difficile qu'inédite pour les entreprises de coiffure, les récents résultats d'une enquête* chiffrée menée par l'UNEC auprès de centaines de professionnels montrent des signes de reprise progressive dès avril 2021. Devenue 'activité essentielle' en cette année lors des derniers confinements, la coiffure a su casser certaines habitudes prises par les clients et de fait reprendre quelques couleurs à l'arrivée des beaux jours.



UN CHIFFRE D'AFFAIRES QUI PREND DES COULEURS

Depuis le début de l'année, le secteur de la coiffure a subi un fort recul de son CA. Après un mois de février particulièrement compliqué, au cours duquel la part des salons enregistrant une baisse de CA était de 81,2 %, la proportion

de salons en baisse de trafic retrouve le niveau enregistré en janvier 2021 : en avril près d'un salon sur deux enregistre en effet une stagnation ou une hausse de son CA.

La situation s'améliore sensiblement depuis février, dans un contexte difficile où en avril l'accès aux autres commerces

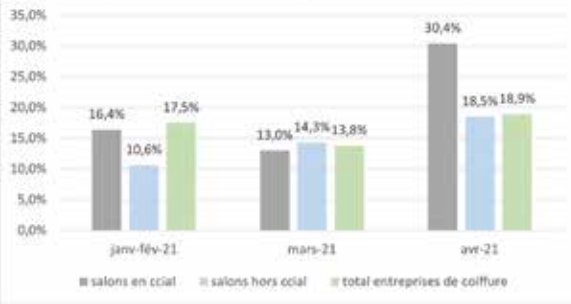
physiques dits « non essentiels » n'était pas possible et les salons de coiffure des grands centres commerciaux fermés. Cette amélioration s'est produite malgré le recours au télétravail important et l'absence d'événements familiaux et festifs qui ont donc contribué à pénaliser la consommation dans les entreprises de coiffure.



DES INTENTIONS D'EMBAUCHE QUI PROGRESSENT

La situation au regard de l'emploi s'améliore en avril avec des intentions d'embauche qui progressent par rapport au début de l'année : de 10,7 % en janvier/février, elles passent

Part des salons ayant l'intention d'embaucher



à 18,9 % des salons interrogés en avril. Signe d'un espoir de réouverture des galeries marchandes et d'une possible relance de la consommation dans celles qui n'ont pas fermé, un salon sur trois (30,4%) en centre commercial, a des projets d'embauche, alors que ce chiffre n'était que de 16,4 % en janvier/février. De même, la part des salons souhaitant diminuer leurs effectifs régresse dans tous les types d'implantation :

- 7,9 % pour les salons hors galerie marchande contre 12,3 % en janvier février ;
- 19,6 % (idem à mars) contre 23 % en janvier/février.

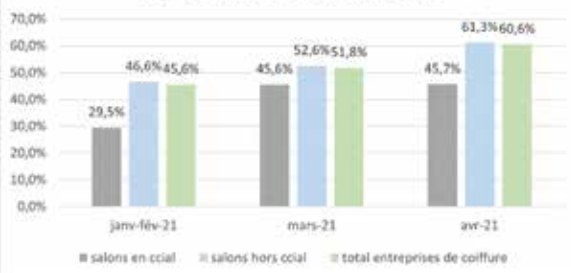
DES DIRIGEANTS PLUS CONFIANTS

L'enquête menée par l'UNEC montre qu'en avril 60,6 %

des dirigeants ne sont pas ou sont peu inquiets pour l'avenir de leur entreprise. Ce chiffre est en progression depuis le début de l'année : ils n'étaient en effet de 45,6 % en janvier/février. La progression de la couverture vaccinale et le desserrement progressif annoncé des restrictions liées au confinement redonnent le moral au chef d'entreprise. Pour les salons implantés en centre commercial la part des dirigeants pas ou peu inquiets n'est que de 45,7 % et ce malgré la réouverture annoncée des galeries marchandes et le retour des clients dans les commerces physiques.

* Enquête menée par l'UNEC du 10 avril au 28 mai 2021 – 766 réponses

Part des dirigeants pas ou pas trop inquiets quant leur pérennité de leur entreprise



Le recours au PGE

Comme stipulé dans la loi de finances rectificatives du 23 mars 2020, vous pouvez solliciter un PGE.

