



GROUPE FIGARO

*Pour un nouveau manifeste
de l'homme*

Étude Panel – LE FIGARO

Mars 2008

PUBLIPRINT
GROUPE FIGARO



Lux  *Men*

Méthodologie

Méthodologie



En complément de la veille réalisée par Allegoria Consultants, nous avons réalisé une étude via le panel lecteurs - Le FIGARO auprès de 250 individus répartis :

50% d'hommes et 50% de femmes

33% de moins de 50 ans,

33% de 50 à 64 ans,

33% de plus de 65 ans.

Cette étude a pour objectif d'identifier les perceptions du luxe et l'image masculine qu'ont nos lecteurs.

Nous avons interrogé 250 lecteurs d'au moins un des titres de la marque FIGARO sur leur perception du luxe et de l'image des hommes (questions ouvertes et questions fermées)



1. La perception du Luxe

Du petit luxe au quotidien...au luxe d'exception



1. La perception du Luxe

Questions posées :

- Pour vous, qu'est-ce qu'un "petit luxe" au quotidien?

Réponses au choix :

- . Lire mon journal à la terrasse d'un café en plein soleil
- . M'offrir une fantaisie (un bijou, un cigare, un vêtement...)
- . Me faire masser
- . Un bon bain chaud / une douche glacée en été
- . Un dîner avec des copains
- . Jouer au golf
- . Un dîner en tête à tête avec mon fils (ma fille)
- . Autre
- . Aucun

- Pour vous, qu'est-ce qu'un "luxe d'exception" ?

Réponses au choix :

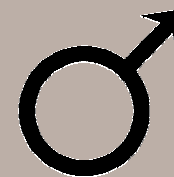
- . Un dîner dans un grand restaurant
- . Un bijou de joaillier / Une montre d'horlogerie
- . Un week end à deux dans un palace
- . Une tenue / Costume sur mesure
- . Une voiture de sport (Porsche, Ferrari...)
- . Autre
- . Aucun

1. La perception du Luxe

*La notion de luxe se base sur des évidences pour les hommes
...comme pour les femmes*



Pour 46% des femmes,
le luxe d'exception est de
s'acheter un bijoux



Pour 44% des hommes,
il s'agit d'une voiture de sport

1. *La perception du Luxe*

Un seul dénominateur commun dans la perception du luxe qu'il soit d'exception ou au quotidien: le temps pour soi

Un petit luxe au quotidien... « *Lire son journal à la terrasse d'un café en plein soleil* » pour 46% des personnes interrogées.

Le luxe d'exception... « *Partir en weekend à deux dans un palace* » pour 52% des personnes interrogées.

*Luxe est synonyme de détente
et de temps pour soi*

1. La perception du Luxe

Un dénominateur commun: le temps pour soi...mais perçu différemment par les hommes et par les femmes

Pour les **femmes...**

- ♀ Un plaisir personnel
 - ...se faire plaisir en s'offrant une fantaisie 42%*
 - ...le massage 41%*

- ♀ Un plaisir familial
 - ...un dîner en tête avec ses enfants 24%*

Pour les **hommes...**

- ♂ Un plaisir statutaire
 - ...les services d'une conciergerie d'hôtel de luxe 46%*
 - ...les services d'un secrétaire particulier 22%*

- ♂ Un plaisir convivial
 - ...un dîner avec des copains 31%*

2. L'image et les attentes des hommes

Vu par les femmes et les hommes



1. La perception du Luxe

Questions posées :

- Pensez-vous que les hommes sont en quête de nouveaux repères?

Réponses au choix :

- . Oui
- . Non
- . Si oui, lesquels?

- Par rapport à il y a 10 ans, comment pensez-vous que la différence entre masculinité et féminité a évolué?

Réponses au choix :

- . Staccroet
- . Est restée identique
- . Se restreint

- Quels sont les adjectifs pouvant s'appliquer à l'homme d'aujourd'hui?

Réponses au choix :

Fier Egoïste Sensible Autoritaire Complice Macho Libre Arrogant Passionné Nostalgique
Tendre Ambitieux Hédoniste Inquiet Assuré Soucieux de son apparence Jaloux Timide En
manque de repère Enthousiaste Confiant

2. L'image et les attentes des hommes



Une évolution des repères...La différence entre la masculinité et la féminité

60% des personnes interrogées sont **conscientes d'une évolution des rôles** et pensent que la différence se restreint par rapport à il y a 10 ans.

Toutes les tranches d'âge le perçoivent. Et plus ils sont âgés, et plus ils le ressentent:

- 72% des personnes interrogées de plus de 65 ans
- 58% des moins de 50 ans
- Quant à la génération intermédiaire, les 50-64 ans (dite la génération 68), ils sont les plus nombreux à affirmer une constante de l'écart, si ce n'est une accentuation

2. L'image et les attentes des hommes



Vu par les femmes...

