

RESULTATS DE L'ETUDE DU MARCHÉ DES PRODUITS DE SOIN

Les données chiffrées sont aujourd'hui indispensables afin d'orienter les décisions de son entreprise, optimiser le positionnement de nouveaux produits ou services, mettre en œuvre sa communication, cibler les potentiels acheteurs ou encore connaître leurs attentes.

L'Observatoire Hippolia vise à compléter les données existantes en étudiant l'utilisation des biens et services de la filière équine française. Les données générées permettent d'améliorer la connaissance des marchés, augmenter la compétitivité des entreprises françaises et favoriser l'innovation.

Ce numéro de l'Observatoire Hippolia s'intéresse au marché des produits de soin. L'étude a été menée du 28 mars au 26 juin 2017. 163 personnes ont répondu à cette enquête.

Profil des acheteurs de produits de soin

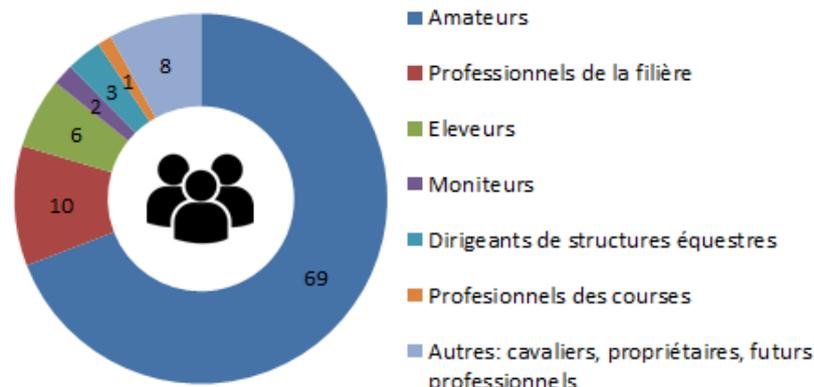
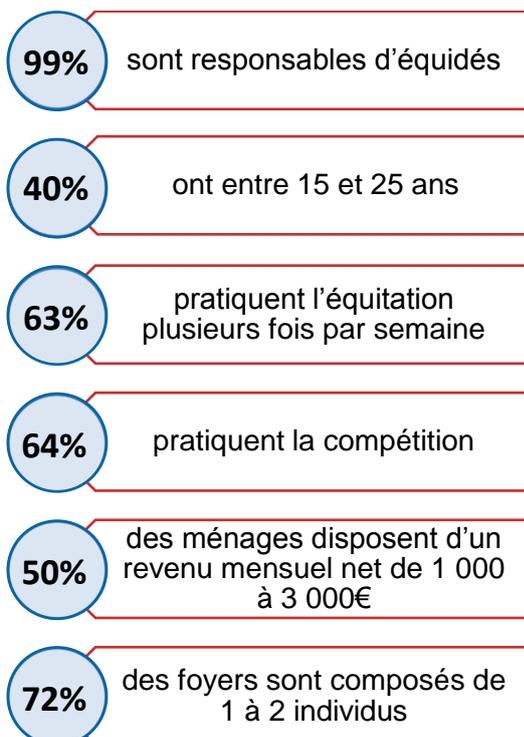
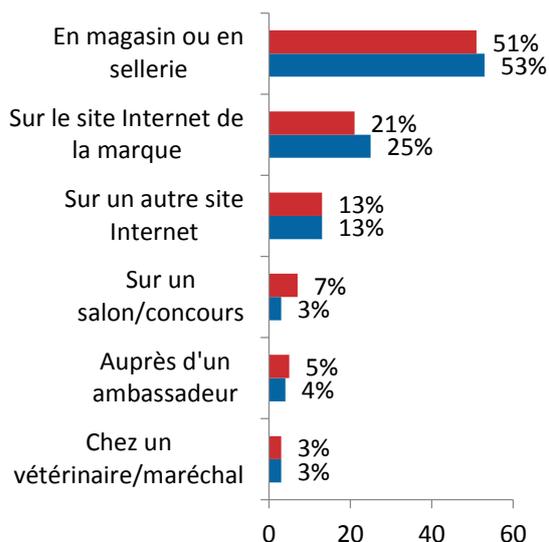


Figure 1 : statut des acheteurs (%)

L'achat des produits de soin



■ Lieux d'achat actuel
■ Lieux d'achat souhaité

57%

achètent des produits d'entretien courant

51%

achètent en magasin ou sellerie

50%

disposent d'un budget annuel compris entre 100 et 300€

Figure 2 : lieux d'achat (% , n=163)

Les caractéristiques d'achat

26%

découvrent les marques par le bouche à oreille

71%

comparent les marques

15%

ne connaissent pas les marques des produits achetés

62%

consultent les avis des utilisateurs sur internet

38%

citent comme caractéristique principale l'efficacité/ rapidité des produits



A retenir

- **1 individu sur 2** achète des produits d'entretien
- **1 achat sur 2** se fait en magasin ou sellerie
- **1 individu sur 4** découvre les marques par le bouche à oreille
- **1 individu sur 3** cite comme caractéristique principale l'efficacité/ rapidité

Contact :

Etienne Creus - Chargé de projets au Pôle Hippolia
Pôle Hippolia - 8 rue Léopold Sedar Senghor - 14 460 Colombelles

Email : etienne.creus@hippolia.org