


 Beauté

Les femmes un

Le « Naturel » est désormais le nouveau critère de séduction féminine, selon l'une des plus grandes études internationales d'anthropologie esthétique réalisée dans le domaine de la perception de la beauté, chez les femmes et les hommes. Cette étude anthropologique, commandée par Allergan Inc., spécialiste de l'esthétique médicale et conduite par Research International, est l'une des analyses les plus exhaustives jamais réalisée jusqu'à présent à l'échelle mondiale dans le domaine des habitudes de beauté. Elle prend en compte les points de vue des hommes et des femmes. Son but est d'évaluer les comportements interculturels en relation à la beauté – similarités et différences – afin de

définir l'instantané socio-culturel du moment.

Allergan France a demandé à des experts de la question du corps et de la beauté de commenter ces résultats :

- Bernard Andrieu, Directeur du Master Philosophie & Rationalités à l'Université Nancy 2, de Metz et du Luxembourg, et Professeur d'Épistémologie du corps et des Pratiques Corporelles à la Faculté de Sport de l'Université

- de Nancy/UMR 7117 CNRS,
- David Le Breton, Professeur de Sociologie à la Faculté des Sciences Sociales de l'Université March Bloch de Strasbourg,

À propos de l'étude

L'étude a été conduite par Research International via un panel omnibus en ligne de femmes et d'hommes adultes âgés entre 25 et 60 ans. Un échantillon représentatif national de 1 000 femmes et de 500 hommes a été pris en compte dans chaque pays européen interrogé (Allemagne, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni) et un autre échantillon représentatif de 2 000 femmes et de 1 000 hommes a été pris en compte aux États-Unis.

recherchent résultat naturel !

Le «Naturel» est désormais le nouveau critère de séduction féminine, selon l'une des plus grandes études internationales d'anthropologie esthétique réalisée dans le domaine de la perception de la beauté, chez les femmes et les hommes.

Cette étude anthropologique, commandée par Allergan Inc., spécialiste de l'esthétique médicale et conduite par Research International, est l'une des analyses les plus exhaustives jamais réalisée jusqu'à présent à l'échelle mondiale dans le domaine des habitudes de beauté. Elle prend en compte les points de vue des hommes et des femmes. Son but est d'évaluer les comportements interculturels en relation à la beauté – similarités et différences – afin de définir l'instantané socioculturel du moment.

- Docteur Nadine Pomarède, dermatologue et allergologue, consultante en dermatologie médicale et esthétique.

Au-delà de la diversité évidente des cultures, l'étude «Anthropologie Esthétique : la Beauté au travers des Cultures», révèle un consensus international : les femmes recherchent une apparence naturelle. Pour David Le Breton, sociologue, cette «mythologie nouvelle» correspond à «une redéfinition de la beauté, dans le cadre d'une époque soucieuse de santé», et «se traduit notamment par la médicalisation grandissante des soins de beauté. C'est dans cette ambiance

que le «naturel» surgit comme motif de séduction même s'il s'agit d'un «naturel» très construit.

Aujourd'hui, les femmes souhaitent donc paraître au meilleur de leur âge. Cela est confirmé en France par **74 % des femmes interrogées qui estiment important d'être au mieux de son âge**. Pour atteindre cet objectif, **27 % des Françaises observent un «régime**

beauté», ou ensemble de pratiques mises en place pour prendre soin de soi. Le «régime beauté» repose aussi bien sur des gestes simples, comme celui du nettoyage de la peau, que sur des gestes séculaires tels que le maquillage, ou sur des gestes plus élaborés, comme celui consistant à recourir à des traitements esthétiques non invasifs tels que les injections de toxine botulique ou les produits de comblement. «Le culte du corps est une recherche de bien-être par une ascèse : le régime est une règle de beauté que le sujet va s'imposer pour être au mieux de son être et privilégier une apparence naturelle», explique Bernard Andrieu. «C'est exactement ce qui se passe quotidiennement dans nos cabinets, confirme le Docteur Nadine Pomarède, dermatologue. **Les femmes ne veulent pas paraître forcément plus jeunes, ni être transformées. Elles veulent simplement être au meilleur d'elles-mêmes, être bien dans leur âge, sans fatigue, tristesse ou dureté**, afin de se retrouver dans le miroir. Le plus beau des compliments pour elles c'est : «Tu as l'air en forme, tu es reposée».

