

les zooms
de L'Observatoire Cetelem

Thème 4 : « Entre apparence(s) et identité(s) : le corps, une vitrine de soi ? »

Enquête 3/3 – Décembre 2018 : « Prendre soin de soi, une activité qui se partage ? »

Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 4 au 6 décembre 2018. Échantillon de 1 000 personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

*_**

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investiguer en profondeur des grands thèmes de société, sollicitant l'avis des Français sur chacun de ces thèmes au travers de trois vagues de sondage. Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études de L'Observatoire Cetelem.

C'est par leur corps que les individus entrent en contact avec le monde. Grâce à lui qu'ils peuvent l'appréhender, y vivre, mais également être perçus et reconnus par leurs pairs. Le corps est ainsi à la fois une expression de soi mais également le reflet du regard des autres, qui échappe au contrôle. Comment les Français vivent-ils ainsi le rapport à leur corps, dont l'image ne leur appartient qu'en partie et dont les formes perdurent mais évoluent au cours du temps ? Quelles stratégies adoptent-ils pour mieux le contrôler ? Après deux premières vagues interrogeant le rapport à son corps et aux soins qui lui sont apportés puis le rapport des Français aux modifications corporelles (tatouages, piercings, chirurgie, colorations, etc.), la troisième et dernière enquête consacrée à ce thème s'intéresse au corps comme sujet de discussion et aux soins comme objets de partage. Les Français sont-ils à l'aise avec le fait d'aborder les thématiques liées à leurs corps avec leurs proches ? Pourraient-ils envisager les activités liées au soin du corps de manière collective ? Et considèrent-ils les soins du corps comme de possibles cadeaux à l'occasion des fêtes ?

Que retenir de cette enquête ?

→ Parler de son corps, une conversation gênante ?

Les Français se déclarent majoritairement à l'aise quand il s'agit de parler de leur corps à leurs proches, qu'il s'agisse de leur conjoint (84%), de leur famille (70%) ou encore de leurs amis (65%). Mais tous les sujets ne sont pas sensibles de la même manière : on note que si à nouveau, les Français sont plutôt à l'aise à l'idée d'aborder le sujet de leur corps, les questions liées aux défauts que l'on se trouve (29%), au poids (25%) ou encore à la pilosité (21%) sont source de gêne pour plus d'un Français sur cinq. Les femmes particulièrement se montrent réticentes à évoquer ces questions (une dizaine de points d'écart avec les hommes).

→ Sur les réseaux sociaux, les jeunes se dévoilent

Dans cette ambivalence entre possibilité de parler de son corps et gêne à aborder certains sujets avec les autres, qu'en est-il de la mise en scène de son corps sur les réseaux sociaux ? Si 36% des Français déclarent avoir déjà mis une photo de leur corps (habillé) sur un réseau social, c'est le cas de 66% des jeunes, dont 40% confient également avoir déjà montré leur corps, au moins en partie dénudé sur un réseau social.

→ Les fêtes de fin d'année, une occasion de prendre soin de soi ?

A l'occasion des fêtes, près de 7 Français sur 10 (73%) déclarent avoir l'intention de prendre soin d'eux et de leur corps. Cette attention particulière devrait passer en premier lieu par un rendez-vous chez le coiffeur ou le barbier (51%), l'achat de nouveaux vêtements (48%) ou encore par le fait de s'apprêter pour les différents réveillons, en choisissant une tenue, une coiffure ou un maquillage plus travaillés que d'ordinaire (47%). Les femmes et les plus jeunes se montrent particulièrement attentifs à l'idée de prendre soin d'eux à cette période. Ceux qui ont l'ambition de travailler à leur bien-être durant cette période ont prévu un budget de 81€ en moyenne pour réaliser leurs envies.

→ Offrir des cadeaux liés au soin du corps, pourquoi pas ?

59% des Français déclarent avoir l'intention d'offrir des cadeaux liés aux soins du corps à l'occasion des fêtes de fin d'année. Le parfum (49%) et dans une moindre mesure les sets de produits pour le corps (gels douches, crèmes hydratantes, bains moussants, etc. ; 32%) apparaissent comme les produits-phare de cette période. Les plus jeunes et les Français issus des catégories populaires se démarquent par leur recours plus fréquent à ce type de cadeaux. Pour ceux qui ont prévu d'offrir des soins à leurs proches, un budget moyen de 119€ au total est envisagé.

→ Les cadeaux liés au soin, entre intimité et utilité

S'ils feront partie du panier et des cadeaux reçus par de nombreux Français, c'est que ces cadeaux liés aux soins du corps sont perçus très favorablement au sein de la population. Alors même qu'il s'agit d'un cadeau plutôt intime, 79% expliquant n'offrir ce type de produits qu'à des personnes qu'ils connaissent bien, ce sont également des cadeaux faciles à trouver (75%) et qui font autant plaisir à offrir (71%) qu'à recevoir (67%). Et pour cause, pour la plupart des Français, il s'agit à la fois de cadeaux luxueux, que l'on ne peut pas nécessairement se permettre au quotidien (67%), mais également des cadeaux utiles (71%) aux personnes qui les reçoivent.