D'après BPI France, au 28 février 2021 :

- 18 096 entreprises dans le secteur de la coiffure, sur 92 318, ont demandé un PGE, dont la majorité concerne quasi exclusivement la coiffure en salon.
- 9 prêts sur 10 ont été souscrits entre mars et août 2021.
- Le montant moyen est de 21 799 €.

49,5 % des entreprises ayant répondu à notre enquête en 2021 ont fait appel à un PGE, 56,3 % ont utilisé ces fonds pour soulager leur trésorerie. Le chiffre monte à 65,4 % pour celles situées en centre commercial. 44,8 % des entreprises de coiffure ayant souscrit un PGE vont rembourser au bout d'un an, contrairement à d'autres qui souhaitent différer le remboursement.

En effet, au 16 avril 2021, sur plus de 459 000 PGE souscrits tous secteurs confondus, 53 % ont choisi un amortissement avec année de décalage du capital, 14 % vont rembourser dès 2021, 68 % attendront le plus longtemps possible. Sous réserve de l'adoption des textes législatifs et réglementaires, les banques pourront proposer de souscrire un PGE jusqu'au 31 décembre 2021.

Le taux de recours des adhérents sondés par l'UNEC** augmente avec l'effectif salarié. Il atteint ou dépasse 70 % pour les salons de plus de 10 salariés.

** Enquête réalisée du 16 au 30 septembre 2020 auprès des adhérents de l'UNEC portant sur la période d'activité de mai à août 2020 – 1454 répondants

UNION NATIONALE
DES ENTREPRISES
DE COIFFURE

LA FORMATION :

À *deux*,
C'EST
mieux!

unec

L'UNEC, VOTRE PARTENAIRE FORMATION CONTINUE

Vous êtes chef d'entreprise de coiffure, conjoint collaborateur, associé ou auxiliaire familial, l'Union nationale des entreprises de coiffure vous conseille et vous accompagne dans le montage des dossiers de financement de vos formations auprès du FAFCEA, le Fonds d'Assurance Formation des Chefs d'Entreprise Artisanale.

POUR VOUS INFORMER SUR VOS DROITS À LA FORMATION ET EN SAVOIR PLUS SUR LES PROCÉDURES DE FINANCEMENT, CONTACTEZ-NOUS : UNION NATIONALE DES ENTREPRISES DE COIFFURE · TEL : 01 42 61 53 24 · INFOFAP@UNEC.FR

 FAFCEA



Cosmétique : La Covid-19 change la donne

DIFFÉRENTES ÉTUDES MENÉES PAR DES CABINETS SPÉCIALISÉS DÉMONTRENT L'IMPACT NON NÉGLIGEABLE DE LA PANDÉMIE SUR LE MODE DE VIE ET LES COMPORTEMENTS DES CONSOMMATEURS. LES ATTENTES CHANGENT ET POUSSENT LES MARQUES À ÉVOLUER POUR SUIVRE LES NOUVELLES TENDANCES : RECHERCHE DE LA TRANSPARENCE, SOUTIEN AUX FOURNISSEURS LOCAUX, ESSOR DU COMMERCE DIGITAL, ATTRAIT POUR LES PRODUITS SAINS ET NATURELS, SENSIBILITÉ ÉCOLOGIQUE.

En tre confinements et fermetures de magasins, l'étude¹ réalisée par Anaïs Dupuy, business development manager pour Kantar World Panel, confirme que le marché français de la beauté et de l'hygiène a souffert l'année dernière. « La bonne nouvelle, c'est que la situation s'est un peu améliorée fin 2020, ce qui permet au secteur de limiter la casse. Mais attention, en termes de valeur et de volume, on voit que les Français ont acheté autant de produits que d'habitude, voire

plus, mais qu'ils ont moins dépensé, ce qui est synonyme d'une forte dévalorisation », souligne l'experte. 98 % des Français ont acheté au moins un soin. Les grands gagnants sont les savons, avec une augmentation des ventes de 34 %. Les colorations à la maison tirent aussi leur épingle du jeu avec une progression de 18 %. Le maquillage perd 32 %, le parfum 14 % et le styling capillaire 14,5 %. Tous ces chiffres s'entendent en volume. Les sites de vente en ligne dépassent les 10 % de parts de marché.

