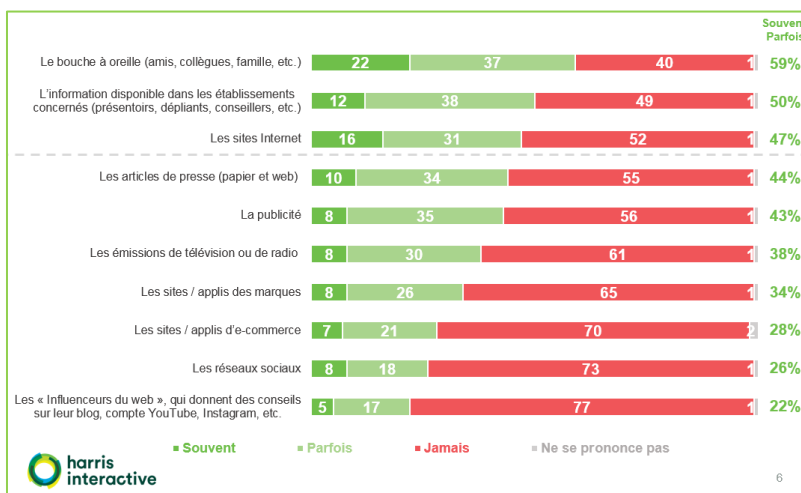


- De façon générale, les moins de 35 ans et surtout les femmes portent plus d'intérêt que le reste de la population aux produits et aux soins de beauté. Ils se renseignent davantage à leurs sujets, dépensent plus d'argent que la moyenne pour ces produits et ont une meilleure connaissance des influenceurs du Web qui parlent régulièrement des produits de beauté.

Dans le détail...

- Quand on interroge les Français sur leur source d'information en matière de services soins et beauté, le bouche à oreille, l'information disponible dans les établissements et les sites internet sont les principaux canaux utilisés : près de 6 Français sur 10 (59%) déclarent s'informer auprès de leur entourage (dont



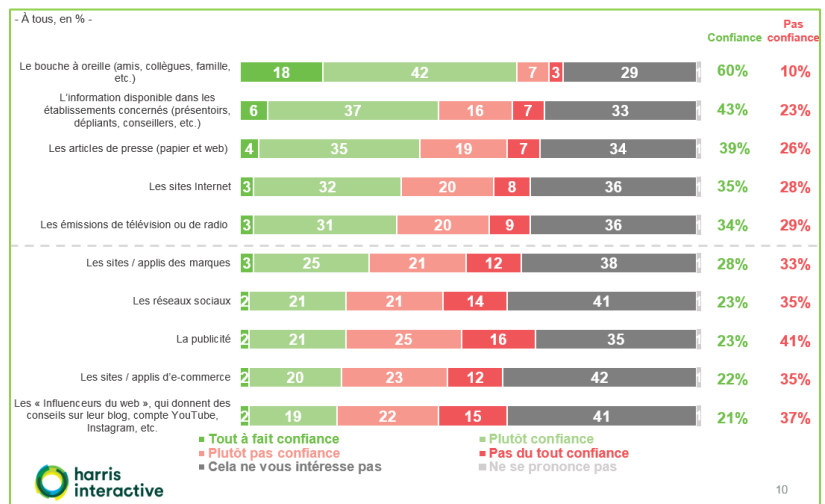
22% « souvent »), près d'un sur deux utilise directement l'information disponible dans les magasins concernés (50%) et les sites Internet (47%, dont « 16% » souvent). L'écart selon le sexe et l'âge est plus frappant lorsque l'on s'intéresse plus précisément aux personnes déclarant utiliser « souvent » ou « parfois » ces différentes sources. Globalement, les femmes utilisent davantage les différentes sources pour s'informer sur les services soins & beauté : le bouche à oreille (73% contre 59% pour l'ensemble), l'information disponible dans les enseignes (62% contre 50% pour l'ensemble), les sites internet (57% contre 47% pour l'ensemble), etc. De même, pour les plus jeunes qui s'informent davantage sur les nouveaux outils de communication : les sites internet (62% contre 41% pour les plus de 35 ans), les réseaux sociaux (50% contre 18% pour les plus âgés), les sites ou applications des marques (44% contre 31%), les sites ou applications d'e-commerce (43% contre 22%).

Notons également que les plus gros consommateurs de services soins & beauté (ceux qui dépensent entre 50€ et 200€ par mois) déclarent davantage utiliser ces différentes sources d'information concernant les services de soins et de beauté, notamment les sources moins traditionnelles : 67% d'entre eux utilisent régulièrement les sites ou applications des marques (contre 34% dans l'ensemble) et 61% les sites ou applications d'e-commerce (contre 28% dans l'ensemble). Plus marquant, près d'un gros

consommateur sur deux utilise les réseaux sociaux (49%, contre 26% en moyenne) et les « influenceurs du web » (47%, contre 22% en moyenne) pour s’informer sur ces services.

