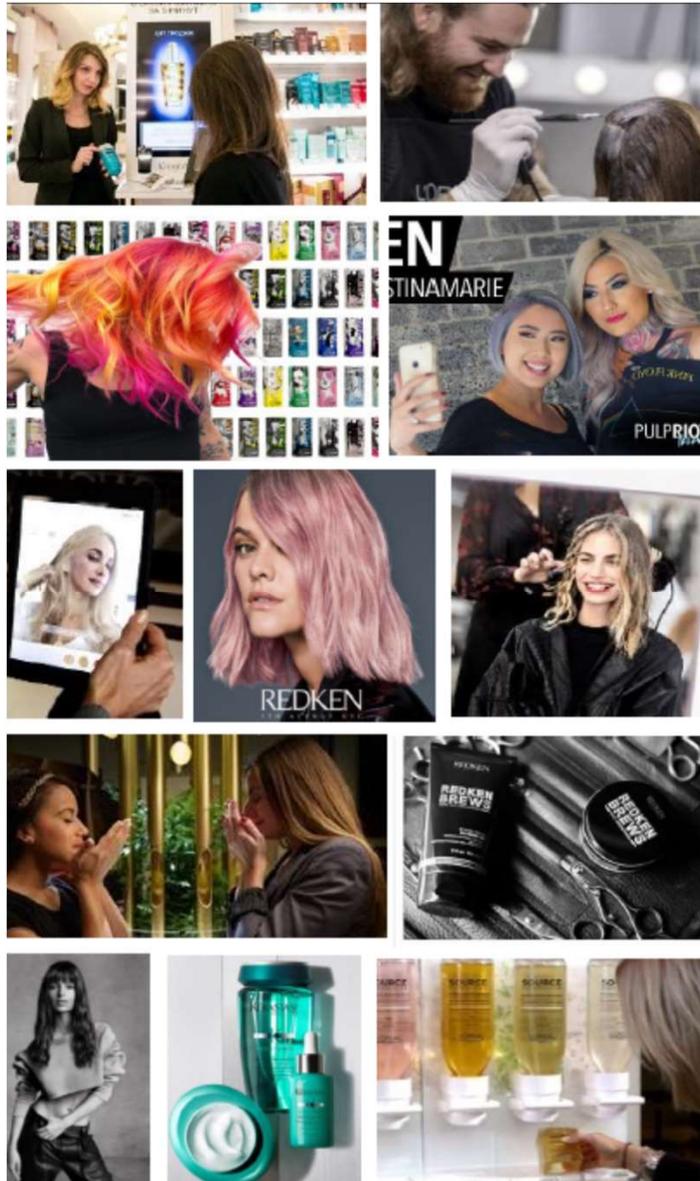


Agenda



L'ORÉAL
Produits Professionnels

SEMINAIRE EDUCATION NATIONALE
7 mai 2019

- | **LE MARCHE DE LA COIFFURE**
- | Les établissements de coiffure
- | L'emploi dans la coiffure
- | La formation initiale
- | L'évolution des fournisseurs
- | La consommation en salon de coiffure
- | Les grandes tendances de consommation
- | La place du numérique

LE MARCHÉ DE LA COIFFURE

L'ORÉAL
Produits Professionnels

LES ETABLISSEMENTS COIFFURE : 2^e secteur de l'artisanat



2009 : statut
d'auto-entrepreneur



85 500 établissements, dont 64 000 salons

21 000 hors salons (essentiellement domicile)

46% des établissements sont employeurs et représentent 79% du C.A.

