

A) Titre du test

ROUGES A LEVRES. SAVOIR FAIRE LE BON CHOIX

B) Informations sur les produits/services testés



Nous avons testé douze rouges à lèvres, de couleur de raisin d'un rouge vif similaire, de prix variables.

1. LACURA BEAUTYCARE ,-, love 120 prix 2.95 Fr. Acheté chez Aldi
2. ESSENCE ,-, almost famous 44 prix 3.50Fr. Acheté chez Migros
3. CATRICE ,ultimate colour,my red card 080, prix 7.50Fr Acheté chez Manor
4. NYX,lipsmacking fun colors,chaos,511, prix 14.90Fr. Acheté chez Manor
5. NIVEA BEAUTE,colour passion,cardinal 25, prix 16.90 Fr. Acheté chez Migros
6. GEMEY-MAYBELLINE,color sensational,lady red 527, prix 16.90 Fr. Acheté chez Migros
7. COULEUR CAMEL ,-,238, prix 20.50 Fr. Acheté en Droguerie
8. L'OREAL PARIS,color riche sérum, true red s502, prix 20.90 Fr. Acheté chez Manor
9. BOURGEOIS , sweet kiss, rouge sur mesure 56, prix 21.50 Fr. Acheté en Parfumerie
10. CLARINS, joli rouge,716, prix 35 Fr. Acheté en Parfumerie
11. DIOR ,rouge dior,rouge ara 999,prix 49 Fr. Acheté en Parfumerie
12. CHANEL, rouge allure ,flamboyante 84, prix 50 Fr Acheté en .Parfumerie

C) Quelle est la question (ou les questions) que vous vous posez avant de commencer le test et que vous allez chercher à vérifier? (votre hypothèse de départ)

Est-ce que le prix du rouge à lèvres signifie sa qualité?

Notre hypothèse est la suivante: « plus le rouge à lèvres est cher , meilleure sera sa qualité et donc ses résultats à nos différents tests ».

E) Critères du test

Afin de tester nos rouges à lèvres nous avons choisi plusieurs critères, qui d'après nous, étaient les plus importants à l'achat de celui-ci. Nous avons divisé nos tests en deux catégories : tests avec plusieurs sujets pour le même test et tests uniques que nous avons élaboré en classe.

TESTS AVEC SUJETS

TESTS UNIQUES EN CLASSE

<p>1. TENUE</p> <p>si la couleur part ou laisse une trace, après avoir bu , mangé, embrassé. . Si le rouge à lèvres marque les dents.</p> 	<p>4. FONCTIONNALITE</p> <p>Ouverture à une main du packaging Fermeture du packaging résistante à la pression (ne s'ouvre pas facilement dans le sac) ouverture et fermeture résistante à l'utilisation résistance d'une trace de rouge à lèvres sur un habit après passage au détachant et à la machine à laver à 40 degrés.</p>
<p>2. CONFORT</p> <p>Odeur du raisin (agréable ou non, neutre) Hydratation ou sécheresse des lèvres Hydratation après un certain temps, simulé par 7 secondes de séchage intensif démaquillage (on valorise le rouge à lèvres qui se démaquille facilement.)</p>	<p>5. ECOLOGIE ET ETHIQUE</p> <p>Poids du packaging (quantité de déchets) composants du packaging avec ou sans pvc présence de composants mauvais pour l'environnement dans le raisin tests sur les animaux ou engagement contre</p>
<p>3. ATTRACTIVITE</p> <p>Préférence de couleurs selon... choix du raisin d'un rouge à lèvres sans en connaître la marque pour éviter l'effet placebo choix d'une bouche prise en photo avec du rouge à lèvres préférence pour une marque</p>	<p>6. SANTE</p> <p>composants du raisin mauvais pour la santé colorants azoïques cancérigènes, perturbateurs endocriniens, conservateurs au formaldéhyde, antioxydants, huiles minérales, allergènes</p>
<p>TESTS EN SOIREE</p> <p>Nous avons eu 4 testeuses en soirée qui devaient juger tenue, confort et attractivité</p>	<p>7. RESISTANCE</p> <p>Crash test. Le rouge à lèvres résiste-t-il aux chocs après avoir été secoué?. Reste -il fermé, sans rayures, cassures ou marques.</p>

