deyoo.

Salon de barbier de quartier

INTRODUCTION

Un salon de barbier de quartier, sur rendez-vous, deux fauteuils, tarif entre 20 et 25 euros la prestation. Le fondateur est barbier de métier, il connaît le geste. Ce qu'il ne sait pas encore, c'est à quel rythme de remplissage le modèle tient, et comment survivre aux premières semaines creuses sans clientèle constituée. C'est exactement ce que ce document résout.

VERDICT

> Le concept est solide et le marché le soutient. Le marché des barbiers enregistre une croissance de 6% par an, avec 1 617 établissements spécialisés en France affichant une dynamique deux fois supérieure à celle de la coiffure traditionnelle. Le positionnement sur rendez-vous est un différenciateur réel dans un secteur où la majorité des barbiers de quartier fonctionnent encore sans agenda structuré. Le tarif entre 20 et 25 euros est cohérent avec la facture moyenne de 21 euros pour les hommes hors revente de produits, mais il laisse peu de marge pour absorber les semaines creuses. La tension réelle du projet n'est pas le concept, c'est la courbe de montée en charge : le salon a des charges fixes dès le premier jour et un chiffre d'affaires qui se construit sur plusieurs mois. Le modèle est viable, à condition de calibrer précisément le seuil minimal de clients journaliers et de ne pas attendre que le bouche-à-oreille fasse seul le travail de remplissage.

VARIABLE CLE ET SEUILS

La variable dominante est le nombre de prestations réalisées par jour, tous fauteuils confondus. Une prestation dure en moyenne 30 à 45 minutes en barbier de qualité, ce qui donne une capacité théorique de 8 à 10 passages par fauteuil sur une journée de 8 heures, soit 16 à 20 passages possibles pour deux fauteuils. En pratique, un barbier seul sur ses deux fauteuils — en phase de démarrage — tourne autour de 6 à 8 clients par jour au réel, contre une moyenne nationale de 17 clients par jour pour un salon de coiffure établi. La marge nette par prestation est estimée entre 16 et 20 euros une fois déduits les consommables (produits, serviettes, entretien matériel), soit environ 20% du tarif en coûts variables directs, ce qui est conforme aux standards du secteur où la marge brute globale atteint 89,9%, la coiffure étant avant tout une activité de services. Les charges fixes mensuelles comprennent le loyer (variable selon la ville, estimé entre 800 et 1 500 euros pour un local de quartier), les charges sociales du dirigeant, l'assurance, les abonnements logiciel de réservation (15 à 50 euros, estimation standard), et les consommables fixes. Le seuil de rentabilité se situe autour de 150 à 180 prestations mensuelles pour un fondateur seul avec un loyer moyen.

CONSERVATEUR

2 420 euros CA mensuel

110 prestations × 22 euros = 2 420 euros ; 5 clients par jour, 5 jours par semaine : les premières semaines, sans clientèle constituée.

RÉALISTE

4 400 euros CA mensuel

8 clients par jour, 5 jours par semaine, tarif moyen à 22 euros, soit 200 prestations mensuelles. Niveau atteignable à 3-4 mois si les actions de visibilité locale sont en place dès l'ouverture.

AMBITIEUX

7 000 euros CA mensuel

2 fauteuils à 80% de taux d'occupation sur 6 jours, tarif moyen à 25 euros avec montée en gamme légère (coupe + barbe combinée), soit environ 280 prestations mensuelles. Les établissements spécialisés génèrent individuellement entre 75 700 et 300 000 euros annuels selon leur taille et positionnement, ce qui place ce scénario dans la fourchette basse des salons bien installés.

LES 5 PILIERS

Taux d'occupation quotidien
le nombre réel de clients par jour détermine directement si le salon couvre ses charges ou accumule un déficit, tout le reste en découle.

Fidélisation du premier client
33,6% des nouveaux clients reviennent après leur première visite, ce qui signifie que transformer une première visite en client régulier est le levier principal de croissance durable sur les 6 premiers mois.

Gestion des créneaux creux
le samedi concentre 35 à 40% de l'activité hebdomadaire tandis que les mardis et mercredis matin restent les périodes les plus calmes, ce qui impose une stratégie active pour remplir les plages faibles dès le départ.

Revente de produits
les produits de soin capillaire et barbe constituent un levier de marge complémentaire directement accessible dans le flux client existant, sans coût d'acquisition supplémentaire.