Une petite révolution

De son côté, l'agence de prospective Mintel a identifié de nouveaux courants à venir. Elle suggère aux professionnels de la cosmétique de jouer la carte du mental autant que de la description du produit et de l'expérience induite par son utilisation. *« De nombreuses personnes réévaluent ce qui est essentiel à leur survie. Soyez à leur écoute, pensez à redéfinir ce que signifie la valeur, au-delà du simple coût, par l'impact sur l'achat et la commodité, en mettant l'accent sur la qualité comme moyen d'inciter les consommateurs à faire des affaires »*, précise Mintel. L'agence préconise également d'accorder une attention toute particulière au contenu des sites de e-commerce en privilégiant une communication sincère et transparente : *« C'est le moment de se démarquer et d'en dire plus sur sa chaîne d'approvisionnement, d'avoir un dialogue honnête avec les clients. »* Si on note une forte accélération de la digitalisation, les consommateurs se tournent par ailleurs davantage vers l'achat local et responsable. En réponse aux nouvelles attentes, Leïla Rochet, fondatrice du cabinet Cosmetics Inspiration & Creation, prédit l'émergence de cinq tendances beauté basées sur les thématiques suivantes : une transparence et une traçabilité, une routine

beauté plus médicale, un discours davantage scientifique, l'écoresponsabilité, une ode à la liberté.

UNE VISION OPTIMISTE

D'après le cabinet The Prospectivists, le climat anxigène véhiculé par la pandémie a incité les Français à se concentrer davantage sur eux-mêmes, voire à tendre vers une cosmétique holistique. « On peut citer en exemple la chanteuse Alicia Keys qui suit la lignée des artistes se lançant dans le maquillage, indique Emma Fric, cofondatrice du cabinet. Elle propose des formules propres et naturelles. Pour elle, chaque geste est pensé comme une intention de se faire du bien. Nous sommes clairement dans la bienveillance. » La crise a plongé les consommateurs dans un besoin de préserver sa santé en privilégiant la prudence. « La pandémie a rendu

le principe de précaution qui gouverne nos sociétés contemporaines encore plus prégnant, confie Pierre Bisseuil, expert des tendances chez The Prospectivists. *On a assisté à une ruée sur l'hygiène. La santé est devenue un luxe suprême, un enjeu de politique publique et privée, à la croisée de la science et de la technologie, avec toutes les questions que cela soulève d'éthique et de relations au bien-être.* » Parallèlement, le cabinet constate l'aspiration à privilégier les circuits courts, les produits français, un regain d'intérêt pour l'environnement et pour l'autre : « La

pandémie nous a montré que les marques ont totalement intégré ces principes de solidarité et d'empathie. Plus que jamais, elles essaient de créer de la convivialité, des liens de proximité grâce au digital. »

1 Informations récoltées par Kantar World Panel sur un panel de 35 000 individus âgés de 15 ans et plus, représentatifs de la population française, qui déclarent en continu leurs courses d'hygiène/beauté, quel que soit le circuit de distribution ; achats sur les lieux de vacances non pris en compte.

Tendances Covid – Le minibook 2021, Les Éditions de l'observatoire des cosmétiques ; cosmeticobs.com

Coiffeur, un métier incontournable

Obligés de baisser le rideau lors des deux premiers confinements et de ranger les ciseaux, les salons de coiffure ont bénéficié d'une « exception » lors de la troisième vague en 2021. Entre fermetures forcées et mesures sanitaires strictes, 2020 a été compliquée pour toute la profession aussi bien au niveau économique qu'organisationnel. Seul point positif et valorisant à noter : le premier confinement a montré le caractère incontournable du métier de coiffeur. Une bonne majorité de Français avait hâte de retrouver son professionnel habituel au sortir de l'isolement pour se sentir mieux et retrouver ses repères. Bien sûr, beaucoup se sont aventurés à tenter de s'offrir une nouvelle tête, à quel prix parfois ! Du côté des hommes, la tondeuse a repris du poil de la bête. « *Tuto dégradé cheveux hommes* » était la recherche la plus courante parmi les tutoriels disponibles sur YouTube. Les mamans ont été nombreuses à se mettre dans la peau d'une apprentie coiffeuse pour couper les cheveux de leur tribu. Certaines femmes en ont

profité pour franchir le pas de la coloration à domicile. Pour s'occuper et pour répondre à la demande de la clientèle, des coiffeurs n'ont pas hésité à innover en proposant des conseils à distance par Skype ou par Visio interposée. D'autres se sont mis en scène dans des lives ou ont posté des vidéos sur Instagram ou Facebook. L'occasion de montrer son dynamisme et de gagner parfois de nouveaux clients. Plus simplement, des professionnels ont gardé le contact et entretenu le lien en échangeant des messages par mail ou SMS.

