



*Communiqué de presse  
A Paris, le 27 juin 2013*

## Les Français et le bien-être : Quoi de neuf ?

Darty, spécialiste du petit électroménager dédié au bien-être, a toujours été soucieux d'anticiper les besoins et attentes des Français. La marque a donc souhaité mener cette étude pour mieux accompagner et comprendre les nouvelles habitudes des Françaises et des Français en matière de bien-être.

Cette étude réalisée par l'institut de sondage IPSOS, auprès de 1000 hommes et de 1000 femmes apporte un éclairage sur les pratiques des Français pour accéder au bien-être et les nouvelles tendances de consommation.

### Quand beauté rime avec bien-être

L'étude confirme tout d'abord que les Français accordent une grande importance à leur apparence physique, en particulier parce qu'ils considèrent qu'il existe un lien étroit entre beauté et bien-être :

→ **86%** d'entre eux estiment qu'il est « important de **se sentir beau/belle** pour se sentir bien dans sa vie » (27% considèrent même que c'est « très important »).



Ce sont les femmes, en véritable esthètes, qui sont les plus concernées, puisqu'elles sont **93% à allier sentiment de beauté et bien-être au quotidien.**

Cette tendance est d'ailleurs largement représentée par les plus jeunes (femmes et hommes confondus) : **91% chez les 18-24 ans interrogés**

Les **principales préoccupations des femmes se concentrent autour des problèmes :**

- **de rondeurs (53%)**
- **de cellulite (44%)**
- **de points noirs (20%)**

Si améliorer son apparence physique permet de se sentir mieux, comment alors faire en sorte d'être plus beau/belle ?

**Les français ont pleinement conscience que vie saine rime avec beauté. Pour eux, la beauté est avant tout « un esprit sain dans un corps sain ».**

Pour les Français il s'agit d'abord de :

- « **bien dormir, ne pas sacrifier ses heures de sommeil** » (53%)
- « **faire régulièrement du sport, de l'exercice** » (49%)
- « **avoir un régime alimentaire équilibré** » (43%)

Mais, au-delà des règles de base d'une vie saine, travailler directement son apparence a également son importance.

## Soins et apparence, deux éléments clés pour se sentir bien

Même si l'hygiène de vie et la tenue vestimentaire restent les deux priorités pour se sentir bien, **le soin du corps est un sujet de préoccupation majeur** pour les Français, et avant tout pour les Françaises.

- Le rasage / l'épilation (28%) est la première action citée parmi les soins apportés au corps.

**Les Françaises prennent tout particulièrement soin de :**



- Leurs cheveux : 64% d'entre elles déclarent en effet les « chouchouter »
- Leurs yeux à 40%
- Leurs joues et leur teint à 36%

Mais, dans le même temps, les femmes estiment, de manière beaucoup plus importante que les hommes, qu'elles « délaissent » certaines autres parties de leur corps, à commencer par :

- le dos (35%)
- les pieds (34%)
- les fesses (24%)

**Ce paradoxe apparent traduit surtout un rapport au corps beaucoup plus conflictuel chez les femmes que chez les hommes.** En effet, si les femmes prennent *de facto* plus soin de leur corps que les hommes, elles ont le sentiment de privilégier certaines parties de leur corps au détriment du reste, ce qui les pousse à culpabiliser davantage.

Les hommes, de leur côté, se montrent nettement moins impliqués sur cette question. L'apparence physique est certes un sujet important pour eux, mais **ils s'attachent surtout à « bien présenter ».**

Ainsi, dans le cas **d'un rendez-vous « galant »**, ils prennent surtout soin :

- de leur tenue vestimentaire (70%)
- de leur hygiène bucco-dentaire (57%)
- de leur parfum (55%)

Mais vont accorder nettement moins d'importance au soin de leur corps que les femmes.

A l'approche d'un rendez-vous galant, les Françaises passeront du temps :

- à s'épiler (63%)
- se faire un brushing (57%)
- se maquiller (62%)



Néanmoins, les deux sexes s'accordent sur l'importance donnée à **l'épilation/rasage (53%)** lors d'un rendez-vous romantique.

## Les femmes investissent plus dans les rituels de beauté

Que cela soit en termes de temps ou de budget, les femmes sont prêtes à dépenser plus d'argent et d'énergie quand il s'agit de prendre soin de leur corps.

- **16.5% des Françaises dépensent plus de 25€ par mois contre 9.6%** des hommes

Les principaux postes de dépenses sont consacrés :

- au soin des **cheveux** (18.2%)
- au soin du **visage** (17.2%)
- à **l'épilation/rasage** (13.2%)

## Les Français consacrent en moyenne une heure par semaine à prendre soin d'eux



L'investissement à ces rituels de beauté diffère en fonction du sexe mais également de l'âge.

En effet, les jeunes **âgés de 18 à 24 ans consacrent davantage de temps à leur chevelure ou au maquillage** alors que les Français âgés de plus de **45 ans ou plus consacrent davantage de temps au soin du visage avec un budget plus important.**

- 5.9% des plus de 45 ans dépensent en moyenne plus de 50€ par mois pour les soins du visage

Les femmes sont plus exigeantes vis-à-vis de la marque des produits qu'elles achètent :

- 42% considèrent que c'est le critère d'achat le plus important

## Dans 37% des cas, les femmes font confiance à des conseillers/experts dans le processus d'achat

### Vive les poils, mais de la discipline !

Si l'importance donnée à l'apparence physique ne cesse de se confirmer au fil du temps, une évolution plus récente mérite d'être notée : **la tolérance de plus en plus faible à l'égard des poils indisciplinés**, et qui se manifeste par une dynamique de plus en plus forte en faveur des pratiques d'épilation, chez la femme comme chez l'homme.

