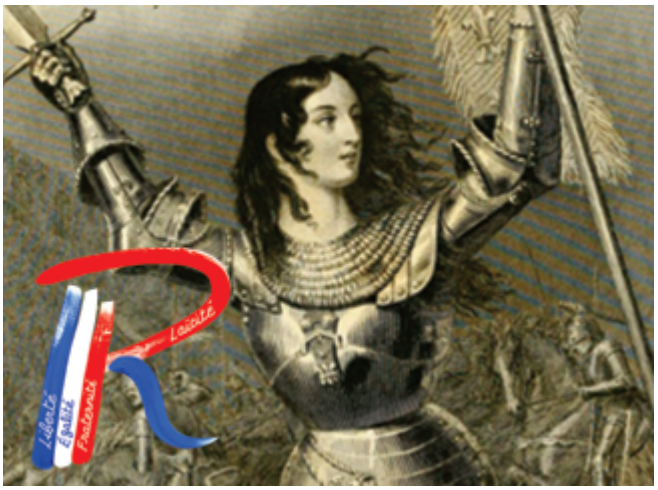
« Pourquoi des cheveux raides ? Elles ne sont plus comme ça les Françaises maintenant «

écrit par Cerise Bourgeois | 28 août 2015



Sans doute l'avez-vous remarqué, de plus en plus de marques dans vos supermarchés proposent des produits afros, exotiques, ethniques, dont certains sont même proposés dans des rayons entièrement dédiés à ce type de clientèle.

La loi du marché est ainsi faite qu'elle ne se préoccupe guère de savoir si tel ou tel produit doit participer à la préservation de nos caractéristiques originelles. Un groupe industriel n'est là que pour faire des bénéfices, peu importe les moyens mis en œuvre.

On va donc vous créer tout un tas de produits innovants, même ceux dont vous n'avez pas besoin, parce qu'être compétitive pour une société c'est innover sans cesse. C'est pour cela qu'une couche culotte avec des petits dessins sera aussitôt remplacée par une qui a des petits élastiques, puis par une autre qui s'enfile comme une culotte et ainsi de suite. **L'important étant que le consommateur consomme et fasse chauffer sa carte bancaire.**

Les produits que vous trouvez dans vos magasins, que vous

voyez dans les publicités télévisées ou dans les magazines ont donc été scrupuleusement étudiés en amont, améliorés au mieux pour vous appâter.

Si tout le monde connaît les cultissimes sondages quantitatifs effectués par des instituts tels qu'IPSOS, TNS Sofres, BVA et autres qui vous inondent de pourcentages à n'en plus finir, **il existe d'autres types d'études pratiquées par ces mêmes instituts, les études qualitatives.**

Les études qualitatives s'effectuent, au contraire des quantitatives, sur un tout petit échantillon de personnes, au nombre de 8 ou 10, parfois même moins, recrutées en fonction de leurs habitudes d'achat. Pour une étude, vous aurez par exemple un groupe de 8 personnes qui achètera la marque Truc puis un autre groupe qui n'achètera pas la marque Truc. Mais les critères varient aussi en fonction du sexe, de l'âge, d'une donnée spécifique, etc.

Ces groupes (cela peut aussi être des entretiens individuels) ne répondent pas à un questionnaire de type « oui » ou « non », mais à des réponses où les association d'idées (on appelle cela des « études projectives ») vont remplacer les classiques questions fermées. Ils ont une durée de 2 à 4h généralement, et là vont être étudiés des publicités avant (ou après) qu'elles ne soient tournées, des emballages, des annonces presse, des saveurs, des senteurs, etc.

Ces groupes étant le reflet de la société et celle-ci étant de plus en plus diverse, cette diversité y est de plus en plus présente. J'ai déjà vu des femmes voilées participer à ce type de réunions…

Ce que je constate au cours des années, c'est que désormais une bonne moitié des personnes présentes ont des origines maghrébines ou subsahariennes, à tel point que les collations servies sont maintenant sans porc, ce qui n'était pas le cas il y a plusieurs années. On n'en est pas encore au halal mais

ça viendra certainement.

Résistance Républicaine publiait récemment un article sur des shampooings de plus en plus ciblés pour cheveux crépus et très frisés, et de moins en moins pour cheveux fins ou lisses :

http://resistancerepublicaine.com/2015/plus-de-shampooing-pour-cheveux-fins-remplace-par-pour-cheveux-crepus-et-defrises/

L'explication est fort simple et va avec ce que je viens de dire plus haut : les jeunes femmes aux cheveux « *méditerranéens* » (terme allègrement cité dans ces groupes) ou crépus sont souvent les plus nombreuses, notamment lors d'études de certaines marques vendues en grande surface. Dans la mesure où elles sont représentatives de la nouvelle société française, les marques s'appliquent donc à les satisfaire. Logique !

C'est comme cela qu'en rayon, on va trouver de plus en plus de shampooings pour cheveux crépus et de moins en moins de shampooings pour cheveux blonds, lisses, caucasiens. L'autre tendance qui va avec étant dans la foulée de réclamer des ornements orientalistes pour rappeler l'ambiance harem ou hammam, avec l'huile d'argan et le karité, comme là-bas. Le hammam fait un carton en hygiène-beauté !

Il faut préciser que certains verbatims forts instructifs reviennent très souvent quand on soumet par exemple des publicités montrant des femmes blondes : « *ça n'existe plus des cheveux comme ça* », « *c'est ringard* », « *c'est cucul* », « *trop cliché les cheveux blonds* », « *pourquoi des cheveux raides ? elles ne sont plus comme ça les Françaises maintenant* ». Sans parler des ricanements moqueurs qui vont avec…

Alors pourquoi ne pas participer à ce type de réunions pour contrer un peu cette tendance, pour que les industriels cessent de faire les yeux doux à ces nouvelles clientèles ? Sinon demain on ne trouvera plus dans nos rayons habituels que

des produits ethniques, comme cela tend à arriver. Cela vaut pour le shampooing mais également pour d'autres types de produits, des crèmes, des plats, des sauces au goût kebab, des bouillons de bœuf halal, j'en passe et des meilleures…

C'est aussi une façon de récupérer ces territoires qui étaient les nôtres. Sans faire le jeu des industriels ni pousser à la consommation, ce qui n'est absolument pas l'objet de cet article, nous sommes de toute façon bien obligés d'acheter certains types de produits dans notre quotidien, des produits qui font déjà partie par nécessité de nos habitudes d'achat, donc autant que ces produits-là nous correspondent. La Résistance passe aussi par là.

Ces réunions sont rémunérées selon leur durée, le principe consistant simplement à être participatif et sincère dans vos réponses. L'ambiance y est généralement détendue, bon enfant et créative. Essayez tout de même de conserver votre calme si jamais quelqu'un commence à parler de halal, dans ce cas respirez un grand coup et donnez votre objection en douceur avec un grand sourire désarçonnant !

Ces groupes de consommateurs ont lieu dans les grandes villes de France, Paris, Lyon, Marseille, Lille…

Voici quelques liens – non exhaustifs – où vous pouvez vous inscrire :

http://www.reunionconso.net/#inscription (Paris)

http://www.reunionsdeconsommateurs.com

http://www.forumetudes.com

http://www.panelconso.com/consommateur-panel-conso/reunion_consommateur.html

http://www.stephenson-etudes.fr

http://www.bpest-dijon.com (sur Dijon)

Cerise Bourgeois