LE MARCHÉ DE LA COIFFURE EN CHIFFRES

Les coiffeurs ont enregistré une perte de chiffre d'affaires en 2020 de 20,1 % par rapport à 2019¹. Le secteur femmes a connu un recul de 18,6 % et celui des hommes de 25,1 %, selon le baromètre annuel 2020 de Shorcuts. Parmi les 40 000 coiffeurs sondés début février 2021 par Coiffure de Paris³, 12,7 % ont été dans l'obligation de se séparer d'un de leurs collaborateurs, ou ont perdu leur emploi. Trois professionnels sur dix ont retrouvé un niveau de trésorerie satisfaisant.



Près de 67 % se disent confiants pour l'avenir. 73,7 % estiment que « *les attentes de la clientèle ont changé et constatent une baisse de fréquentation, un recours moindre à certains soins techniques par refus de porter le masque longtemps, la concurrence du fait soi-même, le retour du naturel (cheveux plus longs, cheveux gris) et le manque de patience de la clientèle* ». 18 000 femmes ont été interrogées par Kantar World Panel² : « Avec 3,8 achats en moyenne par an (contre 4,4 en 2019) pour un prix moyen de 45,30 € par achat, elles ont dépensé en moyenne 172,50 € au troisième trimestre 2020. » Elles ont acheté en salon moins de produits de haircare, en quantité (1,4 par femme, contre 1,6 en 2019) ou en montant annuel moyen : 22,7 €, contre 24,9 €.

1 Baromètre de l'ordre des experts comptables - Chiffre issu des informations provenant des déclarations de TVA

2 Baromètre exclusif de Kantar World Panel pour Coiffure de Paris

NOUS SOMMES LE LIEN QUI ASSURE AUX SALARIÉS DE LA BRANCHE COIFFURE UNE PROTECTION SOCIALE DE PROXIMITÉ.



PROTÉGEZ VOS SALARIÉS GRÂCE À L'OFFRE SANTÉ LABELLISÉE PAR VOTRE BRANCHE.

- **Bénéficiez d'une protection sociale de qualité, complète** (une base et 3 options) et conforme au 100 % santé, à tarif maîtrisé.
- **Accédez facilement aux nombreux services de votre contrat collectif :**
 - > Espace adhérent accessible à tout moment,
 - > Consultation médicale à distance,
 - > Aides individuelles grâce au fonds social de la branche, pour les salariés en difficulté financière.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :
coiffurevitalite.fr



AÉSIO mutuelle, mutuelle soumise aux dispositions du livre II du code de la mutualité, immatriculée sous le n° 775 627 391 dont le siège social est 4 rue du Général Foy 75008 PARIS. Document non contractuel à caractère publicitaire. 21-005-007

 **AÉSIO
MUTUELLE**
DÉCIDONS ENSEMBLE DE VIVRE MIEUX

La profession se prépare pour les WorldSkills

ALORS QUE LA PHASE UN S'EST TENUE AU MOIS DE MAI, LA SECONDE PHASE DES FINALES NATIONALES DE LA COMPÉTITION WORLDSKILLS EST PRÉVUE POUR 2022. UN ÉVÉNEMENT QUI, TOUS LES DEUX ANS, MET EN VALEUR LE SAVOIR-FAIRE DE LA COIFFURE FRANÇAISE PORTÉ PAR L'UNEC.

C'est au Mans, à l'International training center Raphaël Perrier, qu'avaient rendez-vous 11 jeunes coiffeurs pour les finales nationales des WorldSkills. Cette compétition internationale rassemble tous les deux ans, sous l'égide de WorldSkills International, près de 1 600 compétiteurs de moins de 23 ans qui s'affrontent dans plus de 60 métiers mobilisant des savoir-faire spécifiques.

