

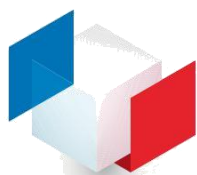
PROJECTEURS

L'éclairage indispensable
pour préparer votre projet



octobre 2018

● Ouvrir un salon de toilettage



AGENCE FRANCE
ENTREPRENEUR

afecreation.fr

PROJEC TEURS

● de toilettage
Ouvrir un salon

Ce dossier a bénéficié de quelques remarques du Facco, Chambre syndicale des fabricants d'aliments préparés pour animaux familiers.



AVERTISSEMENT IMPORTANT

- En application du Code de la propriété intellectuelle, IL EST INTERDIT DE REPRODUIRE intégralement ou partiellement ce document, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite de l'AFE. Pour toute demande : www.afecreation.fr



AGENCE FRANCE
ENTREPRENEUR

PROJECTEURS

EN BREF

4

1 | DÉFINITION DE LA PROFESSION

5

2 | ÉLÉMENTS DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

7

3 | MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

16

4 | ÉLÉMENTS FINANCIERS

18

5 | RÈGLES DE LA PROFESSION

20

6 | CONTACTS ET SOURCES D'INFORMATION

22

7 | BIBLIOGRAPHIE

23

3



MISES EN GARDE

1. Dossier réalisé par l'AFE et certains organismes professionnels. Malgré tout le soin apporté à sa réalisation, nous ne pouvons garantir les informations dans le temps et nous déclinons toute responsabilité quant aux conséquences résultant de leur usage ou d'erreurs éventuelles.
2. Le dossier ne constitue pas une méthodologie de création ou de reprise d'entreprise (ex. : les aides à la création d'entreprise ne sont pas traitées). Seules sont analysées les spécificités d'une profession (ex. : les aides pour l'édition de jeux vidéo). Ainsi, pour répondre à des questions d'ordre général sur la méthodologie de la création (étude de marché, comptes prévisionnels, aides et financements, structure juridique, formalités, etc.), reportez-vous au site Internet de l'AFE : www.afecreation.fr

La France compte 7 millions de chiens et 13 millions de chats.

Le marché des animaux de compagnie reste bien orienté à la hausse. En dix ans, sa taille a été multipliée par 1,5. Les nouvelles tendances du secteur concernent les soins (spa, aromathérapie, massages...) ou les services (studio photo, nourriture ciblée, produits haut de gamme ou discount...).

Le meilleur ami de l'homme est en train de devenir le meilleur ami des commerçants, car les propriétaires dépensent de plus en plus pour leur santé et leur bien-être. En effet, ils souhaitent que leurs animaux, à leur image, bénéficient d'une alimentation saine et de soins de qualité. L'augmentation du budget alloué aux animaux s'accompagne d'une plus grande exigence de la part des propriétaires de chiens et chats. La qualité dans les salons de toilettage doit donc être, en proportion, au rendez-vous, car malgré la hausse du budget global, le chiffre d'affaires lié au toilettage n'est pas garanti.

La reprise d'une activité peut être une opportunité à ne pas négliger, car le maillage du territoire en salons est déjà bien dense : beaucoup de toiletteurs s'installent puis disparaissent, ce qui explique le *turn-over* important dans la profession.

CHIFFRES CLÉS

Nombre d'entreprises	Créations annuelles	Investissement de départ
Environ 6 000 salons de toilettage.	400 à 500 créateurs ou repreneurs, tandis que 200 à 300 toiletteurs arrêtent leur activité chaque année.	15 000 € à 20 000 € pour l'équipement et le stock.

ACTIVITÉS

Il s'agit de procéder, sur la fourrure, le poil et la peau, généralement d'un chien, à différentes opérations de toilettage et d'entretien. Chaque race ayant ses propres standards morphologiques et esthétiques, et possédant également sa propre qualité de poils, ceci implique des méthodes de travail différentes, adaptées aux poils longs, mi-longs, courts, lisses, frisés, durs, de soie ou de coton. Le toilettage consiste à mettre en valeur le chien suivant les standards de sa race, à sculpter le poil de façon à faire ressortir les qualités du chien et à cacher ses défauts morphologiques.

Le toiletteur est un artisan, le toilettage est donc un art. Il consiste en des opérations de base pratiquées sur toutes les races : hygiène corporelle et soins dits de beauté, élimination des poils morts, des odeurs, nettoyage des oreilles, des glandes anales, coupe des ongles. Soit encore peigner, tondre, brosser, laver, épiler, sécher... Mais le toilettage existe également pour les chats, furets et rongeurs, avec des techniques différentes.

Il s'agit également de prodiguer des conseils en tout genre au maître de l'animal, portant sur l'entretien, l'alimentation, la reproduction, l'éducation, l'achat de chiots, les garderies, la cosmétologie... Il faut être en mesure de détecter des problèmes physiques ou psychologiques chez l'animal, qui sera ensuite orienté vers un spécialiste.

Enfin, assurer la vente d'aliments ciblés et d'accessoires (coussinerie, cages de transport, produits de soins, laisses, colliers, aliments...) est un complément indispensable à l'activité.

L'activité est plus intense entre les mois d'avril et octobre, avec également une pointe au mois de décembre avant les fêtes de fin d'année.

5

APTITUDES

Être professionnel et posséder une formation adéquate : le syndicat SNPCC préconise un minimum de six mois de formation pratique, renforcée par de la théorie et de la technologie, qui seraient dispensées au cours de la formation au toilettage ou ajoutées aux six mois de base.

Le toiletteur doit aussi faire preuve de psychologie, de tact, de gentillesse et de patience, tant à l'égard des maîtres que de leurs compagnons favoris. Il prodigue ses conseils.

