

Salons de coiffure

Données sur la branche

Environ 6 500 salons de coiffure, employant environ 12 000 coiffeurs fonctionnent aujourd'hui en Israël, parmi lesquels environ 3 000 dans des habitations individuelles ou au domicile des clients, aussi n'est-il pas possible de les classer géographiquement. La branche de la coiffure en Israël a un chiffre d'affaires de **plus de deux milliards de shekels par an**. De plus, celui du marché des produits de beauté qui l'accompagne et le complètent, tant à la maison qu'au salon de coiffure, est de plus de 150 millions par an.

Subdivision dans la branche

Cette branche comprend trois classes d'entreprises :

- ◄ **Salons de luxe** : équipés de matériel moderne, avec une décoration au goût du jour, beaucoup de personnel, en général situés dans les quartiers opulents, et comprenant également des services complémentaires tels le manucure, le pédicure, le maquillage, des massages, etc. D'un niveau de service élevé et des prix en conséquence.
- ◄ **Salons moyens** : situés dans les centre-villes, les rues principales et /ou à proximité, avec un équipement de niveau satisfaisant, un petit personnel, des services complémentaires très réduits, s'il y en a. Sans service particulier et des prix raisonnables.
- ◄ **Salons bon marché** : situés dans les quartiers d'habitations ou dans des appartements particuliers, avec un équipement bon marché et vétuste, généralement sans personnel autre que les exploitants eux-mêmes, sans aucun service complémentaire ; niveau de prix bon marché.

Caractéristiques du marché

En Israël, le marché de la coiffure est anarchique. Aucun permis spécial n'est exigé (sauf le permis d'exploitation) pour ouvrir un salon de coiffure.

Critères d'établissement du niveau de prix :

- ◄ Le renom
- ◄ La décoration du salon de coiffure
- ◄ L'emplacement du salon de coiffure
- ◄ L'éventail des services

Clientèle: la détermination du marché ciblé, son volume et sa segmentation

La plupart des salons de coiffure ne s'adressent pas à un genre de clientèle particulière, mais à toutes les classes d'âge et toutes les classes de population. Dans une partie des salons, on trouve une clientèle variée, de classes socio-économiques diverses. C'est en particulier une particularité des salons de coiffure de luxe, parce que les services du salon sont caractérisés par une attention à l'image de marque personnelle du client, aussi des facteurs tels que la situation socio-économique n'ont pas une importance et une influence particulière dans le domaine du soin et de l'attention prêtée à sa propre personne.

Il y a des salons qu'on peut catégoriser par leur spécialité, comme par exemple : implantation de cheveux, les salons de soins des mariées, salons de coiffure de style moderne, salons pour hommes, etc.

Il existe également sur le marché les salons appartenant aux écoles de coiffure, proposant des services à prix réduit, ce qui attire la clientèle jeune et /ou de revenus modestes.

Concurrence

Le marché se compose de grandes chaînes connues, un certain nombre de petites chaînes et surtout de nombreux salons de coiffure petits et moyens.

Cette branche est l'une des plus florissantes du pays. Les obstacles à l'entrée dans la branche (voir plus loin) ne posent pas de problème particulier. C'est pourquoi, il y a des entreprises privées par milliers.

Fournisseurs

Les fournisseurs connus de produits pour les cheveux à l'usage des salons de coiffure sont L'Oréal, Wella et Indola. Indola a récemment obtenu la concession de l'importation des produits Paul Mitchell. La société Intracosma fabrique, importe et commercialise des produits pour les cheveux et des équipements pour les salons de coiffure, quand sa principale activité consiste en la fabrication et la distribution de produits sous la marque Wella, par un accord d'exclusivité à long terme avec la société allemande Wella. D'autres compagnies dont les représentants en Israël se développent sont Kadosh et Glazette.

La plupart des sociétés ne fournissent pas seulement des produits pour la coiffure, mais aussi des équipements, des instruments et de l'ameublement de coiffeurs.

En Israël, il y a différents fournisseurs et grossistes servant à la fois de petits importateurs et d'intermédiaires entre les grands importateurs et les petites entreprises (les importateurs n'ont pas intérêt à se rendre auprès de chaque petit salon de coiffure).

Moyens de marketing

La plupart des clients arrivent dans un salon de coiffure par recommandation de connaissances, surtout pour les salons de quartier. Par contre, les grandes chaînes investissent énormément dans la publicité. Par exemple, une certaine chaîne a lancé une campagne publicitaire, avec des affiches dans les rues, des annonces dans les magazines féminins, les journaux locaux et des revues spéciales jointe aux magazines féminins, ainsi que du courrier aux clients.

