



## CONSOMMATION

# Les GMS doublées par le Net

Quelque 49% des 1 003 personnes interrogées par Promise Consulting(\*) se disent satisfaites de leur dernier achat de produits d'hygiène pour le corps et les cheveux sur la Toile. Alors qu'ils ne sont que 38% à plébisciter les hypers et les supermarchés, pourtant lieu de prédilection de cette catégorie d'articles (83% des dépenses selon Promise). La grande distribution se fait aussi devancer par les enseignes spécialisées (marques enseignes et parfumeries) appréciées par 44% des interrogés. Il en est de même pour les soins (47% en faveur des e-shops et des spécialistes; 39% pour les hypers-supers) et le maquillage : 41% de satisfaits pour le Net contre 38% pour les grandes surfaces. « *Internet s'impose en soins, en shampoings et produits pour le corps comme le média de la recommandation* », ajoute-t-on chez Promise Consulting. En ce qui concerne les derniers actes d'achat, les GMS et les spécialistes font jeu égal en maquillage avec respectivement 40% et 41% du panel de consommatrices qui ont dépensé dans ces circuits contre 18% sur le Net.

MARYLINE LE THEUF

(\*) Étude réalisée entre le 20 et 26 mars 2017 auprès d'une population uniquement féminine pour le maquillage et le soin, mixte pour les shampoings et produits d'hygiène pour le corps.