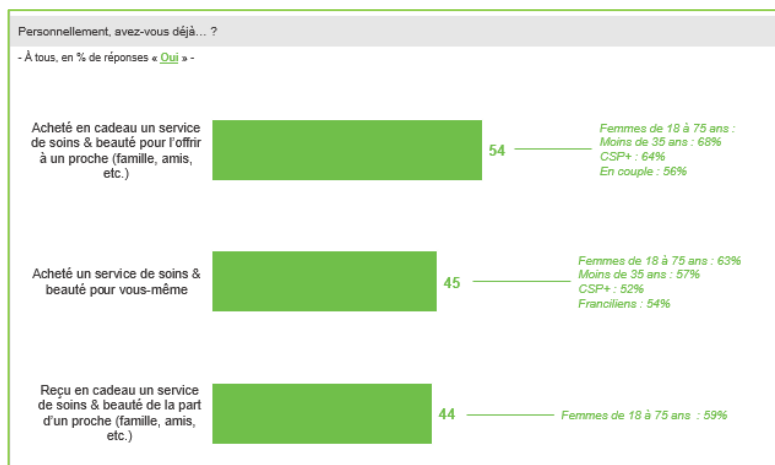
- **Parmi ceux qui déclarent utiliser les réseaux sociaux pour s’informer sur des services soins & beauté, 80% se renseignent sur Facebook.** Viennent ensuite dans l’ordre Youtube (43%), Instagram (22%), Twitter (21%), Snapchat (18%) et Pinterest (11%). Si 55% des Français déclarent utiliser au moins 2 réseaux sociaux pour s’informer, seulement 3% déclarent tous les utiliser. Notons cependant que les moins de 35 ans, qui déclarent utiliser les réseaux sociaux pour s’informer sur des services soins & beauté, utilisent davantage Instagram (34% contre 10% pour les plus de 35 ans) et Snapchat (27% contre 8% pour les plus de 35 ans).

- Quand on les interroge sur la confiance qu’ils ont ou non à l’égard des différentes sources d’information, **les Français font très majoritairement confiance à leur entourage** (60% contre seulement 10% pour ceux qui ne leur font pas confiance). Dans une moindre mesure, entre 1 Français sur 3 et plus de 4 Français sur 10



font confiance à l’information disponible dans les magasins (43%), les articles de presses (39%), les sites internet (35%) et les émissions de télévision et de radio (34%). Cependant, les Français, dans leur ensemble, font moins confiance aux sources « numériques » : seuls 21% d’entre eux déclarent en effet faire confiance aux « influenceurs du web », 23% aux réseaux sociaux et 22% aux sites ou applications d’e-commerce. Notons, cependant, que l’écart selon les sexes et les générations est toujours aussi important : le bouche à oreille (72% pour les femmes contre 47% pour les hommes), les sites internet (45% pour les femmes contre 24% pour les hommes), les réseaux sociaux (39% pour les moins de 35 ans contre 17% pour les plus de 35 ans), les sites ou applications d’e-commerce et les « influenceurs du web » (34% pour les plus jeunes contre 17% pour les plus âgés).

- Acheter ou offrir un service de soins & beauté constituent des pratiques plutôt courantes : 54% des Français (dont 32% « plusieurs fois ») en ont déjà acheté pour un proche, 45% pour eux même tandis que 44% l'ont déjà reçu en cadeau (dont 24% « plusieurs fois »). Sans surprise, ces pratiques



les femmes, les plus jeunes et les catégories aisées : 68% des moins de 35 ans et 64% des catégories aisées déclarent en avoir déjà acheté pour un proche ; 63% des femmes et 57% des moins de 35 ans déclarent en avoir déjà acheté pour eux-mêmes (contre 45% en moyenne, 28% pour les hommes et 41% pour les plus de 35 ans).

- **Au niveau de leur dépense, 90% des Français déclarent consacrer, en moyenne, moins de 50€ par mois pour acheter des services de soins & beauté, dont 71% moins de 30€.** Notons, cependant, que les cadres et les personnes exerçant une profession libérale dédient des dépenses plus importantes que la moyenne : 11% entre 50€ et 100€ (contre 8% en moyenne) et 3% plus de 200€ (contre moins de 1% en moyenne). Les femmes déclarent également dépenser plus d'argent que les hommes en matière de soins et de beauté : 28% déclarent dépenser entre 30€ et 50€ (contre 10% pour les hommes). Notons aussi que c'est le même constat chez les plus jeunes : 10% des moins de 35 ans déclarent dépenser entre 50€ et 100€ (contre 6% pour les plus âgés).

- **Parmi une liste « d'influenceurs du Web », les plus connus sont ceux ayant participé à une émission de télévision : 23% des Français ont déjà entendu parler d'Enjoy Phoenix, suivi de Nabila (21%) et de Caroline Receveur (16%).** Cependant, notons que 63%