Cette première étape sarthoise, propre au secteur de la coiffure, sera complétée début 2022

par une seconde qui aura lieu à Lyon et réunira tous les compétiteurs des 61 métiers du tournoi. Ces deux phases permettent aux concurrents d'engranger des points dans l'espoir de rejoindre l'une des deux équipes de France gérées par l'UNEC concours :

- Une première à destination du championnat mondial des WorldSkills qui se déroulera à Shanghai en 2022.
- Une seconde qui participera à la compétition européenne EuroSkills de 2023 à Saint-Petersbourg.



UNE VITRINE DU SAVOIR-FAIRE À LA FRANÇAISE

À travers ces différentes manifestations, l'événement rassemble la crème des talents de demain qui peuvent se mesurer les uns aux autres à un niveau international. Il met également en valeur le savoir-faire de la coiffure à la française que l'UNEC souhaite porter jusqu'au plus haut niveau international. Une mission qui fait partie de son ADN afin de témoigner de l'excellence des coiffeurs français comme l'a attesté par le passé la victoire de Mathieu Léger aux WorldSkills en 2017 (voir encadré).

UNE PROCHAINE ÉDITION MONDIALE EN FRANCE

Après Shanghai, la prochaine finale internationale des WorldSkills aura d'ailleurs lieu à Lyon en 2024. Une nouvelle occasion pour l'UNEC et la profession, mais aussi pour tous les autres métiers représentés, de démontrer leur expérience. De quoi apporter au deuxième secteur de l'artisanat en France, qui avec 184 000 emplois (dont près de

18 000 apprentis) recense plus de 85 000 établissements, une belle mise en lumière devant le monde entier. Elle permet aussi de créer de nouvelles vocations sur le territoire national dans un secteur qui souffre depuis de nombreuses années d'une pénurie de main-d'œuvre. Ce genre de compétition a donc une importance capitale pour valoriser des métiers comme ceux de la coiffure afin d'assurer la transmission et la création d'entreprise. Et pérenniser un secteur dont le savoir-faire n'est plus à prouver.

Mathieu Léger, champion mondial en 2017

La coiffure française a su prouver par le passé qu'il fallait compter sur elle dans les plus prestigieuses compétitions. En témoigne le parcours de Mathieu

Léger qui en 2017 est reparti des olympiades des métiers WorldSkills 2017 d'Abu Dhabi avec la médaille d'or. Le jeune passionné, alors âgé de 22 ans, était issu d'un parcours classique commençant par un CAP après le collège puis un BP en apprentissage prouvant l'excellence des formations françaises.



Le salon MCB by BS 2021 aura bien lieu ! À vos agendas

VOILÀ PLUS D'UNE CENTAINE D'ANNÉES QUE L'UNEC ORGANISE OU CO-ORGANISE CE GRAND RENDEZ-VOUS DE LA PROFESSION. FAIT HISTORIQUE, L'ÉDITION 2020 AVAIT ÉTÉ ANNULÉE DU FAIT DE LA CRISE SANITAIRE ET UN AN PLUS TARD C'EST PLUS FORTS ET PLUS ENTHOUSIASTES QUE JAMAIS QUE NOUS VOUS ACCUEILLERONS PORTE DE VERSAILLES DU 4 AU 6 SEPTEMBRE.

Le salon MCB by BS Paris sera l'occasion pour tous de se retrouver en toute sécurité grâce à la mise en place d'un protocole sanitaire spécifique, d'échanger, de partager les défis de la relance, de vibrer à l'unisson en revivant enfin l'expérience unique du live ! Cette année encore une riche programmation vous attend : live shows, conférences thématiques, découverte des tendances et des innovations techniques et produits. Côté concours, le salon reste une réelle référence avec cette année le concours Meilleur Artisan ainsi que les concours Hair Awards Pro et Hair Awards Apprenti orchestrés par Raphaël Perrier.

Pour tous les chefs d'entreprise du secteur, la visite du salon MCB by BS Paris sera plus que jamais une occasion privilégiée d'échanges, de

conseils et de rencontres avec les experts de l'UNEC autour des questions auxquelles ils sont confrontés dans leur quotidien. Pour d'autres professionnels mais aussi pour les jeunes, c'est aussi le moyen de faire connaissance avec notre organisation professionnelle, ses missions et ses services si précieux en cette période inédite.