C.A. marché 2017 : 5,8 MD€ 2011: 6,2MD€

Toujours plus d'établissements . Un marché en baisse -> fragilisation

Saturation : 1 salon pour 1000 habitants

ACTIVITE DES ETABLISSEMENTS COIFFURE

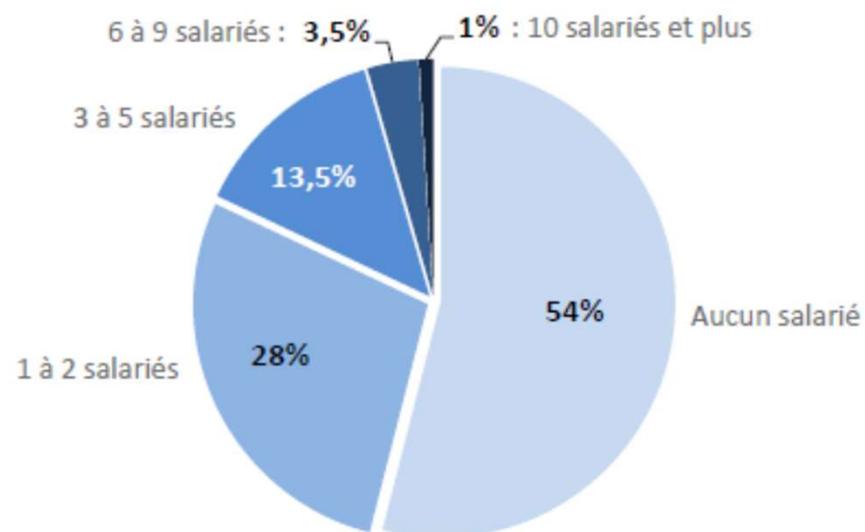
	Nbre ETABLISSEMENTS		C.A. (est)		C.A. moyen
TOTAL	85 500	100%	5,8 MD €	100%	67,8 K€
SALONS	64 000	75 %	5,25-> 5,35 MD€	90->92%	82-> 84 K€
Dont indépendants	57 500	67%	3,5-> 3,9 MD€	60->67%	60-> 68 K€
Dont franchises	6 500	8%	1,45->1,75 MD€	25->30%	220 -> 270 K€
HORS SALON- DOMICILE	21 400	25%	0,5 ->0,6 MD€	8-> 10%	23 -> 28 K€



Sources :INSEE UNEC

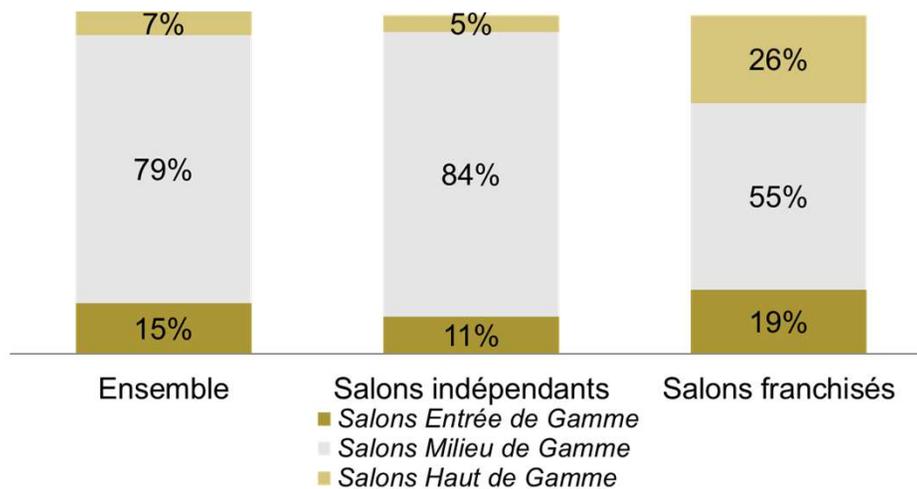
LES SALONS DE COIFFURE
UN ENSEMBLE DE T.P.E

85 500 établissements



Source INSEE

LES SALONS DE COIFFURE DES SALONS PEU DIFFERENCIÉS



LE MARCHÉ DE LA COIFFURE

L'EMPLOI DANS LA COIFFURE

Répartition des salariés
selon leur sexe



9,5 %

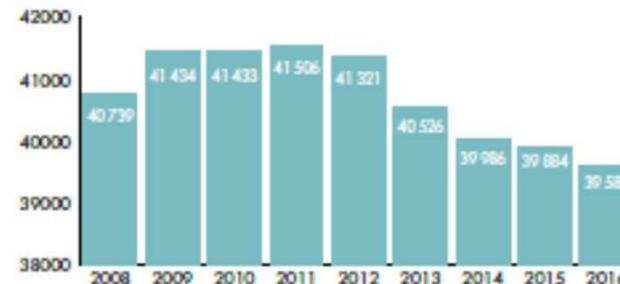


90,5 %

NOMBRE DE SALARIÉS* DE LA COIFFURE
(AU DERNIER TRIMESTRE DE L'ANNÉE)



NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS EMPLOYEURS



190 000 actifs incluant 95 400 salariés . Age moyen 32 ans.

