



bservatoire

Terrafemina



«DANS LE MIROIR DES FEMMES»

MOI ET MON CORPS : MON MEILLEUR ENNEMI ?

Vague 1
Mars 2013

CSA RESEARCH

FICHE MÉTHODOLOGIQUE

- Sondage exclusif **Terrafemina / 20 Minutes / CSA**
- Réalisé via Internet **du 19 au 27 février 2013.**
- Echantillon de **1045 femmes** âgées de 18 ans et plus, issues d'un échantillon national représentatif de 2015 Français âgées de 18 ans et plus, résidant en France, constitué d'après la méthode des quotas (sexe, âge et catégorie socioprofessionnelle), après stratification par région et taille d'agglomération.

Jérôme Sainte-Marie - *Directeur du Pôle Opinion - Corporate*
Catherine Bouvier - *Directrice de projets transversaux*
Agnès Balle - *Directrice des études au Pôle Opinion - Corporate*
Nicolas Fert - *Chargé d'études sénior au Pôle Opinion - Corporate*

DÉCRYPTAGE DU SONDAGE 1/3

La plupart des femmes françaises voient aujourd'hui leur corps comme un élément important de leur identité, qu'il leur renvoie une image positive ou négative, et même si elles l'observent et l'entretiennent plus ou moins fréquemment selon leur âge et leur niveau social. L'alimentation est pour elles le premier moyen pour en prendre soin, devant le sport et les produits de beauté.

Le corps, élément important de l'identité des femmes

Seules 21% des femmes estiment aujourd'hui que leur corps n'est qu'une « simple enveloppe corporelle ». A l'opposé, 61% d'entre elles considèrent que ce corps est une « part de leur identité », une petite minorité (11%) pensant même qu'il est « l'expression de ce qu'elles sont ». Près de trois femmes sur quatre (72%) voient donc leur corps comme un élément important de leur identité. Notons que **ce rapport au corps varie peu selon l'âge des femmes interrogées mais que des clivages apparaissent en revanche selon le niveau social et le lieu de résidence**. Les femmes cadres et professions libérales sont ainsi les plus nombreuses en proportion à estimer que leur corps est une part de leur identité : 74% d'entre elles le pensent, au lieu de seulement 54% des employées ou ouvrières. Autre variation intéressante : seules 52% des femmes habitant dans une commune rurale perçoivent leur corps comme une part de leur identité (contre 27% estimant qu'il n'est qu'une enveloppe corporelle). Et ce taux monte avec la taille d'agglomération pour culminer à 70% chez les habitantes de la région parisienne (contre 13% en moyenne).

Les femmes françaises se montrent par ailleurs plus divisées sur le rôle concret joué par leur corps au quotidien. Seule une minorité lui attribue ainsi un rôle décisif puisque 15% d'entre elles le voient comme un « handicap, un élément qui peut être pénalisant » et 13% comme un « atout, un moyen de séduction » (13%). Un quart des femmes (26%) considèrent pour leur part que leur corps est « un critère important de reconnaissance dans leur vie sociale et professionnelle » tandis que 36% estiment que c'est un « critère qui n'a pas d'influence sur le reste de leur vie ».

DÉCRYPTAGE DU SONDAGE 2/3

Ces perceptions peuvent toutefois varier selon l'âge et le niveau social : les femmes de 65 ans et plus sont ainsi les plus convaincues que leur corps n'a pas d'influence sur leur vie (46% au lieu de 36% en moyenne) tandis que les femmes de 18 à 24 ans pensent, elles, plus souvent que celui-ci est un atout et un moyen de séduction (23% au lieu de 13% en moyenne). Les femmes cadres perçoivent quant à elles particulièrement leur corps comme un atout (23%) ou un critère important de reconnaissance sociale (36% au lieu de 26% en moyenne) tandis que les ouvrières le voient plus comme un handicap (22% au lieu de 15% en moyenne).

42% des femmes s'observent de façon hebdomadaire, dont 25% tous les jours, pour surveiller leurs silhouettes

Si l'on s'attarde maintenant sur le rapport plus personnel à son corps, toutes les femmes n'y prêtent pas la même attention. **42% d'entre elles déclarent en effet se regarder toute nue dans le miroir tous les jours (25%) ou au moins une fois par semaine (17%)** mais d'autres le font moins régulièrement : seulement une fois par mois pour 11% des femmes, encore moins souvent pour 22% et jamais pour 17% d'entre elles. Dans le détail, les femmes s'observant le plus régulièrement sont les 25-34 ans (51%), les cadres (59%) et les résidentes de l'agglomération parisienne (50%) tandis que les plus âgées (58%), les ouvrières (55%) et les habitantes d'une commune rurale (55%) sont plus nombreuses en proportion à le faire moins d'une fois par semaine. A noter que **la grande majorité des femmes déclarent avant tout observer leur silhouette dans son ensemble plutôt qu'une partie de leur corps en particulier (72%)** même si 31% déclarent tout de même regarder en priorité leur ventre.