Autres aptitudes : la connaissance des différentes races, le sens de l'esthétique. Le métier peut présenter certaines contraintes physiques ; par exemple, il ne faut pas craindre d'être en contact avec les puces ! Il faut enfin savoir se remettre en question, car le toilettage évolue : se former souvent est un impératif.

Le sens du commerce est indispensable : c'est la vente de produits qui permet la rentabilité.

Un reportage sur le métier de toiletteur est consultable sur le site consacré aux métiers de l'artisanat : www.artisanat.info.

Le métier de toiletteur d'animaux demande robustesse, bon équilibre nerveux, sympathie pour les animaux, fermeté et douceur. Contre-indication : allergie aux poils.

L'activité exige une station debout fréquente et une certaine force physique pour porter, déplacer ou immobiliser les animaux. Les horaires sont réguliers. Le toiletteur doit respecter des règles d'hygiène et de sécurité.

Codes APE de la NAF

L'activité est classée parmi les autres services personnels (ex-code NAF 930N - autres services personnels). Depuis le 1er janvier 2008, une nouvelle nomenclature est applicable aux services pour animaux de compagnie (hébergement, soins et dressage) : 96.09Z, autres services personnels nca (non communiqués ailleurs). Le toiletteur n'a toujours pas de code spécifique.

Source : www.insee.fr

Cette sous-classe comprend :

- les activités des astrologues et des spirites ;
- les activités liées à la vie sociale, par exemple les activités des hôteses, des agences de rencontres et des agences matrimoniales ;
- les activités des psychologues auprès des particuliers, hors conseil à vocation thérapeutique ;
- les activités des sophrologues auprès des particuliers, hors conseil à vocation thérapeutique ;
- les services pour animaux de compagnie : hébergement, soins et dressage ;
- les services de recherche généalogique ;
- les activités des studios de tatouage et de perçage corporel ;
- les services des cireurs, des porteurs, des préposés au parage des véhicules, etc. ;
- l'exploitation de machines de services personnels fonctionnant avec des pièces de monnaie (photomats, pèse-personnes, appareils de mesure de la tension artérielle, consignes à pièces, etc.).

LE MARCHÉ

Les animaux de compagnie

Selon la dernière enquête Ipsos, la France compte 63 millions d'animaux domestiques, presque autant que d'habitants. Chats, chiens, mais aussi oiseaux, poissons, petits mammifères... Avec une nette préférence pour les chats, au nombre de 13 millions, contre 7,3 millions de chiens.

En dix ans, le statut de l'animal de compagnie a énormément changé, il fait maintenant souvent partie de la famille. Et les propriétaires dépensent de plus en plus pour le bien-être de leur animal.

La passion des Français pour les animaux reste une valeur sûre

49,5 % des foyers français possèdent aujourd'hui un animal familier, soit près d'un foyer sur deux. En dix ans, la population féline a bondi, passant de 10 millions en 2006 à près de 13,5 millions en 2016. Dans le même temps, la population canine a baissé jusqu'en 2014. Depuis cette date, la tendance s'inverse, et le nombre de chiens a augmenté de 1 % entre 2014 et 2016, pour arriver à 7,3 millions.

D'après l'enquête Facco/Kantar TNS conduite à l'automne 2016 auprès de 14 000 foyers français (réalisée tous les deux ans), le marché des animaux de compagnie reste dynamique, il suit les modes de vie.

Lors de la sortie de l'enquête, Nelly Papapanayotou, directrice chez Kantar TNS, soulignait : *"Dans un contexte de crise, l'animal est de plus en plus plébiscité, car il permet d'oublier ses petits problèmes quotidiens et de contrer la solitude."* Ceci est d'autant plus vrai pour le chat et le chien assimilés à un ⁷ compagnon par plus de 60 % des foyers possesseurs, voire à un membre de la famille pour 59,7 % des possesseurs de chiens et 49,5 % des possesseurs de chats.

Source : [enquête Facco/Kantar TNS 2016](#)

Les salons de toilettage

D'après l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat (APCMA), le nombre de salons de toilettage a augmenté de 60 % en quinze ans.

"Pour les 6 000 salons de toilettage, les professionnels de l'éducation et de l'hébergement animal, le marché est aujourd'hui conséquent : 4 à 5 milliards d'euros, dont près de la moitié pour les chiens. S'ils acquièrent un animal de race chez des éleveurs, les maîtres sont d'autant plus sensibilisés à l'importance d'un toilettage correct, d'une éducation canine avec des méthodes positives, et d'un service de pension de qualité où ils pourront, en leur absence, s'assurer de l'aisance de leur animal", note Anne-Marie Le Roueil, présidente du Syndicat national des professions du chien et du chat ([SNPCC](#)).

Source : [Le Monde des artisans mai/juin 2018](#)

Quelques données :

- Environ 200 toiletteurs exercent à domicile ou en animalerie.
- Près d'un quart des foyers français possède un ou plusieurs chiens.
- Environ 10 % possèdent des chiens de race nécessitant un toilettage régulier.
- Quelques personnes exercent dans un camion ambulant.

N. B. Il existe bien un rapport de branche sur les entreprises qui dépendent de la convention collective des fleuristes, vente et services des animaux familiers (dont le toilettage), mais il ne permet pas de dégager des chiffres sur les salons de toilettage.

ffaf.fr/infos-fleuristes/rapports-de-branche

ÉVOLUTION DU SECTEUR

Les animaux et les dépenses de consommation

Ce marché est plutôt prospère, notamment grâce à la vente des produits d'alimentation. Il comporte aussi la vente d'accessoires, les soins et l'hygiène.

En 2017, le marché de l'animal de compagnie a progressé de 2,9 % :

- plus de 7 millions de chiens en France ;
- plus de 13 millions de chats en France ;
- budget global annuel pour un chien : 236 €, dont 78 % dans l'alimentation, et 7 % pour l'hygiène et les soins (soit une dépense annuelle de 16 €) ;
- budget global annuel pour un chat : 144 €, dont 76 % dans l'alimentation, et 19 % pour l'hygiène et les soins (soit une dépense annuelle de 28 €) ;
- 52 % des Français dépensent plus de 500 € pour la santé de leur animal.

