

# Etude de marché « Les produits cosmétiques en Tunisie »

**Octobre 2010**

**TBC Partners est un nouvel acteur dans le domaine des enquêtes et des études de marché. Notre équipe est composée de chercheurs et de praticiens confirmés dans la réalisation des études de marché, qualitatives et quantitatives, à travers une approche méthodologique fiable et pertinente permettant aux entreprises d'être à l'écoute de leurs marchés.**

**Nous mettons à votre disposition toute notre expertise et notre rigueur professionnelle pour vous permettre de mieux comprendre votre marché afin de vous doter des outils de prise de décision nécessaire à votre réussite.**

**L'équipe TBC Partners**

## Contexte et objectifs de l'étude :

Avec l'amélioration du niveau de vie du Tunisien et l'accroissement et la diversification de ses besoins et désirs, ce dernier ne cesse d'adopter de nouvelles habitudes et modes de consommation. Dans ce contexte, cette étude se propose de comprendre et de détecter les attitudes et perceptions caractérisant le comportement du Tunisien à l'égard des produits d'hygiène et de beauté.

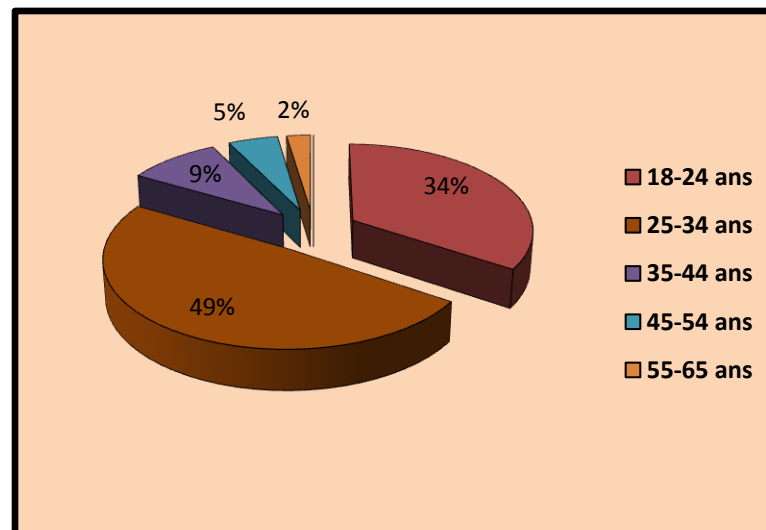
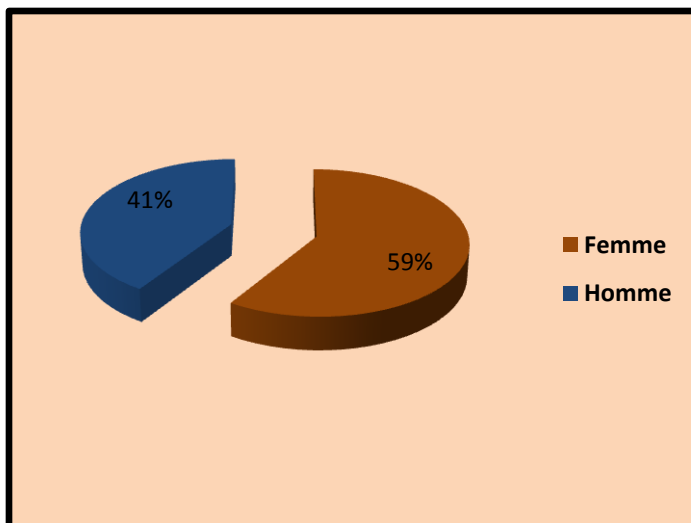
## Méthodologie :

Notre enquête a été réalisée à travers un questionnaire électronique auto administré auprès d'un échantillon de convenance composé de **5120** internautes.

## La cible de l'étude

SEXE	
Femme	59%
Homme	41%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

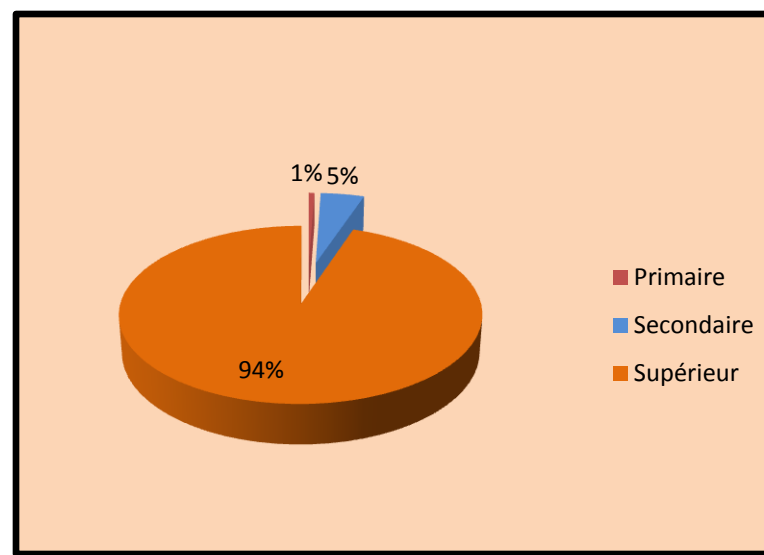
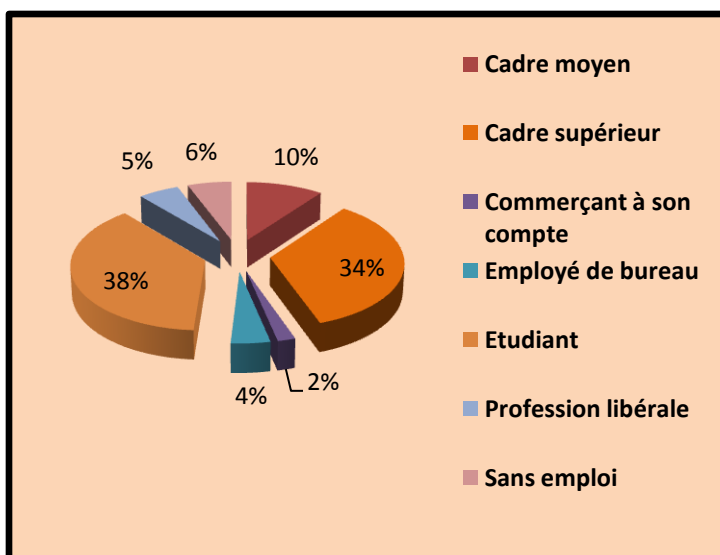
AGE	
18-24 ans	34%
25-34 ans	49%
35-44 ans	9%
45-54 ans	5%
55-65 ans	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