Environ la moitié des établissements emploie au moins un salarié,

Avec une moyenne de 2,4 collaborateurs

Faiblesse des rémunérations :

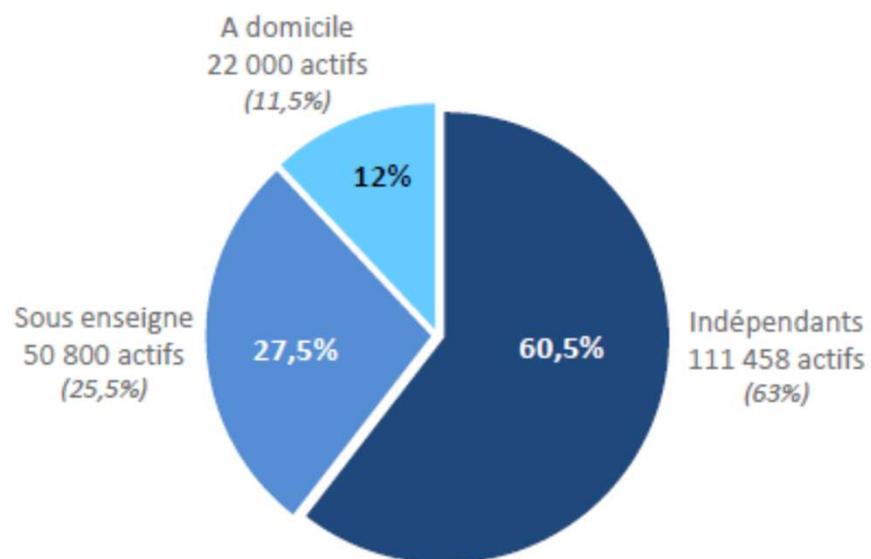
Niveau 2 échelon 2 *:1699 € brut

*coiffeur hautement qualifié

Attractivité -

L'EMPLOI DANS LA COIFFURE

Répartition des actifs
selon les types d'établissements



LE MARCHE DE LA COIFFURE

LA FORMATION INITIALE

	2005-2006	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017
APPRENTIS - BMIII	*	183	273	451	613	592	663	NC
APPRENTIS - BP	9142	9890	9725	9100	8267	7387	7128	NC
APPRENTIS - CAP	14230	11852	11655	11231	10313	8994	9345	NC
APPRENTIS - MCS	658	646	597	586	608	666	616	NC
TOTAL APPRENTIS	24030	22571	22250	21368	19801	17639	17752	17 610
SCOLAIRES	10555	10097	10008	9517	9343	8684	7901	7394
TOTAL FORMÉS	34 585	32 668	32 258	30 885	29 144	26 323	25 653	-