Source : dossier de presse Expozoo 2017

En dix ans, la taille du marché de l'animal de compagnie a été multipliée par 1,5. Ce secteur est un des secteurs les plus dynamiques du commerce de détail et un des plus porteurs du secteur non alimentaire.

Car les logiques d'achat des consommateurs ont changé. D'achats "utilitaires" pour répondre aux besoins primaires de l'animal, la demande des consommateurs est de plus en plus perfectionnée et complexe, car elle intègre de nouveaux paramètres (santé, sécurité, esthétisme et praticité). Pour répondre à tous ces nouveaux besoins de l'animal, le consommateur achète plus souvent, et donc dépense plus, car le marché est monté en gamme...

8

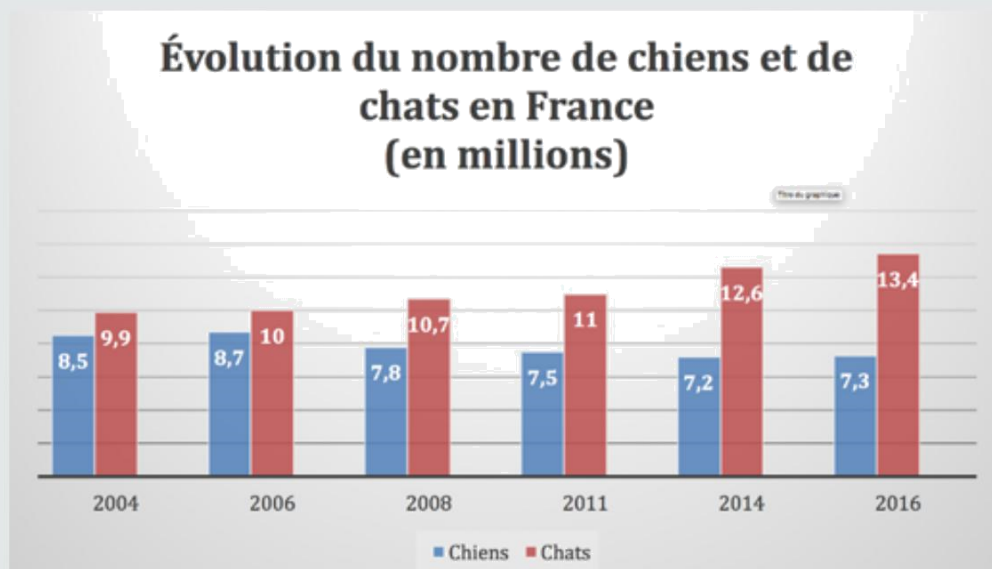
Chiffre d'affaires TTC du marché de l'animal de compagnie en milliards d'euros

	2008	2010	2012	2014	2016	2017
Valeur en milliards d'euros	3,32	3,58	3,96	4,29	4,55	4,66

Source : Promojardin

Les dépenses de toilettage pour les animaux familiers représentent quelque 150 millions d'euros et augmentent également, ainsi que celles consacrées aux accessoires. Toutefois, on note une diminution de la vente de produits (soins ou alimentation) vendus dans les salons de toilettage, qui souffrent à cet égard de la prolifération des grandes surfaces animalières.

Les Français et leurs animaux : les chats séduisent de plus en plus. La population féline poursuit son ascension alors que celle des chiens se stabilise après plusieurs années de décroissance.



Salons de toilettage

À côté des 2 500 animaleries, les salons de toilettage ont connu une rapide expansion : 1 800 en 1985, 2 500 en 1990, 5 200 environ en 2010, sans compter les salons intégrés dans les animaleries ou jardineries (voir la rubrique "Concurrence"). À ce jour, on compterait environ 6 000 salons.

CLIENTÈLE

Le profil type des possesseurs

Selon l'étude Facco/Kantar TNS 2016, 49,5 % des foyers français possèdent au moins un animal, et 42 % au moins un chien ou un chat. Le nombre moyen d'animaux possédés est stable : 1,29 chien et 1,61 chat.

Les foyers de plus de trois personnes constituent l'habitat principal des chiens et des chats.

Chiens (en 2016) :

- foyers possédant au moins un chien : 20,2 %
- foyers de trois personnes et plus : 46,6 %
- en maison individuelle : 82,5 %
- en habitation avec jardin : 80,5 %

Chats (en 2016) :

- foyers possédant au moins un chat : 29,7 %
- foyers de trois personnes et plus : 41,3 %
- en maison individuelle : 70,8 %
- en habitation avec jardin : 68 %

37,6 % des propriétaires canins habitent dans une commune de moins de 20 000 habitants, contre 23,6 % dans une agglomération de plus de 100 000 habitants.

Répartition de la population canine et féline par régions (en % de possesseurs)

	Chiens	Chats
Paris	10,0	13,2
Agglomération parisienne Est	8,4	5,3
Agglomération parisienne Ouest	10,3	8,5
Nord	8,1	7,7
Est	7,3	9,3
Ouest	15,7	14,9
Sud-Ouest	15,7	14,3
Sud-Est	11,7	12,2
Méditerranée	12,8	14,6

Source : Facco/TNS Sofres 2016

Périodicité

La fréquence du toilettage dépend de la race de l'animal. Il faut amener la clientèle à être assidue, par exemple : une épilation tous les trois mois environ, une coupe ciseaux tous les mois, etc. Le toiletteur doit faire preuve de sagacité commerciale pour habituer le maître à revenir fréquemment au salon !

