

# Des hommes en couleur et en noir et blanc

Ils n'en parlent pas, ça ne se voit pas et, pourtant, ça change tout. La coloration au masculin est un phénomène encore confidentiel, mais un phénomène néanmoins.

JULIE LEVOYER

**TENDANCE** À en croire ce qui se dit dans les salons, les hommes se sont toujours teint les cheveux. Question de vocabulaire. « Ne leur parlez pas de coloration, encore moins de teinture, précise Alain, maître barbier de la rue Saint-Claude à Paris, mais plutôt d'estompe. » Bien sûr, ils n'y viennent pas spontanément ! 80 % d'entre eux sont initiés par leurs femmes ou orientés par leur coiffeur afin d'homogénéiser une chevelure grisonnante. Et puis, ils reviennent. Seuls. Pionniers, les hommes du spectacle, des médias et du monde des affaires, milieux où vieillir est interdit. Mais, depuis cinq ans, la démocratie est en marche et des chevelures de tous horizons s'agrémentent de pigments.

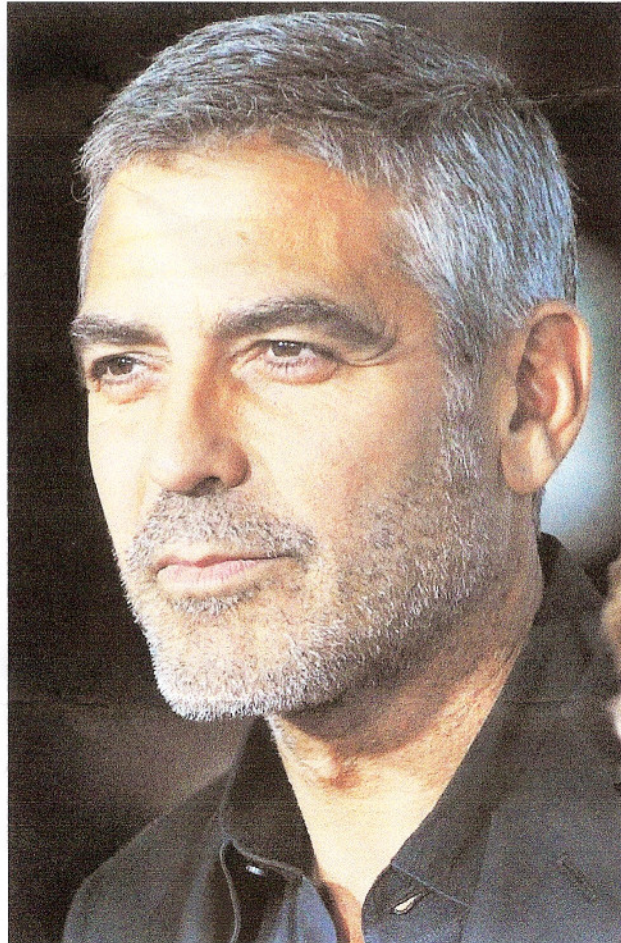
« Les politiques font partie de cette nouvelle mouvance, explique le coloriste Rodolphe Lombard, qui réalise 20 % de son chiffre d'affaires auprès de sa clientèle masculine, mais aucun ne veut porter les "stigmates" d'une coloration. » Contrairement aux femmes, les hommes ne veulent surtout pas que « ça se voie ». Ils franchissent le premier pas à l'aube de la quarantaine, quand leurs cheveux commencent à blanchir. « Les hommes ne se soucient pas de la mode », remarque Sébastien Dauvoil, barbier et responsable de l'Atelier Gentlemen à Montmartre. Pour eux, pas de tendance couleur, mais une volonté de naturel, de ton sur ton, de matité... Et surtout, le souhait de laisser quelques cheveux blancs. Ce qu'ils redoutent par-dessus tout, c'est l'effet casque, la coloration radicale, qui vire au marron. Ou pire, à l'orange ! « Il faut travailler tout en transparence, sans camouflage, décrypte le coloriste Christophe Robin. Cette génération ne cultive pas le jennisme à tout prix. » Et quand on leur demande quel est leur idéal capillaire, les professionnels sont unanimes : George Clooney et son poivre et sel, gage d'une maturité épanouie.

Il y a dix ans, les propositions pour les hommes étaient inexistantes. Les coiffeurs devaient bidouiller à partir des formules destinées aux femmes. « Passés les premiers jours, le soleil, la piscine ou les sports sur les plateaux télé faisaient dégorger la couleur », se souvient Christophe Robin, qui a travaillé sur le prochain lancement Excell 5 chez L'Oréal. À l'époque, les colorations finissaient invariablement par charbonner. Au fur et à mesure des applications, le cheveu s'oxydait et le produit devenait trop couvrant. Il incombait aux coiffeurs de faire preuve d'inventivité. « Je diluais les produits traditionnels dans de l'huile capillaire », se rappelle Rodolphe Lombard.

## « Comme un coup de jeune »

Depuis trois ans, les formules s'allègent en ammoniaque et prennent plus rapidement, sans couvrance. Et surtout, elles respectent les cheveux, une priorité pour les hommes souvent terrorisés à l'idée de les perdre. « Ces progrès coïncident bien avec la demande, souligne Alain. D'ailleurs, il n'y a qu'à voir l'offre en supermarché. Schwarzkopf fait même de la pub à la télé. » Désormais, le marché est au point et répond aux besoins de chaque catégorie socioprofessionnelle. « Un PDG ne veut pas passer plus de vingt minutes au salon, lavage compris », explique le spécialiste. Pour eux, les estompeurs, une catégorie de shampooings qui agissent en cinq minutes, Rolex en main. Leur rapidité et le fait que leur couleur s'en va en un mois au fil des lavages, sans laisser de racines, ont fait le succès de ces formules.