42% des femmes fières ou satisfaites de leur corps, 26% mécontentes ou frustrées, 13% indifférentes

Quant à l'impression se dégageant de cette observation plus ou moins régulière, les femmes apparaissent là encore assez divisées. **42% d'entre elles disent ainsi ressentir de la fierté (4%) ou de la satisfaction (38%) quand elles se regardent dans la glace alors que 26% disent ressentir du mécontentement (14%) ou de la frustration (12%).** 13% des femmes se déclarent indifférentes et 19% ne se prononcent pas sur la question.

DÉCRYPTAGE DU SONDAGE 3/3

Dans le détail, les plus satisfaites sont les femmes cadres (58% de fières ou satisfaites, au lieu de 42% en moyenne) tandis que les ouvrières sont les plus insatisfaites (32% ressentent du mécontentement ou de la frustration, au lieu de 26% en moyenne). A noter que **les femmes les plus satisfaites de leur physique sont par ailleurs celles qui s'observent le plus** : 60% des femmes fières de leur corps s'observent ainsi au moins une fois par semaine, dont 38% tous les jours (au lieu de 25% en moyenne) tandis que les femmes se disant indifférentes sont celles qui le font le moins, 25% s'observant au moins une fois par semaine. Il semble donc que l'image de son corps et la fréquence de son observation soient intimement liées : plus on aime son corps, plus on a envie de l'observer.

L'alimentation premier moyen privilégié pour prendre soin de son corps, devant le sport et les produits de beauté

Concernant les solutions pour « prendre soin de son corps et le mettre en valeur », **les femmes déclarent aujourd'hui privilégier « une alimentation équilibrée » (48%), devant le fait de « faire du sport régulièrement » (29%) et d'« acheter des produits de beauté »**. 20% déclarent pour leur part soigner leur corps en « préservant leur sommeil », tandis que 13% disent le faire en « affichant un look étudié » et 5% en s'« offrant des soins esthétiques ». Ces solutions sont toutefois mobilisées dans des proportions différentes selon l'âge et le niveau social des répondantes. L'alimentation équilibrée est par exemple particulièrement mise en avant par les plus âgées (67% au lieu de 48% en moyenne) ou les cadres (62%), ces dernières citant également plus souvent que les autres le sport (45% au lieu de 29% en moyenne). Les jeunes femmes de 18 à 24 ans sont elles les plus nombreuses à utiliser les produits de beauté (43% au lieu de 29% en moyenne) et à soigner leur look (29% au lieu de 13% en moyenne) alors que les ouvrières déclarent plus souvent que les autres ne rien faire en particulier (23% au lieu de 13% en moyenne).

Nicolas FERT, Chargé d'études sénior Pôle Opinion - Corporate

RÉSULTATS DÉTAILLÉS



LE CORPS, ÉLÉMENT IMPORTANT DE L'IDENTITÉ DES FEMMES

Question Diriez-vous au final que votre corps est ...

Pour

61%

des femmes

74% chez les femmes cadres et 70% chez les Franciliennes

leur corps est ...

une part de leur identité

Pour 21% *une simple enveloppe corporelle*

Pour 11% *l'expression de ce qu'elles sont*

Ne se prononcent pas : 7%

POUR UNE FEMME SUR TROIS SON CORPS N'INFLUE PAS SUR SON QUOTIDIEN, POUR UNE SUR QUATRE C'EST UN CRITÈRE IMPORTANT DE RECONNAISSANCE

 **Question:** Dans votre quotidien, vous considérez que votre corps est le plus souvent ...

Pour

36%
des femmes



46% chez les femmes de 65 ans et plus

Leur corps est... un critère qui n'a pas d'influence sur le reste de leur vie

Pour **26%** un critère important de reconnaissance dans leur vie sociale et professionnelle

Pour **15%** un handicap, un élément qui peut être pénalisant

Pour **13%** un atout, un moyen de séduction

Ne se prononcent pas : 10%

42% DES FEMMES SE REGARDENT TOUTE NUE DANS LE MIROIR CHAQUE SEMAINE, DONT 25% TOUS LES JOURS ...