H) Conclusions sur le test

Notre test a démontré que notre hypothèse s'est avérée fautive, car certains rouges à lèvres de bas prix se sont révélés de très bonne qualité selon nos critères. Tandis que des grandes marques ayant fait beaucoup de publicité pour leurs produits tel que : L'Oréal Paris, Gemey Maybelline ou encore Chanel, ont étonnamment été notées parmi les plus mauvaises de notre classement. Ce qui nous a permis de constater que la société est influencée par les médias et que les marques ne nous fournissent pas toujours des informations fiables mais cherchent plutôt à mettre en valeur leurs marchandises afin d'obtenir de meilleures chiffres de ventes. Les entreprises sont plus motivées par l'argent que par le bien-être et la satisfaction du client. Ils mettent en avant leurs produits, nous fournissent les éléments que nous voulons voir, mettent des mannequins afin que nous les envions et à qui nous voudrions ressembler. L'être humain est influençable, il est conformiste, il suit le mouvement sans trop se poser de questions car la beauté est primordiale dans notre société. Dans le marketing cosmétique, les marques nous induisent en erreur avec un effet placebo: nous nous attendons à de la qualité à cause de la réputation de la marque. La plupart des personnes pensent que plus leur rouge à lèvres est cher, meilleure est sa qualité. Le fait d'avoir un rouge à lèvres cher et qui provient d'une marque réputée est plus prisé que d'avoir un rouge à lèvres de bonne qualité mais bon marché. Posséder un article cher augmente l'estime de soi par l'envie que l'on fait aux autres.

Cette expérience nous encourage à être plus critiques, à essayer de laisser nos préjugés de côté , p.ex. ceux envers les marques à petits prix, à remettre en questions nos a priori sur les grandes marques. Après tout en tant que consommateurs soyons consommateurs , si les produits sont bon marché essayons les nous pouvons avoir d'agréables surprises, comme par exemple avec le meilleur rouge à lèvres de notre test le « Catrice » qui ne coûte que 7.50 soit plus de six fois moins cher qu'un rouge à lèvres Chanel et qui a aussi été remarqué par nos testeuses en soirée. Nous pouvons aussi relever le bon résultat du rouge à lèvres NYX, nouvelle marque vendue au Jura depuis juin 2011 seulement. Nous ne connaissions pas cette marque mais les deux d'entre nous qui avaient observé les rouges à lèvres à Manor avaient trouvé que ce rouge donnait envie. Son packaging est joli et moderne ,un peu rock avec son nom de couleur : chaos. De plus, nous avons été frappé de voir la méfiance des grandes marques face à nos questions car nous avons téléphoné chez Chanel et Dior pour connaître la provenance et la composition du packaging et on nous a répondu que ces informations étaient confidentielles et malgré notre insistance nous n'avons pas pu trouver de réponse. Ce sujet tabou a été confirmé par le chimiste cosmétique Mr Zimmerli.

Finissons par quelques autocritiques : tout d'abord pour l'attractivité, une des photos des bouches, celle du rouge Chanel n'a pas exactement le même angle de prise de vue. Nous l'avons remarqué au tirage et cela a peut-être été un biais pour choisir ce rouge à lèvres pour ce critère. Ensuite, le choix du rouge « couleur caramel » aurait pu être plus accentué couleur rouge vif, car il y avait une légère différence entre ce rouge à lèvres et les autres . L'aspect plus naturel de sa couleur sur les lèvres a pu en influencer l'attractivité car 40 % de nos sujets ont dit ne jamais porter de rouge à lèvres et seul 13 % porter du rouge vif! . Nous avons eu quelques problèmes avec certains tests de sujets que nous n'avons pas pu valider, car ils n'étaient pas correctement complétés. . Cela était dû à des inattentions. Notre critère de résistance , crash test du panier à salade a offert peu de différences de résultats, à part les rouges à lèvres Bourgeois et Couleur caramel qui ont été décapités. D'autres test ont été réussi par tous nos produits donc leurs résultats sont peu intéressants et ils devraient être adaptés ou transformés pour un prochain test. IL s'agit du point santé: conservateurs au formaldéhyde (aucun n'en contenait),du point écologie sur le pvc du packaging (aucun n'en contenait), du point fonctionnalité : ouverture à une main (avec tous possible). Notre analyse santé était sévère mais comme la santé ne représentait qu'un facteur de 10 points sur 100 , nous avons choisi d'être sévères. Cette partie à créer et à comprendre , ainsi que le critère écologie, nous a pris beaucoup de temps mais nous avons appris beaucoup de choses.

Et vous? Quelle importance accorderiez vous à l'aspect santé des composants de votre rouge à lèvres? Feriez vous partie des 7 % de notre échantillon qui met ce critère en haut de la liste de leurs critères d'achat pour un rouge à lèvres? Ou préféreriez vous privilégier l'hydratation comme le 42 % de nos sujets? Ou encore la tenue comme le 30 % de nos sujets ou finalement la couleur comme le 40 % de nos sujets ? Pour conclure nous dirions simplement : « **La beauté à quel prix? Restons sceptiques face à nos lipsticks! »**