

BEAUTÉ & PARFUM :

La génération Z redéfinit les codes

cosmétique**mag**

Les jeunes hommes se parfument davantage qu'avant : une révolution silencieuse



95%

des jeunes hommes de 18 à 25 ans se parfument aujourd'hui (vs. 97% des femmes), et **plus d'un sur deux (55 %) déclare le faire davantage qu'il y a cinq ans.**



63%

des jeunes hommes considèrent le **parfum** comme **important dans leur vie** de tous les jours.



74%

estiment qu'il leur permet **d'affirmer leur personnalité**

Hommes et femmes partagent désormais les mêmes gestes de beauté, mais pas les mêmes motivations



83%

des jeunes voient la beauté comme un moyen de se sentir bien



80%

8 hommes sur 10 utilisent **des soins pour le visage, les cheveux ou la barbe.**

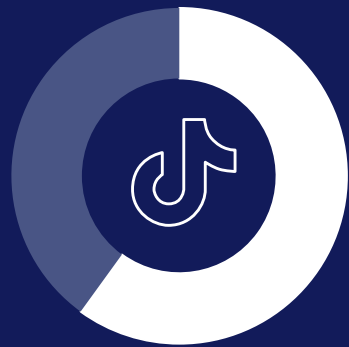
Et 4 sur 10 se maquillent ponctuellement

Chez les femmes, les routines skincare s'intensifient :

*3,2 produits par jour en moyenne, jusqu'à **4,1 à 25 ans***



TikTok, la nouvelle salle de bains mondiale



60%

déclarent avoir déjà acheté un produit cosmétique ou un parfum après l'avoir vu sur TikTok

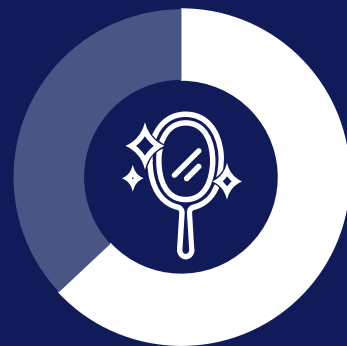
Mais des réseaux sociaux **qui inspirent** autant qu'ils **submergent** :
*47% se sont déjà sentis submergés par la quantité d'informations
et de produits de beauté promus sur les réseaux sociaux*

Les « dupes » : réponse à la quête d'accessibilité ?



76%

ont déjà acheté des dupes*



63%

affirment qu'ils sont une bonne chose
car ils démocratisent l'accès
aux produits de luxe

**produits de beauté qui se disent similaires à ceux de grandes marques,
moins chers que les produits de marque originaux*

Méthodologie

ÉCHANTILLON



1000 jeunes, constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 à 25 ans.

DATES DE TERRAIN



Du **13 au 21 octobre 2025**.

MÉTHODE



Échantillon interrogé **par Internet** via l'Access Panel Online d'Ipsos bva.

Méthode des **quotas** : sexe, âge, activité de la personne interrogée, catégorie d'agglomération, région.

Notes de lecture :

Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%).

Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*) il est présenté sur fond vert. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance*), il est présenté sur fond rouge.

[*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]

Ce rapport a été réalisé pour : **cosmétique**mag



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». Il a été relu par Alice Tétaz, Directrice de clientèle, Public Affairs, Ipsos France.