Facteurs de réussite dans la branche

- ◄ **Qualité de services et de soins** : les clients fréquentant les salons de coiffure ne se contentent pas d'une coupe de cheveux, mais comptent recevoir une attention et des soins personnels.
- ◄ **Expansion** : pour s'agrandir et se développer dans la branche de la coiffure, le propriétaire doit avoir un sens des affaires et de la gestion, en plus de ses capacités professionnelles de coiffeur. Il peut aussi prendre un associé ou un employé en apprentissage qui gèrera le côté commercial du salon de coiffure.
- ◄ **L'emplacement** : l'emplacement doit être adapté à la clientèle cible du salon de coiffure.
- ◄ **Hygiène** : Aspect de propreté du salon de coiffure et de ses employés et conformité aux règles de l'hygiène.
- ◄ **Prix** : Niveau de prix raisonnable (par rapport au niveau de services du salon de coiffure et à la clientèle ciblée à laquelle il s'adresse).

Personnel

Selon la classe du salon de coiffure, plus il est de haut niveau, plus il doit avoir de personnel et plus celui-ci doit avoir un niveau professionnel élevé. Il doit aussi comporter des employés non spécialisés (pour nettoyer, remplir divers services, etc.). Au cas où des services complémentaires seraient offerts, il faut du personnel spécialisé en conséquence.

Le salaire des employés est mensuel et / ou journalier ou un pourcentage des travaux spécifiques accomplis par l'employé

Chiffre d'affaires et profit dans la branche

- ◀ Un salon de coiffure ordinaire en Israël a un chiffre d'affaires d'environ 40 000 shekels en moyenne par mois. Le nombre moyen de clients par coiffeur est entre 12 et 16 clients par jour de travail. La dépense moyenne d'un client dans un salon de coiffure de quartier est d'environ 50 à 75 shekels par visite et dans un salon de luxe de 150 à 250 shekels par visite.
- ◀ **Dans un salon défini comme salon de coiffure pour hommes** : en 2003, le chiffre d'affaire, selon les catégories, était comme ci-dessous :
 - Dans un salon de luxe : de 216 000 à 268 000 shekels
 - Dans un salon moyen : de 162 000 à 214 000 shekels
 - Dans un salon bon marché : de 134 000 à 161 000 shekels(Note ; les chiffres ont été arrondis)
Le pourcentage du coût des divers produits utilisés varie entre 1 % et 3 % du prix payé par le client.
- ◀ **Dans un salon défini comme salon de coiffure pour dames** : en 2003, le chiffre d'affaire, selon les catégories, était comme ci-dessous :
 - Dans un salon de luxe : environ 751 000 shekels
 - Dans un salon moyen : environ 654 000 shekels
 - Dans un salon bon marché : environ 522 000 shekels
 - Dans un salon en appartement : environ 360 000 shekels(Note ; les chiffres ont été arrondis)
Le pourcentage du coût des divers produits utilisés varie entre 5 % et 10 % du prix payé par le client.

Conditions de paiement d'usage

- ◀ Pour les clients : les ventes se font comptant ou par paiement par carte de crédit.
- ◀ Pour les fournisseurs : courant plus de 30 à 120 jours, selon le salon de coiffure.

Niveau de risques

Dans la branche de la coiffure, on assiste à un phénomène frappant d'un grand nombre d'ouvertures et fermetures de salons.

Il est recommandé de s'aider de conseils, secondement et guidance de personnes professionnelles d'expérience. Il est possible de recourir à l'assistance des centres MATI à travers le pays.

Licences et permis

Permis professionnel : en Israël, on peut apprendre le métier de la coiffure professionnelle et obtenir des diplômes de certification et d'état prouvant le niveau de compétences professionnelles. Il existe également des cours de formation de types divers permettant une formation plus poussée ou une spécialisation avec le diplôme correspondant, mais il n'y a aucune obligation légale pour tout cela.

Permis et supervision du Ministère de la Santé pour le niveau d'hygiène du salon de coiffure. La désinfection des instruments est obligatoire, mais son application n'est pas du tout renforcée. On n'a cependant pas besoin d'un permis officiel du Ministère de la Santé pour ouvrir un salon de coiffure. Les conditions d'hygiène sont vérifiées une seule fois lors de l'obtention de la licence d'exploitation des autorités locales.

Assurances

- ◄ Assurance des locaux, du contenu, contre l'incendie, les dégâts des eaux, les cambriolages et le vol.
- ◄ Assurance contre les dommages à tierce partie.
- ◄ Assurance de responsabilité civile de l'employeur (s'il y a des employés).
- ◄ Assurance professionnelle.
- ◄ Assurance sur la perte de revenus .

En plus de ce qui précède, il est conseillé de prendre conseil auprès d'un agent d'assurances pour les assurances nécessaires.