CONCURRENCE

De nombreux salons se sont ouverts ces quinze dernières années, et d'autres professionnels cherchent à pénétrer le marché (animaleries, éleveurs...). Le plus souvent, les animaleries ou les jardinerie proposant un service pour les animaux de compagnie sont situées à la périphérie des villes, tandis que le toiletteur reste le commerce de proximité du centre-ville.

Quelques animaleries disposent d'un espace réservé au toilettage des chiens. Il s'agit de certains Maxi Zoo, certains Point Dog, etc.

Une nouvelle forme de concurrence (ou d'activité complémentaire pour un salon performant) est apparue : les laveries pour chiens. Le concept a fait ses preuves à l'étranger et s'installe en France.

Par exemple, l'enseigne Truffaut a lancé, dans une petite dizaine de magasins, le concept du [Lave-Dog : le toilettage pour chien en libre-service](#). Il s'agit d'un espace dédié pour laver soi-même son chien. L'appareil est équipé d'une baignoire antidérapante et adaptable à la taille de l'animal, d'un jet d'eau chaude avec ou sans savon, et d'un outil de séchage. Le temps moyen de lavage est de 20 minutes environ. Les tarifs du Lave-Dog varient en fonction de la taille de l'animal de 5 à 15 euros.

La franchise

À ce jour, la franchise n'est pas très développée dans ce métier. Cependant, l'enseigne d'animalerie Tom&Co propose, entre autres services, le toilettage avec Tom&Beauty, et le lavage canin en libre-service avec Dog Wash. Cette enseigne belge est présente sur le marché français depuis 2013. Présentation du réseau sur le site de l'Observatoire de la franchise : www.observatoirede lafranchise.fr.

L'enseigne australienne Aussie Pet Mobile, spécialisée dans le toilettage des animaux à bord d'un camion, souhaite s'implanter en France. Présentation du réseau sur le site de l'Observatoire de la franchise : www.observatoirede lafranchise.fr.

CRÉATIONS-REPRISES

L'activité est classée parmi les autres services personnels (ex-code NAF 930N - autres services personnels).

11

Depuis le 1^{er} janvier 2008, une nouvelle nomenclature est applicable aux services pour animaux de compagnie (hébergement, soins et dressage) : 96.09Z, autres services personnels nca (non communiqués ailleurs). Le toiletteur n'a toujours pas de code spécifique.

Code APE	Secteur	Nombre d'entreprises au 31/12/2015	Créations 2016	Taux de création
96.09Z	Autres services personnels	53 684	11 107	20,7 %
Total, tous secteurs confondus		4 365 347	554 028	12,7 %

Source : Insee

Code APE	Secteur	Créations 2017
96.09Z	Autres services personnels	13 006 dont 80,1 % de micro-entrepreneurs.
Total, tous secteurs confondus		591 267 dont 40,9 % de micro-entrepreneurs.

Source : Insee

La création est encore majoritaire, mais la reprise, moins risquée, gagne sans cesse du terrain.

Les créations sont donc nombreuses, mais elles se soldent souvent par des défaillances d'entreprises, à cause de deux facteurs principaux :

- la formation insuffisante, tant théorique que pratique, des toiletteurs ;
- la concurrence féroce qui sévit en région parisienne et dans les grandes villes.

CONSEILS AUX CRÉATEURS ET AUX REPRENEURS

Les principaux conseils à donner à un entrepreneur qui souhaite installer ou reprendre un salon de toilettage sont :

- choisir son implantation avec soin ;
- être un bon artisan, au même titre qu'un coiffeur ;
- avoir suivi une formation de toiletteur ;
- être un bon gestionnaire ou avoir suivi une formation en gestion d'entreprise ;
- imaginer et proposer de nouveaux services aux propriétaires (aller récupérer l'animal au domicile, garderie, vendre des produits innovants...) ;
- savoir vendre.

Effectivement, il faut vendre la prestation de toilettage, mais également des accessoires ou des aliments adaptés.

La vente de produits d'alimentation de qualité adaptés aux spécificités de l'animal est une activité à forte rentabilité, et le toiletteur doit pouvoir augmenter son CA avec ces produits, à l'instar des vétérinaires.

À noter que, selon une étude Nielsen de 2018, le CA des aliments pour chiens et chats est de 1,9 md € en 2017 (tous modes de distribution confondus) pour un volume de ventes de 822 600 tonnes. Il est donc évident qu'il y a ici une opportunité pour les toiletteurs s'ils choisissent de se diversifier par le biais de l'alimentation ciblée et innovante.

Source : LSA, 03/2018 – [*“Le petfood se fait multicanal et ultraciblé”*](#)

La fréquentation des expositions canines permettra de se tenir au courant des tendances, qui évoluent sans cesse.

La zone de chalandise doit être d'au moins 15 000 habitants, mais la concurrence semble plutôt marquée dans les petites villes.

Trop de salons ferment leurs portes à cause d'une gestion déficiente et d'une absence de prospection : il faut que l'entrepreneur prenne le temps de renouveler sa clientèle grâce à un travail commercial (réseaux sociaux, courriers ciblés, publicité dans un journal local, annuaires, tracts, vétérinaires).

L'artisan peut aussi privilégier la reprise d'un salon de toilettage, formule souvent plus sécurisante alors que le maillage du territoire en salons est déjà dense.

Ne pas se mettre à son compte trop vite, sans avoir appris son métier (à la perfection) chez les autres. Proposer des forfaits, des abonnements, des cartes de fidélité...

Enfin, signalons que certains se lancent sur le créneau du salon de toilettage discount ; d'autres, sur celui du toilettage à domicile (pas toujours aisé à mettre en pratique) ou de la laverie pour chiens en libre-service...

Communication

Le nom du salon de toilettage est le premier outil de communication. Il doit être explicatif, évocateur, symbolique, drôle, clin d'œil lié à l'emplacement... Pour ce faire, il est conseillé d'organiser un brainstorming avec des amis ou ses associés. Il est important de vérifier la disponibilité du nom à l'Inpi, Institut national de la propriété industrielle, ou sur www.icimarkes.com.