## La cible de l'étude

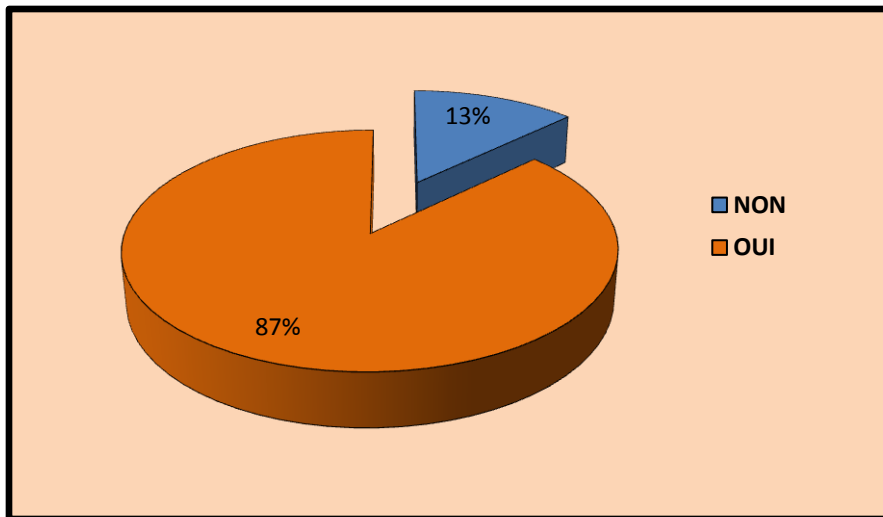
Profession	
Cadre moyen	10%
Cadre supérieur	34%
Commerçant à son compte	2%
Employé de bureau	4%
Etudiant	38%
Profession libérale	5%
Sans emploi	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Niveau d'instruction	
Primaire	1%
Secondaire	5%
Supérieur	94%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



## Résultats et conclusions

1-UTILISEZ-VOUS DES PRODUITS COSMETIQUES ET D'HYGIÈNE?	
NON	13%
OUI	87%
Total	100%



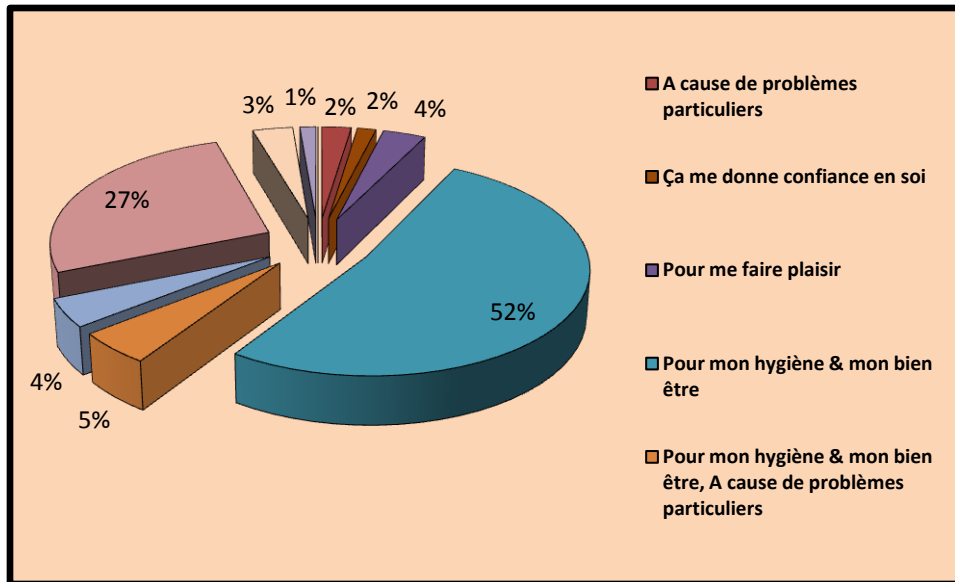
La consommation des produits d'hygiène et de beauté constitue un comportement adopté par **87%** contre **13%** qui déclarent ne pas consommer ce type de produits.

Il faut noter que la consommation de ces produits répond à des besoins génériques qui se rattachent à la sécurité psychologique et la valorisation sociale.

En revanche, l'utilisation des produits d'hygiène et de beauté traduit un comportement généralisé et ce indépendamment des considérations relatives à l'image de marque et la qualité des produits consommés.