Baisse de 9 000 apprenants environ en 10 ans

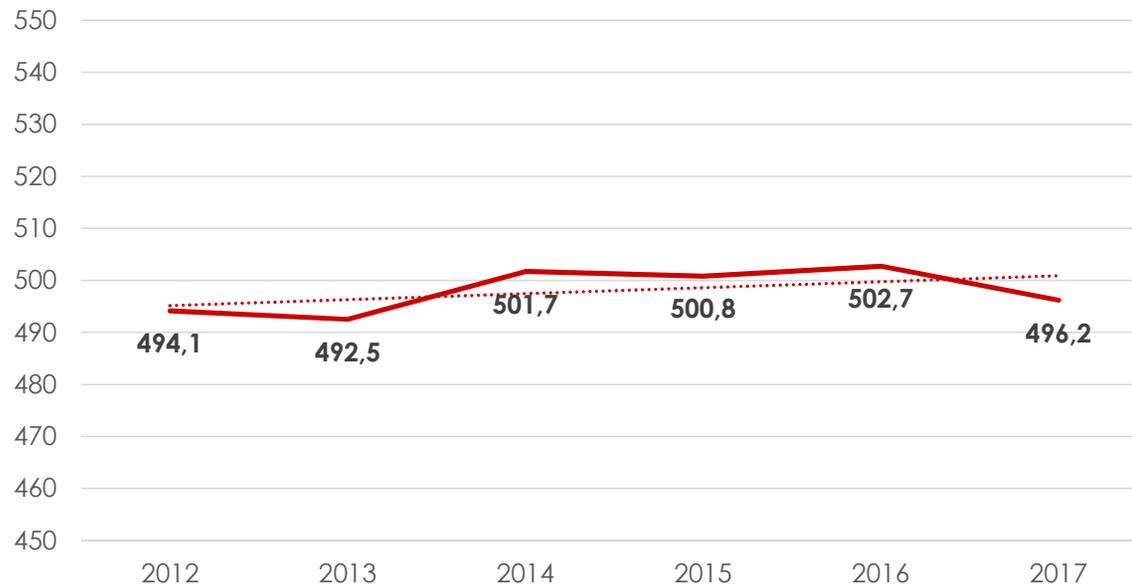
ATTRACTIVITE -



LE MARCHE DE LA COIFFURE

L'ORÉAL
Produits Professionnels

LE MARCHE FOURNISSEUR EN STAGNATION VOIRE RECUL



- Direct fournisseurs
- Distributeurs
- Distributeurs magasins
- @commerce

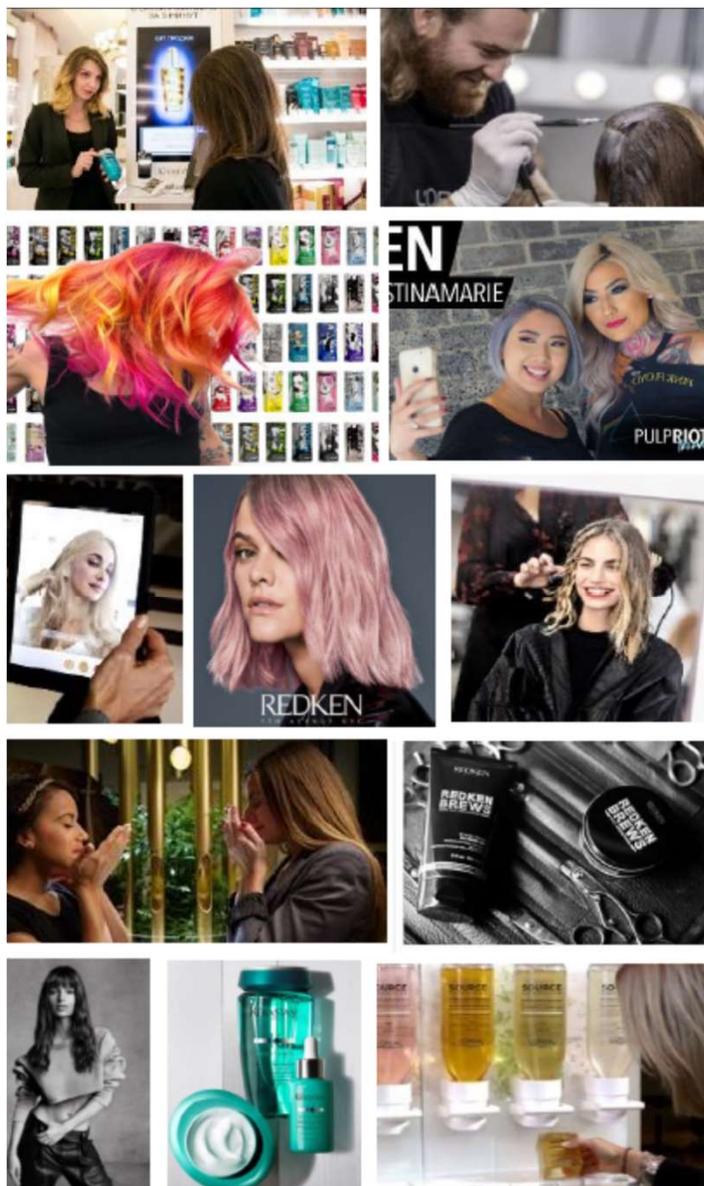


+22%



+17%

Agenda



L'ORÉAL
Produits Professionnels

| LE MARCHÉ DE LA COIFFURE

| Les établissements de coiffure

| L'emploi dans la coiffure

| La formation initiale

| L'évolution des fournisseurs

| La consommation en salon de coiffure

| Les grandes tendances de consommation

| La place du numérique

LA CONSOMMATION EN SALON

L'ORÉAL
Produits Professionnels

LA FREQUENTATION

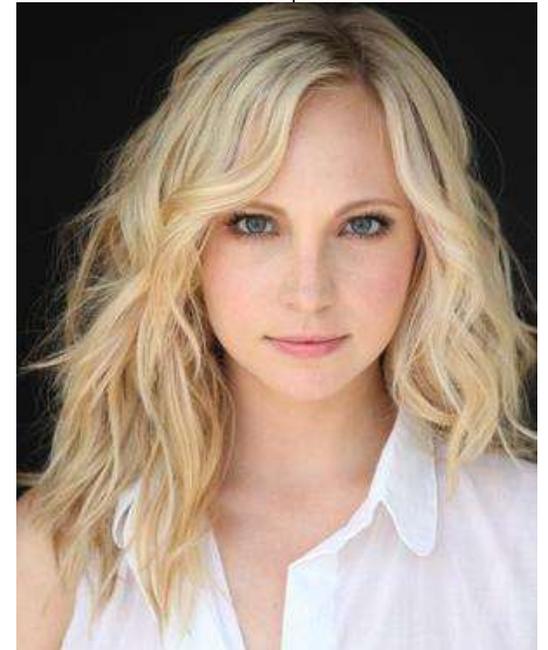
Les femmes disent :

- Venir en salon ? fois par an
- Pour y dépenser ? € par an

En 2017,

75,5% des femmes en France déclarent être venue en salon (78,3% en 2015)
Soit 20,2 millions de femmes
En moyenne **4,4 fois par an** (4,5 fois en 2016)

Dépenser **190 €** en moyenne par an pour la prestation
Soit **43,6 € / visite prestations** (hors revente)



LA COUPE

SUR 100 FEMMES VENUES EN SALON :

EN 2017,

- 97% des femmes qui vont en salon réalisent une coupe,
