

Rasé de près ou arborant une barbe de trois jours : petite sociologie du rasage des Français en 2018

Clichy, le 5 juin 2018 – Cette première enquête « *Barbe : toujours au poil ?* », réalisée par OpinionWay pour BIC SHAVE CLUB, questionne les pratiques de rasage des Français et leurs préférences en matière de pilosité faciale. Loin d'être anodin, le sujet du poil n'est pas qu'une question de style ou d'esthétique, mais touche à des aspects sociologiques, voire historiques. Une petite sociologie du poil qui nous amène notamment à explorer les représentations et imaginaires associés aux genres et aux identités.

- **L'enquête révèle une véritable scission Nord-Sud : les rasés l'emportant au Nord** (Nord-Est : 51% et Nord-Ouest : 50%) **et les poilus au Sud** (Sud-Est 56% et Sud-Ouest 50%) **et dans la région parisienne (49%).**
- **Nouveau rite de passage, la barbe marque aujourd'hui symboliquement l'entrée dans la vie adulte : 78% des moins de 35 ans et 92% des 25-34 ans portent une forme ou une autre de barbe.**
- **Le poil n'est plus un symbole de virilité mais une modalité de l'expression de sa personnalité et de son identité propre.**
- **Le Top 3 des styles pileux préférés des Français : visage rasé, barbe de trois jours et barbe courte taillée.**
- **Le rasage s'impose comme une arme de séduction massive : plus de deux femmes sur cinq (41%) confessent ainsi souhaiter que leur conjoint change de style parce qu'elles aiment le contact avec une peau rasée.**

La fin du hipster barbu, place au bobo rasé

Des plateaux télé aux terrasses des cafés en passant par les rangs de l'assemblée nationale, le phénomène est partout. Les Français sont-ils tous devenus des hipsters barbues ? Pas si sûr. Le style préféré des bobos tatoués amateurs de cafés n'est porté que par un Français sur trois, et si l'on considère uniquement la pilosité emblématique du hipster -la grande barbe fournie-, le chiffre tombe carrément à 2%. Le premier enseignement de cette enquête est donc celui des forces de résistance des rasés de près : **45% des hommes interrogés arborent un visage glabre, quand 49% se déclarent poilus d'une quelconque manière.**

Confirmant l'importance du style de pilosité faciale comme un élément de présentation clé pour le sexe masculin, l'étude révèle l'attachement des Français à leur style. Une grande majorité des Français préfère ne pas en changer (83% n'en a pas changé au cours des 12 derniers mois), dénotant du poids des habitudes et de **l'association forte du style de pilosité faciale à l'identité personnelle.** Il existe toutefois des exceptions à cette règle. Que ce soit par souci de plaire ou simplement pour opérer un renouveau de leur style, les personnes seules ont plus tendance à changer (18%) que les personnes en couple (13%).

Si les Français paraissent frileux dans le changement de pilosité faciale, c'est aussi que peu de styles trouvent grâce à leurs yeux. Rasés ou barbues, il n'y a pas (ou peu) d'alternatives qui leur conviennent. Parmi tous les looks pileux, **c'est la barbe de trois jours qui emporte la préférence des hommes français,** et de loin : 18% des hommes interrogés l'ont adoptée, alors que la barbe courte bien taillée, pourtant 2^{ème} au podium des poils, a fait trois fois moins d'adeptes (7% disent la porter).

Il y a pourtant autant de styles de pilosité que de façons de les nommer et la barbe n'a pas le monopole du poil. La barbe de trois jours, dont le nom est trompeur, s'apparenterait presque plus à un « *rasage différé* » comme le souligne **Christian Bromberger**, sociologue et anthropologue du poil, voire à une « *catégorie intermédiaire entre le glabre et le barbu* ». Tous les poilus ne sont donc pas barbus puisque 16% des interrogés ont préféré cultiver barbiche, moustache, bouc, ou favoris.

Inversion de la symbolique de la barbe

C'est en fonction de l'âge que les différences se creusent. **Les jeunes sont adeptes de la pilosité faciale - 78% des moins de 35 ans et 92% des 25-34 ans portent une forme ou une autre de barbe** alors que les plus de 35 ans privilégient le visage rasé à 53%. Le chiffre monte à 60% de rasés pour les plus de 50 ans. Les jeunes privilégient cependant des styles de pilosité assez courts, comme une barbe de trois jours (33%) ou une barbe courte bien taillée (14%).