Dans le détail...

Parler de son corps, une conversation gênante ?

- **Parler de leur corps avec leur proches ne semble pas gêner particulièrement les Français, quoiqu'ils distinguent dans leur entourage différents degrés de confiance pour aborder ce sujet.** Ils seront ainsi surtout à l'aise pour en discuter avec leur conjoint (84%), mais se montreront un peu plus réservés face à leur famille (70%) ou à leurs amis (65%), tout en restant majoritairement sereins. Les collègues de travail, dans l'ensemble de la population (47%) comme chez ceux qui exercent aujourd'hui une activité (53%), suscitent davantage d'interrogations, seul un Français sur deux se sentant à l'aise avec l'idée de parler des enjeux liés à son corps dans son environnement professionnel.
- **Majoritairement à l'aise pour évoquer leur corps avec leurs proches, les Français sont néanmoins plus embarrassés par certains sujets que par d'autres.** 29% déclarent ainsi avoir des difficultés à aborder les défauts qu'ils trouvent à leur corps, 25% ont des réticences à parler de leur poids et 21% préfèrent ne pas évoquer toutes les questions liées à leur pilosité. Dans chacun des cas, les femmes, beaucoup plus que les hommes, manifestent une gêne à parler de ces sujets (écarts entre 11 et 13 points).
- Dans ce contexte où s'entremêlent une relative sérénité face aux enjeux du corps et la persistance d'une certaine gêne, les activités liées au soin et à l'entretien de son corps sont-elles perçues comme des activités pouvant se faire à plusieurs ou étant strictement réservées au registre de l'intime. **On constate que les rendez-vous chez le coiffeur ou le barbier (67%), les entraînements à la salle de sport (64%), les séances de massage (64%) ou, dans une moindre mesure, les soins du visage (55%) apparaissent comme des activités pouvant être réalisées collectivement, en présence d'un proche.** Les rendez-vous liés à l'épilation (61%) et aux modifications corporelles (tatouages, piercings, colorations, etc. ; 62%) sont à l'inverse perçus comme des activités que l'on réalise davantage seul. Les femmes et les plus jeunes, alors même qu'ils sont parmi les catégories les plus gênées à évoquer les difficultés qu'ils rencontrent avec leur corps, se montrent plus enclins que la moyenne à envisager les différentes activités comme pouvant se réaliser avec un proche, signe d'un hiatus entre le fait de verbaliser leur rapport au corps et le fait d'agir pour l'embellir. A noter que, s'agissant déjà de la personne avec laquelle ils se sentent le plus à l'aise pour aborder les questions liées à leur corps, **le conjoint est également le proche avec lequel les Français envisagent le plus de réaliser ces différentes activités, devant les amis et la famille.**

Sur les réseaux sociaux, les jeunes se dévoilent

- Versant online de la vie collective, les réseaux sociaux deviennent également le lieu d'une certaine mise en scène de son corps. **Si, dans l'ensemble de la population, l'affichage de son corps et des différentes activités liées à son entretien reste minoritaire (36% déclarent avoir déjà mis une photo de leur corps habillé sur les réseaux sociaux), les jeunes, chez qui les réseaux sont largement plus utilisés, déclarent un affichage bien plus massif.** 66% des moins de 35 ans auraient ainsi déjà mis une photo de leur corps habillé sur les réseaux sociaux, 40% affirmant y avoir déjà affiché une photo dénudée au moins en partie (en maillot de bain, sous-vêtements, voire nus). 52% déclarent également avoir déjà posté des images liées à leurs changements de coiffure, 38% des éléments liés à leurs soins de visage ou de corps, et 39% des éléments liés à leurs entraînements en salle de sport. Ils déclarent ainsi, malgré une gêne plus marquée que la moyenne à évoquer leurs corps avec leurs proches, d'une tentation à sa médiatisation et à sa mise en scène sur les réseaux sociaux.

Les fêtes de fin d'année, une occasion de prendre soin de soi ?

- **Près de 7 Français sur 10 indiquent leur intention de prendre plus particulièrement soin d'eux dans la perspective de l'approche des fêtes.** Ils envisagent pour ce faire trois actions majeures : se rendre chez le **coiffeur** (51% déclarent qu'ils prendront rendez-vous), s'acheter de **nouveaux vêtements** (48%) et **s'apprêter plus que d'ordinaire** à l'occasion des différents réveillons (47%), grâce à une tenue, un maquillage ou une coiffure plus travaillés qu'à l'ordinaire. 37% envisagent même de renforcer leur entraînement sportif, sans doute pour préparer leur corps aux différents excès des fêtes. On note à nouveau que les plus jeunes se distinguent de leurs aînés en indiquant largement davantage procéder à différents types d'activités, plaçant la période des fêtes comme un moment particulier de soin, de bien-être et d'apparat. **Il en va de même pour les femmes, qui, bien plus que les hommes, décrivent leur intention de s'apprêter et prendre soin d'elles à l'occasion des fêtes.**
- **Prendre soin de soi implique un budget non négligeable pour ceux qui l'envisagent, un budget de 81€ étant envisagé pour les dépenses de soin pendant les fêtes,** un budget légèrement revu à la hausse chez les femmes (84€), et plus encore chez ceux qui se préoccupent particulièrement de la mode et des tendances (101€).
- **Pour prendre soin d'eux à l'occasion des fêtes, 18% des Français (et jusqu'à 28% des moins de 35 ans) affirment qu'ils demanderont à leurs proches des cadeaux liés au soin du corps, comme des**