**La quasi-totalité des personnes interrogées (96%) estiment qu'elles doivent s'épiler au moins une partie de leur corps**

Chez la femme, l'épilation apparaît comme une sorte de **pré-requis** pour certaines parties du corps

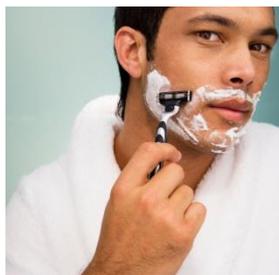
- en particulier les aisselles : 87% des Françaises considèrent qu'elles doivent être impeccablement épilées
- les demi-jambes : 81%

Chez l'homme, la demande d'épilation est nettement moins forte, mais s'affirme pour certaines parties du corps.

Quant 'aux hommes, ils ont un regard très critique sur les femmes et l'épilation. Au-delà des classiques, ils souhaitent une épilation plus complète chez les femmes.

- **39% des hommes sont adeptes de l'épilation du maillot intégrale** et 21% souhaiteraient que les femmes s'épilent également les bras.

**6% des hommes interrogés ne seraient pas contre l'idée d'une partenaire « poilue »**



Qu'en est-il des hommes ? La mode aujourd'hui voudrait que les hommes exhibent leurs poils. Mais les barbes des hipsters ne séduisent pas l'ensemble de la population !

- **Les femmes sont conquises à 88% par les hommes rasés ou à barbe naissante à 82%.**

60% des hommes se trouvent également plus séduisant rasés. Sans équivoque, la barbe fournie et la moustache sont bel et bien rejetées et ce sont les hommes rasés qui semblent être les plus attirants.

Autre phénomène, l'épilation masculine se démocratise :

**Une nouvelle tendance : L'épilation du maillot masculine**

**20% des hommes au total souhaitent être impeccablement épilés du maillot**

**Le soin du corps se pratique de plus en plus à domicile**

Une immense majorité de Français **prennent soin de leur corps avant tout à leur domicile** (90%)

C'est vrai pour les hommes comme pour les femmes, même si ces dernières panachent le soin de soi à domicile avec une fréquentation occasionnelle des instituts spécialisés.

Cette pratique du soin du corps à domicile, portée par l'équipement progressif des foyers en appareils électroménagers spécialisés (rasage/épilation, appareils de coiffure, santé, hygiène, soin du corps et du visage...) **a plutôt progressé ces dernières années :**

- 46% des personnes interrogées déclarent passer « plus de temps à prendre soin de leur corps à leur domicile qu'il y a 5 ans »

Les raisons invoquées :

- Le moindre coût par rapport à une prestation en institut (73%)
- L'aspect pratique (45%)
- Et pour 5% d'entre eux, l'aspect écologique

**Toujours plus de « do it yourself », la pratique du soin du corps à domicile a progressé et 8 femmes sur 10 se disent satisfaites des soins à domicile**

## La Maison Bien-être by Darty : votre expert beauté à domicile

Darty et son offre de produits bien-être propose des solutions adaptées à ces nouveaux besoins et modes de consommation. La Maison Bien-être by Darty se pose en véritable expert en accompagnant au quotidien les Français pour se sentir bien dans leur peau.

**Même si 97,3 % des Français sont équipés en petit électroménager dédié à la beauté et au bien-être, on remarque certains contrastes en fonction des produits.**

**- 60% des femmes possèdent un appareil d'épilation, contre 23% des hommes**

C'est en réponse à cette nouvelle tendance que Darty développe son offre bien-être, en proposant des produits adaptés à tous les budgets et à tous les styles. **La Maison Bien-être by Darty offre ainsi toute l'expertise des professionnels à domicile.**

## Et pour finir...voici le couple vedette du bien-être selon les français !

**Monica BELLUCCI** incarne le bien-être au féminin (49%) et **Jean DUJARDIN** (41%) le bien-être au masculin



*\*Enquête réalisée en ligne du 9 au 17 avril 2013 auprès d'un échantillon de 2 009 Français âgés de 18 à 50 ans, nationalement représentatifs selon le sexe, l'âge, le statut social, la profession de l'individu, la région et la catégorie d'agglomération.*

### Darty en chiffres :

- 228 magasins en France et le site [darty.com](http://darty.com), mobilisant plus de 11500 collaborateurs en France dont 40% dans les métiers de service.
- 2 entrepôts centraux, 70 plateformes de livraison et une flotte de 500 camions de livraison à domicile (en 2012, DARTY a effectué plus d'un 1,5 millions de livraisons/installations à domicile).
- 9 centres d'appel techniques en France (dont 2 spécialisés multimédia et internet), 41 centres de service après-vente et une flotte de 1 400 véhicules d'intervention à domicile (en 2012, DARTY a reçu 4 millions de sollicitations d'assistance par téléphone et a effectué plus de 1,2 millions d'interventions à domicile et plus de 1,1 millions de réparations en atelier).
- 3 millions de questionnaires de satisfaction client envoyés tous les ans.

### Contact Presse : Le Public Système

Mélanie Chocat – 01 41 34 23 71 – [mchocat@lepublicsysteme.fr](mailto:mchocat@lepublicsysteme.fr)