Puis le toiletteur doit faire connaître son salon (publicité, cartes de visite, flyers, inauguration...). Il ne faut pas négliger l'identité visuelle de l'entreprise, qui comprend, outre le nom, le logo ainsi que les différentes plaquettes et autres flyers.

En ajout à ces aspects classiques de communication, depuis quelques années, la communication digitale prend une ampleur assez importante. En effet, les commerçants disposent désormais d'un outil de communication gratuit : le digital. Plus qu'une menace, la technologie constitue une opportunité pour le commerce de proximité, car elle lui permet d'amplifier ses atouts et de les valoriser auprès d'une clientèle qui a elle-même changé. Le digital, c'est d'abord une présence en ligne. Au minimum, être référencé sur les moteurs de recherche, présenter son offre, fournir des renseignements pratiques. C'est aussi utiliser les réseaux sociaux comme canaux d'information, d'animation et de fidélisation.

13

Tendances

Les nouvelles tendances du toilettage concernent les soins (spa, aromathérapie, massages...) ou les services (studio photo, produits haut de gamme ou discount...).

Voici quelques tendances observées, qui vont très certainement façonner le marché des animaux de compagnie dans les années à venir. Il s'agit de :

- la santé et le bien-être animal. *“En dix ans, le statut de l'animal de compagnie a énormément changé”*, souligne Nathalie Mancuso, directrice générale du site spécialisé Wanimo, qui réalise 30 millions d'euros de chiffre d'affaires par an, *“il fait partie de la famille”* ;
- la tendance à l'anthropomorphisme est bel et bien présente. Les propriétaires d'animaux souhaitent que ceux-ci bénéficient des mêmes soins et d'une nourriture saine et choisie, comme les membres de leur famille. Ainsi, les services de spa, d'ostéopathie, de physiothérapie et de massage sont désormais déclinés pour nos amis à quatre pattes tout comme les plats bio et aliments premium qui se multiplient ;
- la facilitation du quotidien, avec des aides à la garde, à la balade... ;
- l'ubérisation des services, notamment pour la garde des animaux ;
- la mutation vers le digital. Après le marché des objets connectés pour humains, celui pour animaux est en plein boom ! Collier intelligent, boîtier anti-aboiements, litière-balance, souris télécommandée...

Ces nouveaux services émergents peuvent être proposés seuls ou en complément d'une activité de toilettage.

Nous sommes tout de même loin des pratiques du Japon où les services se développent à grande vitesse : de l'acupuncture au massage canin en passant par l'aromathérapie, les offres dédiées au bien-être animal

fleurissent. On trouve même des “bars à chats”. Les maîtres qui n’ont pas d’animaux chez eux peuvent venir y prendre un verre et... caresser un des matous présents afin de se détendre... Les Japonais ont même inventé une appellation pour cette pratique : la “ronronthérapie” !

Quelques initiatives

Voici quelques exemples de créations ou reprises récentes dans le secteur.

[Cat’Pattes, salon de toilettage itinérant pour chiens qui accueille sur les marchés](#) – *Le Progrès*, 21/09/2016. Cathy Dumas a créé un salon de toilettage mobile pour chiens, Cat’Pattes, qui se déplace en camping-car sur les marchés et à domicile. Elle officie dans un rayon de 20 kilomètres autour d’Amplepuis (Rhône). La créatrice a toujours aimé les animaux et a choisi d’en faire son métier. Deux années à l’école de toilettage à Lyon, deux autres en alternance avec un salon de toilettage à Écully, puis six ans comme salariée pour avoir de l’expérience, et elle s’est lancée dans l’aventure en créant sa propre structure. Comme les coiffeuses à domicile, elle travaille sur rendez-vous.

[Two Tails](#) est un magasin spécialisé ouvert en 2017 à Paris, créé par William Haddon, un ancien banquier d’affaires devenu comportementaliste canin et félin, et Romain Harrosch, un passionné titulaire du Certificat de capacité animaux domestiques (CCAD). Dès sa création, l’entreprise a noué des partenariats avec des professionnels des animaux domestiques pour proposer de nombreux services tels que des séances de toilettage à domicile, des promenades, des séances d’éducation... Une partie du CA est reversée à une association dédiée au bien-être animal.

Source : *Animal Distribution* 09/10/2017

Bulles Dogs est un salon de toilettage à Montigny-le-Bretonneux (78) repris par Alain Santos en 2006. Alors qu’il travaillait dans l’informatique, il choisit de se reconvertir professionnellement. Son amour des chiens le pousse tout naturellement vers le métier de toiletteur. À ce jour, la société compte deux toiletteurs, dont une championne de France. Le toilettage représente ici 90 % du CA. Un libre-service est également proposé aux clients lorsqu’ils souhaitent venir laver leur chien eux-mêmes.

Source : *PetMarket Magazine*, 05/2017

14

Quelques conseils pour une étude de marché locale ou régionale

La mairie, les organismes consulaires (CCI et CMA), les données Odil de l’Insee (creation-entreprise.insee.fr) et les sociétés de géomarketing apportent des informations sur la population. [Le site du ministère de l’Action et des Comptes publics](#) permet d’accéder aux seuils d’imposition par communes.

La consommation des ménages est analysée par l’Insee et grâce aux IDC (indices de disparité des dépenses de consommation). Et par www.monemplacementcommercial.fr.

Autres sources d’information : les antennes départementales des fédérations professionnelles et la FCGA qui présente aussi ses ratios par régions (voir rubrique 4). Sans oublier la nouvelle base de données publique : www.data.gouv.fr.

Pour les créateurs franciliens ou de passage à Paris, le [pôle Prisme de la Bibliothèque nationale de France](#) (site François Mitterrand) permet d’accéder à des études de marché couvrant l’ensemble des secteurs de l’industrie, du commerce, des services et de l’artisanat en France et dans de nombreux pays étrangers, voire au niveau mondial.