Ceci étant dit, ce nouveau désir ne fait pas disparaître celui de «paraître sans ride». En d'autres termes, «Une représentation ne chasse pas l'autre, elle s'installe parmi les alternatives possibles même si elle devient éventuellement dominante», précise David Le Breton. Cette quête correspond à «une redéfinition de la beauté à une époque soucieuse de santé».

LE NOUVEAU VISAGE DE LA BEAUTÉ : VERS LA FIN DU MYTHE DU «ZÉRO RIDES»

«La ride ou la ridule est, pour la femme, comme une marque corporelle, un rituel de passage, une référence dans l'avancée dans l'âge», rappelle Bernard Andrieu. L'étude internationale confirme que **le nouveau visage de la beauté va à l'encontre du «mythe de l'effacement de l'âge, ou du «zéro ride»**. En effet, quand 80 % des femmes évoquent leurs rides et

«La quête de séduction ou d'apparence chez la femme est inculquée de plus en plus jeune, puisque les adolescentes sont de plus en plus hantées par leur séduction et investissent en termes de régimes, de cosmétiques, de look, etc.» David Le Breton.

ridules, six sur dix d'entre-elles souhaitent en atténuer simplement certaines. Le Docteur Nadine Pomarède confirme cette tendance : «Les femmes sont effectivement satisfaites, même si leurs rides ne sont pas complètement effacées». Et pour cause : «Il n'y a pas d'illusion sur l'effacement total, sur le produit miracle,

mais sur la diminution par le traitement des rides», affirme Bernard Andrieu. Ce dernier ajoute que «Ce refus de tout effacer est le moyen de ne pas redevenir un corps de jeune fille et de garder le contrôle progressif du ridement du visage, en délimitant ce que serait la ride acceptable, esthétique, qui différencie suffisamment la femme de la jeune fille, sans pour autant en laisser trop ; l'enlaidissement étant de laisser des rides disgracieuses».

À l'échelle globale, **les rides que les femmes souhaitent le plus souvent atténuer sont celles qui sont dues aux froncements et les rides frontales (25 %)**. Les trois premiers motifs qui amènent les femmes à traiter les rides sont :

- le souhait d'un air plus rafraîchi et reposé (51 %),
- l'envie de paraître au meilleur de son âge (49 %),
- avoir l'air moins stressé et moins fatigué (43 %).

«Les rides de froncement traduisent le stress, l'inquiétude, l'angoisse et le souci», constate Bernard Andrieu. En effet, «L'époque d'apreté des relations au travail, les impératifs de rendement, d'efficacité et de disponibilité touchent particulièrement les femmes des classes moyennes ou régulières», ajoute David Le Breton. «Le visage conserve ainsi

la trace d'un passé que l'on veut effacer, au moins en apparence», avance Bernard Andrieu, qui poursuit : «**La fraîcheur, l'activité et la jeunesse doivent donc être**

visibles, tandis que la sensibilité et l'inscription de l'environnement sur le visage, que ce soit la fatigue, le travail, le stress, doivent être atténuées». «Avoir l'air moins stressé et moins fatigué sont des valeurs qui marquent le fait de rester «soi» malgré

la pression sociale ambiante», ajoute David Le Breton. «L'âge biologique n'est plus celui de référence. Il est décidé par le vécu et le

contrôle des rides par le sujet. En revanche, la différence de genre inverse la signification des rides. En effet, si elles expriment un manque de jeunesse, de séduction pour les femmes, le froncement et les rides frontales manifestent l'expérience, le sérieux, le travail chez les hommes», constate Bernard Andrieu.

BEAUTÉ ET ESTIME DE SOI

Presque la moitié (48 %) des femmes reconnaît qu'elle ressent une pression croissante pour paraître plus séduisante. En France, cela représente 52 % des femmes. «La certitude d'être séduisante implique que la femme serait sujet du désir, indépendamment de l'interaction avec le regard d'autrui. **La séduction est devenue**

une norme sociale qui ne correspond pas obligatoirement à la perception que la femme a d'elle-même : le visage lisse devenant le siège de santé, de bien-être, d'activité, de sexualité possible», analyse Bernard Andrieu. Dans ce contexte, le «régime beauté» exerce, pour une femme sur trois, un impact significatif sur son estime de soi : **41 % des Françaises estiment que les soins de beauté exercent aujourd'hui un plus grand impact sur leur propre estime.**

Bernard Andrieu soutient ainsi : «Le "régime beauté" est un moyen de faire face à la pression extérieure, de reprendre le contrôle par l'ajustement de son corps à la norme sociale. En d'autres termes, l'estime de soi que fournit le soin de beauté est un mode d'appropriation».