Nouveau rite de passage, la barbe marque aujourd'hui symboliquement l'entrée dans la vie adulte, alors qu'elle a été pendant longtemps l'apanage de la vieillesse « *souvent portée à la retraite, la barbe était un signe de retrait de la vie professionnelle* » explique Christian Bromberger. Parfois soumis à des codes vestimentaires s'appliquant jusqu'au rasage, la fin de la vie active s'accompagnait donc d'une sorte de relâchement ou de prise de liberté avec cette contrainte quotidienne de se raser. C'est une véritable inversion de la symbolique de l'âge qui est à l'œuvre, confirmée par les images associées à la barbe à différents âges. Si les hommes de 25 à 34 ans y voient une expression de maturité (20%), ce n'est plus tant le cas pour les 50 ans et plus (12%).



Les plus jeunes sont aussi ceux qui ont le plus tendance à expérimenter avec leur look, puisqu'un quart des 18-24 ans a changé de style au cours des 12 derniers mois et un sur cinq envisage d'en essayer un nouveau. Ils sont globalement plus indécis, possiblement par désintérêt : 7% confessent ne pas savoir s'ils ont changé de style pileux sur l'année écoulée. Les 50 ans et plus, à l'inverse, semblent plus sûrs de leur style et ne sont que 13% à avoir changé de look, mais aussi moins enclins à en tester un nouveau, puisque 7% pensent à essayer un autre style.

Lorsqu'ils souhaitent essayer un autre style, les Français arguent le fait de vouloir changer de tête (48%) ou de look (45%). **Moins encadré par des attentes sociales, le style de pilosité faciale est donc devenu une modalité de l'expression de sa personnalité et de son identité propre**, indépendamment des attentes de ses proches, motivation de changement d'apparence pileuse pour 13% seulement, ou encore par des contraintes de travail, cité comme motif de nouveau style pour seulement 6% des interrogés.

La fin du poil comme marqueur de la virilité

Visage rasé, barbe de trois jours ou barbe courte taillée emportent sans surprise le palmarès dans le cœur des Français autant que sur leur visage. Les styles préférés des Français ont pu les convaincre en partie par leur simplicité d'entretien : le trio de tête du visage glabre, de la barbe de trois jours et de la barbe courte taillée se distingue des autres styles par sa perception de propreté. **Les principaux freins aux changements de styles pileux sont d'ailleurs liés à l'entretien, qu'il soit considéré comme trop compliqué (40%) ou trop chronophage (21%).**

La barbe n'est pas choisie pour les mêmes raisons suivant les générations : « *que ce soit un phénomène de mode (tendance) est clair pour les hommes de 50-64 ans (42%), moins pour les 25-34 ans (21%), rétifs à être considérés comme de simples produits de la mode* », explique Christian Bromberger. Chez ces derniers la barbe est élégante (17%) et virile (13%), contrairement à l'opinion de hommes de 50-64 ans (6% et 4%).

Chez les femmes, même contraste entre générations : **alors que 25% des femmes de moins de 35 ans considèrent la barbe comme un signe de virilité, seules 5% des femmes âgées de plus de 50 ans et plus y trouvent la même signification.** Autre exemple d'inversion : 12% des femmes de 25-34 ans considèrent la barbe négligée, le chiffre monte jusque 23% pour 50-64 ans.



Le constat s'impose de lui-même : **le poil semble avoir perdu sa valeur de symbole de virilité pour n'être qu'un témoin de masculinité parmi d'autres.** Autre argument allant en ce sens : les styles qui témoignaient de cette virilité dominante, comme la moustache ou les favoris, sont tombés en disgrâce et sont considérés comme ringards (33% et 37% respectivement). Les Français sont à peine plus cléments avec la grande barbe fournie ou le biker surtout perçus comme excentriques (respectivement 20% et 17%).

Les autres formes de pilosité font apparaître des contrastes significatifs ; la moustache, par exemple, si elle est jugée « ringarde » par une proportion significative de toutes les générations, est cependant considérée comme signe de sérieux par 16% des hommes de plus de 65 ans contre 9% hommes de moins de 35 ans.