## Résultats et conclusions

2-SI OUI, POURQUOI ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS COSMETIQUES ET D'HYGIÈNE?	
A cause de problèmes particuliers	2%
Ça me donne confiance en soi	2%
Pour me faire plaisir	4%
Pour mon hygiène & mon bien être	52%
Pour mon hygiène & mon bien être, A cause de problèmes particuliers	5%
Pour mon hygiène & mon bien être, Ça me donne confiance en soi	4%
Pour mon hygiène & mon bien être, Pour me faire plaisir	27%
Pour mon hygiène & mon bien être, Pour séduire l'autre sexe	3%
Pour mon hygiène & mon bien être, Une valorisation sociale	1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

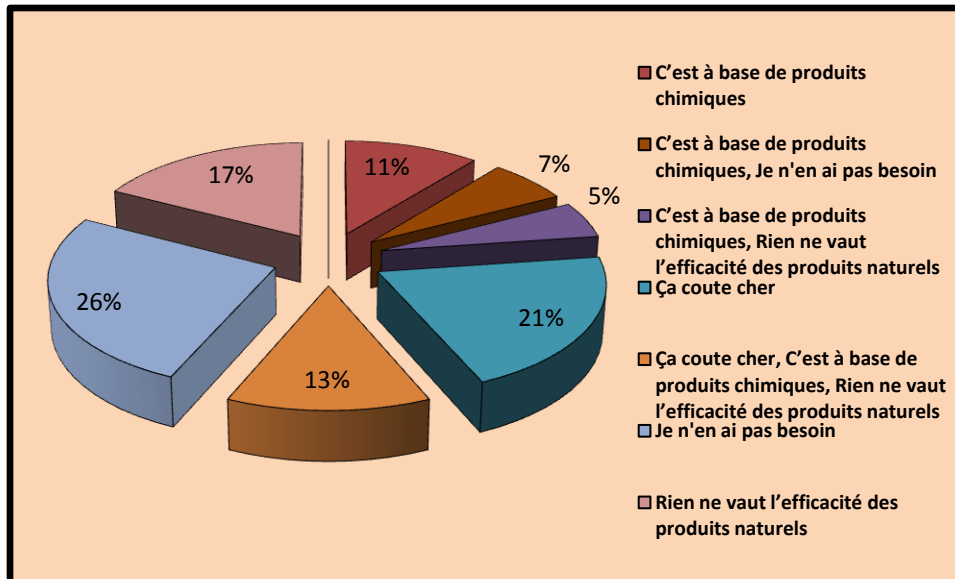


Relativement à l'étude des motivations justifiant la consommation des produits d'hygiène et de beauté, **52%** déclarent consommer ces produits pour leur « Hygiène et bien être ». En outre, **27%** des répondant justifient leur consommation par une motivation hédoniste traduisant la volonté de se faire plaisir.

En revanche, nous pouvons noter également l'existence d'autres motivations peu exprimées tels que « L'existence de problèmes particuliers » ou « La recherche d'une valorisation sociale ». Ainsi, il apparait que « Le Bien être » et « Le plaisir » constituent les valeurs les plus recherchées dans la consommation de ce type de produits.

## Résultats et conclusions

3-SI NON, POURQUOI?	
C'est à base de produits chimiques	11%
C'est à base de produits chimiques, Je n'en ai pas besoin	7%
C'est à base de produits chimiques, Rien ne vaut l'efficacité des produits naturels	5%
Ça coûte cher	21%
Ça coûte cher, C'est à base de produits chimiques, Rien ne vaut l'efficacité des produits naturels	13%
Je n'en ai pas besoin	26%
Rien ne vaut l'efficacité des produits naturels	17%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



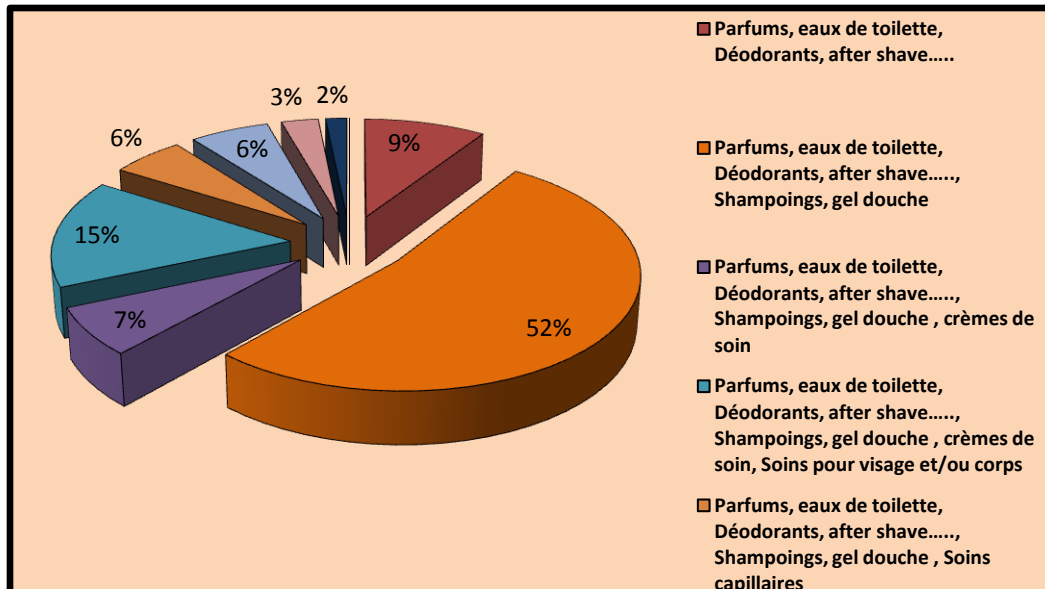
Pour ce qui est des freins à la consommation des produits d'hygiène et de beauté, nous remarquons que les prix élevés constituent un frein principal à raison de **21%**. En outre, **17%** considèrent que ces produits ne valent nullement à l'efficacité des produits naturels qui demeurent fortement présents dans nos habitudes hygiéniques.

Les freins exprimés à l'égard de la consommation des produits d'hygiène et de beauté illustrent parfaitement l'état des lieux de la consommation de ce type de produits qui demeurent relativement chers pour certaines catégories et qui trouvent dans certains produits naturels un substitut abordable et bio.



## Résultats et conclusions

4- QUELS SONT LES PRODUITS QUE VOUS CONSOMMEZ ? (Pour les hommes)	
Parfums, eaux de toilette, Déodorants, after shave.....	9%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants, after shave....., Shampoings, gel douche	52%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants, after shave....., Shampoings, gel douche , crèmes de soin	7%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants, after shave....., Shampoings, gel douche , crèmes de soin, Soins pour visage et/ou corps	15%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants, after shave....., Shampoings, gel douche , Soins capillaires	6%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants, after shave....., Shampoings, gel douche , Soins pour visage et/ou corps	6%
Shampoings, gel douche	3%
Soins pour visage et/ou corps	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

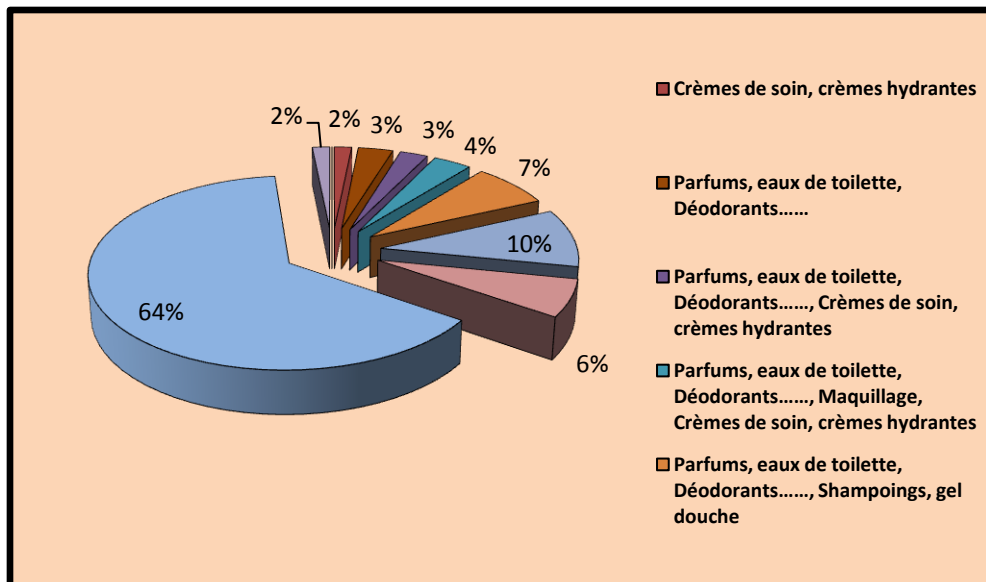


Dans le cadre de notre étude des besoins et des produits spécifiques et propres à la consommation masculine, nous avons remarqué, en toute logique, la forte dominance des produits « classiques » (Parfums, déodorants, gel douche, ...ect) à raison de **52%**.

Toutefois, nous devons remarquer que certains produits, souvent perçus comme étant exclusivement féminins, tendent à s'intégrer dans la structure de consommation de l'homme tunisien, à l'instar des soins de visage et de corps.

## Résultats et conclusions

5- QUELS SONT LES PRODUITS QUE VOUS CONSOMMEZ ? (Pour les femmes)	
Crèmes de soin, crèmes hydratantes	2%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants.....	3%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants....., Crèmes de soin, crèmes hydratantes	3%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants....., Maquillage, Crèmes de soin, crèmes hydratantes	4%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants....., Shampoings, gel douche	7%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants....., Shampoings, gel douche, Crèmes de soin, crèmes hydratantes	10%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants....., Shampoings, gel douche, Maquillage	6%
Parfums, eaux de toilette, Déodorants....., Shampoings, gel douche, Maquillage, Crèmes de soin, crèmes hydratantes	64%
Shampoings, gel douche, Crèmes de soin, crèmes hydratantes	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

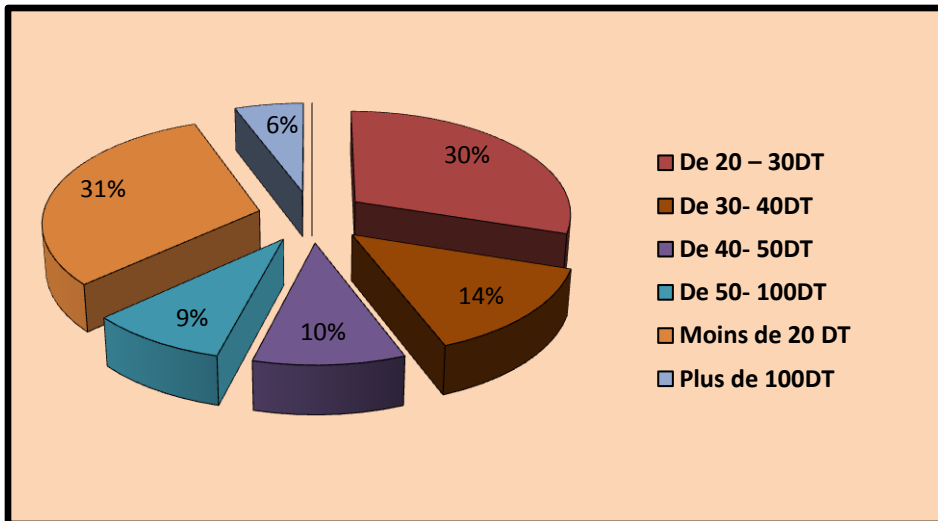


Pour ce qui est des besoins et des produits spécifiques propres à la consommation féminine, nous remarquons que le panier de consommation de **64%** des répondantes est constitué par les produits de base qui englobe, en plus des parfums et des shampoings, les crèmes hydratantes et les produits de soins, qui demeurent, par excellence, des produits de femmes.

## Résultats et conclusions

6- COMBIEN DEPENSEZ VOUS EN MOYENNE PAR MOIS POUR L'ACHAT DES PRODUITS COSMETIQUES?	
De 20 – 30DT	30%
De 30- 40DT	14%
De 40- 50DT	10%
De 50- 100DT	9%
Moins de 20 DT	31%
Plus de 100DT	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

L'étude de la structure des dépenses consacrées aux produits d'hygiène et de beauté permet de constater qu'en moyenne, **31%** consacre un budget mensuel de moins de 20DT, contre **30%** qui dépensent entre 20 et 30 DT par mois.

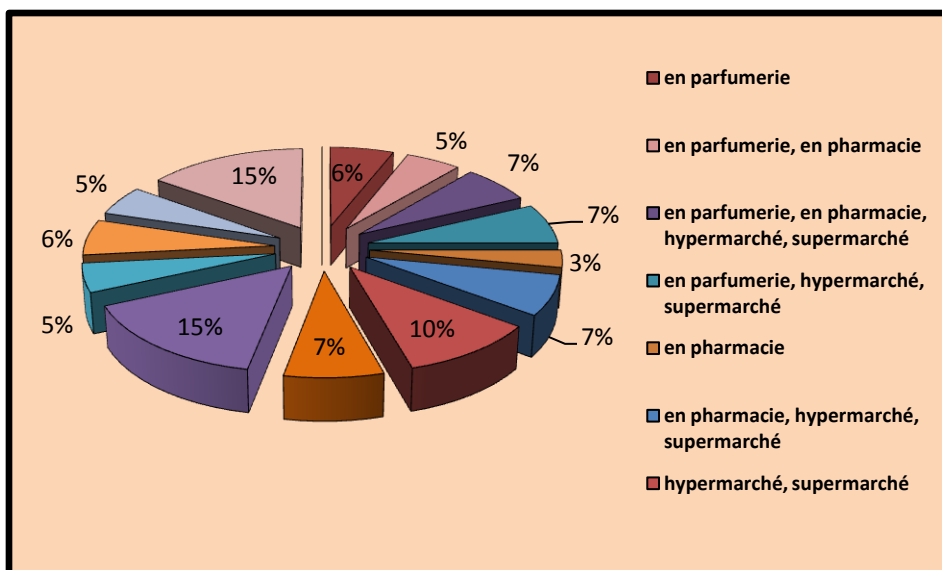


Ces résultats illustrent, que le budget consacré à la consommation des produits d'hygiène et de beauté demeure relativement faible dans la structure de dépenses du Tunisien.

Ces produits sont, encore perçus, comme étant « secondaires », comparativement aux produits de base.

## Résultats et conclusions

7- OU ACHETEZ-VOUS VOS PRODUITS COSMETIQUES?	
en parfumerie	6%
en parfumerie, en pharmacie	5%
en parfumerie, en pharmacie, hypermarché, supermarché	7%
en parfumerie, hypermarché, supermarché	7%
en pharmacie	3%
en pharmacie, hypermarché, supermarché	7%
hypermarché, supermarché	10%
Magasins spécialisés	7%
Magasins spécialisés, en parfumerie, en pharmacie	15%
Magasins spécialisés, en parfumerie, hypermarché	5%
Magasins spécialisés, en pharmacie	6%
Magasins spécialisés, en pharmacie, hypermarché	5%
Magasins spécialisés, supermarché	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



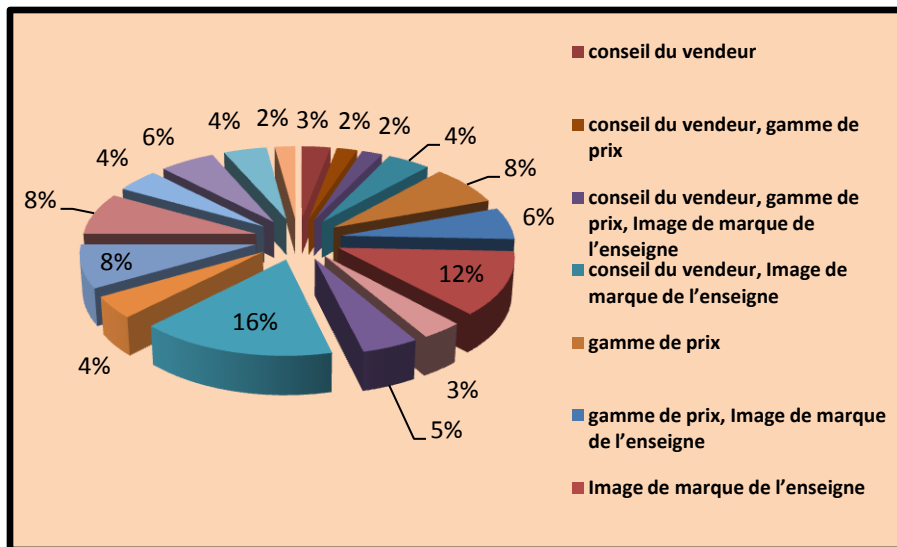
Concernant notre interrogation par rapport aux habitudes d'achat des produits d'hygiène et de beauté en terme de fréquentation des points de vente, nous remarquons que plus de **70 % (en cumulé)** des répondants achètent ce type de produits auprès de magasins spécialisés, parfumeries, pharmacies et supermarchés.

Ces résultats témoignent de l'importance croissante accordée par les Tunisiens à cette catégorie de produits devenus de plus en plus impliquants en raison de leur rôle de gratification sociale et, également, par rapport à une sensibilité accrue à la qualité et l'image de marque des produits et au degré de spécialisation de l'enseigne.