abonnements sportifs, des soins, des massages, etc. Ils seront plus nombreux encore (26%) à imaginer utiliser l'argent qu'ils pensent recevoir durant les fêtes pour s'offrir à eux-mêmes ce type d'activités (39% chez les jeunes).

- **Cependant, après les fêtes, la situation devrait revenir à la normale : la majorité des Français estime que le budget qu'ils consacreront aux différentes activités de soins testées sera stable pour 2019**, que ce soit pour leurs rendez-vous chez le coiffeur (73%), leurs visites dans des instituts de beauté (69%), leurs abonnements à la salle de sport (69%), leurs produits de soins (69%) ou leurs projets de modifications corporelles (69%). Les plus jeunes, néanmoins, sont plus nombreux à envisager voir leur budget augmenter pour les différents types de soins (de 8 à 11 points de plus que la moyenne).

Offrir des cadeaux liés au soin du corps, pourquoi pas ?

- **59% des Français déclarent avoir l'intention d'offrir des cadeaux liés aux soins du corps à l'occasion des fêtes de fin d'année. Le parfum (49%) et dans une moindre mesure les sets de produits pour le corps (gels douches, crèmes hydratantes, bains moussants, etc. ; 32%) apparaissent comme les idées-cadeaux les plus privilégiées.** Les soins en institut (22% pensent en offrir) ainsi que les massages (21%) font également partie des activités de soin que les Français envisagent le plus d'offrir, quand les abonnements dans des salles de sport (11%) ou les cadeaux liés à l'épilation (10%) ne feront partie de la hotte que d'une minorité. Plus que la moyenne les plus jeunes et les Français issus des catégories populaires se démarquent par une intention plus fréquente de recourir à ce type de cadeaux. **Pour ceux qui ont prévu d'offrir des soins à leurs proches, un budget moyen de 119€ au total est envisagé.**
- S'ils séduisent autant pour les fêtes, c'est que ces cadeaux liés aux soins du corps sont perçus très favorablement par les Français. **Alors même qu'il s'agit d'un cadeau plutôt intime** (79% expliquent n'offrir ce type de produits qu'à des personnes qu'ils connaissent bien), le cadeau lié aux soins présente plusieurs avantages. Ils sont perçus comme des **cadeaux faciles à trouver** (75%) et qui font autant **plaisir à offrir** (71%) **qu'à recevoir** (67%). Et pour cause, pour la plupart des Français, il s'agit à la fois de cadeaux luxueux, que l'on ne peut pas nécessairement se permettre au quotidien (67%), mais également des cadeaux utiles (71%) aux personnes qui les reçoivent. Les produits liés aux soins semblent ainsi résoudre certaines des difficultés qui se présentent lors du choix des cadeaux à faire pour ses proches : choisir un objet/une activité qui soit plutôt agréable ou plutôt utile, personnaliser le cadeau sans courir un trop grand risque de se tromper, etc...).

- En va-t-il de la même manière pour les cadeaux liés aux modifications corporelles permanentes (tatouages, piercings, etc.) ? **Les Français se montrent relativement ouverts à l'idée, 29% d'entre eux déclarant qu'ils pourraient envisager d'offrir à un de leur proches de l'argent pour financer ce type de projet.** Les jeunes, à cet égard, se montrent particulièrement ouverts, 47% indiquant qu'ils pourraient offrir ce type de cadeau à l'un de leurs proches. **34% d'entre eux (contre 17% seulement dans l'ensemble de la population) pourraient d'ailleurs personnellement envisager, cette année ou lors des prochaines fêtes, de se faire offrir de l'argent pour financer un projet de modification corporelle.**

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, la taille de l'échantillon, le nom de l'institut – Harris Interactive – et le commanditaire.

À propos Les Zooms de L'Observatoire Cetelem

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investir un grand thème en trois temps, sollicitant l'avis des Français au travers de trois vagues de sondage.

Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études existant de L'Observatoire Cetelem.

www.observatoirecetelem.com /@obs_cetelem

Contacts presse :

Christian Yombe : christian.yombe@bnpparibas-pf.com | +33 6 38 98 71 11

À propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe – 5 Avenue du Château - 94300 Vincennes – Tel : 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr