

# **BEAUTY FOR A BETTER LIFE** **LA BEAUTÉ EN SOUTIEN** **DES FEMMES EN SITUATION** **DE VULNÉRABILITÉ**

Enquête Ipsos bva - Mai 2026

FONDATION  
L'ORÉAL

Vos contacts Ipsos bva :

**Alice Tétaz**

[alice.tetaz@ipsos.com](mailto:alice.tetaz@ipsos.com)

**Federico Vacas**

[federico.vacas@ipsos.com](mailto:federico.vacas@ipsos.com)

**Lilou Aury**

[lilou.aury@ipsos.com](mailto:lilou.aury@ipsos.com)



bva



# SOMMAIRE

## Méthodologie

(p.3)

## 01

Des Français.es conscients de la difficulté d'être une femme au sein de la société (p.4)

## 02

Prendre soin de soi : un temps que l'on peine à s'accorder, mais que l'on sait essentiel (p.9)

## 03

La socio-esthétique : une notoriété encore partielle mais une perception très positive (p.18)

## 04

Un dispositif mobile moyennement identifié par le public mais prometteur (p.30)

## ANNEXES

(p.35)

# MÉTHODOLOGIE



## ÉCHANTILLON

**2 000 personnes** constituant un **échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.**



## DATES DE TERRAIN

Du **30 avril** au **4 mai** 2026.



## MÉTHODOLOGIE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Online d'Ipsos.

Représentativité assurée par la **méthode des quotas** appliquée au sexe, à l'âge, à la catégorie socio-professionnelle du répondant, à la région d'habitation et à la catégorie d'agglomération.

## NOTES DE LECTURE


Tous les résultats sont exprimés en pourcentages (%).

Lorsqu'un résultat présenté sur la base d'un sous-échantillon est significativement supérieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*) il est présenté sur **fond vert**. Si le résultat est significativement inférieur au résultat d'ensemble (avec un seuil de 95% de confiance\*), il est présenté sur **fond rouge**. [\*Le calcul des différences significatives (avec des seuils à 95%) s'appuie sur la méthode du khi2.]

**Ce rapport a été réalisé pour :**



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ».  
Ce rapport a été relu par Alice Tétaz, Directrice de clientèle – Ipsos Public Affairs.



# **Partie 1 :** **Des Français – et surtout des Françaises –** **conscient.e.s de la difficulté d’être une** **femme au sein de la société**

# Pour les Français.es, il est plus difficile de prendre sa place dans la société lorsque l'on est une femme que lorsque l'on est un homme – une opinion davantage partagée par les femmes.

Question : Selon vous, pour une femme en France aujourd'hui, prendre sa place autant que les hommes dans la société, c'est...

Base: A tous

**% POSSIBLE**

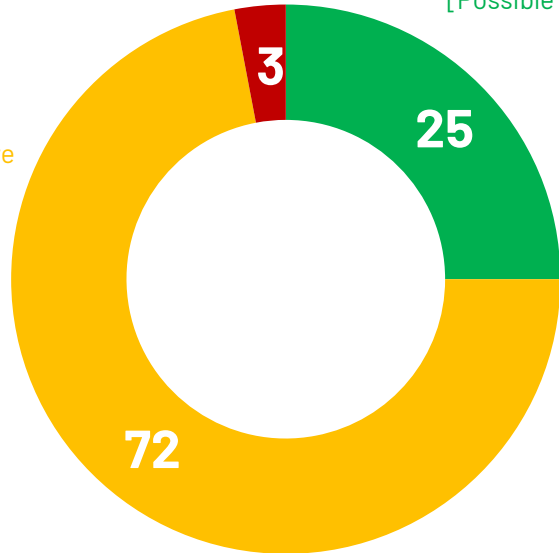
[Possible et facile, possible mais difficile]

**97**

**% DIFFICILE**

[Possible mais difficile, difficile voire quasi impossible]

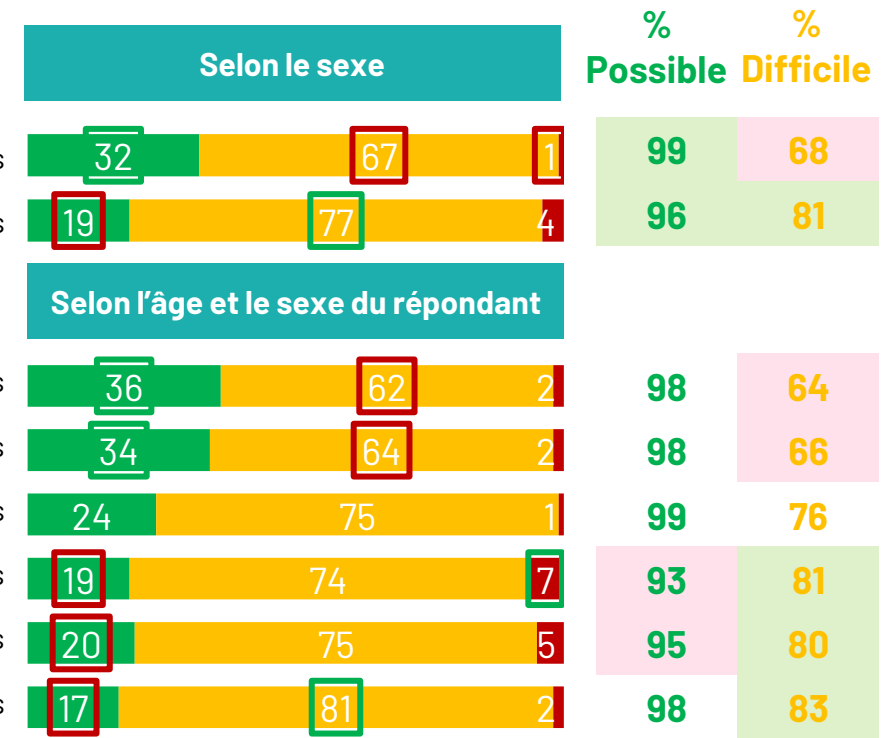
**75**



**Possible et facile, toutes les conditions sont réunies pour y parvenir**

**Possible mais difficile, les obstacles sont encore nombreux**

**Difficile voire quasi impossible**



# La capacité des femmes à prendre leur place dans la société – Détails par région

Question : Selon vous, pour une femme en France aujourd'hui, prendre sa place autant que les hommes dans la société, c'est...

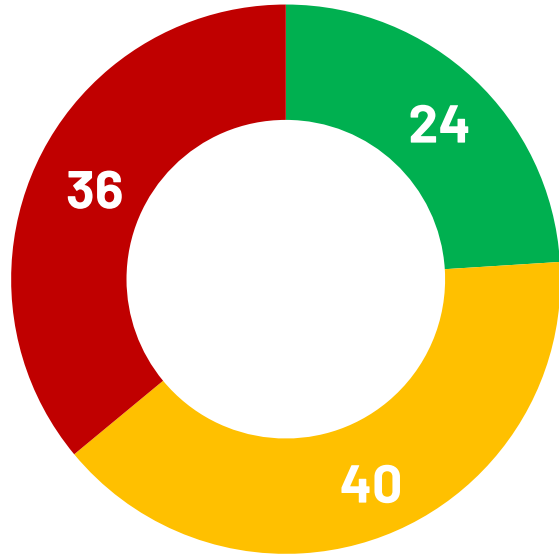
Base: A tous

	Ensemble	Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
Possible	<b>97</b>	97	96	99	94	98	97	95	99	96	97	98	98
Difficile	<b>75</b>	73	78	71	75	69	77	85	74	80	74	73	78
Possible et facile, toutes les conditions sont réunies pour y parvenir	<b>25</b>	27	22	29	25	31	23	15	26	20	26	27	22
Possible mais difficile, les obstacles sont encore nombreux	<b>72</b>	70	74	70	69	67	74	80	73	76	71	71	76
Difficile voire quasi impossible	<b>3</b>	3	4	1	6	2	3	5	1	4	3	2	2

# Quant à l'avenir des filles, peu de progrès : près des deux tiers s'estiment soit davantage inquiets soit ni plus ni moins inquiets que ne l'étaient leurs parents à leur époque – une fois encore, un constat davantage présent chez les femmes.

Question : Diriez-vous que vous êtes plus ou moins inquiet(e) pour l'avenir des filles que ne l'étaient vos parents pour les filles de leur époque ?

