

GUERRE EN UKRAINE

Libération

Depuis la pandémie, les métiers de l'esthétique sont mieux considérés, en raison du lien social et du bien-être qui en découlent.

Sur Instagram, l'essor du métier de styliste ongulaire, souvent auto-entrepreneuse, n'y est pas pour rien.

Par ANNE CHIROL
Photo YOHANNE LAMOULÈRE

Retourner en institut de beauté? Impensable pour Cindy (1), connue sous le pseudonyme @oh_my_nails_44 (3700 abonnés sur Instagram). Esthéticienne polyvalente en institut il y a encore six ans, elle en a eu marre du manque d'autonomie et de liberté. «J'avais des horraires pas possibles et j'étais payée une misère, se rappelle cette styliste ongulaire à 37 ans. Je travaillais au rendement, on faisait le maximum de clientes qu'importe la qualité. Alors que ce que j'aime, c'est m'appliquer et faire du nail art!»

Le nail art est produit par une prothésiste ongulaire qui façonne entièrement l'ongle, et l'orne en fonction de la demande. Pêle-mêle, il peut prendre la forme de longues griffes aux bouts pointus, incrustées de bijoux, décorées de flammes, de fleurs en 3D... La seule limite? Son imagination. On peut très bien réaliser un décor inspiré de l'univers *Pokémon* comme de la vaisselle de chez mamié. En vogue depuis une bonne vingtaine d'années aux États-Unis, le terme de *nail artist* est plus jugé valorisant que celui de prothésiste, encore trop associé au médical.

«**Caçole!**». Après onze ans passés en salon de beauté, des allées et venues dans l'événementiel, Cindy profite donc de la pause provoquée par la pandémie pour lancer son auto-entreprise. Depuis son appartement de Levallois-Perret (Hauts-de-Seine), elle se constitue vite une clientèle tant la demande est forte.

«*En un mois, mon agenda était complet.*» Devenue sa propre patronne, l'entrepreneuse a le libre choix sur tout. Du choix des prestations, des produits... à celui de sa clientèle, de ses horaires et tarifs. Avant de dédier les charges, les impôts et la TVA, ses revenus oscillent entre 5000 et 7000 euros par mois.

Les réseaux sociaux ne sont pas étrangers au succès de l'affaire de Cindy et bien d'autres. Dès 2018, les clichés de griffes affûtées aux motifs



«Nail art»: la revanche des ouvrières de la beauté

farfelus apparaissent sur nos écrans, jusqu'à exploser pendant le confinement. Comme l'analyse Régine Ferrère, présidente de la Confédération nationale artisanale de l'esthétique et de la parfumerie (CNEP), «le visage masqué, on a mis l'accent sur le regard ainsi que sur nos ongles. De nos jours, l'ongle permet de se faire remarquer, de se différencier». Malgré la fin de la pandémie, le succès du nail art n'a pas tari. Selon le

rapport de branche de 2022 cité par le CNEP, sur les plus de 14 000 entreprises liées à l'ongle, 65 % sont des auto-entrepreneuses. Mises en lumière par Instagram, ce métier facilement accessible sans diplôme, qui requiert peu d'investissement, donne des idées à nombre de femmes en reconversion. L'une d'elles, Zbobi Nails (@3615_zbobinails, 37 700 abonnés) est marsatillaise. Après avoir arrêté l'école avant le

bac, Annabelle de son vrai prénom trouve un job alimentaire de secrétaire médicale qu'elle exerce pendant cinq ans, avant de partir un an en tour du monde. De retour chez elle, cette fille d'une secrétaire se rend compte que dans cette grande ville, on propose peu de nail art.

«A chaque fois que j'allais en salon, personne ne voulait me faire l'idée que j'avais en tête. J'étais frustrée. C'est pour ça que je me suis lancée».

Confinée à la maison, elle se forme au stylisme ongulaire sur des capsules, des ongles artificiels, à l'aide de vidéos YouTube.

Au sortir du premier confinement, elle lance son affaire. Lorsque son succès croît sur Instagram, cette fan d'ongles de «caçole» ouvre son espace, Béguin, qu'elle partage avec d'autres ornementalistes, comme Doux Nails (@douxnailsbb, 27 600 abonnés), qu'elle a formée à l'art ongulaire. «Au bout d'un moment, je n'arrivais plus à accepter de nouveaux rendez-vous. Alors elle a pu prendre cette clientèle», relate Annabelle, qui gagne 4 000 euros net par mois. Pour elle, si ce métier est davantage reconnu, c'est parce qu'il a acquis une connotation artistique. Mais cela n'explique pas entièrement la revalorisation de cette profession longtemps méprisée. Esthéticienne depuis vingt ans, Cindy estime que l'émergence de l'entrepreneuriat dans la beauté féminine y est aussi pour quelque chose.

«On voit des femmes fortes, accomplies, qui ne dépendent pas de leur homme.»

«**Confidente**». Cette rhétorique féministe attire en nombre les jeunes femmes biberonnées aux discours d'empouvoirement, désireuses d'être leur propre patronne. En plus de leurs compétences techniques, les travailleuses de la beauté sont de plus en plus reconnues pour leur écoute et leur disponibilité émotionnelle. Pour cause, les clientes viennent aussi chercher un espace intime où elles peuvent se confier. «Certaines sont devenues de vraies amies. J'en ai qui ont pleuré dans mes bras. Mais je suis tenue au secret professionnel», rit Cindy. Régine Ferrère préfère nuancer et parler d'«un rôle de proximité, de confiance, qui s'est extrêmement intensifié avec le Covid».

Egalement fondatrice de l'International Beauty & Cosmetic Business School (IBCBS), située au sein de la Cosmetic Valley de Chartres, la présidente du CNEP Régine Ferrère observe un réel engouement des étudiantes pour les ongles. Il y a encore dix ans, la mode était au spa. Pourtant, elle souligne que sur une classe de 20 filles, seules deux ont la capacité «d'effectuer des positions, être adroite, minutieuse, artiste. On ne s'invente pas styliste ongulaire», prévient Régine Ferrère. Contrairement à ce que montrent les réseaux, beaucoup d'auto-entrepreneuses n'arrivent pas à en vivre, faute de posséder les compétences de gestion nécessaires. «C'est le miroir aux alouettes!»

1. Cindy Ferrère, 37 ans, est une entrepreneuse indépendante de nail art. Elle a travaillé pendant dix ans dans le secteur de la beauté avant de lancer son entreprise en 2018.