

Provalliance accélère avec l'acquisition de l'enseigne La Barbe de Papa et devient le leader sur le marché de la coiffure haut de gamme pour homme en France

The Barber Company reprend 45 salons qui passeront sous enseigne et possèdera ainsi un réseau de près de 120 points de vente

Paris, 1^{er} septembre 2025 – Le Groupe Provalliance (Franck Provost, Jean Louis David, Saint Algue...), leader mondial sur le marché de la coiffure, annonce aujourd'hui la reprise de la chaîne de salons de barbier La Barbe de Papa. Le périmètre de l'opération comprend la marque La Barbe de Papa ainsi que 45 salons, dont 28 repris en propre et 17 en franchise, situés exclusivement en centres commerciaux et répartis sur l'ensemble du territoire national. Avec le passage des salons repris sous enseigne The Barber Company, cette opération constitue une avancée majeure pour la marque masculine du Groupe, qui incarne avec force l'alliance entre expertise technique, exigence esthétique et expérience client premium.

Cette reprise à la barre du tribunal (45 salons repris sur 66 salons succursales La Barbe de Papa), témoigne d'un engagement social fort du Groupe Provalliance avec la sauvegarde de 71% des effectifs de La Barbe de Papa, soit 222 salariés, tandis que des solutions de reclassement individualisées au sein du réseau Provalliance seront proposées pour les collaborateurs non repris.

La Barbe de Papa : une ascension rapide freinée par la crise et un modèle de croissance vulnérable

Fondé en 2016, Le Groupe La Barbe de Papa s'est rapidement imposé comme un acteur incontournable sur le marché de la coiffure pour homme en France, avec un réseau qui a atteint jusqu'à près de 100 salons en 2022 - dont 80% détenus en propre - et situés en centres commerciaux. La Barbe de Papa a connu un développement exponentiel pendant la crise sanitaire en 2020-2021 avec 58 ouvertures sur cette période.

Cependant, le Groupe s'est trouvé confronté à des difficultés depuis la crise du Covid-19 avec une forte baisse de la fréquentation de ses salons ayant provoqué une chute de sa rentabilité. Par ailleurs, le modèle de développement de la Barbe de Papa, principalement en succursale, n'a pas permis de redresser la situation financière du Groupe. C'est dans ce contexte qu'une procédure collective a été lancée en janvier 2024, laquelle s'est achevée par un appel d'offre de reprise en plan de cession. En 2024, le Groupe La Barbe de Papa a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 15 millions d'euros.

Une acquisition au service des ambitions de croissance et d'expansion du Groupe

Fort de son expertise dans l'acquisition de réseaux de salons de coiffure, de sa capacité d'intégration au sein de ses enseignes et de son savoir-faire dans le redressement de fonds de commerce en difficulté, le Groupe Provalliance poursuit son expansion. Le reprise de La Barbe de Papa s'inscrit dans cette dynamique de croissance, que le Groupe maintient malgré un marché atone, affirmant ainsi son ambition de consolider le secteur de la coiffure en France.

Par ailleurs, cette acquisition s'intègre parfaitement dans le cadre de la stratégie de développement en franchise de Provalliance avec, à date de réalisation de l'opération, la reprise déjà effective de 17 fonds de commerce La Barbe de Papa directement par des franchisés du Groupe. Cela illustre la solidité de son modèle entrepreneurial et de la confiance de son réseau de franchisés. En lien avec cette politique, d'autres salons repris en propre passeront prochainement en franchise.

Une intégration qui conforte la domination de The Barber Company

Grâce à la notoriété de l'enseigne The Barber Company, l'intégration des salons au sein de l'univers de la marque permettra de générer un nouveau flux de clientèle, de fidéliser plus efficacement, et de redonner aux équipes une perspective positive et stimulante autour d'un projet commun à forte valeur ajoutée au sein d'un groupe solide, leader sur son marché. Chaque salon pourra ainsi immédiatement capitaliser sur un positionnement différenciant et bénéficier d'une montée en gamme maîtrisée, appuyée par des outils marketing éprouvés, une image de marque cohérente et une stratégie d'animation commerciale dynamique.

