

#1

OCTOBRE 2017

BORDEAUX

Business

ACCÉLÉRATEUR DE BUSINESS

GRAND DOSSIER «BANQUES»

Les banques sont-elles
toujours au service des
entrepreneurs ?

PORTRAITS D'ENTREPRENEURS

Maryne Cotty-Eslous
Lucine, de la réponse
pharmacologique à la data

BORDEAUX MY BUSINESS

Social selling, fiscalité
immobilière, véhicule du
dirigeant, digitalisation...

8,90€ TTC



LE CONCEPT D'ADDICT PARIS EST NÉ EN 2014 DE L'IDÉE DE TROIS HOMMES.

Boris ALLAIN baigne dans le monde du travail depuis ses 15 ans, dans la banque et l'immobilier. C'est aussi l'un des franchiseurs de la chaîne de sport « Vita Liberté » qui propose des abonnements illimités à prix cassés. En 4 ans, Boris ALLAIN a ouvert pas moins de 100 centres en France. Il s'occupe activement du développement des salons Addict Paris sur le territoire.

Guillaume CHAPPARD est originaire de Saint-Raphaël, et est professionnel dans le monde de la coiffure. Dans l'aventure Addict Paris, il est le garant des franchises dispersées partout en France. Fort de ses 30 années d'expérience passées à Gradignan dans le domaine des franchises, il gère toute la qualité et le volume de production de chacune, lors de contrôles réguliers. La qualité du service client prime !

Laurent PIFFARD est à l'origine de la création d'Addict. A la tête d'un cabinet spécialisé dans la finance, il a remarqué à quel point les abonnements en salle de sport attiraient du monde. L'accès en illimité à des services séduit de plus en plus de personnes qui peuvent gérer leurs allées et venues librement. C'est ce qui lui a donné l'idée de développer ce système pour la coiffure, un concept inédit jusqu'alors.

CHANGER DE TÊTE À VOLONTE

L'idée « Addict Paris » a germé dans la tête de ces trois amis en 2014, en constatant le succès de la chaîne de salles de sport « Vita Liberté », dont Boris ALLAIN gère pas moins de 100 centres dans le Sud-Ouest de la France.

L'apparence compte pour chacun dans sa vie de tous les jours, au travail, en famille, et ce, de la tête aux pieds. En moyenne, les Français se rendent 6 fois par an dans un salon de coiffure, mais comme dans toute moyenne, certaines personnes y vont beaucoup plus régulièrement, d'autres beaucoup moins. Selon les prestations que l'on attend, le budget annuel consacré

Photographie : Clivack's Le Moulmier

BORIS ALLAIN COIFFURE ET LUXE EN ILLIMITÉ

Addict
PARIS

aux produits capillaires et aux visites chez le coiffeur augmente et reste parfois incompressible.

Basé sur un concept d'illimité, de qualité et d'accessibilité à tous, Addict Paris a pour vocation de proposer des abonnements à prix fixe à ses clients, sur l'année, basés sur les soins qu'ils veulent effectuer. Visite mensuelle, hebdomadaire ou visites illimitées, pour des brushings, mèches ou couleurs. L'objectif de ce salon est de s'adapter aux besoins de chaque client, pour lui proposer un prix défiant toute concurrence (en général 2 à 3 fois moins cher qu'une prestation seule dans un autre salon). Cependant, le prix et le concept plus attractifs ne signifient pas que les prestations seront de moins bonne qualité ! Boris, Laurent et Guillaume veulent que le salon soit haut-de-gamme, proposant les meilleurs produits de professionnel à des prix abordables. Ils veulent rendre le luxe accessible à tous.



LE CONCEPT SE CONCRETISE...

Le premier salon Addict Paris est inauguré dans le 8ème arrondissement de Marseille durant l'automne 2015, inspiré du modèle Nord-Américain : un salon proposant les soins, coupes et techniques, mais aussi un « shop corner » qui propose aux clients l'achat de produits capillaires de professionnels à petits prix, par exemple L'Oréal, GHD ou ING.

Quatre abonnements sont proposés dans ces salons :

L'abonnement pour homme : 9,90€ par mois pendant un an pour une visite mensuelle incluant un shampoing, une coupe ainsi qu'un séchage - 19,90€ pour les mêmes prestations mais en illimité.

L'abonnement pour femme (brushing) : 9,90€ par mois pendant un an pour une visite mensuelle - 29,90€ pour les mêmes prestations en illimité.

L'abonnement pour femme (couleur/mèches avec brushing) : 29,90€ par mois pendant un an pour une visite mensuelle - 49,90€ par mois pour les mêmes prestations mais en illimité.

L'abonnement pour femme tout compris (couleurs/mèches, shampoing, brushing) en illimité à 79,90€.

Le nombre d'adhérents est limité volontairement par les fondateurs pour permettre aux adhérents de pouvoir décrocher rapidement des rendez-vous selon

leur forfait. Pas d'attente dans les salons, du personnel dédié et expérimenté pour des soins de qualité et un accueil sur-mesure ! Le succès du premier salon a été tel que Guillaume CHAPPARD, Laurent PIFFARD et Boris ALLAIN ont décidé d'ouvrir d'autres salons, franchises et succursales partout en France, dont deux à Bordeaux (Saint-Médard et Sainte-Eulalie, ouvert début Juin 2016).

Pour animer et former les succursales, Addict Paris a engagé Valérie CONTRERAS, qui est la responsable commerciale de la chaîne en France.

Fort de ses armes dans les métiers de la mode et du luxe, avec une réputation d'excellence et de souci du détail Valérie accompagne les nouveaux salons du réseau dans la parfaite maîtrise des techniques, des gestes que les coiffeurs doivent effectuer lors de chaque étape des prestations.

Exigeant un service de qualité, Addict Paris recrute des coiffeurs et coiffeuses ayant déjà au minimum 5 ans d'expérience, et donc un certain niveau technique qui permet au salon d'augmenter sa productivité et d'offrir rapidement une prestation haut-de-gamme. Les clients apprécient un coiffeur qui est capable de les conseiller sur les choix de coupes ou de technique les plus adéquats, ou même les informer des tendances du moment.

Aujourd'hui Addict Paris souhaiterait ouvrir 20 salons par an, pour atteindre d'ici 2018 une centaine d'adresses à travers la France, dont 10% seraient des succursales.

S'IMPOSER AVEC UN SOUFFLE NOUVEAU

Si le concept est novateur et inédit, Addict Paris est confronté à de grands noms de la coiffure : Franck Provost, Pascal Coste, Jean-Claude Biguine qui proposent aussi des prix raisonnables.

Lorsqu'un client sait que le salon qu'il fréquente est de qualité et qu'il en sort satisfait, il n'ira pas spontanément ailleurs. Ce qui est souvent le cas avec de telles enseignes. Addict Paris doit donc se faire connaître et attiser la curiosité de ses clients en insistant sur l'abonnement et la rentabilité sur l'année, ainsi que la qualité haut-de-gamme qui concurrence largement ces grands salons qui sont présents partout.

Chaque année, au mois de Mars, ils participent au salon de la franchise qui a lieu à Paris. Un moyen de se faire connaître et d'inciter des personnes à ouvrir une franchise dans leur ville, mais aussi de voir les concurrents, déjà existants ou nouveaux présents en France. La moitié des franchiseurs Addict Paris sont des investisseurs et l'autre moitié des coiffeurs.

Faire la différence pour eux, outre le concept d'abonnement, c'est aussi former leurs futurs collaborateurs avec la création d'une école Addict sur Paris, qui forme en deux semaines aux techniques du salon. C'est également recréer un lien qui commençait à disparaître entre un coiffeur et son client : la marque souhaite qu'un salon soit proche de ses clients en limitant le nombre d'adhérents, afin que ces derniers soient détendus, et qu'une visite chez le coiffeur soit non plus un marathon presque chronométré, mais un moment de détente et de bien-être, juste pour eux.

Rétablir un tel sentiment favorise la construction d'un noyau dur de fidélisation, les clients viennent enfin par pur plaisir.

Alexandra Zwang

Audrey Kozaczka

Pour en savoir plus :
<http://www.addict-paris.fr>