Positionnement prix-qualité perçue
à 20-25 euros, le salon se situe dans la zone de tension entre le barbier low-cost et le salon premium ; l'ambiance soignée est la seule variable qui justifie le tarif sans le rendre fragile face à la concurrence tarifaire.

ANALYSE

Le modèle sur rendez-vous est à la fois un avantage et un risque de démarrage. L'avantage est structurel : il élimine les temps d'attente, ce que la cible masculine valorise explicitement, et il permet de planifier les revenus. Le risque est que les premiers clients ne pensent pas à prendre rendez-vous pour un barbier, par habitude culturelle du passage spontané. Ce comportement est documenté dans le secteur : les salons sans file d'attente visible en vitrine attirent moins de clients impulsifs. Il faut donc compenser par une présence numérique locale forte dès l'ouverture, notamment Google Business Profile, qui est le premier point de contact réel pour un homme qui cherche un barbier dans son quartier sur mobile.

La question de la trésorerie de départ est le vrai enjeu opérationnel. La marge nette reste limitée entre 4% et 10% du CA dans la plupart des salons classiques, ce qui signifie qu'un salon en phase de montée en charge génère structurellement des pertes les premiers mois. En scénario conservateur (2 420 euros de CA mensuel), le salon ne couvre pas ses charges fixes si le loyer dépasse 800 euros. La durée critique est d'environ 3 à 5 mois, soit le temps de constituer un socle de clients réguliers. Le taux de fidélisation mensuel atteint 74% en moyenne nationale dans le secteur coiffure, ce qui signifie qu'une fois un client acquis, il revient. Le problème n'est donc pas la fidélisation, c'est l'acquisition initiale de masse critique.

Un angle souvent négligé dans ce type de projet : la gestion du mix prestation. Le fondateur parle de coupe et taille de barbe comme deux prestations distinctes, mais le barbier qui propose un forfait combiné coupe plus barbe à 35 euros augmente mécaniquement son panier moyen de 40 à 50% sans augmenter le nombre de clients. 92% des hommes âgés de 25 à 34 ans arborent une barbe, ce qui signifie que la quasi-totalité de la cible principale est éligible à ce forfait. C'est le levier de chiffre d'affaires le plus simple à activer sans coût supplémentaire. Par ailleurs, le taux d'attrition normal de la clientèle d'un salon de coiffure est d'environ 10%

par an, ce qui est faible et confirme que le secteur est naturellement récurrent une fois la clientèle constituée.

CONCLUSION

Ce projet a les fondamentaux pour fonctionner : un marché en croissance, un positionnement différenciant sur le service, et un fondateur qui maîtrise son métier. Le chiffre d'affaires global du marché français des barbiers dépasse 400 millions d'euros en 2025, avec des établissements générant individuellement entre 75 700 et 300 000 euros annuels selon leur positionnement. La viabilité à 12 mois dépend d'une seule chose : atteindre le seuil de 150 à 180 prestations mensuelles avant que la trésorerie de départ ne soit épuisée. Ce seuil correspond à 7 à 8 clients par jour en moyenne, cinq jours par semaine — c'est un objectif réaliste à 3-4 mois si les actions de visibilité locale sont enclenchées avant même l'ouverture. Les deux leviers prioritaires sont la présence numérique locale (le client barbier cherche d'abord sur Google Maps) et le forfait combiné coupe plus barbe, qui permet d'augmenter le CA sans augmenter le flux client.

ACTIONS

1. Créer et optimiser complètement la fiche Google Business Profile avant l'ouverture

Renseigner la catégorie "barbier", ajouter des photos du local en cours d'installation, activer la prise de rendez-vous directement depuis la fiche. Google Business Profile est le premier canal d'acquisition d'un barbier de quartier pour les recherches mobiles locales. Sous 30 jours, la fiche doit être indexée et apparaître dans les résultats locaux ; mesurer le nombre de clics sur "itinéraire" et "réserver" chaque semaine.

2. Calculer précisément le seuil de trésorerie nécessaire sur 4 mois et sécuriser cette somme avant de signer le bail

Poser les charges fixes réelles (loyer, charges sociales, consommables, logiciel de réservation), projeter le scénario conservateur sur 4 mois, et identifier le montant exact à avoir en caisse au jour 1. Ce calcul doit être fait avant la signature du bail, pas après, car c'est lui qui détermine si le projet se lance dans de bonnes conditions ou dans l'urgence financière. Résultat attendu sous 15 jours : un tableau de trésorerie mensuelle sur les 6 premiers mois.

3. Créer un forfait coupe plus barbe tarifé entre 33 et 38 euros et le mettre en avant comme prestation principale

Construire ce forfait comme l'offre centrale visible sur la vitrine, la fiche Google et les réseaux sociaux, pas comme une option secondaire. Ce forfait est immédiatement accessible à la quasi-totalité de la cible (18-45 ans avec barbe), il augmente le panier moyen de 40 à 50% sans rallonger le temps de service de façon significative. Sous 60 jours, mesurer la part de clients qui choisissent le forfait versus la prestation seule.

4. Lancer un système de prise de rendez-vous en ligne fonctionnel dès l'ouverture, avec rappel SMS automatique

Choisir un outil de réservation en ligne connecté à Google (Planity, Booksy ou équivalent, entre 15 et 50 euros par mois selon la formule) et configurer les rappels automatiques 24 heures avant chaque rendez-vous. Les rappels SMS réduisent le taux de no-show de 30 à 50% en moyenne dans le secteur coiffure, ce qui est critique quand chaque créneau non honoré représente une perte sèche. Résultat attendu : moins de 10% de créneaux non honorés dès le premier mois.

5. Identifier et contacter 10 entreprises ou bureaux situés dans un rayon de 500 mètres pour proposer des créneaux réservés en début de semaine

Les lundi et mardi matin sont les créneaux les plus creux dans le secteur coiffure-barbier. Proposer à des entreprises voisines un arrangement simple — créneaux dédiés sur ces plages horaires, éventuellement avec une légère remise sur volume — permet de remplir les heures mortes avec une clientèle régulière et prévisible. Sous 30 jours, obtenir 2 à 3 engagements concrets qui garantissent un minimum de 10 à 15 passages supplémentaires par mois sur ces créneaux.

Note méthodologique : les benchmarks sectoriels cités dans cette étude s'appuient sur les standards reconnus du secteur et servent de références indicatives pour situer le projet dans son écosystème. Ils méritent une validation terrain spécifique avant toute décision d'investissement.

POUR LA SUITE DE VOTRE PROJET

Souhaitez-vous être orienté ?

Un réseau d'accompagnement à la création, près de chez vous

Public ou associatif, gratuit ou presque. Il vous aide à structurer le projet avant de vous lancer.

- Chambre de métiers et de l'artisanat
  https://www.artisanat.fr/nous-connaitre/contactez-cma
- Chambre de commerce et d'industrie
  https://www.cci.fr/contact
- BGE
  https://www.bge.asso.fr/localiser-ma-bge/

Un financement pour démarrer

Prêt d'honneur sans intérêts ni garantie personnelle, garantie de prêt bancaire.

- Initiative France
  https://www.initiative-france.fr/je-me-lance/contacter-le-reseau-initiative-france.html
- France Active
  https://www.franceactive.org/reseau-territorial/

Un expert-comptable

Prévisionnel, choix du statut, création de la société, comptabilité.

- L-Expert-Comptable.com
  https://get.l-expert-comptable.com/partenaire/deyoo?detail_partenariat=001bS000019CnC9QAK

L-Expert-Comptable.com est un cabinet indépendant, partenaire de deyoo. Il n'est pas intervenu dans cette étude.

Les réseaux et financeurs cités ne sont pas partenaires de deyoo : les liens mènent à leurs pages officielles, et rien ne leur est transmis. Aucune de ces démarches n'est obligatoire.

ANNEXE

Sources consultées

Références externes consultées lors de la recherche (marché, concurrence, cadre réglementaire).

- Les chiffres clés du marché de la coiffure en 2023 MyHair
  https://www.fiducial.fr/MyHAIR/Blog/Les-statistiques-des-salons-de-coiffure-en-2023
- Le marché des barbiers en France : chiffres et statistiques
  https://modelesdebusinessplan.com/blogs/infos/marche-barbiers-france-chiffres
- Nombre de clients par jour pour un coiffeur (Sep 2025)
  https://modelesdebusinessplan.com/blogs/infos/nombre-clients-jour-coiffeur
- Coiffure : chiffres clés, tendances et évolutions du marché
  https://www.extencia.fr/coiffure-france-chiffres-tendances-2025
- Combien gagne votre coiffeur(se) - L'Essentiel de l'Éco
  https://lessentieldeleco.fr/4512-combien-gagne-votre-coiffeurse/
- Entreprise sans fautes: 11 idées pour augmenter le chiffre d’affaires d’un salon de coiffu…
  https://www.entreprise-sans-fautes.com/2014/04/11-idees-pour-augmenter-chiffre-affaires-salon-de-coiffure.html?m=1