Un rendez-vous incontournable

Avec une dernière édition qui a établi de nouveaux records, attirant 50 000 visiteurs de plus de 85 pays, 450 marques internationales de plus de 40 pays sur près de 45 000 M² d'espace d'exposition, le salon MCB by BS Paris constitue chaque année en septembre un rendez-vous incontournable et une vitrine prestigieuse pour le secteur de la coiffure.

Rendez-vous du 4 au 6 septembre 2021,
Porte de Versailles.

Coiffeurs, augmentez la visibilité de votre salon grâce au référencement local sur Internet « salon de coiffure »

Les chiffres

97%

des clients recherchent une entreprise locale sur les moteurs de recherche.

28%

des recherches locales aboutissent à une visite et à un achat ou une prestation.

24%

des clics sur un moteur de recherche sont dirigés vers les premiers résultats.

AVOIR SON SITE INTERNET OU SA PAGE DE CONTACT BIEN POSITIONNÉE SUR LES MOTEURS DE RECHERCHE EST INDISPENSABLE POUR GAGNER DES CLIENTS

- Le référencement local génère 300 % de visites en plus sur un site Internet que sur les réseaux sociaux ;
 - 86 % des consommateurs utilisent un moteur de recherche cartographique pour trouver la localisation d'un commerce ou entreprise artisanale de proximité, d'un professionnel ou d'une entreprise ;
 - En moyenne, 12 % des consommateurs effectuent quotidiennement une recherche centrée sur une entreprise locale.
- Sources : Sermrush et Hubspot (2020).

POUR RÉUSSIR LE RÉFÉRENCIEMENT LOCAL DE VOTRE SALON SUR LE WEB, SUIVEZ CES 5 CONSEILS PRATIQUES PAR FRANCE NUM

Le référencement local sur les moteurs de recherche, au sein des réseaux sociaux et sur les applications mobiles joue un rôle essentiel dans la visibilité des artisans de proximité. C'est un axe fort et à considérer comme prioritaire sur Internet pour se faire connaître et pour générer des ventes et faire croître son activité.

Voici les 5 points clés à prendre en considération pour améliorer son référencement local en tant que professionnel :

1. Localisez votre site et vos pages d'entreprise

Sur votre site Internet et sur les pages de comptes de réseaux sociaux de votre établissement, indiquez clairement et à la bonne position, l'adresse physique et la commune (dans les contacts) et rappelez cette adresse dans le texte en y associant votre métier et le nom de la commune côte à côte. Exemple : «coiffeur à Pontivy» et vos spécialités.

2. Complétez et optimisez votre page Google My Business

Les internautes et mobinautes qui recherchent un artisan coiffeur le font prioritairement via le moteur de recherche Google. Aussi, posséder sa fiche Google My Business pour son entreprise s'avère plus que nécessaire.

Créez et complétez avec soin votre page Google My Business en y indiquant vos coordonnées complètes (adresse physique, email, numéro de téléphone, adresse du site Internet, plan, prestations proposées), vos horaires d'ouverture et toutes les informations dont les clients ont besoin. Y mettre des photos de qualité sur votre activité qui donnent envie de vous contacter et aussi de vous visiter : c'est primordial !

Catégorisez avec soin votre activité pour y être plus facilement trouvable.

Pensez à mettre en avant votre entreprise avec une visite virtuelle à 360 degrés (intérieur de l'établissement) pour donner envie de s'y rendre.

Et validez votre établissement. Tout est indiqué dans l'espace de votre fiche Google My Business.

Mettez à jour régulièrement votre fiche Google My Business avec de nouvelles informations, photos et en actualisant vos horaires d'ouverture.

Analysez comment les utilisateurs interagissent avec vous via cette fiche en examinant le nombre de clics, de réservations et d'abonnés, avec le rapport mensuel envoyé chaque mois à l'entreprise par email et aussi via le tableau de bord de votre compte Google My Business.

3. Inscrivez-vous à des annuaires locaux et cartographiques

Référenciez votre entreprise dans des annuaires généraux (Pages Jaunes), spécialisés et géolocalisés comme Google Maps (via Google My Business), Waze ou Mappy.