## Résultats et conclusions

8- QUELS SONT VOS CRITERES DE CHOIX DU LIEU D'ACHAT DE VOS PRODUITS COSMETIQUES ?	
conseil du vendeur	3%
conseil du vendeur, gamme de prix	2%
conseil du vendeur, gamme de prix, Image de marque de l'enseigne	2%
conseil du vendeur, Image de marque de l'enseigne	4%
gamme de prix	8%
gamme de prix, Image de marque de l'enseigne	6%
Image de marque de l'enseigne	12%
proximité du point de vente	3%
proximité du point de vente, gamme de prix, Image de marque de l'enseigne	5%
variété des produits	16%
variété des produits, conseil du vendeur	4%
variété des produits, conseil du vendeur, gamme de prix, Image de marque de l'enseigne	8%
variété des produits, gamme de prix	8%
variété des produits, gamme de prix, Image de marque de l'enseigne	4%
variété des produits, Image de marque de l'enseigne	6%
variété des produits, proximité du point de vente	4%
variété des produits, proximité du point de vente, Image de marque de l'enseigne	2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Ces résultats illustrent que les motifs de choix du point de vente pour l'achat des produits d'hygiène et de beauté sont principalement « la variété des produits » et la « l'image de marque de l'enseigne » et ce à raison de **16%** et **12%** respectivement.



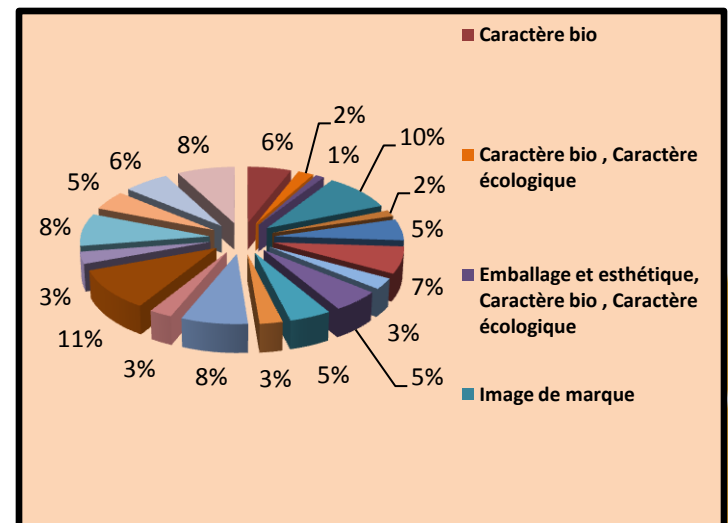
Ceci ne nie pas pour autant l'importance d'autres critères de choix tel que le conseil de vendeur, la proximité et la variété des prix et des gammes proposées, qui constituent , à leurs tours, des facteurs déterminants pour la fréquentation des points de vente.

## Résultats et conclusions

9- QUELS SONT VOS CRITERES DE CHOIX DES MARQUES DE PRODUITS COSMETIQUES ?	
Caractère bio	6%
Caractère bio , Caractère écologique	2%
Emballage et esthétique, Caractère bio , Caractère écologique	1%
Image de marque	10%
Image de marque , Caractère bio , Caractère écologique	2%
Image de marque , Parfum, texture, composition..., Caractère bio , Caractère écologique	5%
Image de marque , Prix	7%
Image de marque , Prix, Caractère bio , Caractère écologique	3%
Image de marque, Parfum, texture, composition..., Caractère bio	5%
Image de marque, Prix	5%
Image de marque, Prix, Caractère bio	3%
Image de marque, Prix, Parfum, texture, composition..., Caractère bio	8%
Image de marque, Prix, Parfum, texture, composition..., Emballage et esthétique, Caractère bio , Caractère écologique	3%
Parfum, texture, composition..., Caractère bio	11%
Parfum, texture, composition..., Emballage et esthétique, Caractère écologique	3%
Prix	8%
Prix, Caractère bio , Caractère écologique	5%
Prix, Parfum, texture, composition...	6%
Prix, Parfum, texture, composition..., Emballage et esthétique, Caractère bio , Caractère écologique	8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

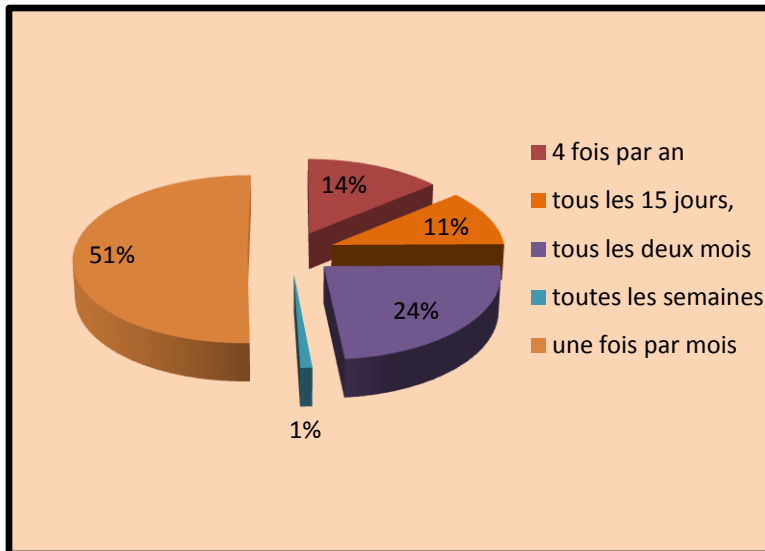
Le Tunisien tend à devenir de plus en plus « connaisseur et expérimenté » dans son comportement d'achat des produits d'hygiène et de beauté. A cet égard, il exprime une forte différenciation entre les marques; un critère important et déterminant pour le choix des produits achetés.

En revanche, il présente une certaine sensibilité pour d'autres facteurs à l'instar du prix et du caractère Bio et écologique des produits consommés.