«L'écart entre leur propre estime et l'estime sociale ouvre un espace marchand dans lequel le soin de beauté utilise la ride comme entrée dans la cible, en allant de la partie du

corps au tout», ajoute Bernard Andrieu. Ainsi, 38 % des femmes en France sont davantage réceptives aux soins qui leur sont proposés, grâce à une «augmentation de l'offre» et à «une équivalence mise en place par les femmes entre norme sociale de séduction et appropriation de leur corps pour faire baisser la mésestime de soi. L'offre de beauté est interprétée par les femmes comme un moyen de répondre à la normalisation séductrice», poursuit Bernard Andrieu.

LE «PRIX» DE LA BEAUTÉ

«**Le souci de beauté est un puits sans fond**», estime David Le Breton. Ainsi, les Européennes dépensent en moyenne 47, 10 euros par mois en soins de beauté. Près d'une femme sur 5 (18 %) dépense 50 % de plus qu'il y a 5 ans ! 44 % des Françaises estiment dépenser davantage en soins qu'il y a 5 ans.

«Chaque femme trouve à son niveau économique les produits ou les usages pour participer à l'esthétisation de soi», poursuit David Le Breton. 78 % des Françaises

interrogées entre 25 et 34 ans dépensent moins de 50 euros, suivies de près par les 35-44 ans (69 %) et les 45-54 ans (66 %). En revanche, 30 % des femmes âgées entre 55 et 60 ans dépenseront jusqu'à 75 euros par mois.

En France, «**Le marché des soins de beauté commence dès 25 ans et se poursuit après 60 ans**», constate Bernard Andrieu. Et le Dr Nadine Pomarède de souligner que le marché de la beauté concerne également de plus en plus les adolescentes. David Le Breton explique ainsi «La quête de séduction ou d'apparence chez la femme est inculquée de plus en plus jeune, puisque **les adolescentes sont de plus en plus hantées par leur séduction** et investissent en termes de régimes, de cosmétiques, de look, etc.».

«Une fois écartées les considérations économiques selon lesquelles les baby boomers ont plus d'argent que les jeunes générations, la pyramide d'âge indique que c'est à partir de 60 ans que la question de l'écart entre rester séduisante et se mésestimer s'accroît».

«La femme d'aujourd'hui, à l'encontre des générations antérieures, ne veut plus être perçue comme «mère» mais comme une femme. Ou plutôt comme une mère qui n'en est pas moins femme.» David Le Breton.

L'utilisation des crèmes anti-âge a doublé au cours des cinq dernières années.

Même après des années de vie commune, les femmes âgées de 55-60 ans considèrent que l'opinion de leur partenaire est importante (45 %), voire très importante (10 %).

Le Docteur Nadine Pomarède ajoute également que «Outre une augmentation des coûts, **les femmes ont modifié la répartition de leur budget : elles utilisent des cosmétiques moins chers et peut-être plus techniques.** Elles veulent des produits réellement adaptés à leur peau».

Un paramètre socioculturel doit être pris en compte. Bernard Andrieu souligne ainsi que «Depuis 5 ans, le culte esthétique du corps est devenu un souci du soi corporel à travers des pratiques quotidiennes par l'accès économique à des produits multi-diffusés. **Dès 25 ans, l'idée d'un soin de**

beautés impose, tant par la culture féminine et l'incorporation des normes esthétiques, que par le souci d'entretenir toute sa vie le capital santé, selon ses moyens économiques».

QUID DES HOMMES ?

Les femmes interrogées ne sont pas les seules (48 %) à subir la pression de l'apparence. 27 % des Français admettent ainsi ressentir la pression de l'apparence et **55 % considèrent que les soins de beauté sont désormais plus importants pour eux.** «Le souci de l'apparence chez l'homme est un trait sociologique assez nouveau sous cette ampleur dans nos sociétés», commente David Le Breton. «**Les impératifs d'apparence touchent maintenant un nombre grandissant d'hommes** soucieux d'une mise en scène de leur séduction, du maintien de leur jeunesse sous des formes qui mêlent le goût de l'esthétique corporelle à un cisèlement subtil de leur virilité. **Certains hommes ne craignent plus de franchir les portes des cabines d'esthétique pour se prêter à des soins visant à améliorer leur apparence.**» 24 % de ces hommes estiment, au même titre que les femmes, que les soins de beauté impactent aujourd'hui davantage leur propre estime.