Base: A tous

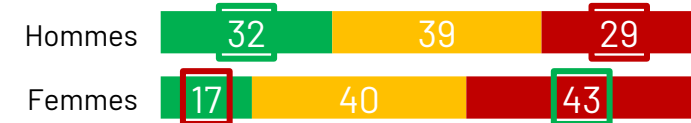


Moins inquiet(e)

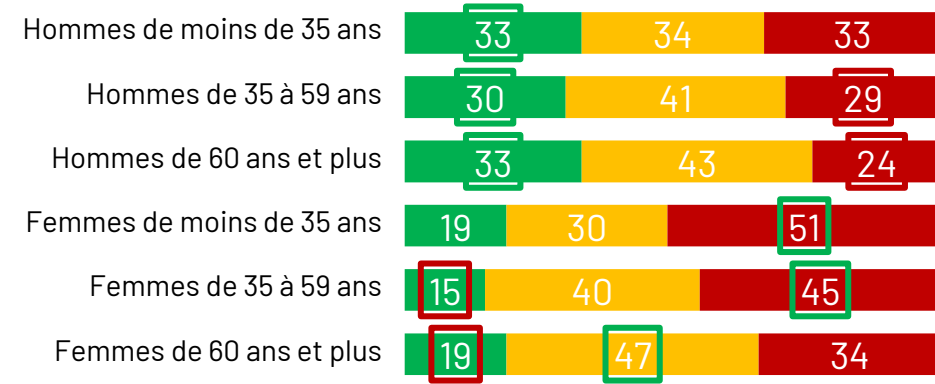
Ni plus ni moins

Plus inquiet(e)

## Selon le sexe



## Selon l'âge et le sexe du répondant



# L'inquiétude quant à l'avenir des filles – Détails par région

Question : Diriez-vous que vous êtes plus ou moins inquiet(e) pour l'avenir des filles que ne l'étaient vos parents pour les filles de leur époque ?

Base: A tous

		Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
	Ensemble												
Moins inquiet(e)	<b>24</b>	23	24	24	25	29	26	19	18	21	28	23	28
Ni plus ni moins	<b>40</b>	45	37	36	36	32	37	38	45	41	38	43	38
Plus inquiet(e)	<b>36</b>	32	39	40	39	39	37	43	37	38	34	34	34

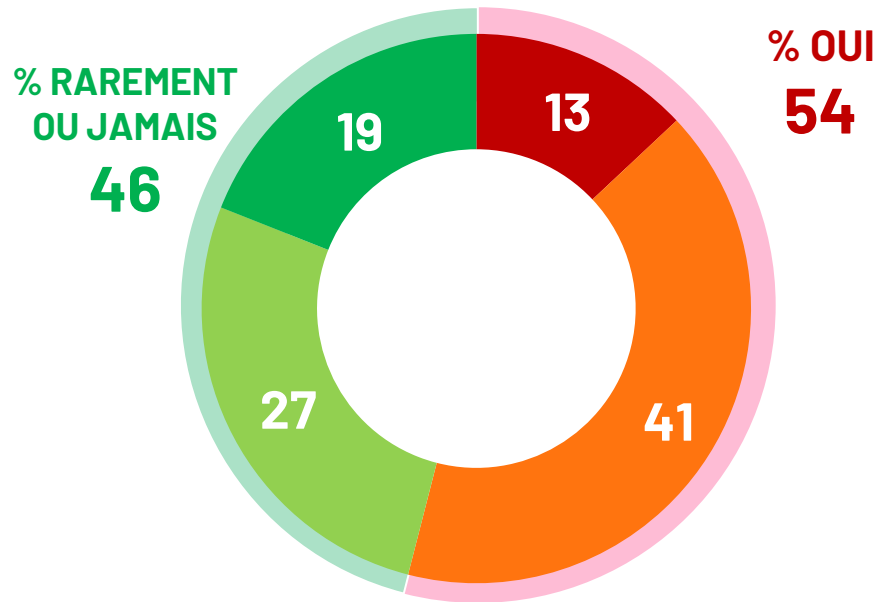
## Partie 2

**Prendre soin de soi : un temps que l'on peine à s'accorder, mais que l'on sait essentiel – notamment en situation de vulnérabilité**

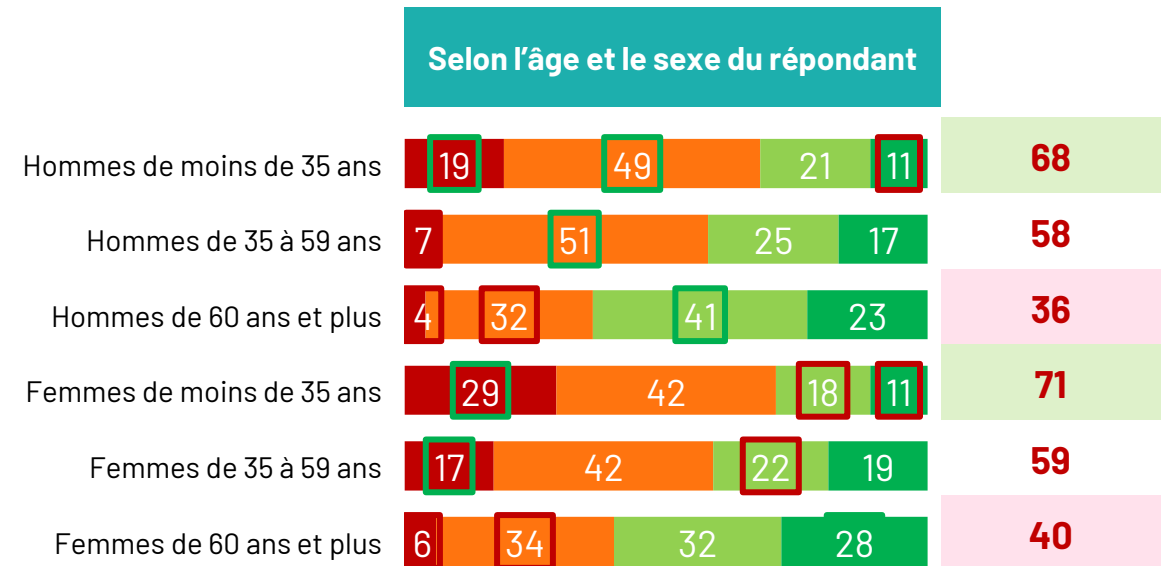
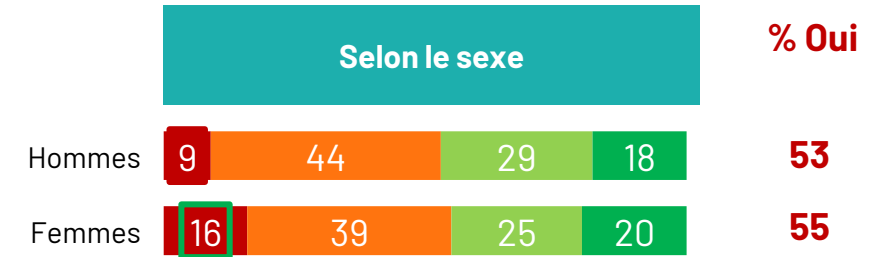
# Plus d'1 Français.es sur 2 éprouvent parfois ou souvent de la culpabilité lorsqu'ils / elles prennent du temps pour eux / elles plutôt que pour leurs proches.

Question : Vous arrive-t-il de ressentir de la culpabilité quand vous prenez du temps rien que pour vous, parce que vous estimez devoir en priorité prendre soin de vos proches ?

Base: A tous



■ **Oui, souvent**    
 ■ **Oui, parfois**    
 ■ **Rarement**    
 ■ **Non, jamais**



# La culpabilité ressentie au moment de prendre du temps pour soi – Détails par région

Question : Vous arrive-t-il de ressentir de la culpabilité quand vous prenez du temps rien que pour vous, parce que vous estimez devoir en priorité prendre soin de vos proches ?

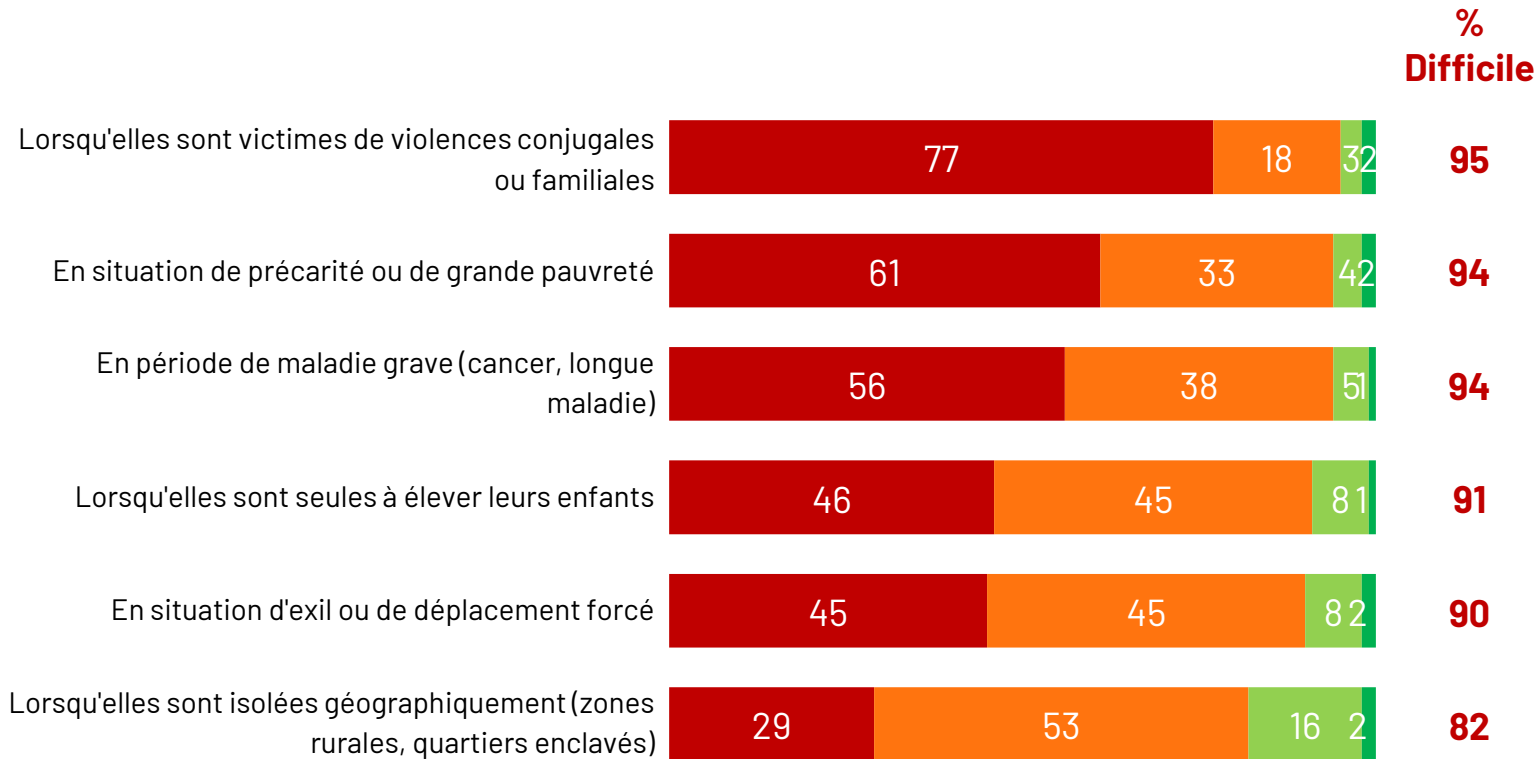
Base: A tous

		Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
	Ensemble												
% Oui	<b>54</b>	55	53	56	53	64	50	49	60	51	62	51	49
Oui, souvent	<b>13</b>	15	18	10	15	14	10	10	15	8	16	10	10
Oui, parfois	<b>41</b>	40	35	46	38	50	40	39	45	43	46	41	39
Rarement	<b>27</b>	25	30	31	21	19	32	32	25	29	22	30	31
Non, jamais	<b>19</b>	20	17	13	26	17	18	19	15	20	16	19	20

# Les Français.es dans leur immense majorité ont conscience des difficultés vécues par les femmes en situation de vulnérabilité pour prendre soin d'elles.

**Question : Selon vous, pour chacune des situations de vie suivantes, est-il difficile pour les femmes qui les vivent de prendre soin d'elles ?**

Base: A tous



	Selon le sexe		Selon l'âge et le sexe du répondant					
	Hommes	Femmes	Hommes de moins de 35 ans	Hommes de 35 à 59 ans	Hommes de 60 ans et plus	Femmes de moins de 35 ans	Femmes de 35 à 59 ans	Femmes de 60 ans et plus
Lorsqu'elles sont victimes de violences conjugales ou familiales	94	97	93	93	96	94	97	98
En situation de précarité ou de grande pauvreté	93	96	93	93	94	93	95	99
En période de maladie grave (cancer, longue maladie)	92	95	90	93	93	94	95	95
Lorsqu'elles sont seules à élever leurs enfants	90	92	86	88	94	92	92	92
En situation d'exil ou de déplacement forcé	88	91	85	88	92	93	92	90
Lorsqu'elles sont isolées géographiquement (zones rurales, quartiers enclavés)	79	84	72	77	86	83	83	87

■ Très difficile
 ■ Assez difficile
 ■ Pas vraiment difficile
 ■ Pas difficile du tout

# La difficulté à prendre soin de soi selon les différentes situations vécues – Détails par région

Question : Selon vous, pour chacune des situations de vie suivantes, est-il difficile pour les femmes qui les vivent de prendre soin d'elles ?

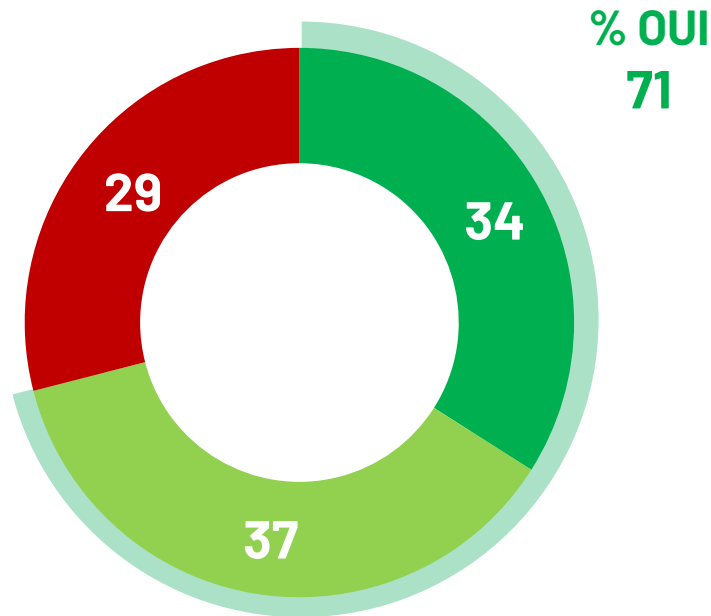
Base: A tous

% Difficile	Ensemble	Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
Lorsqu'elles sont victimes de violences conjugales ou familiales	<b>95</b>	94	96	92	98	95	96	98	94	96	97	95	94
En situation de précarité ou de grande pauvreté	<b>94</b>	93	94	94	97	94	92	95	97	96	95	95	94
En période de maladie grave (cancer, longue maladie)	<b>94</b>	93	97	92	98	91	97	94	93	95	91	93	93
Lorsqu'elles sont seules à élever leurs enfants	<b>91</b>	89	96	83	93	87	92	92	93	97	90	90	93
En situation d'exil ou de déplacement forcé	<b>90</b>	90	88	91	96	88	93	89	91	90	92	88	87
Lorsqu'elles sont isolées géographiquement (zones rurales, quartiers enclavés)	<b>82</b>	83	85	73	86	82	78	86	81	83	82	74	89

# 7 personnes sur 10 ont déjà remarqué l'impact positif sur le moral lié au fait de prendre soin de soi, un constat davantage présent chez les femmes, notamment les plus jeunes.

Question : Avez-vous déjà vécu ou observé autour de vous une situation où prendre soin de soi a eu un impact positif réel sur le moral, la confiance ou la reprise d'activité d'une personne traversant une période difficile ?