Pensez aussi à vous inscrire sur le site de votre commune qui présente les entreprises locales, sur

le site de l'association locale de commerçants, etc. Les opportunités ne manquent pas !

4. Encouragez, gérez les avis d'internautes et échangez avec eux

Que ce soit sur Google My Business ou sur des annuaires, encouragez vos clients satisfaits à laisser leur avis en ligne et répondez systématiquement à tout avis qu'il soit positif, négatif, critique, qu'il apporte de nouvelles idées ou suggestions pour votre entreprise. Répondre en ligne, c'est porter de la considération à tout prospect ou client.

5. Possédez un site mobile

30 % des recherches sur mobile sont liées à un emplacement local. 72 % des clients ayant fait une recherche locale ont visité un magasin dans les 8 kilomètres à la ronde.

Aussi, posséder un site mobile (optimisé pour les smartphones) est aujourd'hui indispensable pour que les informations y soient lisibles avec des rubriques faciles à naviguer.

Découvrez le témoignage gagnant de Raphaël

« Aujourd'hui, de nombreux clients s'informent en ligne avant de prendre RDV ou souhaitent trouver près de chez eux, de leur lieu de vacances ou de séjour un salon de coiffure sympa et dans le coup. Afin de m'adapter à ces pratiques, j'ai toujours été présent sur la toile ce qui m'a très vite permis de valoriser mon expérience, mes salons et mes équipes. Mon site internet a très vite été équipé de solutions de prise de rendez-vous en ligne, lesquelles sont dotés d'avis clients qui eux-mêmes génèrent de la visibilité et de la notoriété. Mes équipes sont très sensibles aux avis clients et elles ont pour consigne de modérer ces avis, ce qui contribue en retour au bon référencement des salons. Ce faisant, les clients se sentent également valorisés car leur opinion est entendue et prise en compte. Le référencement local est aujourd'hui un incontournable pour tous les salons qui souhaitent tirer leur épingle du jeu en termes de différenciation et de visibilité commerciale. »

Raphael PERRIER, 5 salons dont 2 sur Paris, RAPHAEL PERRIER PARIS (75)



POUR ÊTRE ACCOMPAGNÉ DANS LE DÉVELOPPEMENT DE VOTRE ACTIVITÉ GRÂCE AU NUMÉRIQUE, RENDEZ-VOUS SUR FRANCENUM.GOUV.FR (INITIATIVE NATIONALE POUR LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES TPE PME), AUPRÈS DE CMA FRANCE ET DE L'UNEC.



UNION NATIONALE
DES ENTREPRISES
DE COIFFURE





Tarifs réduits pour les adhérents



Pour protéger votre trésorerie
et donc votre entreprise, nous couvrons le coût de
l'inaptitude professionnelle d'un salarié.

Notre contrat indemnise le salon des conséquences financières d'un licenciement suite à inaptitude professionnelle

Solution n°1 : Prise en charge du **doublement de l'indemnité de licenciement jusqu'à 13 000€**

Solution n°2 : Prise en charge de **l'intégralité de l'indemnité de licenciement, plafond de 25 000€**

+ 500€ pour l'achat de matériel permettant d'améliorer la santé au travail, en cas de sinistre garanti.

- Résidence Le Grand Coeur - Bât B
298 avenue du Maréchal Leclerc - CS 80023
73704 Bourg Saint Maurice CEDEX

Contactez-nous

- **Christelle VOINSON**
Tél : 04 79 09 50 03
E-mail : cvoinson@gbc-mountain.com
- **Isabelle GERFAUX SORREL**
Tél : 04 79 07 40 29
E-mail : igerfaux@gbc-mountain.com

Prévenons ensemble le burn out

AG2R LA MONDIALE s'engage dans la prévention de l'épuisement professionnel des chefs d'entreprise (TPE-PME) grâce à un dispositif spécifique et adapté.

AG2R LA MONDIALE reste à vos côtés pendant la crise sanitaire. Bénéficiez d'un entretien téléphonique avec un psychologue du travail si vous rencontrez des difficultés liées à votre activité professionnelle :

0 800 501 201 Service & appel gratuits

Pour plus d'informations :



AG2R LA MONDIALE

**branchez-vous
santé**