

Étude IPSOS pour la FEBEA : Les cosmétiques, un secteur qui fait la fierté française mais reste méconnu...

Paris, le 14 octobre 2015. La Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA) publie les résultats de son étude, menée avec IPSOS, sur la perception qu'ont les Français des produits et des entreprises cosmétiques.

Ces produits occupent en effet une place de choix dans le quotidien des Français. La FEBEA a donc voulu comprendre la perception qu'en ont ses utilisateurs.

Quelles relations entretiennent-ils avec ces produits ? Hommes et femmes ont-ils les mêmes attentes et le même regard sur ce secteur ? Quels sont les produits qui répondent à la définition de cosmétique ? Autant de questions mises en lumière dans cette étude, première du genre.

Le secteur cosmétique, levier de fierté nationale

C'est l'un des principaux enseignements de l'étude : **82% des Français considèrent que le secteur des cosmétiques joue un rôle important pour l'image de la France.**

Une tendance qui s'explique par plusieurs facteurs :

- **Une réelle source d'innovation** : **86%** des Français jugent l'univers des cosmétiques comme un secteur innovant, qui contribue à l'évolution de la recherche ;
- **Une contribution clé au dynamisme économique de la France** : **63%** des personnes interrogées reconnaissent le rôle majeur du secteur comme pourvoyeur d'emplois à travers l'hexagone ;
- **Un levier du rayonnement à l'international** : **57%** d'entre eux jugent qu'il illustre le patrimoine et le savoir-faire français dans le monde.

Bien-être et confiance en soi : les principaux bénéfices des produits cosmétiques

Bien au-delà des bénéfices fonctionnels délivrés, les Français considèrent massivement que l'utilisation de produits cosmétiques a un impact positif :

- sur leur propre **bien-être** (79%) ;
- sur **l'image qu'ils renvoient** d'eux-mêmes (74%) ;
- sur la **confiance en soi** (66%).

« L'enquête a mis en lumière le rapport intime qui nous lie à nos produits cosmétiques : ils apportent bien-être et estime de soi. Si ces notions peuvent paraître abstraites, elles sont néanmoins révélatrices du bien-être sociétal que les produits apportent » selon Patrick O'Quin, Président de la FEBEA.

Les cosmétiques : utiles pour les femmes, futiles pour les hommes

L'enquête a mis en exergue une perception très différenciée entre les hommes et les femmes. En effet, parmi les différents secteurs investigués dans l'étude, la cosmétique est le secteur où cette différence est la plus marquée en fonction du genre, loin devant les produits technologiques ou l'automobile.

- **La confiance** : **62% des femmes** ont confiance dans le secteur, contre **41% des hommes** ;
- **L'image** : alors que **les femmes sont 71%** à en avoir une bonne image, **les hommes ne sont que 41%** à partager cet avis ;
- **La perception** : si les hommes ont une vision plus stéréotypée d'un secteur qu'ils jugent futile, les femmes ont elles une appétence plus marquée pour ces produits qui procurent, selon elles, une sensation de bien-être et font rêver.

Un secteur méconnu... qui n'échappe pas à certains stéréotypes

L'étude a révélé qu'une majeure partie des consommateurs a une vision partielle de ce que sont les produits cosmétiques.

En effet, lorsque l'on demande aux personnes interrogées de citer spontanément les produits appartenant au secteur des cosmétiques, **37%** d'entre elles y attribuent en premier lieu les **produits de maquillage** et **36%** les **produits et crèmes de soin**.

A contrario, uniquement 9% des Français interrogés y associent avant tout les **parfums et eaux de toilette**, et seuls **5% les produits de toilette et d'hygiène** !

Pourtant, la définition du secteur des cosmétiques comprend tant les produits d'hygiène et de toilette que les produits de soin, le maquillage, le parfum...

« Ces retours de consommateurs montrent le rôle clé de notre secteur et de nos produits dans l'économie nationale autant que dans le quotidien des Français. Cette étude met également en lumière une méconnaissance de ce que sont les produits cosmétiques. Enfin, l'étude révèle que 61% des Français ont le sentiment d'un manque d'informations sur le secteur. Il y a une réelle demande de dialogue et de pédagogie sur l'étiquetage des produits, ou encore sur la prise en compte des enjeux environnementaux. En tant que porte-parole du secteur, nous allons œuvrer pour apporter les réponses à ces interrogations légitimes. » déclare Patrick O'Quin, Président de la FEBEA.

Méthodologie de l'étude


« Image des produits et de l'industrie cosmétique » - Étude quantitative du 28 novembre au 4 décembre 2014. Etude online auto-administrée via le panel d'Ipsos, sur 1 013 Français utilisateurs d'Internet constituant un échantillon national représentatif de la population âgée de 15 ans et plus (méthode des quotas).

A propos de la FEBEA

La Fédération des Entreprises de la Beauté est le syndicat professionnel représentant les fabricants de produits cosmétiques opérant en France. Le secteur des cosmétiques regroupe la parfumerie, les produits de beauté, les produits d'hygiène et de toilette ainsi que les produits capillaires.

La FEBEA réunit plus de 300 entreprises, dont 85% sont des PME ou des TPE. Les entreprises fabriquant des cosmétiques emploient directement 42 000 personnes en France. C'est le 2^e secteur en matière de dépôt de brevets et de commerce extérieur et le 2^{ème} secteur exportateur après l'aéronautique.

Contact Presse – FEBEA :

Agathe Cury :
06 61 96 91 59, acury@febea.fr
 [@FEBEA_FR](https://twitter.com/FEBEA_FR)

Contacts Presse – Agence Albert :

Charles Collet :
01 42 12 81 96, ccollet@agencealbert.fr
Gaëlle Huot :
01 42 12 28 77, ghuot@agencealbert.fr