- à raison de 3,7 fois / an
 - vs 97,1% et 3,7 fois en 2016



LA CONSOMMATION EN SALON

L'ORÉAL
Produits Professionnels

LA COLORATION

SUR 100 FEMMES VENUES EN SALON :

EN 2017,

- 54% des femmes qui vont en salon réalisent une coloration ou un service de mèches & balayage
- à raison de 3,3 fois / an
 - vs 54,2% et 3,4 fois en 2016



LA FORME

SUR 100 FEMMES VENUES EN SALON :

EN 2017,

- 6% des femmes qui vont en salon réalisent une forme,
- à raison de 1,6 fois / an
 - vs 6,6% et 1,6 fois en 2016



LE SOIN



SUR 100 FEMMES VENUES EN SALON :

En 2017,

- 51 % des femmes qui vont en salon réalisent un soin,
- à raison de 2,9 fois / an
 - vs 50,9 % et 2,9 fois en 2016

LA VENTE –LE SUIVI BEAUTE A DOMICILE



- **En 2017** 4,5 % des Français ont acheté au moins 1 fois un produit capillaire en salon
- et en moyenne **1,7 produit/an**
- **25€** par acheteur
- **ENORME POTENTIEL : 94% DES FEMMES QUI FREQUENTENT LES SALONS N'ACHETENT PAS DE PRODUITS DE REVENTE**

LA CONSOMMATION EN SALON

L'ORÉAL
Produits Professionnels

EN RESUME: PENETRATION & RYTHME

	Visites	Coupes	Colorations	Formes	Soins
Pénétration (en %) Sur 100 femmes venues en salon	100%	97%	54%	6%	51%
Rythme	4,4	3,7	3,3	1,6	2,9

