

l'agence  
**ak-a**

# ETHNICBEAUTY2017

## HYGIÈNE BEAUTÉ DES AFRO FRANÇAISES

*Cheveux, Maquillage, Peau du visage et Peau du corps*

# AVERTISSEMENT

Toutes les marques commerciales déposées ou non déposées citées dans ce document sont la propriété exclusive de leurs détenteurs respectifs.

La société ak-a est indépendante des marques citées.

# SOMMAIRE

## Avant propos

## Méthodologie

## Partie 1 – Panorama du marché Afro-français

Le marché afro en France  
 Focus presse féminine afro  
 Kiosque : entre rééditions et nouvelles parutions  
 Le digital au cœur des tendances  
 La mode au cœur des initiatives  
 La mode : vecteur de représentativité  
 Multiplication des événements afro  
 Événements mode  
 Événements arts & cinéma  
 Événements cheveux naturels  
 Publicité : le nouveau visage de la femme noire

## Partie 2 – L'échantillon de l'étude

Origine  
 Âge  
 Catégorie socioprofessionnelle  
 Taille du foyer  
 Lieu d'habitation

p5

p6

p7

p8  
 p9  
 p10  
 p11  
 p12  
 p13  
 p14  
 p15  
 p16  
 p17  
 p18

p19

p20  
 p21  
 p22  
 p23  
 p24

## Partie 3 – Focus sur le capillaire

La tendance Nappy n'en est plus une p26  
 Le cheveu naturel : un sujet de société p27  
 Brand content : Focus Dove p29  
 Brand content : Focus Procter and Gamble p30  
 Product content : Focus Dark & Lovely p31  
 Cheveu naturel : le groupe L'Oréal actif p32  
 Sorties produits p33  
 Focus : coiffures protectrices et locks p34  
 Phénomène : la clean beauty p37  
 Internet galvanise p38  
 À noter p39  
 Port des cheveux p40  
 Caractéristiques des cheveux p42  
 Locks p43  
 Tresses / Braids et rajouts p44  
 Utilisation d'ingrédients 100% naturels p45  
 Marques : pour résumer p46  
 Marques : notoriété spontanée p47  
 Marques : notoriété assistée p48  
 Marques : utilisation p49  
 Marques : la plus utilisée p50  
 Utilisation de produits pour les cheveux p52  
 Les essentiels de la routine capillaire des afro-françaises p53  
 Produits capillaires : budget mensuel p54  
 Lieux d'achat p55  
 Achats sur Internet p56  
 Coiffeur p57  
 Influenceuses p58  
 Sources d'influence p59  
 Cheveux des enfants p60  
 Composition des produits pour cheveux p62  
 Techniques coiffure p63

p25

p26  
 p27  
 p29  
 p30  
 p31  
 p32  
 p33  
 p34  
 p37  
 p38  
 p39  
 p40  
 p42  
 p43  
 p44  
 p45  
 p46  
 p47  
 p48  
 p49  
 p50  
 p52  
 p53  
 p54  
 p55  
 p56  
 p57  
 p58  
 p59  
 p60  
 p62  
 p63

# SOMMAIRE

## Partie 4 – Focus sur le maquillage

État des lieux  
 Le teint  
 Les lèvres  
 Les pure players  
 Flagship strategy  
 Tendances et sorties produit  
 Marques : pour résumer  
 Marques : notoriété spontanée  
 Marques : notoriété assistée  
 Marques : utilisation  
 Marques : la plus utilisée  
 Marques : Fond de teint  
 Maquillage : budget mensuel  
 Lieux d'achat  
 Achats sur Internet  
 Influenceuses  
 Sources d'influence

**p64**

p65  
 p66  
 p67  
 p68  
 p69  
 p70  
 p73  
 p74  
 p75  
 p76  
 p77  
 p78  
 p79  
 p80  
 p81  
 p82  
 p83

## Partie 5 – Focus sur la peau

Tendance : coconut water/oil  
 Tendances et sorties produit

### Peau du visage

Fréquence d'hydratation de la peau du visage  
 Utilisation des produits pour la peau du visage  
 Marques : pour résumer  
 Marques : notoriété spontanée  
 Marques : notoriété assistée  
 Marques : utilisation  
 Marques : la plus utilisée  
 Peau du visage : budget mensuel  
 Lieux d'achat  
 Achats sur Internet  
 Influenceuses  
 Sources d'influence

**p84**

p85  
 p86

**p89**

p90  
 p91  
 p92  
 p93  
 p94  
 p95  
 p96  
 p97  
 p98  
 p99  
 p101  
 p102

### Peau du corps

Fréquence d'hydratation de la peau du corps  
 Utilisation des produits pour la peau du visage  
 Marques : pour résumer  
 Marques : notoriété spontanée  
 Marques : notoriété assistée  
 Marques : utilisation  
 Marques : la plus utilisée  
 Peau du corps : budget mensuel  
 Lieux d'achat  
 Achats sur Internet  
 Influenceuses

**p103**

p104  
 p105  
 p106  
 p107  
 p108  
 p109  
 p110  
 p111  
 p112  
 p113  
 p114

# AVANT PROPOS

Comme tous les deux ans, l'Agence AK-A dresse un **panorama complet** des quatre secteurs clefs de l'Ethnocosmétique :

**Capillaire**

**Maquillage**

**Peau du visage**

**Peau du corps**

Cette étude vous renseignera sur les **dernières tendances et nouveautés** de 2015/2016/2017, les **notoriétés** des marques, leur taux d'**utilisation**, les **budgets** moyens consacrés à chaque secteur et les **lieux d'achat** fréquentés.

# MÉTHODOLOGIE

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré via le panel Internet [www.ak-a.fr](http://www.ak-a.fr) du 13 février 2017 au 26 février 2017.

Le traitement des données a permis de finaliser un échantillon de 1059 femmes de 18 à 54 ans :

**65%** originaires d'Afrique Subsaharienne

**35%** originaires des Dom Tom, de la Caraïbe, des Antilles