## Résultats et conclusions

10- À QUELLE FREQUENCE ACHETEZ-VOUS DES PRODUITS COSMETIQUES ?	
4 fois par an	14%
tous les 15 jours,	11%
tous les deux mois	24%
toutes les semaines	1%
une fois par mois	51%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

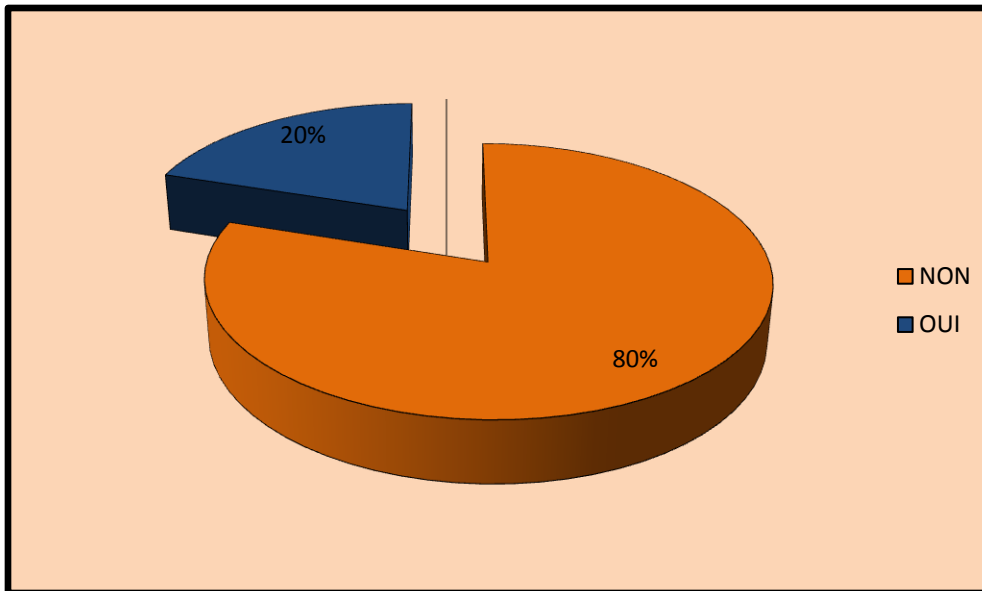


L'étude de la fréquence d'achat des produits cosmétiques peut s'avérer comme étant un indicateur révélateur du degré d'importance accordé à cette catégorie de produits . A ce propos, nous remarquons que **51%** des répondants achètent ce type de produits selon une fréquence mensuelle. Tandis que **24%** les achètent selon une fréquence bimensuelle.

Cette fréquence témoigne de l'importance relative de ce type de produits qui ne peuvent nullement être considérés comme étant à achat occasionnel. L'hygiène et la beauté est un centre de dépenses omni présent dans le panier du consommateur Tunisien. D'ailleurs, l'engouement des Tunisiens sur ce type de produits en est une parfaite illustration de ce constat.

## Résultats et conclusions

11- EN PLUS DE VOTRE CONSOMMATION HABITUELLE DES PRODUITS COSMETIQUES, CONSOMMEZ-VOUS D'AUTRES SERVICES DE BEAUTE ET DE BIEN ETRE ?	
NON	80%
OUI	20%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



En plus de nos interrogations relatives aux habitudes de consommation des produits « classiques » d'hygiène et de beauté, nous nous sommes également interrogés sur le degré d'adhésion du Tunisien à la consommation des services d'hygiène et de beauté.

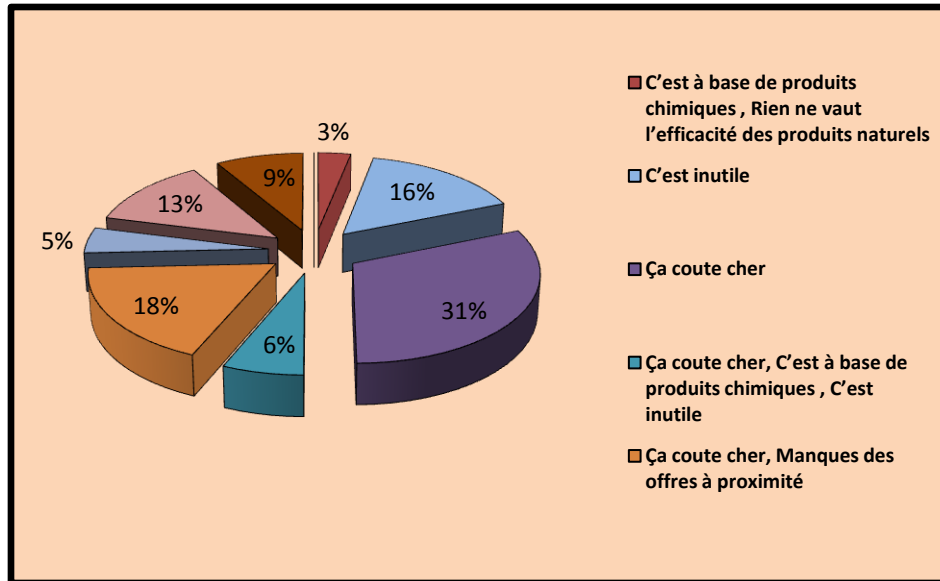
A cet égard, nous avons remarqué que **20%** des répondants ont déjà utilisé ce type de services.

Ce chiffre malgré relativement faible, témoigne de la croissance rapide d'un secteur prometteur. La prolifération des centres de beauté et de bien être en témoigne de cette évolution sensible.