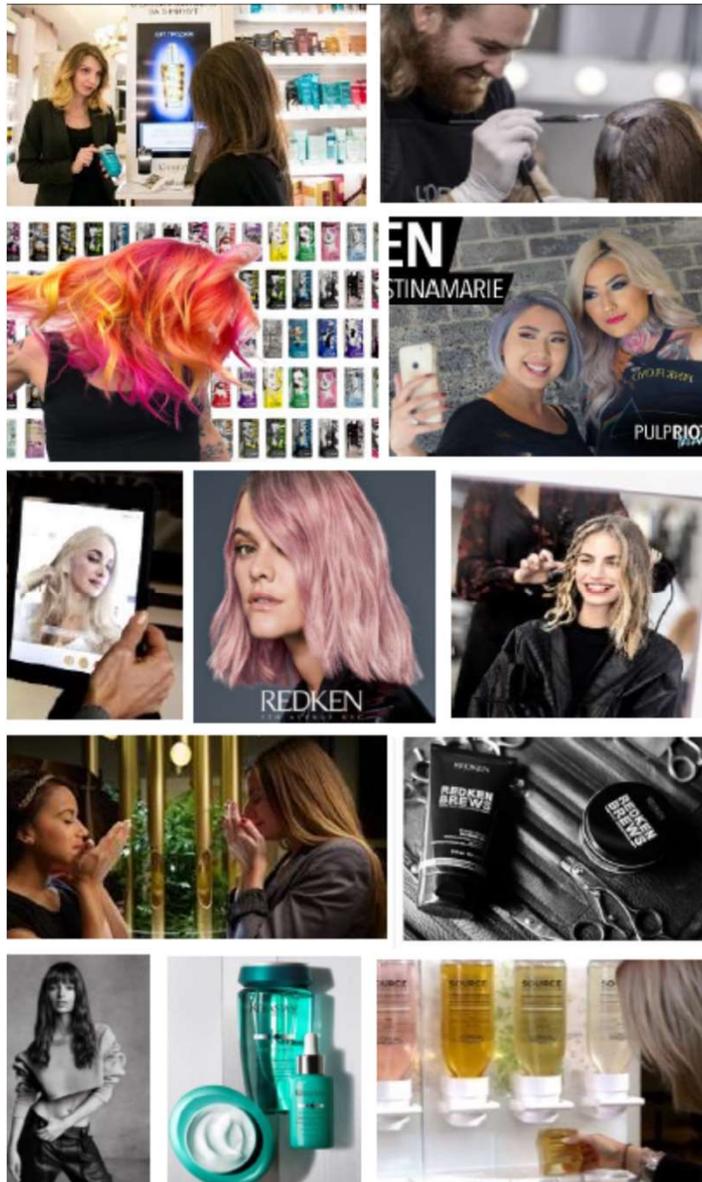


FREQUENTATION DE LA CLIENTELE

	% de clientes
Tous les 15 jours	?%
Tous les mois	?%
Tous les 2 mois	?%
Tous les 3 mois	?%
Tous les 6 mois	?%
1 fois par an	?%

	% de clientes	% de visites	% de dépenses
Tous les 15 jours	1%	8%	6%
Tous les mois	6%	16%	16%
Tous les 2 mois	21,3%	33%	34%
Tous les 3 mois	22,1%	21%	21%
Tous les 6 mois	31,3%	17%	18%
1 fois par an	18,6%	5%	5%

Agenda



L'ORÉAL
Produits Professionnels

| LE MARCHÉ DE LA COIFFURE

| Les établissements de coiffure

| L'emploi dans la coiffure

| La formation initiale

| L'évolution des fournisseurs

| La consommation en salon de coiffure

| Les grandes tendances de consommation

| La place du numérique

NATURALITÉ

UNE OPPORTUNITÉ DE MARCHÉ

20% Part du soin naturel dans le marche du soin pro

x2,5 Croissance du marche naturel Vs marche beauté

CMI - NATURAL, SUSTAINABLE & ETHICAL BEAUTY GLOBAL SYNTHESIS (June 2016)

8 MILLIONS

De consommatrices françaises dans la cible des produits de beauté « naturels »

La « naturelle sophistiquée »



• 18-35 ans

La « militante »



• 30-55 ans

La « naturelle facile »



• 50 ans et +

80%

D'entre elles sont prêtes à payer plus cher pour des produits alliant naturel & efficacité

CMI Ethical and Natural Beauty Global Core Report 2017

NATURALITÉ
929 805
MENTIONS

FACECARE
= 1 042 953 mentions

MAKEUP
= 2 951 858 mentions

GRAND CAPILLAIRE
= 999 010 mentions

88%
DES CONVERSATIONS
HORS MARQUE

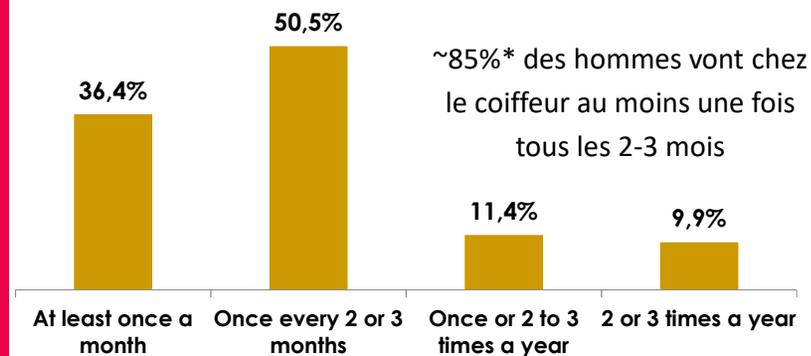
44%
DES CONVERSATIONS
HORS CATEGORIES

ICI BARBES - Social Topic Scan Naturalite Take out
2016/2017

HAIR SPECIALIST

LE MARCHÉ DE L'HOMME

Les salons sont la 1ère destination beauté régulière pour les hommes...



