

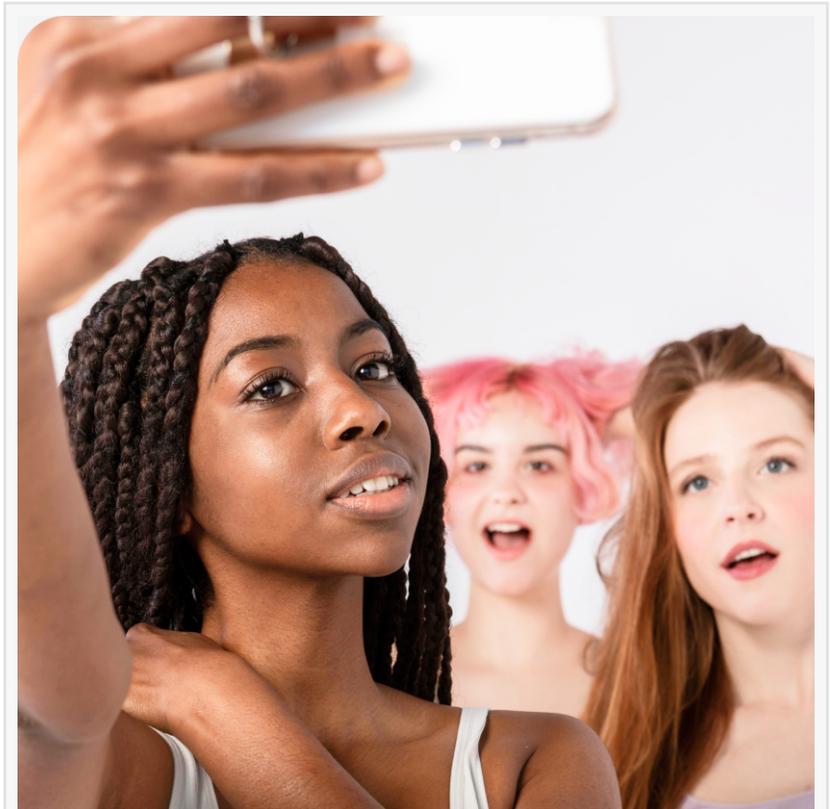
# Le prochain grand défi de la beauté pour séduire la Génération Z—Le rapport de Revieve dévoile comment

*Le rapport met en avant les préférences beauté et les habitudes de la Génération Z, soulignant des opportunités pour les marques.*

PARIS, FRANCE, March 12, 2025

/EINPresswire.com/ -- [Revieve](#), leader mondial de la technologie de beauté et de bien-être alimentée par l'IA, a dévoilé son dernier rapport, L'Effet Gen Z : Ce que les marques de beauté doivent savoir pour gagner leur fidélité. Les résultats montrent comment cette génération, experte du numérique, représentant 35 % du trafic total des sites web et générant un taux d'engagement de 85 %, redéfinit les règles des soins de la peau.

Avec leur demande d'hyper-personnalisation, de beauté propre et d'expériences immersives, les marques qui ne parviennent pas à séduire la Génération Z risquent de devenir obsolètes. Selon Revieve, 56 % des consommateurs de la Génération Z privilégient les soins de la peau sans parfum, 33 % préfèrent des formulations sans parabènes et 72 % recherchent activement des produits multi-usages pour simplifier leur routine. De plus, les acheteurs de la Génération Z ont un taux d'achat et d'ajout au panier 40 % plus élevé que les autres groupes démographiques, en faisant un moteur clé de revenus pour les marques de beauté.



Découvrez des insights clés sur les préférences d'achat beauté de la Génération Z avec Revieve.



"La Génération Z ne se contente pas d'acheter des soins de la peau – elle établit de nouvelles normes dans l'industrie", déclare Sampo Parkkinen, PDG de Revieve. "Ils attendent des marques

qu'elles parlent leur langage, intègrent des expériences technologiques et s'alignent sur leurs valeurs de durabilité et d'inclusivité".

Dans l'esprit des consommateurs de beauté de la Génération Z

Personnalisation technologique : 58 % des consommateurs de la Génération Z participent à des expériences numériques basées sur des selfies, et les marques utilisant des consultations IA et des essais virtuels en AR enregistrent un taux d'engagement 30 % plus élevé.

Beauté propre et transparente : 81 % des consommateurs de la Génération Z affirment que la transparence des ingrédients influence leurs décisions d'achat.

Découverte via les réseaux sociaux : TikTok, Instagram et Snapchat sont les principales plateformes de découverte beauté, avec 58 % des acheteurs Gen Z effectuant des achats basés sur des recommandations sociales.

Différences régionales : En Amérique du Nord, la Génération Z privilégie les soins haut de gamme (3,9 produits/commande, soit 20 % au-dessus de la moyenne mondiale). En APAC, 80 % recherchent des options abordables. En Europe, 40 % achètent plus que la moyenne et 52 % préfèrent la dermocosmétique. Au Royaume-Uni, 81 % optent pour des soins sans parfum.

Comment les marques peuvent gagner la bataille de la beauté auprès de la Génération Z

Exploitez l'IA et la RA pour la personnalisation : Les consultations virtuelles et les recommandations basées sur l'IA renforcent l'engagement et la confiance.

Mettez l'accent sur la transparence des ingrédients : 81 % des consommateurs de la Génération Z exigent des formulations claires et scientifiquement prouvées.

Interagissez avec la Génération Z là où elle se trouve : La moitié de cette génération achète des soins de la peau en fonction des tendances des réseaux sociaux, rendant des plateformes comme TikTok et Instagram essentielles.

Équilibrez accessibilité et exclusivité : Tandis que l'Amérique du Nord privilégie les soins haut de gamme, les consommateurs d'APAC recherchent des options abordables et polyvalentes.

La Génération Z est en train de réécrire l'avenir de la beauté. Le dernier rapport de Revieve est clair : les marques qui innovent et s'alignent sur leurs valeurs seront celles qui mèneront la voie. Téléchargez le rapport de Revieve "L'Effet Gen Z : Ce que les marques de beauté doivent savoir pour gagner leur fidélité", et découvrez les stratégies clés pour engager cette génération influente.

À propos de Revieve

Reieve est le fournisseur privilégié des marques et des détaillants de beauté, offrant une expérience de marque personnalisée et axée sur le numérique grâce à sa plateforme technologique de beauté et de bien-être de niveau entreprise. À l'avant-garde de l'industrie de la beauté et du bien-être, Reieve exploite un large éventail de technologies d'IA, y compris l'IA générative avancée, pour proposer des expériences consommateur de nouvelle génération.

Le portefeuille de solutions de confiance de Reieve comprend AI Skincare Advisor, AI Makeup Advisor, AI Makeup Artist avec Virtual Try-On, AI Suncare Advisor, et bien d'autres. La plateforme intègre des solutions d'achat personnalisées de manière fluide, générant une valeur commerciale tangible en augmentant l'engagement des consommateurs, la conversion et la taille du panier d'achat sur tous les points de contact numériques, en magasin et en ligne. Les solutions de Reieve sont également disponibles sur [Google Cloud Marketplace](#), garantissant une intégration et une accessibilité facilitées.

Contacts presse :

Irina Mazur

Chief Product and Marketing Officer

[irina@reieve.com](mailto:irina@reieve.com)

Vitalia Vasilkova

Marketing Director

[vitalia@reieve.com](mailto:vitalia@reieve.com)

[www.reieve.com](http://www.reieve.com)

Vitaliia Vasilkova

[email us here](#)

Reieve

---

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/792768322>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2025 Newsmatics Inc. All Right Reserved.