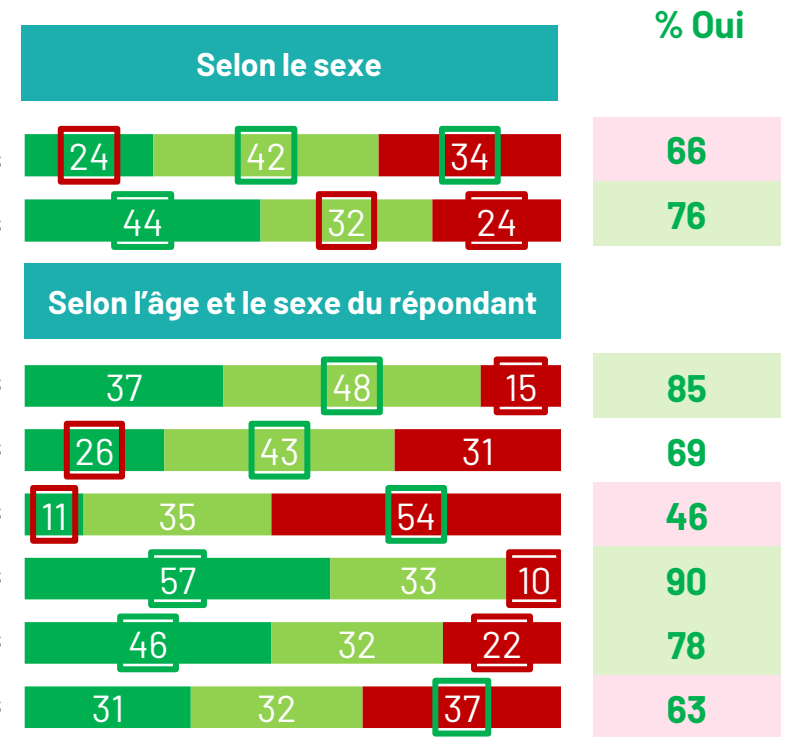
Base: A tous



**Oui, personnellement**

**Oui, dans mon entourage**

**Non**



# L'impact positif sur le moral lié au fait de prendre soin de soi – Détails par région

Question : Avez-vous déjà vécu ou observé autour de vous une situation où prendre soin de soi a eu un impact positif réel sur le moral, la confiance ou la reprise d'activité d'une personne traversant une période difficile ?

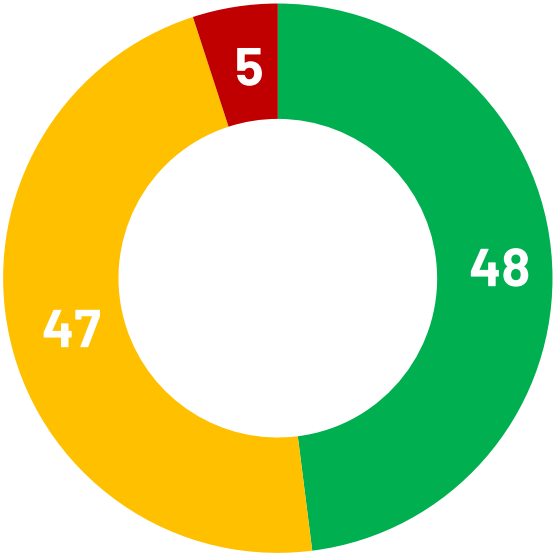
Base: A tous

		Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
	Ensemble												
% Oui	<b>71</b>	72	79	58	73	73	68	62	72	68	74	73	72
Oui, personnellement	<b>34</b>	37	34	30	41	38	32	34	28	31	29	38	33
Oui, dans mon entourage	<b>37</b>	35	45	28	32	35	36	28	44	37	45	35	39
Non	<b>29</b>	28	21	42	27	27	32	38	28	32	26	27	28

# Ainsi, près de la moitié des Français.es considèrent que prendre soin de soi lorsque l'on est une femme en situation de vulnérabilité est essentiel ; pour l'autre moitié, c'est légitime, mais secondaire.

Question : Selon vous, consacrer du temps à prendre soin de son apparence lorsque l'on est une femme en situation de vulnérabilité, est-ce...

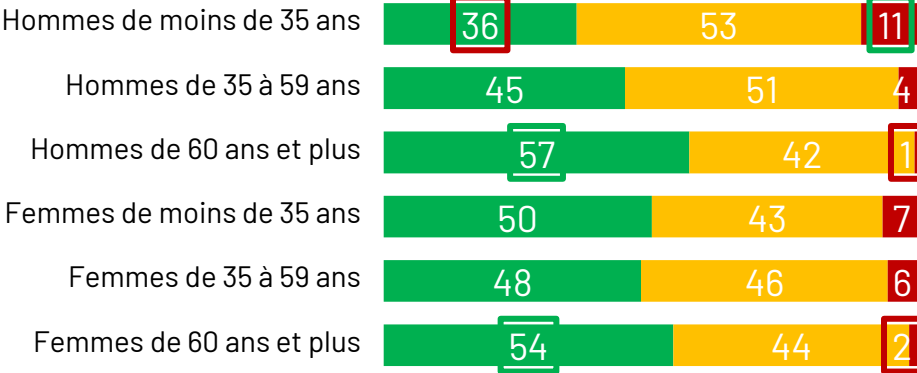
Base: A tous



### Selon le sexe



### Selon l'âge et le sexe du répondant



Essentiel

Légitime mais secondaire

Superflu

# L'importance de prendre soin de soi en situation de vulnérabilité – Détails par région

Question : Selon vous, consacrer du temps à prendre soin de son apparence lorsque l'on est une femme en situation de vulnérabilité, est-ce...

Base: A tous

	Ensemble	Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
Essentiel	<b>48</b>	47	55	49	53	49	56	41	61	48	51	42	45
Légitime mais secondaire	<b>47</b>	48	40	45	43	48	39	50	36	48	45	52	51
Superflu	<b>5</b>	5	5	6	4	3	5	9	3	4	4	6	4

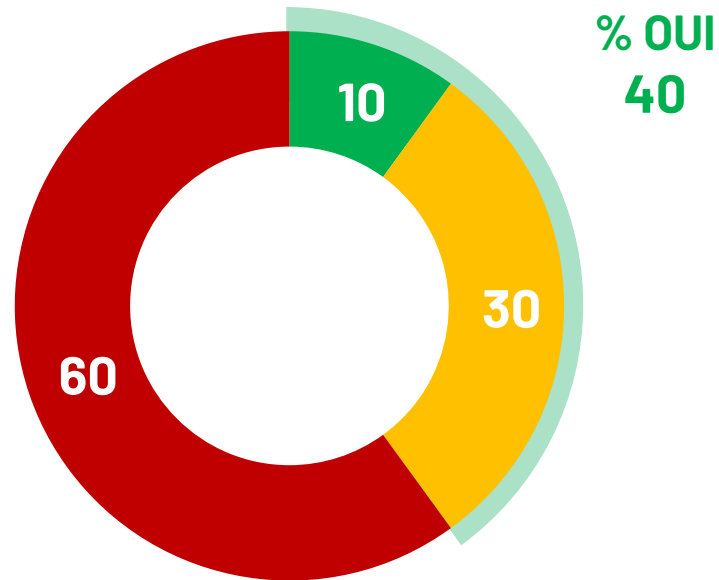


# **Partie 3 : La socio-esthétique : une notoriété encore partielle mais une perception très positive**

**La socio-esthétique n'est connue que par 4 Français.es sur 10, et seulement 1 sur 10 sait précisément ce dont il s'agit.** Une notoriété plus marquée chez les jeunes générations et largement minoritaire chez les plus de 60 ans.

**Question : Connaissez-vous la socio-esthétique ?**

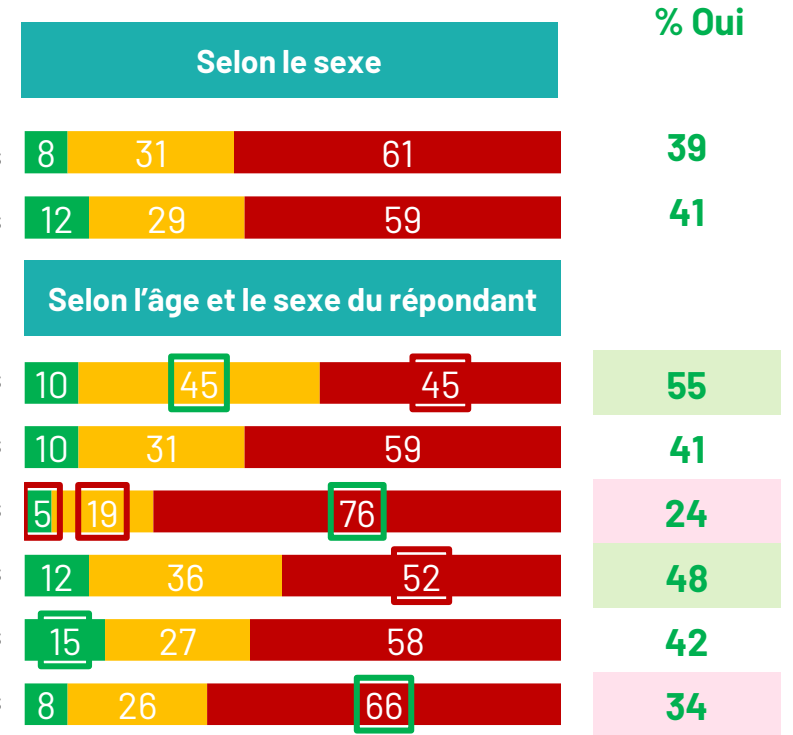
Base: A tous



**Oui et je sais précisément ce dont il s'agit**

**Oui mais je ne sais pas vraiment ce dont il s'agit**

**Non**



# Connaissance de la socio-esthétique – Détails par région

## Question : Connaissez-vous la socio-esthétique ?

Base: A tous

	Ensemble	Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
% Oui	<b>40</b>	42	45	46	35	41	30	40	38	44	37	42	41
Oui, et je sais précisément ce dont il s'agit	<b>10</b>	12	14	13	7	14	8	10	5	12	11	7	8
Oui, mais je ne sais pas vraiment ce dont il s'agit	<b>30</b>	30	31	33	28	27	22	30	33	32	26	35	33
Non	<b>60</b>	58	55	54	65	59	70	60	62	56	63	58	59

# Mise à niveau

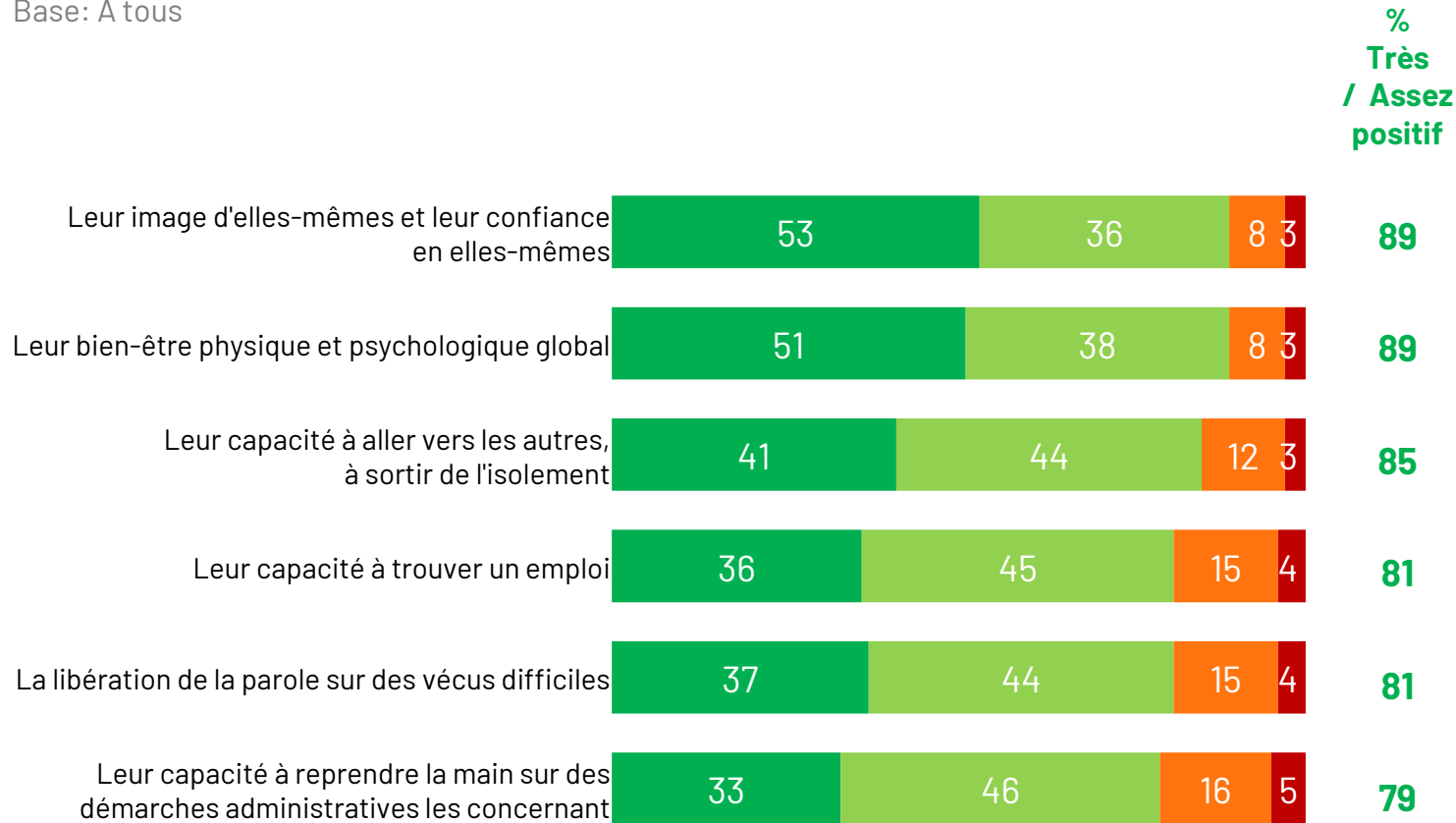
*A ce stade du questionnaire, les répondants ont reçu l'information suivante :*

**« La socio-esthétique est la pratique professionnelle de soins esthétiques (massages, soins du visage, maquillage, manucure...) dispensés par des professionnel.le.s spécialement formé.e.s auprès de personnes fragilisées par la maladie, un handicap, ou une situation sociale difficile. Elle allie technicité esthétique et écoute bienveillante, avec pour objectif le bien-être global et la reconstruction de l'estime de soi . »**

# Une fois définie, les effets positifs de la socio-esthétique sont unanimement reconnus, et ce particulièrement par les femmes.

**Question : D'après vous, des soins de socio-esthétique pour des femmes en situation de grande vulnérabilité peuvent-ils avoir un impact positif sur... ?**

Base: A tous



Selon le sexe		Selon l'âge et le sexe du répondant					
Hommes	Femmes	Hommes de moins de 35 ans	Hommes de 35 à 59 ans	Hommes de 60 ans et plus	Femmes de moins de 35 ans	Femmes de 35 à 59 ans	Femmes de 60 ans et plus
87	92	84	85	91	88	92	94
87	92	85	85	90	89	91	95
83	87	78	83	89	84	88	87
80	83	73	79	85	77	84	86
79	83	78	76	82	78	85	85
76	80	69	77	82	76	77	86

■ Impact très positif
 ■ Impact assez positif
 ■ Léger impact positif
 ■ Pas d'impact

# Les effets positifs de la socio-esthétique – Détails par région

**Question : D'après vous, des soins de socio-esthétique pour des femmes en situation de grande vulnérabilité peuvent-ils avoir un impact positif sur... ?**

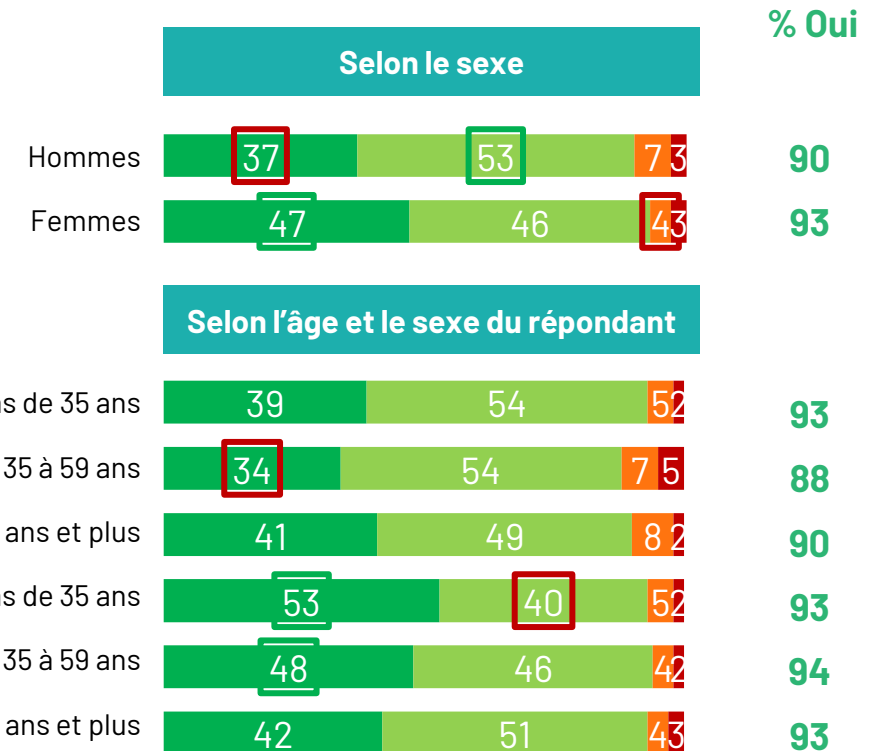
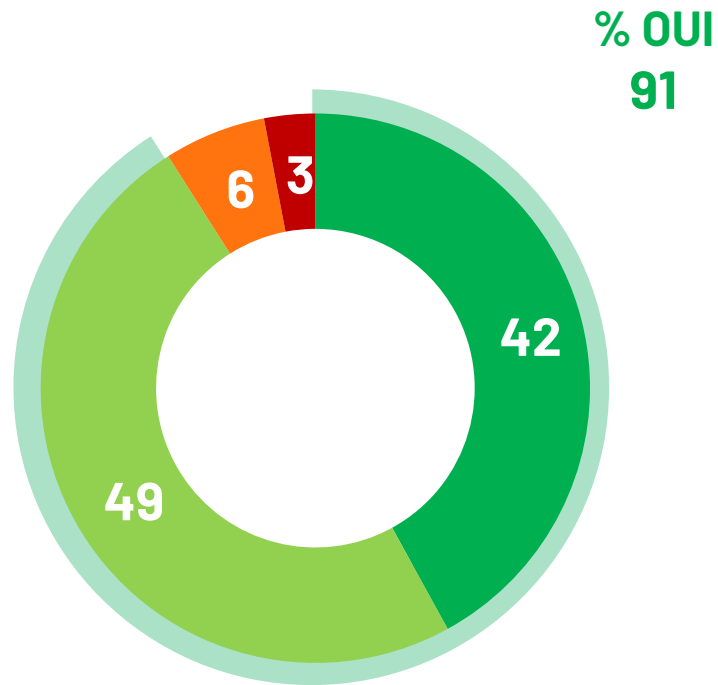
Base: A tous

% Très / Assez positif	Ensemble	Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
Leur image d'elles-mêmes et leur confiance en elles-mêmes	<b>89</b>	89	91	90	89	90	88	84	85	90	94	88	90
Leur bien-être physique et psychologique global	<b>89</b>	91	95	89	87	89	87	85	88	92	92	87	86
Leur capacité à aller vers les autres, à sortir de l'isolement	<b>85</b>	84	88	87	82	84	84	87	85	87	89	83	87
Leur capacité à trouver un emploi	<b>81</b>	80	85	81	81	85	79	83	80	79	87	79	80
La libération de la parole sur des vécus difficiles	<b>81</b>	83	93	83	79	78	82	76	80	77	86	80	77
Leur capacité à reprendre la main sur des démarches administratives les concernant	<b>79</b>	79	79	83	82	74	77	74	78	79	84	71	83

# Plus de 9 Français sur 10 estiment que bénéficier de moments avec une socio-esthéticienne peut être un levier de confiance en soi et de réinsertion dans la société.

**Question : Pensez-vous que bénéficier de moments dédiés avec une socio-esthéticienne pour l'écouter et prendre soin d'elle peut contribuer à aider une femme en situation de vulnérabilité à regagner confiance en elle et à se réinsérer dans la société ?**

Base: A tous



**Oui, tout à fait, c'est un levier puissant de reconstruction**

**Oui, probablement, parmi d'autres facteurs**

**Pas vraiment, d'autres priorités sont plus importantes**

**Non, cela ne me semble pas pertinent**

# Socio-esthétique, confiance en soi et réinsertion sociale – Détails par région

**Question : Pensez-vous que bénéficier de moments dédiés avec une socio-esthéticienne pour l'écouter et prendre soin d'elle peut contribuer à aider une femme en situation de vulnérabilité à regagner confiance en elle et à se réinsérer dans la société ?**

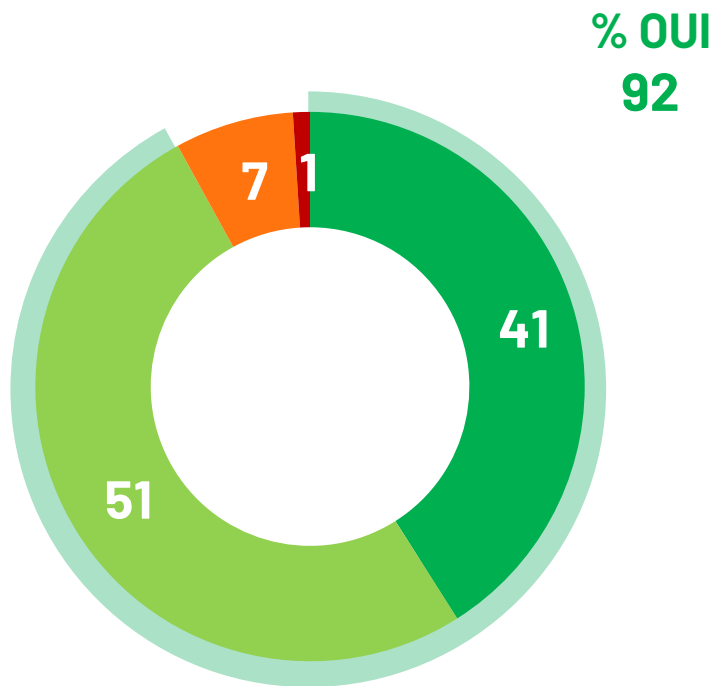
Base: A tous

	Ensemble	Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
<b>% Oui</b>	<b>91</b>	91	95	89	88	91	92	92	86	93	96	91	92
Oui, tout à fait, c'est un levier puissant de reconstruction	<b>42</b>	43	48	32	41	46	47	46	47	39	47	36	38
Oui, probablement, parmi d'autres facteurs	<b>49</b>	48	47	57	47	45	45	46	39	54	49	55	54
Pas vraiment, d'autres priorités sont plus importantes	<b>6</b>	6	4	8	6	6	4	7	9	5	3	6	4
Non, cela ne me semble pas pertinent	<b>3</b>	3	1	3	6	3	4	1	5	2	1	3	4

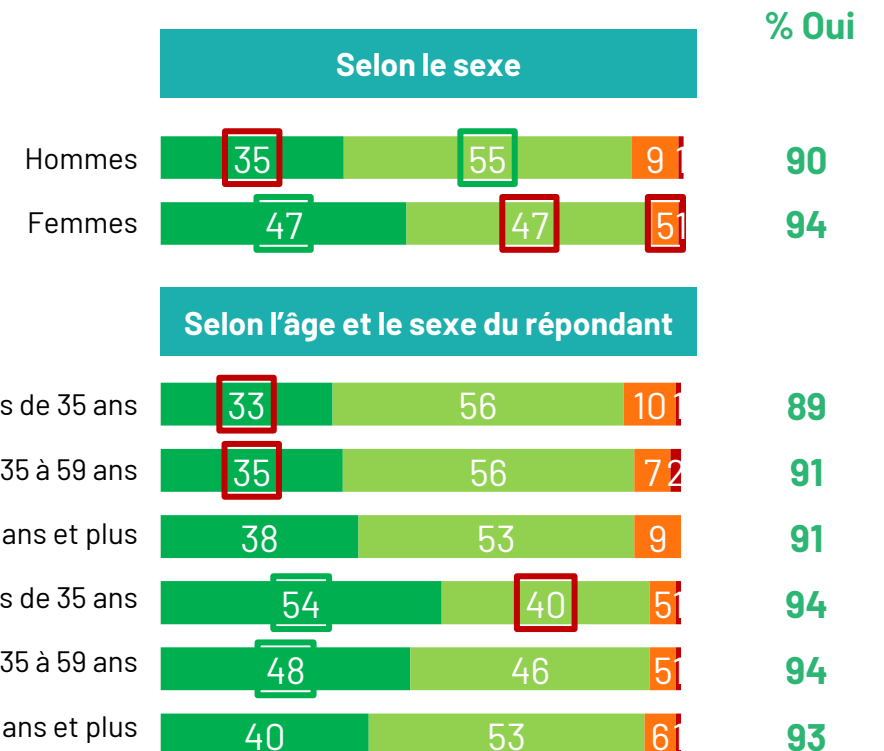
# L'impact positif de la socio-esthétique sur la santé mentale est également reconnu par la quasi-totalité des Français.es.

Question : Pensez-vous que les soins de beauté, quand ils sont réalisés par un.e professionnel.le formé.e, peuvent contribuer à améliorer la santé mentale ?

Base: A tous



■ **Oui, tout à fait**   
 ■ **Oui plutôt**   
 ■ **Non pas vraiment**   
 ■ **Non pas du tout**



# L'impact positif de la socio-esthétique sur la santé mentale – Détails par région

Question : Pensez-vous que les soins de beauté, quand ils sont réalisés par un.e professionnel.le formé.e, peuvent contribuer à améliorer la santé mentale ?

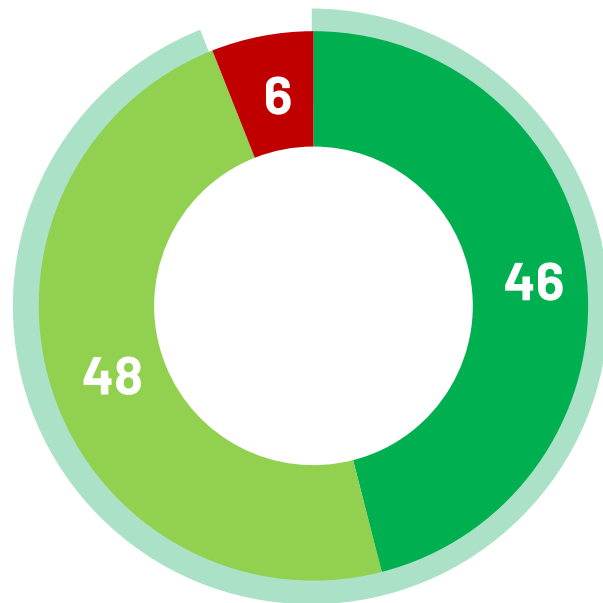
Base: A tous

		Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
	Ensemble												
% Oui	<b>92</b>	93	93	96	90	91	90	96	90	91	92	89	96
Oui, tout à fait	<b>41</b>	45	38	38	43	39	42	49	41	37	41	38	43
Oui, plutôt	<b>51</b>	48	55	58	47	52	48	47	49	54	51	51	53
Non pas vraiment	<b>7</b>	6	6	2	9	8	9	4	8	8	7	10	3
Non pas du tout	<b>1</b>	1	1	2	1	1	1	0	2	1	1	1	1

Dans ce contexte, la quasi-totalité des Français.es estime que la socio-esthétique devrait être davantage présente au sein des parcours de soin et de réinsertion sociale, dont près d'un.e sur deux pense qu'il faut tout faire pour cela.

Question : Selon vous, les soins de socio-esthétique devraient-ils être davantage reconnus et intégrés dans les parcours de soin et de réinsertion sociale (hôpitaux, centres d'hébergement, structures d'accompagnement) ?

Base: A tous

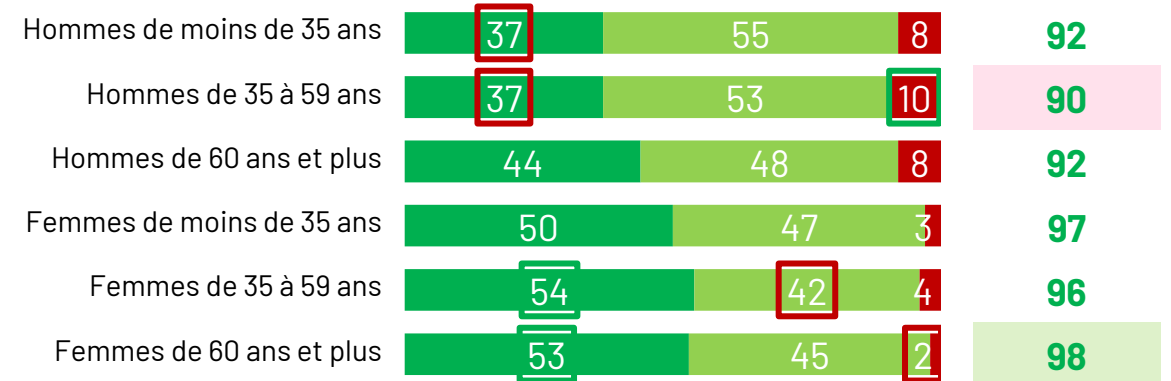


% OUI  
94

Selon le sexe



Selon l'âge et le sexe du répondant



**Oui, absolument, il faut tout faire pour qu'ils soient systématisés**

**Oui, probablement, ils devraient être proposés quand cela est possible**

**Non, ce n'est pas une priorité**

# L'intégration de la socio-esthétique dans les parcours de soin et de réinsertion – Détails par région

Question : Selon vous, les soins de socio-esthétique devraient-ils être davantage reconnus et intégrés dans les parcours de soin et de réinsertion sociale (hôpitaux, centres d'hébergement, structures d'accompagnement) ?

Base: A tous

		Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
	Ensemble												
% Oui	<b>94</b>	95	95	95	93	94	95	98	93	97	98	87	93
Oui, absolument, il faut tout faire pour qu'ils soient systématisés	<b>46</b>	46	47	48	48	51	44	50	44	45	45	44	47
Oui, probablement, ils devraient être systématisés quand cela est possible	<b>48</b>	49	48	47	45	43	51	48	49	52	53	43	46
Non, ce n'est pas une priorité	<b>6</b>	5	5	5	7	6	5	2	7	3	2	13	7

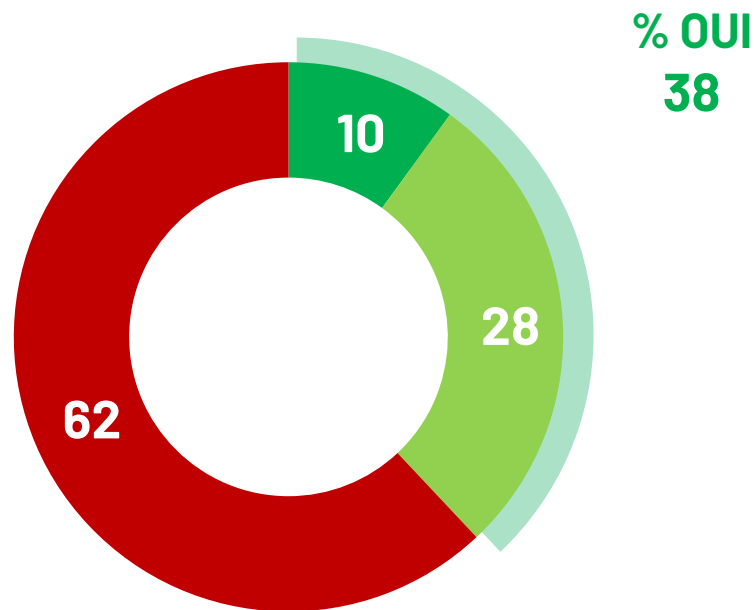


# Partie 4 : Un dispositif mobile moyennement identifié par le public mais prometteur

# Près de 4 Français.es sur 10 ont déjà entendu parler des dispositifs gratuits de socio-esthétique au sein des quartiers prioritaires et des milieux ruraux – une notoriété plus marquée chez les jeunes femmes.

**Question : En France, des bus itinérants aménagés en salons de soins sillonnent les quartiers prioritaires et les zones rurales pour offrir gratuitement des soins de socio-esthétique à des femmes en situation de vulnérabilité. Étiez-vous au courant de l'existence de ce type de dispositif ?**

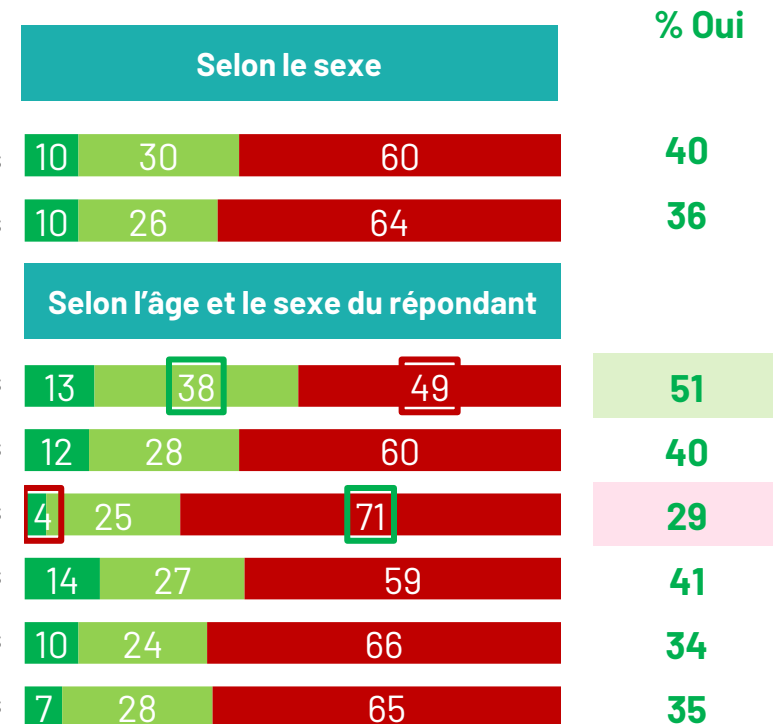
Base: A tous



**Oui, je le connaissais bien**

**Oui, j'en avais vaguement entendu parler**

**Non, je ne le savais pas**



# La notoriété des dispositifs gratuits de socio-esthétique – Détails par région

**Question : En France, des bus itinérants aménagés en salons de soins sillonnent les quartiers prioritaires et les zones rurales pour offrir gratuitement des soins de socio-esthétique à des femmes en situation de vulnérabilité. Étiez-vous au courant de l'existence de ce type de dispositif ?**