Clientèle en progression

+26% de visite en 2016
environ +1% de CA annuel depuis 5 ans

Service barbier
=
Boost de fréquentation

Xerfi 2017. UNEC 2016

CHEVEUX AFFINÉS

1^{ER} RECHERCHE EN LIGNE
sur le hair care



2^{EME} PRÉOCCUPATION
dans le monde



CUIR CHEVELU SENSIBLE

81% des hommes

69% des femmes

Avec des problèmes de chute de cheveux et de cheveux affinés déclarent avoir également **des problèmes de cuir chevelu**

CLEAN BEAUTY

L'UFC-QUE CHOISIR RECENSE 1.000 PRODUITS COSMÉTIQUES «INDÉSIRABLES»

08 juin 2017 | 8h57

100.000 RECHERCHES EN JUIN 2017

Source : Google Search - Internal Data



+ 100% of queries "UFC que choisir" (exact term) between the 2 reports of Oct 2015 and June 2017

Source: Google Search internal data



OH MY CREAM =
+84% de recherches
en 2017

Source : Google Search excluding search partners internal data - microvertical - Q4 2017 YoY growth

DÉCRYPTEZ LES
INGRÉDIENTS DE VOS
SOINS INSTANTANÉMENT



215 000 téléchargements en
France depuis janvier 2017



buyOrNot
CONSOMMER ÉTHIQUE POUR SOI, POUR NOUS ET POUR LA PLANÈTE
**TÉLÉCHARGE
L'APPLICATION
DU CONTRE-POUVOIR
CITOYEN**



PUR ET SAIN chez SEPHORA

La beauté que vous recherchez sans les ingrédients à éviter.

Ce logo signifie : Sans sulfates (SLS et SLES), formaldéhyde, phtalate, huile minérale et plus. Voir ci-dessous.



SOPHISTICATION

LA FRONTIERE ENTRE LE SKINCARE ET LE HAIRCARE S'AMMINCIE !



MR.SMITH PENSE QUE VOUS AVEZ BESOIN AUSSI D'UNE BASE CAPILLAIRE !



#MRSMITHHAIR
+13K DE POSTS INSTAGRAM

MR.SMITH lance « hair foundation » un produit de base pour les autres produits de styling : un produit de plus dans la routine capillaire !

OFFRE ULTRA PREMIUM

Philip B. a trouvé l'ingrédient fétiche des empereurs russes, l'huile d'ambre, et en a fait un shampoing précieux aux propriétés stupéfiantes. Prix shampoing, entre 143€ et 168€



Par [lamClaire](#) le 20 mars 2015

Sexe : Femme | Âge : Entre 40 et 45 ans

Son point fort: les résultats sont là! Cela faisait un an que mes cheveux étaient ternes, mous, secs, cassants. Ils ont repris vie avec le Russian Amber: tonus, volume, pointes réparées...

Le genre d'investissement beauté que je ne regrette pas!

Beauté
test

TRANSFORMATION

LES EGO MULTICOLOR : 35-40 ans

Les cheveux comme un terrain de jeu.
La couleur comme un moyen social
d'exprimer sa personnalité.