Les femmes trouvent les barbus rasoirs

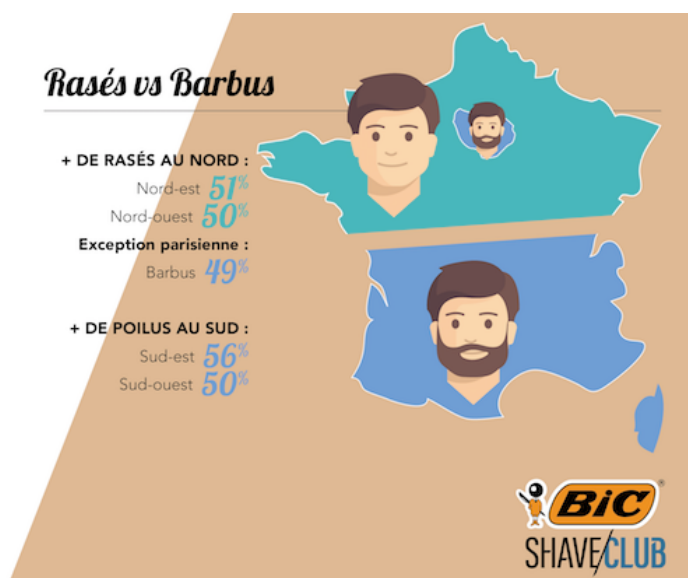
Hommes et femmes ne partagent pas totalement le même point de vue sur tel ou tel attribut pileux : ainsi pour 14% de femmes la barbe donne une impression de négligé, alors que seuls 7% des hommes assèment le même verdict. La maturité est avancée par 8% des femmes mais par 13% des hommes.

Les femmes en couple âgées de moins de 35 ans prêtent davantage attention à la pilosité faciale que leurs aînées : seulement 14% des premières déclarent ne pas y être sensibles, contre 29% des femmes en couples âgées de 35 ans et plus. De plus, à l'image des jeunes hommes qui délaissent le rasage total, les jeunes femmes en couple sont peu séduites par ce style de pilosité faciale (17% contre 42% des femmes en couple plus âgées).

Femmes et hommes divergent encore dans leurs préférences globales : **34% des femmes aimeraient que leur conjoint ait un visage complètement rasé**, alors que seulement 16% des hommes aimeraient adopter ce style, préférant une barbe courte taillée (26 %).

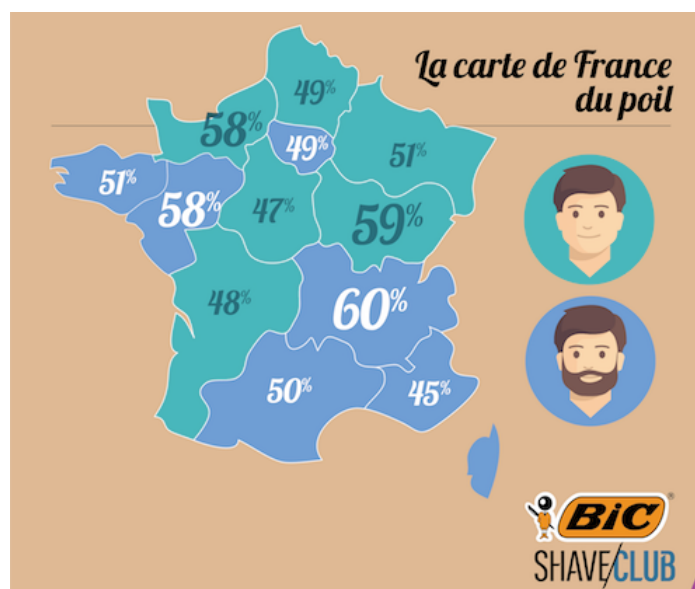
Si la plupart des femmes s'attachent d'abord au confort de leur conjoint pour le choix de leur look pileux (45%), elles ne négligent pas non plus le leur puisqu'une sur cinq cite l'importance d'un style qui leur soit agréable (21%). **Deux femmes sur cinq (41%) confessent ainsi souhaiter que leur conjoint change de style parce qu'elles aiment le contact avec une peau rasée.** La séduction n'est pas en reste, particulièrement pour les jeunes femmes : une sur quatre veut que son conjoint change de style de pilosité faciale pour qu'il soit plus séduisant... A 50 ans et plus, elles ne sont plus qu'une sur dix à mettre en avant la séduction.

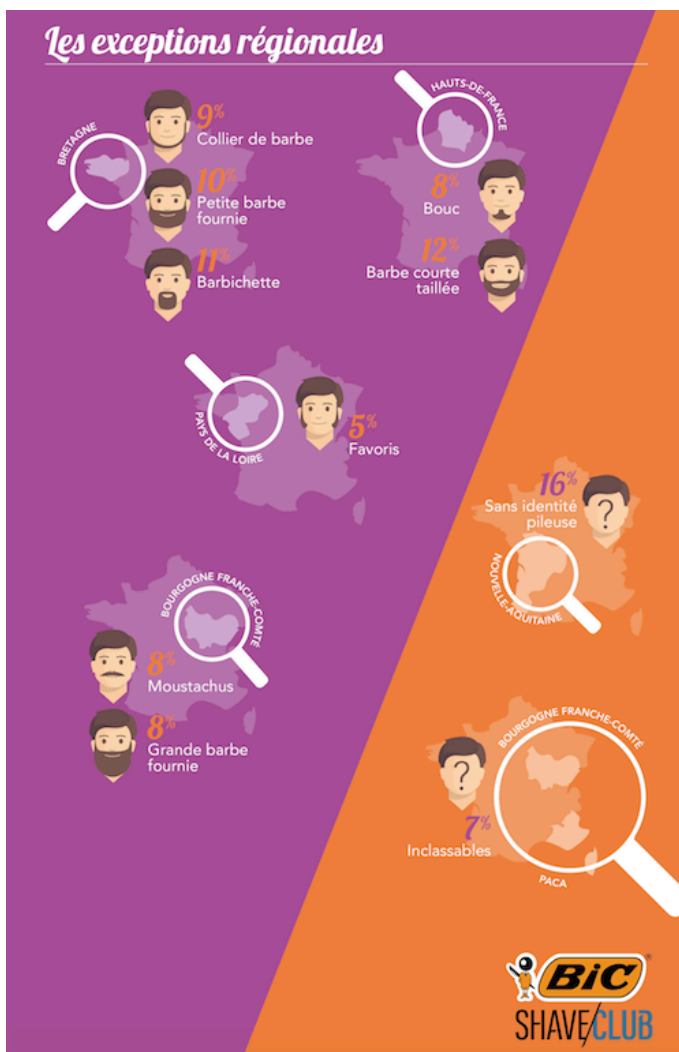
La bataille des rasés et des barbus



Chaque grand style pileux a ses bastions géographiques. **L'enquête révèle une véritable scission Nord-Sud, les rasés l'emportant au Nord** (Nord-Est : 51% et Nord-Ouest : 50%) **et les poilus au Sud** (Sud-Est 56% et Sud-Ouest 50%) **et dans la région parisienne (49%).**

Christian Bromberger interprète cette différence : « **La carte de la pilosité faciale semble se superposer à celle des catégories socio-professionnelles : plus de CSP + dans le sud-est que dans le nord-est ; l'étude confirme une légère supériorité (60%) en matière de pilosité faciale des CSP+ par rapport aux CSP- (56%). Les changements de pilosité faciale sont, au demeurant, le fait d'hommes appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures de la population (21% contre 13% des hommes appartenant aux catégories populaires de la population).** »





Chaque région a aussi ses marottes et ses particularités pileuses : la Bretagne est ainsi le berceau des colliers de barbe, des petites barbes fournies et des barbichettes. Le Nord-Pas de Calais-Picardie est un bastion des porteurs de bouc et de barbes courtes taillées, la Bourgogne-Franche-Comté des hommes à moustaches et grandes barbes fournies et le Pays de la Loire des favoris.

