

Les hommes se prennent en main

Les hommes ont une peau plus résistante que les femmes. Elle reste ferme plus longtemps. Mais elle a quand même besoin de soins. Les hommes en sont de plus en plus conscients. Même s'ils ne le crient pas sur les toits...

Autrefois, les hommes piochaient en cachette dans les pots de crème de leur douce moitié. Aujourd'hui, ils disposent enfin de leurs propres produits de soins. Les jeunes hommes ont bien compris que les soins du visage et du corps sont indispensables pour avoir une apparence agréable et soignée. Leurs produits doivent avoir un look viril, une odeur mâle et surtout ne pas faire briller la peau. Sans oublier qu'ils veulent des solutions simples à leurs problèmes. Comme leur peau est différente de celle des femmes, les produits cosmétiques qui leur sont destinés doivent répondre à des exigences bien spécifiques.

La peau des hommes est différente

La peau des hommes est environ 20 % plus épaisse que celle des femmes. L'épiderme est formé de couches de cellules plus nombreuses et le derme contient plus de collagène. De ce fait, la peau masculine résiste mieux aux agressions extérieures, au soleil, au vent et à l'air sec. Comme ses capacités à lier l'eau sont meilleures, elle semble plus ferme et les rides ne s'y forment pas aussi vite que chez les femmes. Elle a aussi un autre pH: plus bas – donc plus acide – ce qui stabilise le film de protection acide qui la recouvre. Elle est également mieux irriguée et son épiderme contient en moyenne plus de mélanine, ce qui la protège mieux contre les rayons du soleil et des UV. On note aussi des différences en ce qui concerne la production de sébum: les glandes sébacées masculines, plus grosses et plus nombreuses, produisent presque le double de sébum que les glandes sébacées féminines. Ceci s'explique par l'activité des hormones masculines (androgènes). Ce sont surtout la testostérone et sa forme active, la dihydrostérone, qui dirigent la production de sébum et la maintient à un même niveau de la puberté jusqu'à un âge avancé. Sans oublier toutes les glandes sébacées qui entourent les milliers de poils de barbe. Si l'épiderme est trop kératinisé, les glandes peuvent se boucher. C'est ce qui explique pourquoi à la puberté les garçons ont plus d'acné, comédons et autres boutons que les jeunes filles.

Si elle est plus robuste que celle des femmes, la peau des hommes ne présente pas que des avantages. Elle a tendance à se kératiniser, n'est pas aussi douce et souple et finit par se rider plus que celle des femmes. Si les premières ridules autour des yeux apparaissent vers 20 ans chez les femmes, ces signes de vieillissement n'apparaissent que vers 30 ans chez les hommes. Mais dès 35 ans, la peau masculine n'est plus à

l'abri des outrages du temps, au contraire: le nombre de fibres de collagène et d'élastine commence certes à diminuer plus tardivement chez les hommes que chez les femmes, mais il diminue ensuite beaucoup plus rapidement.

Problèmes typiquement masculins

Même si la peau des hommes est résistante, elle n'est pas totalement à l'abri des problèmes cutanés et pileux.

- On trouve entre 5000 et 30 000 poils dans la zone de la barbe. Ces poils sont deux fois plus épais que les cheveux et poussent d'environ 14 centimètres par an. Les rasages quotidiens peuvent abîmer le film hydrolipidique de la peau et la rendre plus vulnérable. La plupart des hommes présentent d'ailleurs des problèmes typiques après le rasage: irritations, coupures superficielles, impuretés, pseudofolliculite de la barbe. La pseudofolliculite de la barbe (pseudofolliculitis barbae) désigne des rougeurs et des irritations cutanées qui apparaissent après le rasage. Des sensations de brûlure ou de démangeaison peuvent se manifester ainsi que de petits boutons qui mettent souvent plusieurs jours à disparaître.
- L'**odeur corporelle** peut aussi poser problème. Elle dépend du type de bactéries qui vivent sur la peau. La flore bac-

térienne des femmes contient plus de microcoques alors que celle des hommes est plus riche en bactéries du type corynebacterium (diphthéroïdes lipophiles), justement responsables de la fameuse «odeur mâle». Les émanations désagréables proviennent aussi en partie des processus de composition de la testostérone. Enfin, les hommes transpirent sensiblement plus que les femmes et en d'autres endroits, à savoir surtout au front et aux pieds. En été, la transpiration des pieds est donc un problème typiquement masculin. On comprendra mieux l'ampleur du problème si l'on sait qu'en période de canicule, la transpiration des pieds peut atteindre jusqu'à 250 ml par jour.

- Un autre problème typiquement masculin est la **perte des cheveux**. Les produits cosmétiques ne peuvent empêcher les tempes de se dégarnir, le crâne d'apparaître sous des cheveux de plus en plus rares ni finalement l'évolution en calvitie complète. Le fonctionnement de l'hormone mâle qui agit sur la croissance des cheveux est déterminé génétiquement.

La fidélité masculine

Que ce soit au travail, en couple ou à la salle de bain, les hommes veulent résoudre les problèmes rapidement, sans longs palabres. Et pas seulement en ce qui concerne les problèmes récurrents, comme les irritations après le rasage ou les odeurs corporelles.

Non, ils veulent des solutions simples pour tous les soins corporels. Sur le marché, on constate que les hommes sont de plus en plus nombreux à recourir à des crèmes de jour, des peelings pour le visage ou encore des produits nettoyants doux. Selon Beiersdorf SA, la ligne de soins pour le visage Nivea «for men» enregistre actuellement une croissance à deux chiffres. Et cette tendance concerne tous les produits de la ligne: des crèmes hydratantes aux produits de soins pour peaux sensibles en passant par les gels pour le visage, les crèmes riches, les produits anti-âge, les crèmes pour les yeux et les lotions nettoyantes.