## Résultats et conclusions

12- SI NON, POURQUOI ?	
C'est à base de produits chimiques , Rien ne vaut l'efficacité des produits naturels	3%
C'est inutile	16%
Ça coute cher	31%
Ça coute cher, C'est à base de produits chimiques , C'est inutile	6%
Ça coute cher, Manques des offres à proximité	18%
Ça coute cher, Rien ne vaut l'efficacité des produits naturels	5%
Manques des offres à proximité	13%
Rien ne vaut l'efficacité des produits naturels	9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



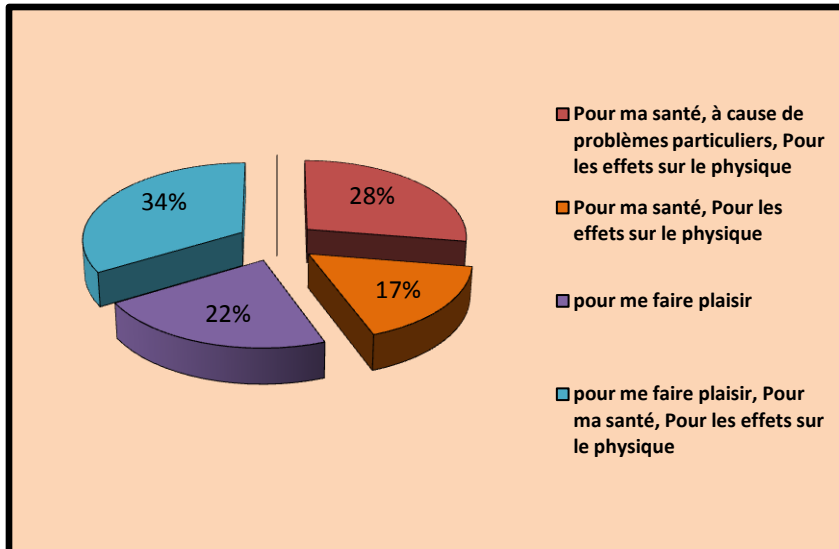
Ainsi, pour les « Non utilisateurs », les freins à la consommation de ce type de services se rattachent principalement au coût élevé de ces prestations et ce pour plus de **65% (en cumulé)** des interviewés.

En outre, le manque de services de proximité représente également un frein à la consommation pour plus de **30%** des répondants.

Ces résultats illustrent que ces services demeurent inaccessibles pour une large population qui ne peut pas se payer le « Luxe » de consommer ces services.

## Résultats et conclusions

13- Si OUI, POURQUOI ?	
Pour ma santé, à cause de problèmes particuliers, Pour les effets sur le physique	28%
Pour ma santé, Pour les effets sur le physique	17%
pour me faire plaisir	22%
pour me faire plaisir, Pour ma santé, Pour les effets sur le physique	34%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

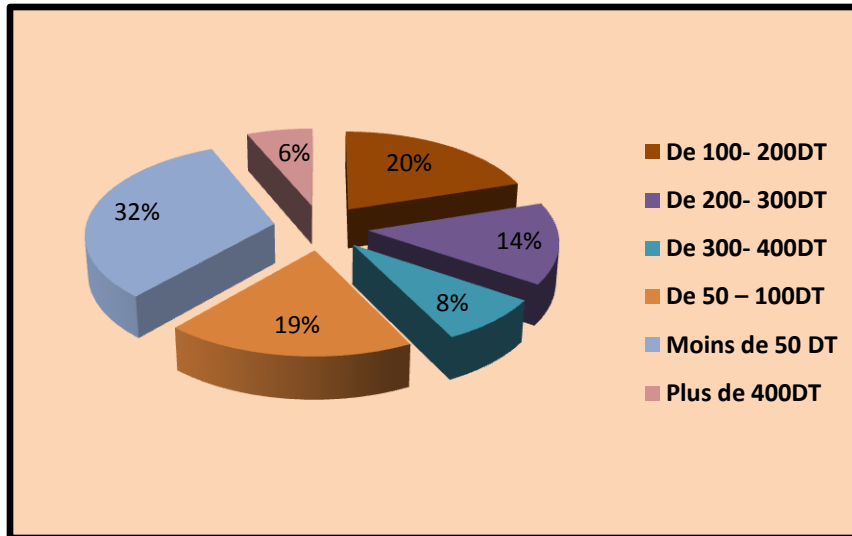


En revanche, les motivations principales des utilisateurs de ces services se justifient respectivement par « la volonté de se faire plaisir », « des effets bénéfiques pour la santé et la forme physique » ou en raison de « problèmes particuliers ».

Ces motivations, exprimées par, un segment encore restreint, des utilisateurs des services d'hygiène et de beauté, illustrent cette nouvelle tendance à accorder une importance croissante à « Une hygiène de vie », qui malgré coûteuse, ne cesse de susciter une demande croissante témoignant de la nette amélioration du niveau de vie du Tunisien.

## Résultats et conclusions

14- PERSONNELLEMENT, QUEL BUDGET CONSACREZ VOUS EN MOYENNE CHAQUE ANNEE A CE TYPE DE SERVICES DE BIEN ÊTRE (abonnements.....) ?	
De 100- 200DT	20%
De 200- 300DT	14%
De 300- 400DT	8%
De 50 – 100DT	19%
Moins de 50 DT	32%
Plus de 400DT	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>



Enfin, et relativement à notre interrogation sur le budget annuel moyen consacré aux services d'hygiène et de beauté, nous remarquons que **32%** y consacrent moins de 50DT, contre **19%** et **20%** qui consacrent respectivement un budget entre 50 et 100DT et entre 100 et 200DT. Par ailleurs, **6%** des interviewés estiment leur consommation annuelle à raison de 400DT et plus.

Ces chiffres illustrent que la consommation de ces services est encore limitée que ce soit en terme de volume de la demande ou en terme de consommation moyenne.

Ces services de « Luxe » demeurent encore une mode et traduisent généralement une consommation à caractère occasionnel.