≥ 3 tons d'éclaircissements

22% des françaises qui se colore les cheveux

INSTAGRAM TRENDS

#RAINBOWHAIR



85,726 views

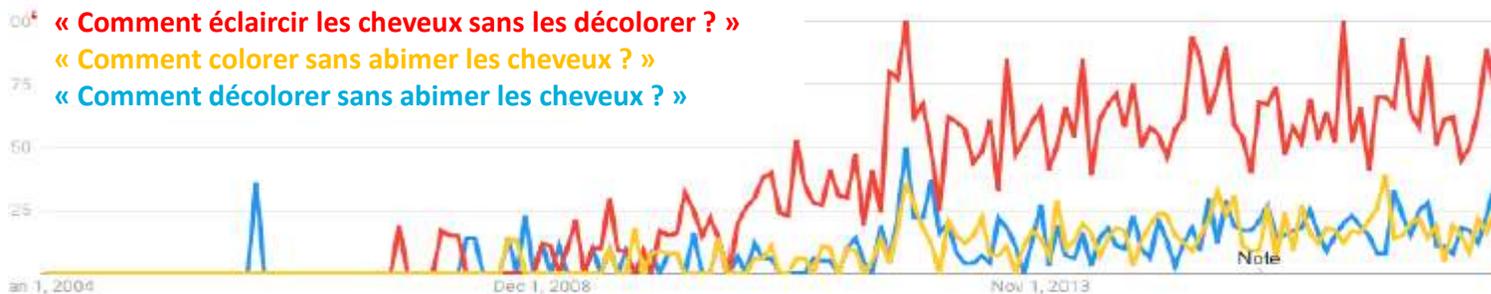
<https://www.instagram.com/p/BfyLX4B8Yq/>

#PINKLEMONADEHAIR



1,813,120 likes

<https://www.instagram.com/p/BfwRshEluqy/>

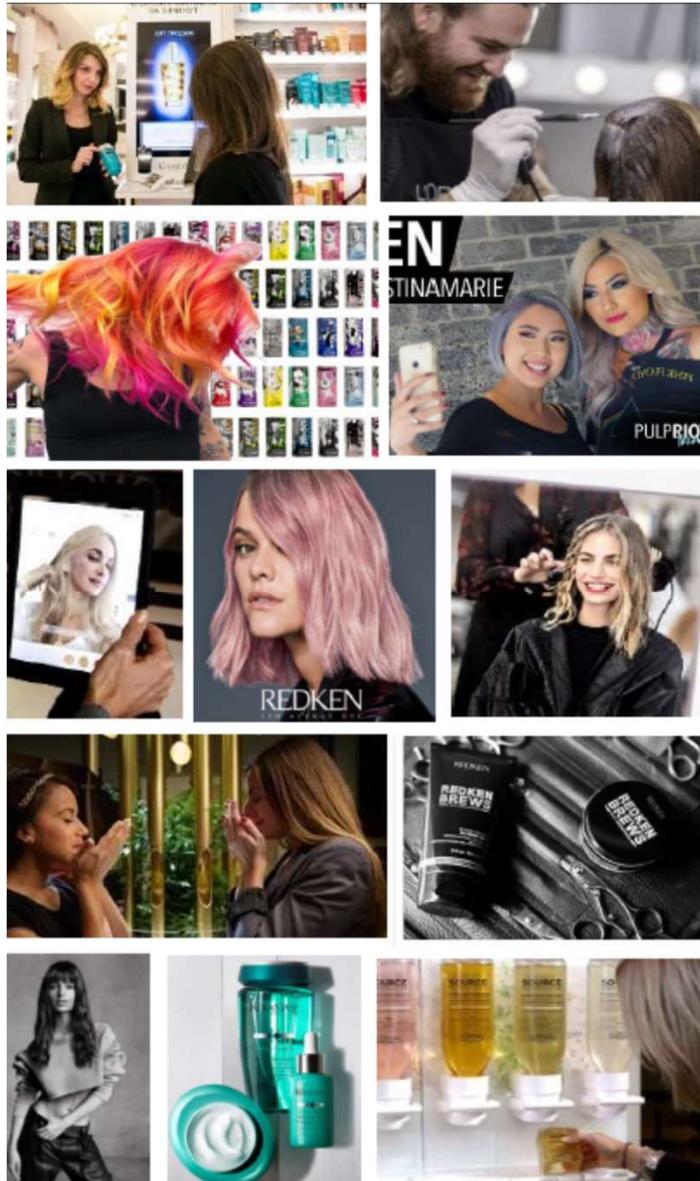


Netbase2017/2018, Google Trends 2004-2018 *Last 10 years

1.5K

RECHERCHES PAR
MOIS POUR ECLAIRCIR
SANS ABIMER LES
CHEVEUX

Agenda



L'ORÉAL
Produits Professionnels

| LE MARCHÉ DE LA COIFFURE

| Les établissements de coiffure

| L'emploi dans la coiffure

| La formation initiale

| L'évolution des fournisseurs

| La consommation en salon de coiffure

| Les grandes tendances de consommation

| La place du numérique