«En ce qui concerne les composants, les produits pour hommes ne sont pas très différents de ceux des femmes», explique Marianne Iten, responsable du marketing chez Melisana SA. «On note surtout des différences dans la consistance des crèmes: les produits ne doivent pas être trop gras et ne doivent pas faire briller la peau.» Les objectifs principaux sont donc d'hydrater la peau et de la soigner en douceur. En douceur, car les produits de soins ne doivent pas agresser la peau déjà irritée par le feu de la lame. En ce qui concerne les produits de soins, les hommes ne sont pas amateurs d'expérimentation. Ils préfèrent jeter leur dévolu sur un ou deux produits précis, quitte à étendre plus tard leur assortiment. Comme les femmes, les hommes ne sont pas insensibles à la tendance anti-âge. Chez Beiersdorf, la demande en la matière augmente considérablement. La cosmétique masculine suit d'ailleurs aussi la tendance des produits naturels. A noter cependant que les hommes ne pensent généralement pas spontanément à utiliser des produits pour le visage. Il faut donc leur en donner l'envie. Du moins en ce qui concerne les générations relativement âgées. Il suffit cependant que leur partenaire leur achète une crème ou leur offre un échantillon pour qu'ils se laissent séduire. De fait, ils sont généralement convaincus de l'utilité du produit une fois qu'ils l'ont appliqué sur leur visage. Ils laissent généralement à leur partenaire le soin de racheter le même produit, en leur indiquant simplement que le tube ou le flacon est vide. Quant aux exceptions qui se rendent personnellement en magasin, ils veulent que l'affaire se conclue rapidement et sans longue discussion. Les jeunes sont plus ouverts: ils s'informent dans les magazines et demandent aussi volontiers conseil dans les commerces spécialisés.

Les services que les hommes apprécient

Conseils au calme: les hommes préfèrent prendre discrètement leur produit et passer directement à la caisse. Ils ne veulent pas qu'on les observe quand ils achètent un produit anti-âge. Pour leur prodiguer des conseils, amenez-les donc dans un endroit discret, loin de l'agitation du magasin.

Arguments de vente: ne parlez pas de l'impression sur la peau, de la douceur de la consistance, de

la finesse du parfum ou encore de l'élasticité de la peau. Ces arguments de vente ne fonctionnent pas avec les hommes. Soyez bref et dites-leur que le produit protège leur peau, lui donne de l'énergie et la fait ainsi paraître plus fraîche.

Le choix des mots: parlez leur langue! «C'est la Porsche des crèmes de jour», «Si vous voulez le service complet, utilisez une lotion de lavage, un peeling, un sérum et une crème de soins» et d'autres formules similaires qui parlent aux hommes.

Faire essayer: peut-être avez-vous déjà fait cette expérience: vous appliquez un peu de crème avec la spatule sur le dos de la main d'un client. Aussitôt, il prend la crème et l'applique sur son visage. Il veut savoir quelle impression ça fait! Pour lui, les sensations sur le dos de la main ne sont pas déterminantes.

Donner des échantillons: donnez des échantillons à vos clients même s'ils ne semblent pas a priori amateurs de produits cosmétiques. Ce sont parfois ceux auxquels on s'attendait le moins qui reviennent finalement.

Fidéliser de nouveaux clients: lorsqu'un homme est satisfait, il revient et ne s'intéresse pas aux prix. Dans ce sens, il est beaucoup plus facile de fidéliser les hommes que la clientèle féminine.

Naturellement, il y a aussi les incorrigibles qui refuseront toujours de mettre ne serait-ce qu'une once de crème sur le visage. Mais ce type d'hommes tend à disparaître. C'est ce que démontrent des années d'observations attentives d'une droguiste dans de nombreuses salles de bain – coups d'œil associés à une curiosité bien féminine qui n'a pas hésité, à l'occasion, à regarder ce que recelaient certaines armoires à glace...

Les hommes se rattrapent

Il y a encore quelques années, la cosmétique masculine se résumait à un morceau de savon, de la mousse à raser et un peu de lotion après-rasage. Mais tout ceci a bien changé. C'est ce que révèle un sondage

en ligne non représentatif réalisé par la plate-forme indépendante www.haut.de en mai 2008 auprès de 1763 hommes âgés d'au moins 18 ans. Voici un aperçu des résultats:

71 % des sondés utilisent non seulement des produits classiques, comme le shampoing, la lotion de lavage, le gel douche, le produit de rasage, la lotion après-rasage et le déodorant, mais aussi des lotions corporelles

66 % utilisent une crème pour le visage

85 % utilisent une eau de toilette

63 % utilisent toujours du savon traditionnel

47 % utilisent une crème spécifique pour se laver le visage

39 % utilisent un produit avant rasage

44 % utilisent du gel capillaire

28 % utilisent un spray ou une laque pour les cheveux

36 % utilisent des peelings ou des masques faciaux

26 % utilisent des crèmes antirides ou anti-âge

26 % utilisent régulièrement une crème pour les yeux

15 % utilisent de l'autobronzant

9 % utilisent des produits de maquillage

8 % utilisent de la poudre

90 % utilisent de la mousse à raser

74 % préfèrent la crème ou le gel pour se raser

88 % se douchent chaque jour

85 % utilisent un déodorant

74 % se rasent tous les jours

Sabine Hurni / trad: cs

Informations complémentaires

www.haut-wissen.ch

www.fr.niveafomen.ch

www.biokosma.ch