

CHAPITRE 1

LES SOURCES DOCUMENTAIRES

Outils et techniques d'information et communication



LE FESTIVAL COIFFURE BEAUTÉ MEDITERRANÉE LE RENDEZ-VOUS DU PRINTEMPS

Cette année, le Festival Coiffure Beauté Méditerranée fête sa 29^e édition et s'agrandit. Devenu un rendez-vous incontournable du marché de la coiffure, le festival prend de l'ampleur et joue dans la « cour des grands ».

par Brigitte Dubois - photos : Pascal Lard

3 QUESTIONS À OLIVIER SITTON, ORGANISATEUR DU FESTIVAL

1. Cette année, le Festival se déroule à Marseille, pourquoi ?
C'est un concours de circonstance plutôt « heureux », dirions-nous. Le Festival était installé à Aix, au Palais, mais celui-ci est en travaux et il a fallu un nouveau lieu d'accueil. C'est tout naturellement que j'ai pensé à Marseille où le Festival s'était déroulé en 2008 et 2009. Et c'est tant mieux, car Marseille nous permet d'accueillir plus d'exposants et d'aménager les espaces différemment, de façon plus agréable pour les visiteurs. Marseille est la 2^e ville de France. C'est une ville dynamique, qui bouge, facile d'accès, desservie par le TGV ce qui est important pour un festival qui a accueilli l'année dernière 30 départements.

2. Dites-nous ce qui nous attend...
Cette année, nous avons presque triplé la surface du Festival. C'est une année incroyable pour nous ! Les exposants viennent avec de beaux et grands stands et l'ensemble y aura, de fait, rien à voir avec la précédente édition. L'agencement du Palais des Congrès de Marseille s'y prête plus. Dans les salles annexes se dérouleront les concours et les conférences. Toute la partie show, quant à elle, se déroulera sur le même niveau dans un amphithéâtre de 1200 places assises dans de vrais fauteuils avec une belle et grande scène.

3. Pourquoi n'y rendre ?
Le Festival Coiffure Beauté Méditerranée se positionne cette année comme le 2^e événement professionnel de la coiffure en France après Paris. Les marques vont être largement représentées puisque 15 maisons mères de produits professionnels exposent. Le lieu se prête très facilement entre la scène et l'espace commercial. De grands coiffeurs sont à découvrir ou redécouvrir sur scène et de beaux moments sont prévus.

LES DATES
12 et 13 mars 2017

LES TARIFS
L'espace exposition est accessible sur invitation auprès de votre fournisseur habituel.
L'espace show est payant
50 euros sur place
40 euros en prévente ou sur présentation de l'invitation.
Moitié prix pour les étudiants.

LE LIEU
Palais des Congrès de Marseille
Parc Chanot
Boulevard du Prado 13009 Marseille
Station de métro devant l'entrée principale

LES HORAIRES
Dimanche - 9h30 / 19h
Lundi - 9h30 / 17h
Plus d'infos et prévente sur :
www.coffurebeaute.net

PROGRAMMATION
Au moment de la mise sous presse, sous réserve de modifications.

DIMANCHE 12 MARS	LUNDI 13 MARS
10h30 - 11h00 Loris Hug pour Schwarzkopf Professional	9h30 Début des Concours
11h05 - 11h45 Eric Magna, Alexandre Serio, Loïc Hazelet pour Revlon Professional	10h30 - 10h30 Fondation Guillaume Intercoiffure
11h50 - 12h30 Vincent Houbault pour Davines	10h35 - 12h05 Les Coiffeurs Toulousains
12h25 - 12h55 Stéphane Amaru pour Dikast	12h10 - 12h40 Med's Hair Paris
14h00 - 14h30 Iwan Mestour pour Keune Harco cosmetics	12h45 - 13h15 Laurent Athias pour le Salon Rouge
14h35 - 15h15 Sébastien Bourdon pour Eugène Perma Professional	14h00 - 14h30 Eric Maurice pour Jacques Sebán
15h10 - 15h40 William Le Pic pour Labél coiffure	14h35 - 15h15 Stevens Outh pour He-San
15h45 - 16h15 Patrick Ahmed Biot pour Wella Professionals	15h10 - 15h40 Sup Hair Star Factory
16h20 - 16h50 Christophe-Nicolas Biot pour Wella Professionals	15h45 - 16h15 Thierry Etienne pour le Barber's Meeting et les Hommes ont la classe
16h55 - 17h25 Nelson Gérard Laurant pour L'Oréal Professional	16 h30 Remise des prix des concours

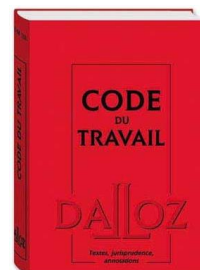
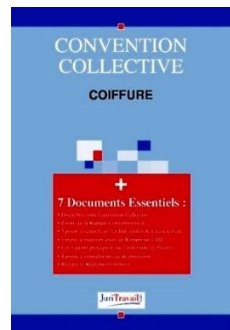
Contexte professionnel

Dans toute activité professionnelle, il est impératif de se tenir continuellement informé. La profession évolue très vite, les marques proposent des collections printemps-été et automne-hiver pour promouvoir les nouvelles collections et les nouveautés produits. En coiffure, les sources d'information sont multiples, le coiffeur peut s'informer à la fois auprès d'organismes professionnels, sur le web, auprès des fournisseurs, de la presse professionnelle, d'émissions télévisées, de son franchiseur ou encore lors de stage de formation.

Objectifs intermédiaires

Identifier les types d'informations apportées par les différentes sources documentaires et présenter leurs intérêts respectifs.

Techniques professionnelles, informations économiques, juridiques, commerciales ou événementielles, Il existe différentes sources d'information pour un salon de coiffure.



Chambres de Métiers
et de l'Artisanat

Picardie

A) PRESSE PROFESSIONNELLE :

Les coiffeurs ont à leur disposition un large choix de revues qui leur permettent de garder le contact avec la mode.

Ces presses sont diffusées de façon hebdomadaire, mensuelle ou trimestrielle.

- **Types d'informations apportées :**

- Présentation et explication des dernières techniques (coupes, chignons, colorations, etc.)
- Nouveauté produits, techniques et mobiliers.
- Rassemblement professionnel (séminaires, concours...)
- Actualité fiscale (grille de salaire, taux du SMIC...)
- Actualité sociale (retraite, mutuelle, convention collective...)
- Formation professionnelle (nouveautés)
- Interview de professionnel, d'élèves, de professeurs
- Vente par correspondance
- Vie d'un salon
- Petites annonces, offres d'emploi, ventes de salons...

- **Exemple de presse professionnelle :** L'éclaireur des coiffeurs, Coiffure de Paris, Biblond .



- **Leurs intérêts respectifs :**

Ce sont des magazines indispensables pour être au courant de l'actualité du métier de la coiffure.

Ils informent le professionnel sur l'évolution des produits, les nouveautés, les dernières tendances de la mode ...

Presse professionnelle suite...

On distingue également les presses techniques professionnelles.

Les livrets techniques sont distribués par les sociétés de produits capillaires.

- **Types d'informations apportées :**

- Le nom et la marque des produits
- Les avantages des produits
- Leurs utilisations (mode d'emploi)
- Des informations techniques
- Des conseils et des idées pour leurs applications

- **Leurs intérêts respectifs :**

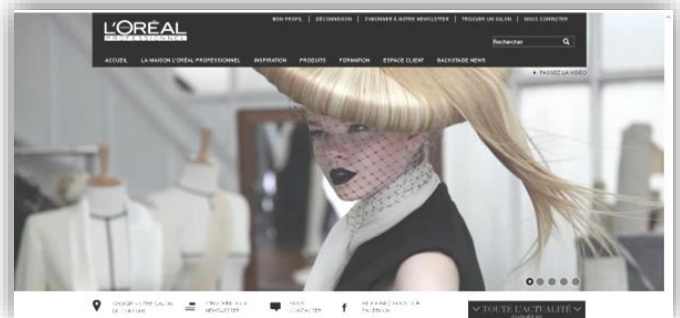
Ils permettent d'informer les coiffeurs sur les caractéristiques d'un produit et la procédure à suivre pour l'utiliser ainsi que les protocoles pour les techniques.



B) BANQUE DE DONNÉES (SITE internet) :

- **Types d'informations apportées :**

- Présentation des produits
- Mode d'emploi
- Conseils techniques
- Vidéos
- Dernières collections



- **Quelques adresses de site :**

L'Oréal professionnel : <http://www.lorealprofessionnel.fr/>

Indola: <http://www.indola.com/fr/>

Schwarzkopf: <http://www.schwarzkopf-professional.fr/>

Eugene Perma : <http://www.eugeneperma.com>

- **Leurs intérêts respectifs :**

Plus rapide que la presse.

Ils permettent de trouver toutes les informations sur le métier, les produits, la réglementation.

C) DOCUMENTS PUBLICITAIRES :

Les documents publicitaires visent à vanter les mérites d'un produit ou d'un nouveau service.

La publicité peut se décliner dans les journaux, à la radio, sur les prospectus.

Elle peut aussi prendre la forme de PLV (Publicité sur le Lieu de Vente) fournie par le fournisseur ou le franchiseur, destinée à encourager les clients à acquérir ces nouveaux produits et ou services.

Les posters et PLV

Offerts aux coiffeurs par les sociétés de produits capillaires lors des achats de colorations, shampooings, produits de coiffage...



- **Types d'informations apportées :**

- Nom du produit
- Marque
- Présentation et conseil d'utilisation

- **Leurs intérêts respectifs :**

- Ils ont pour but la promotion d'un produit ou d'une gamme dans le but de la faire connaître et la mettre en avant.
- Les mannequins présentés sont généralement des mannequins sur lesquels ont été utilisés les produits en question.
- Ils ont un aspect totalement publicitaire avec l'intitulé du produit et la marque de référence.
- Ils permettent aussi de décorer le salon de coiffure

Les catalogues des fournisseurs pour coiffeurs :

- **Types d'informations apportées :**

- Présentation de tout le matériel de coiffure (outils, linges, mobilier...)
- Tarifs
- Qualité (exemple : matériels utilisés pour la fabrication d'une paire de ciseaux)



- **Leurs intérêts respectifs :**

Ils permettent aux coiffeurs de choisir tranquillement les différents achats dont ils ont besoin, en comparant la qualité et les tarifs proposés par chaque fournisseur.

Les DVD :

- **Types d'informations apportées :**

- Démonstrations techniques (coupes, colorations, mèches, chignons...)
- Présentation des nouvelles tendances
- Défilé lors de manifestation comme le mondial coiffure beauté ou beauté sélection.

- **Leurs intérêts respectifs :**

Permettre aux coiffeurs qui ne peuvent pas se rendre à des stages ou des manifestations professionnelles de se former aux nouvelles techniques, connaître les nouvelles tendances.

D) Les documents techniques/ juridiques

Certaines informations se trouvent dans des documents officiels.

Les entrepreneurs peuvent trouver des documents techniques auprès des Chambres des métiers, des chambres de Commerce et de l'industrie (CCI) ; d'organismes professionnels comme la FNC (Fédération nationale de la Coiffure) ou l'UNEC (Union Nationale des Entreprises de Coiffure).

Les CCI et les chambres des métiers diffusent des informations sur les modalités de création d'entreprises, exemple : aide à l'installation, étude de marché, financement. Elles proposent également des formations pour les dirigeants et le personnel.

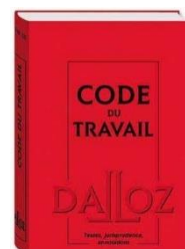
Les organismes professionnels comme le FNC permettent de suivre l'actualité du secteur à la fois économique, législative et événementielle (ex : mondial de la coiffure, beauté sélection).

- **Types d'informations apportées :**

- Droit du travail
- Les statuts et créations d'entreprises
- Informations sur le marché de la coiffure (les chiffres de la coiffure)

- **Exemple de documents techniques /juridiques : la convention collective, le Code du travail**

Lien : <http://www.juritravail.com/convention-collective.html>



- **Leurs intérêts respectifs :**

- Respecter la réglementation relative à la profession, se former et s'informer.

Nom _____ Date : _____ Évaluation sommative Note /12 /20

Séquence : outils et technique d'information et de communication.

Séance : les sources documentaires



Il existe plusieurs sources documentaires afin de se tenir informés et être en règle.

1. Compléter les tableaux ci-dessous :

Type de sources	➤
Informations recueillies	➤
	➤
Intérêt	➤

Type de sources	➤
Informations recueillies	➤
	➤
Intérêt	➤

Type de sources	➤
Informations recueillies	➤
	➤
Intérêt	➤