



**QUELLE COSMÉTIQUE
POUR
L'ÉCO-CONSOMMATEUR ?**

MINIBOOK 2024

INTRODUCTION	p. 1
Efficacité et transparence : les vraies attentes beauté des Françaises	p. 2
Quelles sont les attentes des Français envers les industriels ?	p. 4
Société : les Français sont préoccupés	p. 6
Les consommateurs croient-ils à l'engagement durable des marques ?	p. 7
Les Français font-ils des achats responsables ?	p. 8
Fabrication locale : les Français disent oui !	p. 10
Les écogestes s'ancrent doucement dans la routine des Français	p. 11
Petits prix, soins durables : les choix beauté des Françaises	p. 13
La durabilité est-elle importante pour les Français ?	p. 14
Les besoins de l'écoconsommateur contemporain	p. 15
Baromètre GreenFlex : les Français sont de plus en plus engagés	p. 16
Crise environnementale : des Français inquiets et peu renseignés	p. 17
Environnement : les Français pensent en faire "assez"	p. 18

Introduction

La crise climatique est un sujet actuel qui concerne tout le monde. Les consommateurs, conscients de l'urgence écologique, attendent des marques des actions et des gestes forts.

Ils sont plus de 60 % à déclarer être sensibles aux actions prises par les entreprises en faveur du climat.

Mais ils ont également conscience du rôle qu'ils peuvent jouer pour aider à lutter contre le réchauffement de la planète. Ils sont donc plus attentifs à ce qu'ils achètent, favorisent certaines pratiques (comme l'achat local), font attention à la provenance des matières premières contenues dans les produits qu'ils utilisent. Les consommateurs changent leurs habitudes.

Ils sont aussi en demande de transparence de la part des marques qu'ils affectionnent. Le grand public veut connaître les "coulisses" de fabrication des produits de beauté. Et gare aux entreprises qui seraient tentées de ne pas montrer "patte verte"...

Cependant, certains comportements ne sont pas encore totalement ancrés dans les routines des Français et ils se sentent parfois perdus quant aux gestes à adopter.

Pour les marques, il est important de comprendre cet éco-consommateur. C'est la raison pour laquelle CosmeticOBS a conçu ce Minibook.

Il fait le point sur les attentes et les besoins du grand public, met en exergue ses comportements d'achat et fait le point sur l'importance de la durabilité dans son quotidien.

EFFICACITÉ ET TRANSPARENCE : LES VRAIES ATTENTES BEAUTÉ DES FRANÇAISES

Pour sa dernière étude réalisée en partenariat avec la plateforme d'e-commerce Beauté Privée, le cabinet de tendance Nelly Rodi a souhaité s'affranchir de tous les clichés que l'on attribue aux Françaises. L'agence a donc mené une enquête afin de mettre en avant les besoins que les consommatrices expriment lorsqu'elles achètent un produit cosmétique.

Nelly Rodi a identifié cinq critères importants pour les Françaises.

Le plaisir

67 % des personnes interrogées (la méthodologie de l'étude n'a pas été communiquée, ndlr) expriment la recherche de plaisir quand elles appliquent un produit. *“Pour les Françaises, la beauté s'inscrit avant tout dans une quête de bien-être et est pensée comme un geste simple, à investir au quotidien”*. Minimalistes, elles ont des routines courtes et efficaces : en général, elles utilisent trois à cinq produits par rituel.

Prendre soin de soi est important pour elles. 72 % des sondées font attention à leur hygiène de vie globale.

L'accessibilité

L'inflation pousse les consommatrices à chercher les bons plans. 59 % des interrogées confient traquer les promotions. Pour cela, elles se rendent souvent en parapharmacie, *“un lieu multimarques, à proximité, avec des prix accessibles”*.

Elles n'achètent pas le premier produit venu. En véritables “beauty” expertes, elles savent vers quels soins se tourner en fonction des problématiques qu'elles veulent traiter.

La réassurance

“Les Françaises sont attentives aux produits qu'elles consomment et ont besoin d'être rassurées. Elles entretiennent une certaine méfiance vis-à-vis des discours des marques et recherchent des conseils de personnes tierces”, indique Nelly Rodi. *“43 % disent être influencées dans leurs achats beauté par des experts (professionnels médicaux ou esthétiques), 36 % par les avis clients et 24 % par leurs proches”*. Le besoin de conseil explique aussi l'attraction des Françaises pour les parapharmacies. Pour elles, la parole du personnel sur place est gage de confiance.

De plus, la composition est le critère d'achat le plus important pour 36 % des panélistes. Elles sont 44 % à toujours lire la liste des ingrédients.

L'efficacité

Les Françaises ne croient plus aux allégations extravagantes. Pour acheter un soin, elles veulent des preuves de son efficacité. Elles sont d'ailleurs 30 % à se dire prêtes à payer plus cher pour un cosmétique aux résultats garantis.

Elles sont également demandeuses de vulgarisation (51 %). Elles ont besoin de connaître les mécanismes de fonctionnement des formules et de mieux comprendre le rôle des ingrédients.

Le respect

“Une fois les critères de plaisir, de santé et d’efficacité validés, la naturalité des soins se positionne (à 21 %) parmi les moteurs d’achat les plus importants. 11 % des interrogées se tournent vers des cosmétiques certifiés bio”, analyse Nelly Rodi.

“Les Françaises ont des attentes RSE assez génériques : 59 % portent une attention particulière à une production soucieuse de l’environnement et 39 % au respect des salariés”.

© CosmeticOBS-L'Observatoire des Cosmétiques, 2024
8 rue Bernard Iské
92350 Le Plessis-Robinson – France

51,70 €
ISBN : 978-2-493362-28-5



info@cosmeticobs.com
cosmeticobs.com