Côté médias, les demandes sont différentes. « Ces clients-là sont prêts à y consacrer une matinée entière mais exigent un travail d'ultraprecision », poursuit Rodolphe Lombard. Ils sont traités avec des colorations très peu oxydantes, qui n'ouvrent pas les écailles de la fibre capillaire mais s'y déposent, à l'extérieur. Les pigments



centrés grisent les cheveux blancs pour les saler et les poivrer. Tout le monde s'accorde là-dessus : la coloration pour homme n'est plus une opération délicate. D'ailleurs, les principaux intéressés sont les premiers surpris. « Personne n'analyse pourquoi mais tout le monde remarque

comme un coup de jeune », entend-on régulièrement... À condition, bien sûr, de maîtriser les outils. « La technique n'est pas la même que pour les femmes, c'est en le secret », insiste Alain. À chaque cas, ses astuces : diffuser un peu de produit à certains endroits de la chevelure et

l'étaler au peigne pour un rendu aéré ou bien effleurer certains cheveux, à l'aide d'un peigne à sourcils et d'une loupe... Conquis, tout acquis et bien plus fidèles que les femmes, les hommes disposent désormais d'une arme subtile dans la course contre le temps. ■

Le poivre et sel de George Clooney correspond à l'idéal capillaire des professionnels.  
JDN KOPALDFF / FLMMAG.COM

## ADRESSES PARISIENNES

Colorat par Rodolphe  
Coloration au pinceau à sourcils, 125 €, 26-28, rue Danielle-Casanova, 75002 Paris.  
Tél. : 01 42 61 46 59.  
Site : www.coloreparodolphe.com.

Christophe Robin  
Coloration au peigne, 250 €, Hôtel Maurice, suite 128-129, 228, rue de Rivoli, 75001 Paris.  
Tél. : 01 40 20 02 83.  
Site : www.chrisrobin.com.

Alain, maître barbier  
Coloration au pinceau, pinceau ou applicateur, prix sur devis, 8, rue Saint-Claude, 75003 Paris.  
Tél. : 01 42 77 55 80.  
Site : www.maitrebarbier.com

L'Atelier Gentlemen  
Coloration au peigne, à partir de 25 €, 17, rue Caulaincourt, 75018 Paris.  
Tél. : 01 42 52 54 79.  
Site : http://lateliergentlemen.com



De gauche à droite, le salon Joël Villard, les boutiques de cosmétiques NoPeg et Mademoiselle Bio. DR



## EN BREF

### L'art de la coloration

Joël Villard, le talentueux coloriste de la rue Bellechasse à Paris, vient de s'installer, à quelques pas de là, dans un nouveau salon rue de Saint-Simon. Un espace intimiste de 80 m<sup>2</sup>, qui se déploie sur deux

niveaux, avec six postes de travail (dont deux cabines privées) dans un décor apaisant de gris et de taupe. Et toujours ce qui fait le charme de cette adresse chic et discrète : la presse féminine internationale, le thé Aveda à la réglisse et à la menthe et l'incroyable massage de tête de Monique. Un bel écrin pour la marque américaine Aveda et ses lignes Shampoo, Damage Remedy, Rosemary Mint, etc., auxquelles le professionnel est fidèle depuis quinze ans, pour leurs ingrédients naturels respectueux de la fibre capillaire. Mais on trouve aussi en rayons tous les soins pour le visage et le corps de cette marque inspirée de l'Ayurveda. Le credo de Joël ? La coloration « semi-naturelle », allégée en composants

chimiques, dans des nuances qui copient la nature mieux qu'aucune autre. A découvrir sans tarder. L.P.  
Joël Villard, 16, rue de Saint-Simon, 75007 Paris. Tél. : 01 45 55 85 69.  
Coloration, brushing : à partir de 110 €.

### Beauté bio

Cela n'a échappé à personne, le nombre de marques de cosmétiques bio a doublé en quelques années. Si certaines jouent des coudes dans les magasins bio ou en pharmacies, la plupart sont vendues sur Internet, faute de place dans ces circuits de distribution traditionnels, mais également faute de moyens. Violette Watine, fondatrice du site mademoisellebio.com, leur consacre depuis peu une boutique du

même nom qui concilie écologie et bien-être, à l'image des marques qu'elle présente. Elle a fait appel à une spécialiste du feng shui qui a optimisé l'espace et à un écocrepreneur qui utilise des peintures écologiques et des matériaux naturels. Un véritable lieu de vie et d'apprentissage, comme chez NoPeg : 100 m<sup>2</sup>, au décor contemporain et organique, composé d'un point de vente, de cabines de soins et d'une bibliothèque qui invite à la relaxation et à la réflexion. Frédéric Fabiani, son créateur, explique : « Le marché des cosmétiques bio évolue, les marques s'engagent sur des résultats, pratiquent de nombreux tests et sont aussi exigeantes sur le design des produits que sur les textures et les actifs qu'ils contiennent.

C'est ce que j'appelle la "haute cosmétique bio". Pour offrir une vision plus claire de ces soins haut de gamme, il fallait un lieu avec des conseillers qui font progresser le consommateur en expliquant la biochimie des produits, les principes de précaution, la provenance des ingrédients. Avec son univers à la fois éthique et glamour, NoPeg inaugure un nouveau circuit de distribution, le « sélectif bio ».

M.L.-H.

Mademoiselle Bio, 1, place de l'École-Militaire, 75007 Paris.  
Tél. : 01 45 51 52 70.  
NoPeg, 69, rue d'Argout, 75002 Paris.  
Tél. : 01 42 33 15 54.