FORMATION

Trop peu de toiletteurs suivent des formations adéquates. Les formations courtes (deux à quatre mois) et les formations par correspondance sont peu adaptées. La profession manque d'apprentis, 200 sont formés tous les ans (et 150 dans le cadre de la formation continue).

Il n'existe aucun diplôme d'État en toilettage.

Les chambres de métiers et de l'artisanat, le Syndicat national des professions du chien et du chat (SNPCC) et des organismes de formation labellisés ont mis en œuvre la certification CTM ToilettEUR canin et félin (Certificat technique des métiers, niveau V) dans l'optique partagée :

- d'harmoniser les pratiques du toilettage sur l'ensemble du territoire national ;
- de maintenir le même niveau d'exigence des professionnels ;
- de renforcer l'acquisition réelle des compétences professionnelles.

Cette formation en alternance est accessible :

- en formation continue pour des jeunes, des adultes demandeurs d'emploi ou salarié(e)s d'entreprise ;
- en contrat d'alternance (contrat d'apprentissage, contrat de professionnalisation).

Le titulaire du CTM ToilettEUR canin et félin est un toiletteur qualifié, à même d'intervenir sur les principales races de chiens et de chats. Il réalise des toilettages classiques ou de concours. Il est en mesure d'adapter son approche et ses techniques selon le comportement de l'animal. Il estime la faisabilité et le coût d'une prestation particulière, et est à même d'évaluer l'état sanitaire d'un chien/chat. Il conforme son activité aux règles d'hygiène, de sécurité et à la réglementation en vigueur dans l'activité. Il réalise des ventes de produits annexes (cosmétiques, accessoires...).

Le CTM ToilettEUR canin et félin est la seule formation reconnue par la profession, la branche professionnelle, et inscrite sur la grille de classification des salaires en toilettage.

Les salarié(e)s titulaires d'un CTM ToilettEUR canin et félin sont classés au niveau II, "personnels qualifiés", et bénéficient des dispositions salariales liées à leur diplôme.

Contactez le SNPCC pour connaître les écoles dispensant la formation : www.snpcc.com.

Source : [arrêté du 5 avril 2012 portant enregistrement au Répertoire national des certifications professionnelles](#)

Pour plus d'informations sur la formation et le métier, consultez [les fiches du Cidj](#) et de l'[Onisep](#).

RESSOURCES HUMAINES

Le toiletteur peut embaucher un apprenti. Idéal : une personne pour le toilettage, une autre pour la vente, l'accueil, la gestion...

Salaires faibles, usage des pourboires (entre 10 et 20 % du fixe). Forte proportion de femmes et d'emplois salariés en alternance.

L'activité saisonnière et la faible rentabilité empêchent souvent le recours à l'embauche de salariés.

Conventions collectives

- La branche du toilettage pour animaux est couverte par la Convention collective nationale des fleuristes, de la vente et des services des animaux familiers du 21 janvier 1997, no 3010, en vente au JO, Journal officiel, ou téléchargeable gratuitement sur www.legifrance.gouv.fr.
Journal officiel, 26 rue Desaix, 75727 Paris Cedex 15, tél. : 01 40 58 76 00, www.journal-officiel.gouv.fr
- Accords collectifs de branche et salaires minimums à consulter sur le site du SNPCC : www.snpcc.com.

LOCAUX

16

Concernant les locaux, il faut soigner "le look", la propreté, avoir une surface minimum pour la vente des produits, une salle d'attente et un atelier (exposé de préférence aux yeux des maîtres). Prévoir le coût d'aménagement du local, dont la superficie varie de 20 à 50 m² en général. Il faut penser également à installer à l'entrée une double porte de sécurité pour éviter les éventuelles fugues des animaux.

FONDS DE COMMERCE

Valeur moyenne : 50 à 85 % du CA TTC/an.

Source : *guide pratique "Évaluation" Francis Lefebvre 2015*

Des annonces de fonds de commerce de salons de toilettage sont consultables en ligne sur les sites d'annonces tels que cessionpme.com, placedescommerces.com, commerces-à-vendre.com...

ÉQUIPEMENTS - IMMOBILISATIONS

Agencement du local : comptoir, caisse enregistreuse, meubles présentoirs.

Stock de départ pour la vente : 500 à 7 500 € en cas de revente de produits et/ou d'aliments.

Atelier : plomberie, baignoire, carrelage, chaudière, système d'évacuation d'air, travaux d'électricité.

3 | MOYENS POUR DÉMARRER L'ACTIVITÉ

Matériel lourd de toilettage : tondeuse, tables hautes à toiletter avec attaches au collier, séchoirs.

Petit outillage : peignes, ciseaux, séchoirs, démêloirs, couteaux à épiler.

Pour chiffrer le coût de ces achats, il suffit de visiter les sites Internet des fournisseurs.

Disposer d'une eau de qualité ou d'un adoucisseur d'eau.

Il faut ajouter le droit au bail, la publicité de lancement...

FOURNISSEURS

- Fabricants de produits : Khara, Xour, Héry, Chadog, Vivog...
- Fabricants et/ou distributeurs de matériel professionnel : Jika, Chadog, Wahl, Dogcat, etc.

CHIFFRE D'AFFAIRES – FACTURATION

Le chiffre d'affaires (CA) est réalisé grâce au toilettage, mais aussi grâce à la vente d'accessoires et de nourriture : celle-ci oscille entre 15 et 50 % du CA total, en général. Elle doit rester à ce niveau, faute de quoi l'affaire ne sera pas toujours très rentable, le toilettage étant moins lucratif.