Le rasage fait de la résistance

On l'a dit, les hommes rasés sont légion en France. Mais les hommes glabres ne sont pas les seuls à se raser. **Parmi les trois styles pileux préférés des Français, deux nécessitent un rasage plus ou moins régulier.** Les chiffres le prouvent : **84% des Français se rasent toutes les semaines. Près d'un tiers se rasent même tous les jours (32%).**

Plus habitués à ces routines et plus fidèles au visage rasé de près, les hommes âgés de 50 ans et plus se rasent de façon fréquente : 89% d'entre eux se rasent toutes les semaines (contre 73% des hommes âgés de moins de 35 ans) et 44% se rasent tous les jours (contre 6% des moins de 35 ans).

La majorité des Français utilisent un rasoir à lame, qu'il soit rechargeable (36%) ou non rechargeable (12%). Si les outils électriques de rasage et de taillage sont également utilisés par une part importante de la population, à l'image du rasoir électrique (26%) ou de la tondeuse (15%), les outils traditionnels sont quasiment tombés en désuétude : seuls 3% des Français se taillent la barbe avec des ciseaux ou utilisent un blaireau lorsqu'ils se rasent.

Les rasoirs à lames sont les outils favoris de plus de la moitié des hommes âgés de 50 ans et plus : 42% d'entre eux utilisent un rasoir manuel avec des lames qui se rechargent (contre 21% des hommes âgés de moins de 35 ans), et 15% utilisent un rasoir manuel non rechargeable (contre 12%). **Peut-être par souci de simplicité, les jeunes privilégient des outils électriques**, 25% utilisant une tondeuse (contre 9% des hommes âgés de 50 ans et plus) et 23% un rasoir électrique (contre 26%).

Les Français préfèrent utiliser des produits de rasage qui utilisent un système d'aérosol, que ce soit pour la mousse à raser (29% en utilisent sous cette forme) ou pour le gel à raser en aérosol (23%). Les produits de rasage en tube sont moins utilisés (5% pour le gel de rasage et 4% pour la crème de rasage).

De plus en plus de Français utilisent des soins après-rasage : 16% pour les lotions après-rasage, 14% pour du baume après-rasage hydratant, 6% pour des crèmes de soin anti-âge ou autre et 3% de l'huile pour entretenir leur barbe. Les produits de nettoyage de la peau en vue du rasage sont moins utilisés : 3% pour les gels nettoyant et 2% pour les crèmes gel exfoliantes.

Contrairement à leurs femmes, attentives aux produits utilisés par leurs conjoints, il semble demeurer un tabou masculin autour des produits dits de beauté ou de soin. Manque d'intérêt ou de mots pour nommer ces produits ? Seuls 16% des hommes déclarent ne pas savoir quel produit ils utilisent, alors que seules 7% des femmes ne savent pas les produits utilisés par leur conjoint.

L'intégralité des résultats est disponible sur demande.

Christian Bromberger est professeur d'ethnologie à l'Université de Provence, membre senior de l'Institut universitaire de France (chaire d'ethnologie générale), **auteur de « Trichologiques : une anthropologie des cheveux et des poils »** en 2010 et « *Les Sens du poil - Une anthropologie de la pilosité* » en 2015.

Méthodologie de l'enquête

Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de **1063 personnes**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence, au sein duquel figurent un échantillon de **508 hommes** et un échantillon de **316 femmes en couple avec un homme**. L'échantillon a été interrogé en ligne sur système **Cawi** (Computer Assisted Web Interview). Les interviews ont été réalisées du **11 au 13 avril 2018**. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A propos de BIC SHAVE CLUB®

Le BIC SHAVE CLUB® propose pour la première fois en France et de façon exclusive en ligne le premier rasoir rechargeable de BIC® en abonnement sans engagement. L'offre permet de recevoir simplement à domicile un rasoir rechargeable de qualité 5+1 lames, puis, à la fréquence de son choix, ses nouvelles lames. Le BIC Shave Club entame une évolution majeure dans le monde du rasage en offrant au plus grand nombre la possibilité d'accéder facilement à des rasoirs rechargeables de qualité sans se ruiner. Pour découvrir le BIC SHAVE CLUB, rendez-vous sur www.bicshaveclub.com

CONTACTS PRESSE

RUMEUR PUBLIQUE

Anne-Lise Ibrahimoff

01 55 74 52 18 - bicshaveclub@rumeurpublique.fr