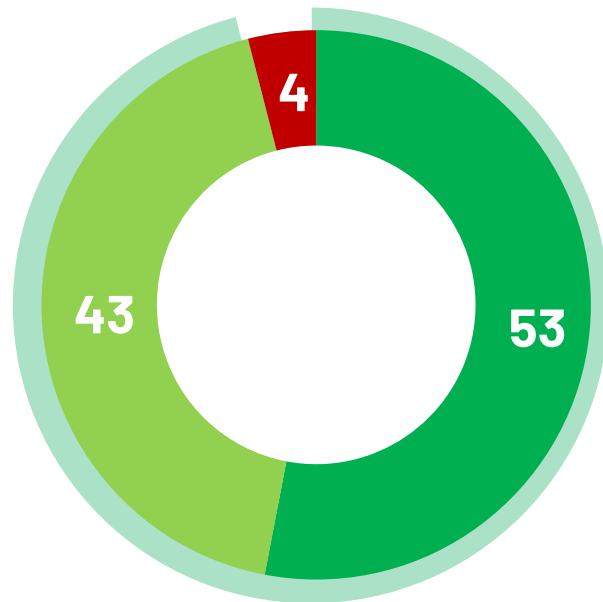
Base: A tous

		Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
	Ensemble												
% Oui	<b>38</b>	43	40	34	41	41	33	42	38	31	34	38	37
Oui, je le connaissais bien	<b>10</b>	11	12	12	8	13	11	8	8	8	7	9	12
Oui, j'en avais entendu parler	<b>28</b>	32	28	22	33	28	22	34	30	23	27	29	25
Non, je ne le savais pas	<b>62</b>	57	60	66	59	59	67	58	62	69	66	62	63

Pour plus de la moitié des Français.es, il est fondamental que les femmes en situation de vulnérabilité habitant territoires ruraux ou quartiers isolés puissent bénéficier de ces dispositifs sans se déplacer – une immense majorité considérant que c’est *a minima* utile.

Question : Selon vous, pour des femmes en situation de vulnérabilité vivant dans des zones rurales ou des quartiers enclavés, est-il important que des dispositifs mobiles aillent directement à leur rencontre, plutôt que de les inviter à se déplacer dans des structures fixes en ville ?

Base: A tous

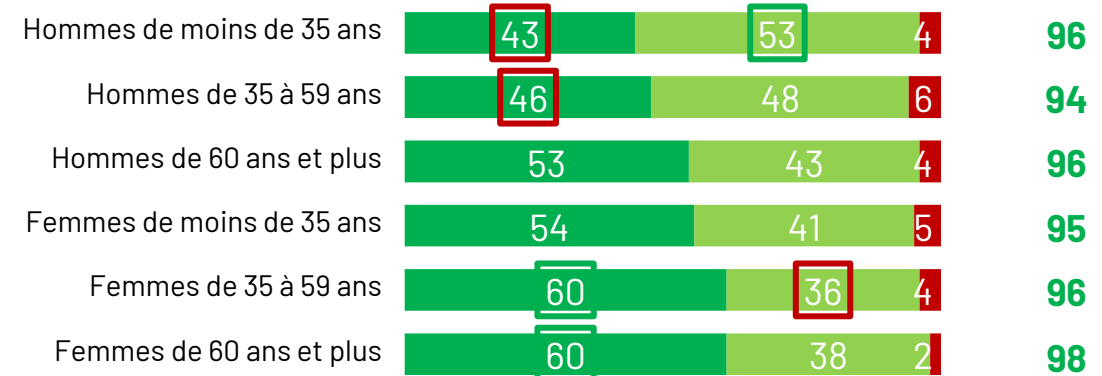


% OUI  
96

Selon le sexe



Selon l'âge et le sexe du répondant



Oui, c'est fondamental

Oui, c'est utile mais d'autres solutions existent

Non, ce n'est pas important

# L'importance des dispositifs mobiles de socio-esthétique – Détails par région

**Question : En France, des bus itinérants aménagés en salons de soins sillonnent les quartiers prioritaires et les zones rurales pour offrir gratuitement des soins de socio-esthétique à des femmes en situation de vulnérabilité. Étiez-vous au courant de l'existence de ce type de dispositif ?**

Base: A tous

	Ensemble	Régions											
		Ile-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	PACA + Corse
% Oui	<b>96</b>	96	97	97	96	96	94	97	91	97	96	95	94
Oui, c'est fondamental	<b>53</b>	52	50	59	53	54	54	59	52	48	51	52	53
Oui, c'est utile mais d'autres solutions existent	<b>43</b>	44	47	38	43	42	40	38	39	49	45	43	41
Non, ce n'est pas important	<b>4</b>	4	3	3	4	4	6	3	9	3	4	5	6

# ANNEXES

# Fiche technique

## Étude CATI

### ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 2000 personnes constituant un échantillon représentatif de la population âgée de 18 ans et plus.
- **Tirage de l'échantillon et fichier sources** : Panel Ipsos
- **Sélection de l'interviewé** : Désignation de la personne interrogée par la méthode des quotas
- **Critères et sources de représentativité de l'échantillon** : Sexe, Age, Catégorie socio-professionnelle, catégorie d'agglomération, Région

### COLLECTE DES DONNÉES

- **Dates de terrain**: 31 avril au 4 mai 2026
- **Echantillon réalisé** : 2000 interviews
- **Mode de recueil** : CAWI
- Les données seront conservées 12 mois

### TRAITEMENT DES DONNÉES

- Echantillon pondéré
- Méthode de pondération utilisée : Calage sur marges
- Critères de redressement : Sexe, Age, Catégorie socio-professionnelle, catégorie d'agglomération, Région

# Fiabilité des résultats

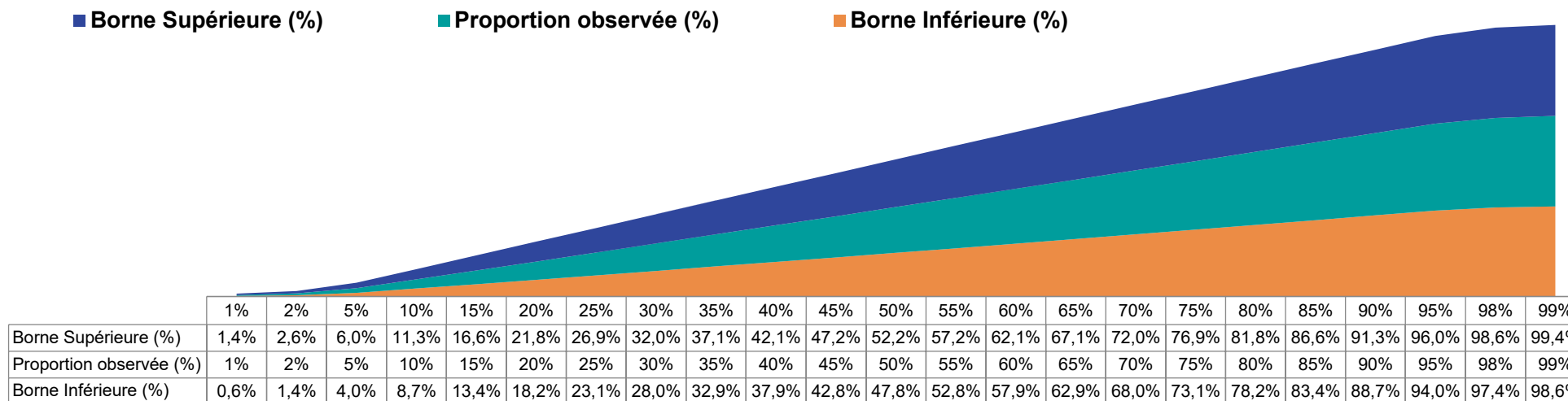


## Feuille de calcul

### En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **2000**

### Les proportions observées sont comprises entre :



# NOS ENGAGEMENTS

## CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITE CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNEES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France ; [www.Syntec-etudes.Com](http://www.Syntec-etudes.Com) )
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, [www.Esomar.Org](http://www.Esomar.Org))



**Ipsos France est certifiée ISO 20252 :  
Market Research - version 2019  
par AFNOR CERTIFICATION**

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.



Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

## À PROPOS D'IPROS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120 et Mid-60 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

## GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :  
**You act better when you are sure.**