Les crèmes anti-âge font désormais partie intégrante des soins de beauté des hommes (16 %), tout comme les soins pour la peau (15 %), preuve qu'«il n'y a pas de priorité esthétique» pour les hommes, selon Bernard Andrieu. En France, la majorité des hommes (82 %) a recours à un soin-beauté traditionnel (savon et eau). Ceci étant dit,

16 % des Français utilisent des produits de soin de la peau et 6 % des crèmes anti-âge. À la lumière de ces chiffres, Bernard Andrieu relève que «La notion d'anti-âge n'apparaît pas comme un problème esthétique à résoudre pour les hommes».

Paraître rafraîchi et reposé est un des facteurs déterminants amenant les hommes à prendre soin d'eux, et un homme sur cinq (20 %) reconnaît que cela l'aide à apparaître plus professionnel sur le marché

du travail – facteur plus marqué chez les Américains que chez les Européens (31 % comparé à 10 % respectivement) ! Pour

83 % des femmes dans le monde révèlent l'importance qu'elles accordent à une apparence naturelle.

autant, si le «régime beauté» des Français est perçu comme un moyen de paraître au meilleur de son âge et d'influer positivement sur son estime personnelle (22 % pour les deux items), il n'en reste pas moins que «Les motivations sont avant tout professionnelles : une promotion, être au sein d'une équipe plus jeune, vouloir rester performant sont des éléments souvent évoqués ; contrairement aux femmes pour être en adéquation avec elles-mêmes», spécifie le Docteur Nadine Pomarède.

Autre paramètre intéressant : **24 % des Français pensent que suivre un «régime beauté» leur permettra de paraître en meilleure santé.**

Pour Bernard Andrieu, «Le soin esthétique est aussi sanitaire chez les hommes. Ils associent soins de beauté et soins de santé comme s'il fallait un alibi sanitaire pour entrer dans une esthétique, sinon médicale, du moins psychologique par rapport au renforcement de l'estime de soi».

LES FEMMES ET LES HOMMES AU DIAPASON... SUR LES STARS AU NATUREL

En France, l'actrice Kristin Scott-Thomas regroupe tous les suffrages aussi bien parmi les hommes que parmi les femmes, pour

sa beauté naturelle. Parmi les hommes, les «très mâles» George Clooney (78 %) et Sean Connery (75 %) sont en tête des personnalités hollywoodiennes au mieux de leur âge – pour une fois Brad Pitt (70 %) n'arrive qu'à la troisième place ! Selon le sociologue David Le Breton, «Clooney ou Connery incarnent la force pondérée par l'intelligence et l'attention aux femmes toujours traitées avec raffinement, la séduction et une présence solide, un sens des responsabilités».

LA BEAUTÉ PAR PAYS : UNE ANALYSE INTERCULTURELLE

L'étude révèle également des divergences internationales intéressantes dans le rapport à la beauté, particulièrement dans les pays méditerranéens, en opposition avec le reste de l'Europe et les États-Unis.

En Italie et en Espagne, les populations sont plus sensibles au «régime beauté» et investissent davantage que leurs cousins européens et américains. «On peut bien entendu mettre ces résultats en rapport avec la réputation

de «machisme» des sociétés méditerranéennes, surtout de l'Italie ou de l'Espagne, commente David Le Breton. Il demeure quelque chose dans les représentations

collectives à travers cette peur de ne pas être suffisamment attrayante aux yeux des hommes ou de leurs compagnons». En revanche, cela ne se solde pas pour autant par une plus grande satisfaction – seulement 42 % des Espagnoles et 48 % des Italiennes déclarent être satisfaites de leur «régime beauté» actuel, contre 64 % des Allemandes. Cette tendance fait également écho aux Italiens et aux Espagnols qui sont les moins satisfaits. Pour Bernard Andrieu, ces différences entre l'Allemagne, d'une part, et l'Espagne, d'autre part, s'expliquent par des différences de «culture corporelle» : «L'Allemagne, avec le naturisme, l'hydrothérapie, la gymnastique..., développe depuis toujours les soins corporels, tandis que la religion catholique a retardé le vécu corporel satisfaisant du soin traditionnel, ouvrant un marché plus grand pour des esthétiques médicales». ■

Alors que les Américaines souhaitent effacer toutes leurs rides (51 %), les Européennes (38 %) sont heureuses de garder certaines de leurs rides d'expression.