 **Question.** A quelle fréquence vous arrive-t-il de vous regarder toute nue dans le miroir ?



25% se regardent toute nue dans le miroir tous les jours ou presque

des femmes

17% ... une à 2 fois par semaine

11% ... une à 2 fois par mois

22% ... moins souvent

17%... jamais

Ne se prononcent pas : **8%**



Au moins une fois par semaine
42%



59% chez les femmes cadres

51% chez les 25-34 ans

50% chez les Parisiennes



Moins d'une fois par semaine
50%

... LA PLUPART D'ENTRE ELLES REGARDANT EN PRIORITÉ LEUR SILHOUETTE, 31% REGARDANT AUSSI LEUR VENTRE

A toutes sauf à celles qui ne se regardent jamais

Question. Quand vous le faites, que regardez-vous en priorité ? (deux réponses possibles)

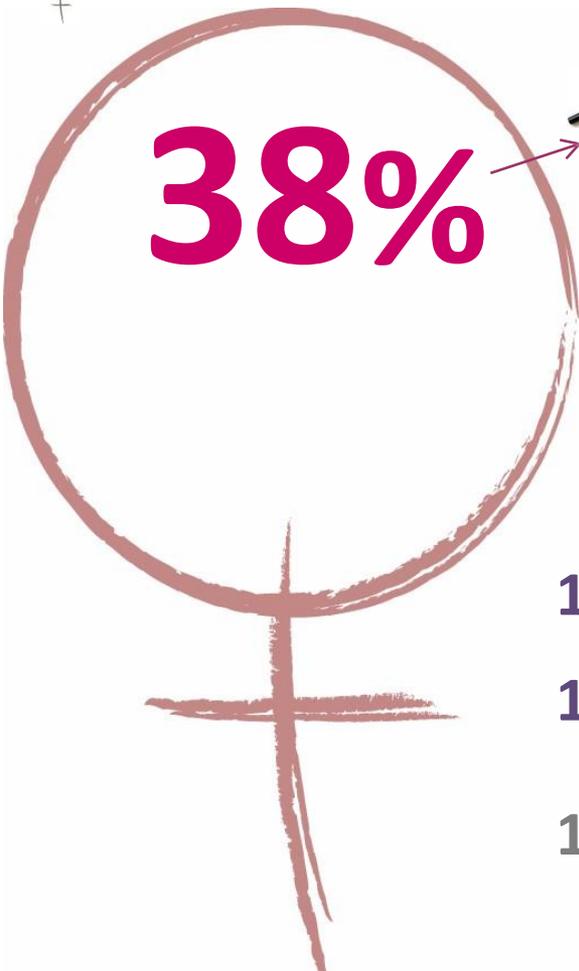


regardent en priorité leur silhouette dans leur ensemble



42% DES FEMMES SONT FIÈRES OU SATISFAITES DE LEUR CORPS

Question. Quand vous vous regardez dans la glace, que ressentez-vous spontanément ?



38%

52% chez les femmes cadres

de la satisfaction

4% de la fierté

60% de ces femmes s'observent au moins une fois par semaine, dont 38% tous les jours

14% du mécontentement

12% de la frustration

13% de l'indifférence

Ne se prononcent pas : **19%**



Mécontentement
+

Frustration

=

26%

Fierté

+

Satisfaction

=

42%

Indifférence

13%

L'ALIMENTATION: MOYEN PRIVILÉGIÉ POUR PRENDRE SOIN DE SON CORPS, DEVANT LE SPORT ET LES PRODUITS DE BEAUTÉ

 **Question.** Que faites-vous en priorité pour prendre soin de votre corps et le mettre en valeur ? (deux réponses possibles)



48%
des femmes

67% chez les femmes de 65 ans et plus et **62%** chez les cadres

**privilégient une alimentation équilibrée
... pour prendre soin de leur corps et le
mettre en valeur**

29% ... la pratique d'un sport régulièrement

... l'achat de produits de beauté (crèmes, maquillage)

20% ... la préservation de leur sommeil

13% ... affichent un look étudié

5% ... s'offrent des soins esthétiques

13% ... RIEN

Ne se prononcent pas : 2%

en savoir plus : www.csa.eu - @InstitutCSA

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux

Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01



The logo for TerraFemina. The word 'TerraFemina' is written in a white, sans-serif font inside a white speech bubble with a pink outline.