La plupart des salons complètent ainsi l'activité toilettage par la vente d'articles de confort et de sellerie : produits de toilettage, produits antiparasitaires, accessoires de toilettage, accessoires de confort, de sellerie, produits paravétérinaires, etc. Comme nous l'avons indiqué précédemment, la vente de nourriture pour les animaux de compagnie se révèle un bon complément de rémunération.

Concernant le toilettage, on pourra aisément trouver des exemples de tarifs sur Internet ; les coûts horaires varient en province, selon l'agglomération, de 35 à 45 euros. À Paris et dans les métropoles, les tarifs relevés sont plutôt de l'ordre de 50 € de l'heure.

Néanmoins, le métier reste peu rémunérateur... La FCGA, Fédération des centres de gestion agréés, constate depuis près de dix ans qu'avec un résultat courant de 13 000 euros, le métier de toiletteur se situait à la 76e place du classement général des 77 professions analysées, en termes de revenus.

Selon la FCGA, en 2016, le chiffre d'affaires moyen de la profession est de 44 000 euros, mais 63 % des professionnels génèrent un revenu inférieur à 14 000 euros, tandis que plus d'un tiers réalise un résultat courant compris entre 14 000 et 28 000 euros. Seulement 3 % réalisent un chiffre d'affaires compris entre 28 000 et 42 000 euros.

PRIX DE REVIENT - MARGE - RÉSULTAT

18

Le toilettage sert d'appel, et la marge se fait sur les produits (coefficient multiplicateur de 2 à 2,5). Le toiletteur doit savoir calculer son prix de revient horaire et ne pas descendre en dessous d'un certain seuil. La facturation au temps réel passé n'est commercialement pas envisageable, il faut "forfaitiser" le temps passé, c'est-à-dire décider d'un temps moyen passé à chaque type de toilette. Ce temps moyen forfaitisé doit être multiplié par le "prix de vente horaire" des prestations pour le calcul du prix final.

L'Agence France Entrepreneur (AFE) consacre un article méthodologique à la [fixation des prix de vente](#) et un autre consacré au [calcul du prix de revient](#). Ces deux documents vous aideront à fixer "le prix juste" de vos prestations.

Pour un toilettage standard : le chien reste entre 1 heure ½ et deux heures dans le salon.



Attention, les ratios concernent des entreprises individuelles !

Ratios 2016 communiqués fin 2017 : toilettage d'animaux domestiques FCGA
(615 entreprises individuelles)

CA HT moyen	Marge brute % CA	Valeur Ajoutée % CA	Charges de personnel % CA	Résultat courant % CA	Crédit clients en jours	Crédit fournisseurs en jours	Rotation stocks en jours
44 052 €	91,0	58,2	8,3	44,4	1	33	3

Source : Fédération des centres de gestion agréés, 2 rue Meissonier, 75017 Paris
Tél. : 01 42 67 80 62 ou www.fcga.fr

Résultat courant : 12 917 euros avec un effectif moyen de 1,2 personne, exploitant inclus.



FINANCEMENT ET AIDES

Le site de l'Agence France Entrepreneur (AFE) détaille les différentes formes de financements mobilisables en fonction de votre projet, de votre situation personnelle et de vos besoins. Vous trouverez ces informations dans la rubrique "[Trouver des financements](#)".

Par ailleurs, il n'existe pas d'aides particulières pour ce secteur d'activité, mais pour découvrir les aides à la création/reprise d'entreprise, vous pouvez consulter la rubrique "[Les aides](#)" du site de l'AFE.

CHARGES D'EXPLOITATION

Lors d'une reprise de salon de toilettage, l'estimation des charges est assez aisée, car il suffit de se baser sur les comptes du précédent gérant. Pour les créateurs, une page du site de l'AFE est consacrée au plan de trésorerie et propose le [téléchargement d'un modèle de plan de trésorerie](#) qui liste les différentes charges à prévoir.

BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT (BFR)

Les clients payant comptant, la trésorerie est facile à gérer. Compter environ 1 500 € à 3 000 € de BFR, à cause d'une moindre activité hivernale. Pour en savoir plus sur le BFR : www.afecreation.fr.

CONDITIONS D'INSTALLATION

Qualification

La possession du brevet de toiletteur canin est vivement recommandée, en attendant peut-être que soit défini, de façon légale, un seuil minimum de formation pour ceux qui exercent le métier.

En attendant, l'activité de toilettage n'est pas réglementée, sauf si le toiletteur exerce des activités connexes au toilettage, comme la vente d'animaux, leur transport ou l'éducation canine.

D'une façon générale, pour tout savoir sur les formalités et la réglementation pour s'installer, retrouvez la fiche de synthèse conçue par l'AFE, téléchargeable gratuitement et portant sur la réglementation du toilettage animalier : www.afecreation.fr.

Le toiletteur ne doit pas empiéter sur d'autres professions réglementées (soins vétérinaires...). Il doit satisfaire à des conditions d'honorabilité.

20

RÈGLES ET USAGES DE L'ACTIVITÉ

Déclaration d'ouverture au préfet et conformité des locaux

Cette déclaration reste facultative, certes. Mais des mesures relatives à l'hygiène et la sécurité des animaux doivent être prises. La loi du 6 janvier 1999 relative aux animaux dangereux et errants et à la protection des animaux, et l'article L214-6 du Code rural renforcent ces dispositions : *“Les établissements où s'exerce le toilettage des chiens et des chats sont subordonnés à la mise en place et à l'utilisation d'installations conformes aux règles sanitaires et de protection animale pour ces animaux.”* Le plan des installations (création de salon et également reprise de salon) sera transmis à la direction des services vétérinaires de la préfecture, accompagné de la demande d'autorisation d'ouverture (Cerfa 50-4509). Il est conseillé de proposer, avant l'ouverture, aux services du contrôle vétérinaire, une visite de l'établissement, afin d'éviter les travaux de mise en conformité. Se renseigner auprès des services vétérinaires départementaux, hygiène et sécurité.

