



Profession coiffeur  
**MON BUSINESS**

# Les boucles enfin assumées

Dans le paysage de la beauté, une place de choix est désormais réservée aux cheveux texturés. Les distributeurs leur accordent leurs faveurs, tout comme les fabricants qui relèvent des défis techniques incluant la naturalité. **Clarissa Scalisi**, beauty consultant au sein du cabinet de tendances **Peclers**, nous offre un éclairage sur la montée en puissance de l'inclusivité dans la coiffure.

**Coiffure de Paris: Les cheveux texturés sont aujourd'hui largement revendiqués et assumés. Pouvez-vous nous raconter la genèse de ce mouvement de fond ?**

**C.S. :** Depuis quelques années, la société est propulsée par l'inclusivité qui englobe aujourd'hui tous les univers de la beauté. Le maquillage et le soin ont ouvert la voie en apportant à des communautés jusqu'ici laissées pour compte une réponse en adéquation avec leurs besoins de peaux ; celle-ci s'étend aujourd'hui à la coiffure. L'effet d'ouverture d'esprit offert par l'inclusivité dans les médias a permis à ces profils complètement effacés du paysage d'exister. La rupture a été brutale mais a pris un engouement tel que l'enjeu est au cœur des stratégies des grands groupes qui mettent un point d'honneur à proposer aussi bien des produits que des communications inclusives. C'est désormais un prérequis.

**La transformation radicale du cheveu texturé laisse peu à peu sa place à plus de naturalité. Une tendance pérenne ?**

**C.S. :** Le regard de la société a longtemps imposé le diktat du lissage et autres transformations. C'était presque une honte de porter ses cheveux texturés au naturel alors même que les routines étaient fastidieuses et risquées. Les consommateurs sont de plus en plus avisés et alertés sur la toxicité des produits grâce notamment aux applications et sont en attente de produits sains avec un fort taux de naturalité dans leur formulation.

Le retour du bien-être et l'acceptation de soi dans tous les domaines de la beauté ont permis de soutenir l'envie d'apprécier son cheveu au naturel, qu'il soit lisse ou bouclé. Les routines de soin se développent largement dans tous les circuits de distribution qui leur offrent une place de choix dans leurs linéaires, en sélectif comme en grande distribution.

**En quoi peut-on dire que les marques de niche ont ouvert la brèche ?**

**C.S. :** Derrière ces nouvelles marques, il y a des créateurs d'entreprise qui se sont sentis lésés et qui ont offert une réponse en adéquation avec leurs besoins et ceux de leurs communautés. La montée en puissance des réseaux sociaux leur a offert une visibilité en leur donnant enfin la parole.

**Les salons de coiffure prennent-ils le train de cette transition ?**

**C.S. :** Chez les professionnels de la coiffure, la transition est plus longue, car le changement est plus lent, moins spontané et immédiat. La technicité demandée dans le soin des cheveux texturés est un frein, alors que dans une société très mixte, la prise en charge offre de belles perspectives à un salon. La formation reste un vecteur clé et les choses peuvent évoluer très vite. L'offre s'est démocratisée et la jeune génération très impliquée va participer à ce changement.

**Propos recueillis par Charlotte Nattier**