- ♀ Les **femmes** interrogées ont une image ambivalente de l'homme, à la fois moderne et traditionnelle.

" Trouver un juste milieu entre l'homme d'avant (macho et viril à l'excès) et celui qu'on a voulu en faire "

- ♀ L'homme moderne est à la recherche d'une identité par rapport aux femmes.

" Par rapport aux femmes d'aujourd'hui qui veulent être supérieures "

20% des femmes interrogées

- ♀ L'homme moderne essaye de trouver des nouveaux repères familiaux.

" Par rapport aux femmes de plus en plus hommes.. "

16% des femmes interrogées

2. L'image et les attentes des hommes



Vu par les hommes...

Les **hommes** ont un besoin de plaire, d'être libre et de faire ce qu'ils veulent.

" nouvelle notion de pouvoir à recréer "

♂ **Un renfort des fondamentaux et des valeurs patriarcales**

Alors que les plus jeunes ne s'inquiètent pas de cette évolution et limite la revendique, les plus de 65 ans subissent cette perte de repères et se raccrochent aux fonctions sociales des hommes.

⇒ **Pouvoir** par la position professionnelle

Les hommes sont ambitieux
note: 3.6 /5

Mais quelque soit l'âge, les hommes revendiquent leur place d'homme « séducteur » et la notion de liberté, presque d'égoïsme.

⇒ **Puissance** du « mâle »

Les hommes sont soucieux
de leur apparence
note: 3.7 /5



2. L'image et les attentes des hommes



Vu par les hommes...

Les **hommes** interrogés se disent être en quête d'un but dans leur vie, d'un avenir: ils souhaitent donner un sens à leur vie.

" en quête de valeurs morales et spirituelles "

♂ **Un nouvelle dimension des valeurs humaines: L'homme tel qu'il est**

L'homme veut s'inscrire dans la vraie vie, laisser libre cours à ses émotions. Dépasser ses limites prime sur la réussite.

Alors que la génération des 50-64 ans est plus dans une recherche d'identité, les plus jeunes souhaitent définir un but dans leur vie.

« en quête de valeurs morales et spirituelles »

23% des hommes

29% des moins de 50ans

2. L'image et les attentes des hommes



Vu par les hommes...

Les **hommes** interrogés se disent enthousiastes et fonctionnent sur la notion de se faire plaisir. Plus sensibles, ils sont à l'écoute de leurs émotions et avouent leur inquiétude.

" hédoniste " ≠ " en manque de repères "

♂ **Un nouvelle dimension des émotions: L'homme tel qu'il est**

Pour les moins de 50 ans, l'homme moderne est un passionné qui assume sa part de féminité.

Tendre et complice, l'homme se réconcilie avec sa sensibilité.

Ils souhaitent se faire plaisir à eux, à leurs proches et espèrent atteindre une certaine stabilité et sécurité.

Les hommes sont sensibles

note: 3.2 /5

2. *L'image et les attentes des hommes*



En bref, l'homme vu par l'homme...

- ♂ Un homme en pleine remise en question
- ♂ Un homme à la recherche d'une nouvelle forme de pouvoir par sa position professionnelle et sa masculinité
- ♂ Un homme qui souhaite donner un sens à sa vie avec des nouvelles valeurs, morales et spirituelles
- ♂ Un homme qui assume sa part de féminité et ses émotions

*Un homme en quête d'un équilibre
entre virilité, authenticité et sensibilité*

3. Le dernier bastion des hommes...

Vu par les hommes

Questions posées:

Quel est pour vous le dernier bastion de la masculinité aujourd'hui?

Réponse ouverte

3. *Le dernier bastion des hommes*

Vu par les hommes...

Les territoires énoncés par les hommes interrogés sont les seuls où la **virilité et la force physique** sont des atouts faisant la différence.

- ♂ *Le sport et autres loisirs (la chasse)* 30%
- ♂ *La force (l'armée, la guerre...)* 11%
- ♂ *Les haut postes en entreprise* 10%
- ♂ *La politique* 7%

Alors que les femmes souffrent encore beaucoup plus d'inégalité subie à propos de l'indépendance et de la carrière professionnelle, les hommes sont dans l'**optique de garder des bastions plus virils propres à leur constitution physique.**

3. Le dernier bastion des hommes



Hommes et femmes, du plus jeune au plus vieux, sont nombreux à s'accorder sur un même constat...

*" Il n'y a plus
de dernier bastion masculin ! "*