Contacts : suivant le lieu d'implantation du salon de toilettage, vous contacterez la Direction départementale en charge de la protection des populations (DDPP) ou Direction départementale en charge de la cohésion sociale et de la protection des populations (DDCSPP) ou Direction de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DAAF) en outre-mer ou Direction des territoires, de l'alimentation et de la mer (DTAM) à Saint-Pierre-et-Miquelon.

Tout changement d'exploitation doit également faire l'objet d'une déclaration en préfecture.

Source : [article 10 du décret 91-823 du 28 août 1991 et arrêté ministériel du 30 juin 1992 et son arrêté](#)

Les animaux de compagnie font en effet de plus en plus l'objet de mesures destinées à protéger leur santé et leur confort. Les contrôles vétérinaires sont stricts et opérés avant l'ouverture des salons.

Locaux :

La réglementation de base est le décret 80.791 du 1er octobre 1980, pris en application de l'article 276 du Code rural, relatif à l'identification des chiens (...) et à la tenue des locaux où se pratiquent de façon habituelle l'élevage en vue de la vente, la commercialisation, le toilettage, etc., complété par le décret 91.823 du 28 août 1991 et son arrêté d'application du 30 juin 1992 (tout particulièrement : l'annexe de l'arrêté). Des normes d'habitat et d'hygiène doivent être respectées (murs lavables, ventilation et éclairage adéquats...).

Ces locaux doivent répondre à des normes précises en termes d'installation et d'aménagement définies dans les [Annexes 1 et 2 de l'arrêté du 30 juin 1992](#).

Les prix des prestations doivent être affichés.

STATUT – STRUCTURE JURIDIQUE

La nature de l'activité est :

- artisanale si l'entreprise compte moins de dix salariés ;
- commerciale si l'entreprise compte plus de dix salariés.

À noter : en cas d'achat-revente de produits, l'activité sera à la fois artisanale et commerciale.

21

Rappel

Le cadre du dossier "Projecteurs" ne permet pas d'évoquer en détail les différentes structures juridiques, le calcul des cotisations sociales, etc. Retrouvez les aspects juridiques, sociaux et fiscaux de la création d'entreprise sur le [site de l'AFE](#).

RÉGIME FISCAL

TVA à 20 % pour les soins et la vente de produits.

INSTITUTIONNELS

- [CNAMS](#), Confédération nationale de l'artisanat, des métiers et des services.
- [DGE](#), Direction générale des entreprises. Placée sous l'autorité du ministre de l'Économie et des Finances, la DGE a pour mission de développer la compétitivité et la croissance des entreprises de l'industrie et des services.

ORGANISMES PROFESSIONNELS

Les toiletteurs sont particulièrement indépendants et adhèrent peu aux syndicats professionnels.

- [SNPCC](#), Syndicat national des professionnels du chien et du chat (dressage- élevage). Le syndicat regroupe tous les professionnels des métiers du chien et du chat. Il existe une commission toilettage.
- [Facco](#), Chambre syndicale des fabricants d'aliments préparés pour animaux familiers.
- [Prodaf](#), Syndicat interprofessionnel des fabricants et distributeurs de produits et d'animaux familiers.

Divers

- [SPA](#), Société protectrice des animaux.
- [SCC](#), Société centrale canine pour l'amélioration des races de chiens en France (chiens à pedigree).

SALONS ET MANIFESTATIONS

- [Expozoo](#), salon professionnel international de l'animalerie, à Paris, Porte de Versailles.
- [Animal Expo](#), salon des professionnels de l'animalerie (grand public), au Parc floral du bois de Vincennes.
- [Paris Animal Show](#), salon des animaux de compagnie, à Paris, Porte de Versailles.
- [Forum du toilettage, de l'éducation canine et du bien-être animal](#), organisé depuis 2010 pour tous les professionnels des services aux animaux de compagnie. C'est dans le cadre du Forum que se déroulent les épreuves du Meilleur apprenti de France et du Meilleur ouvrier de France en toilettage animalier.
- [Salon Chiens Chats](#), salon qui se tient à Paris, Porte de Champerret.

OUVRAGES ET ÉTUDES

- SantéVet, société d'assurance, a lancé début février 2017 le [premier observatoire national sur les Français et leurs animaux de compagnie](#), basé sur les résultats d'une enquête nationale réalisée par l'institut de sondage Ipsos.
- [L'enquête Facco/Kantar TNS 2016](#) sur la possession d'animaux familiers en France.
- Toilettier animalier : guide pratique de l'entreprise, collection mémo-métier, Éditions MCBG, dernière édition 2013, www.memometier.com et contact@mcbg.fr.
Ce guide incontournable présente les différents aspects de la création et de la gestion d'un salon de toilettage animalier.
- [Les métiers auprès des animaux](#), collection Parcours publiée par l'Onisep, nouvelle édition 2015, www.onisep.fr.
- [Le toilettage au bout des doigts](#), Michel Georgel, Audreco, 2016.
- Le rapport de branche du SNPCC, Syndicat national des professions du chien et du chat, www.snpcc.com.
- Le site [Audreco](#) propose de nombreuses informations sur le toilettage et la création d'un salon.

23

REVUES

- [PetMarket Magazine](#)
- [Les yeux de son maître](#), Fédération française des associations de chiens guides d'aveugles, FFAC, revue trimestrielle
- *Atout Chien*, *Côté Chat*, etc.
- *Chats d'Amour*

ANNUAIRE DE TOILETTEURS

- Le site chien.com propose un annuaire des toiletteurs : www.chien.com.



ISBN : 978-2-84079-713-5 (PDF)

Référence AFE : SPC.12

Code APE : 96.09Z

Date d'actualisation : octobre 2018

14, rue Delambre
75682 Paris cedex 14
Tél. : (33) 01.42.18.58.58
Télécopie : (33) 01.42.18.58.00
Internet : www.afecreation.fr