Cette opération contribue au renforcement de la marque The Barber Company dans un marché du grooming pour homme en forte croissance, en lui permettant d'étendre son maillage géographique et de devenir le leader de la coiffure pour hommes en France avec un objectif stratégique à moyen terme de 250 salons The Barber Company.

Richard Ré Colonna d'Istria, PDG du Groupe Provalliance, déclare : *« L'intégration des salons La Barbe de Papa dans notre réseau représente une étape majeure dans le développement de la marque The Barber Company, qui devient aujourd'hui la première enseigne de barber haut de gamme en France. Au-delà des chiffres, cette opération reflète ce que nous défendons chez Provalliance : l'excellence du service, la passion du métier et la confiance dans notre modèle entrepreneurial. Nous sommes fiers d'accueillir de nouveaux talents qui partagent nos valeurs, et heureux de constater que près de la moitié des salons ont été repris par nos franchisés — un signe fort de l'engagement et de la confiance de notre réseau dans le Groupe. »*

Alexandre Copin, Directeur M&A Groupe, précise : *« L'acquisition de La Barbe de Papa s'inscrit pleinement dans la stratégie ambitieuse de croissance externe du Groupe Provalliance. Elle illustre notre capacité à identifier des opportunités de consolidation à fort potentiel et à les transformer en leviers de croissance durable. Cette opération renforce significativement notre présence sur le segment de la coiffure masculine premium, tout en accélérant le déploiement de notre modèle en franchise, véritable pilier de notre stratégie de développement. Grâce à des synergies opérationnelles ciblées, à l'intégration fluide des équipes et à la puissance de notre marque The Barber Company, nous sommes convaincus de pouvoir générer une dynamique de performance solide et durable, au bénéfice de l'ensemble de notre écosystème. »*

Liste des intervenants

- Provalliance : M&A (Alexandre Copin, Simon Oliveira), Juridique (Nicolas Barthelemy, Céline Groux), Développement / Franchise France (Matthieu Mauthe, Arnault Turra), Succursales France (Laurène Davy, Damien Paquier), RH (Jenna Pignerol, Laëtitia Picard)
- Conseil Juridique : Jeantet (Hadrien de Lauriston, Jean Delapalme)
- Administrateur Judiciaire : FHBX (Eric Samson, Marine Camusat)

PROVALLIANCE

A propos de Provalliance

Le Groupe Provalliance est le leader du secteur de la coiffure dans le monde. Provalliance se compose des enseignes de salons de coiffure les plus réputées à l'échelle mondiale, telles que Franck Provost, Jean Louis David, Saint Algue, Coiff&Co ou encore Llongueras. Il comprend également des boutiques accessibles tant aux professionnels de la beauté qu'au grand public, comme Bleu Libellule et Nyx Cosmetics. Le groupe Provalliance est né en 2008 de la fusion entre le Groupe Franck Provost et les activités européennes continentales du groupe américain Regis Corporation. En mars 2021, Core Equity prend le contrôle du Groupe en devenant actionnaire majoritaire de Provalliance, aux côtés des familles Provost pour la coiffure et Wincker pour la distribution. Le Groupe compte plus de 3 300 salons et boutiques répartis dans près de 30 pays sur les 5 continents, 17 marques, 18 000 collaborateurs et accueille chaque année plus de 50 millions de clients à travers le monde dans ses salons et boutiques. *Pour en savoir plus :* <https://www.groupe-provalliance.com/fr/>

A propos de The Barber Company

La marque The Barber Company a été créée en 2018 pour compléter l'offre de services du Groupe Provalliance et se positionner sur un marché de la coiffure pour hommes en pleine croissance. Depuis sa création, la marque The Barber Company a connu le développement le plus fort du portefeuille de marques du Groupe Provalliance et comprend aujourd'hui un périmètre de 72 salons de barbiers en France, dont 61 franchises, avec une ambition de 250 salons. L'enseigne, également présente au Portugal et en Espagne, bénéficie de sa propre marque de produits et accessoires, vendus en salon et dans l'ensemble des magasins Bleu Libellule. Plus d'information sur <https://thebarbercompany.fr/>

Contacts presse

Jean-Philippe Sionneau - jeanphilippe.sionneau@provalliance.fr - 06 34 63 40 72