

Date : 14/02/2014

Auteur : -

Marques de lingerie féminine préférées des Français : les hommes plébiscitent l'affriolant, les femmes le confort - Baromètre Promise Consulting Inc.

MODE - Un bijou, un parfum, une boîte de chocolat... certains cadeaux font partie des "classiques" à offrir à sa "Valentine" pour la fête des amoureux. Mais au milieu de ces best-sellers, de nombreux compagnons passionnés -et un peu coquins- n'hésiteront pas à faire brûler la carte bancaire pour des dessous chics afin de combler madame (et leurs propres fantasmes). Mais comment faire le bon choix pour satisfaire sa dulcinée (et pas seulement ses propres goûts)?

Dans notre nouvelle édition du baromètre exclusif **Promise Consulting Inc / Le HuffPost**, vous verrez que les deux sexes ne sont pas tout à fait d'accord concernant la marque optimale à porter (par les femmes) et à offrir (de la part des hommes).

LE BAROMÈTRE "PROMISE CONSULTING INC. / LE HUFFPOST"

Chaque mois, retrouvez nos études exclusives analysant les goûts des Français, leurs marques et leurs personnalités préférées et celles qu'ils apprécient moins, ce qu'elles leur évoquent, etc. "La lingerie féminine est un univers qui réunit le glamour, le charme et l'intime", explique Valérie **Jourdan**, cofondatrice de **Promise Consulting**. "Fortement chahuté l'an dernier avec la quasi-faillite du groupe Lejaby, ce secteur nourrit toujours l'imaginaire et le fantasme masculin et féminin. La lecture des résultats nous rassure: il existe indéniablement un atout des marques françaises".

En effet, si l'on prend le classement hommes et femmes confondus (disponible ici), le Top 10 est constitué de 8 marques françaises. Pour autant, l'Américain Victoria's Secret et l'Italien La Perla occupent respectivement la 1ère et la 3ème place. Simone Pérèle est la marque nationale préférée des Français... Mais regardons les différences à travers les sexes, lorsqu'on pose la question suivante: "Quelle est votre marque de lingerie idéale?"

Évaluation du site

La version francophone du site d'information américain le Huffington Post diffuse des articles concernant l'actualité générale française et internationale.

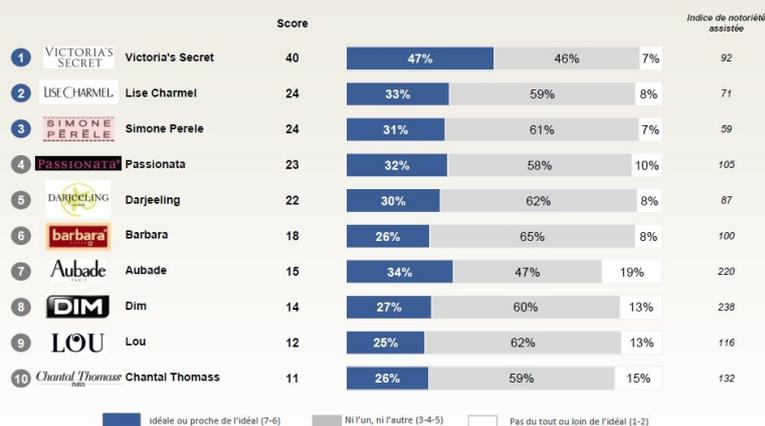
Cible
Grand Public

Dynamisme* : 100

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

LES HOMMES PRÉFÈRENT LE LUXE ET L’AFFRIOLANT

Baromètre 2014 - Les 10 marques de lingerie idéales selon les Hommes



Cette étude a été menée auprès d'un échantillon représentatif national de 1001 Français âgés de 18 ans et plus entre le 9 et le 12 décembre 2013. Marques classées par score aspirational décroissant (soit la différence entre les notes 7-6 et les notes 1-2 en points). Scores calculés sur les répondants connaissant la marque. Seules les marques les plus connues sont représentées dans le classement (notoriété assistée supérieure ou égale à 20%).



LE HUFFINGTON POST

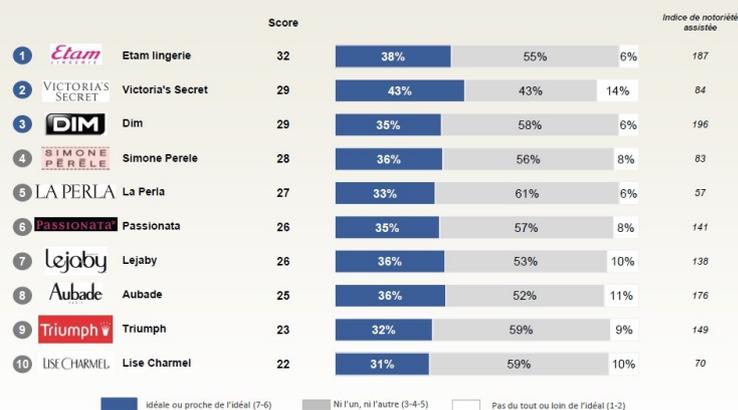
Il est amusant de constater que les hommes préfèrent offrir de la lingerie ostensiblement "sexy" à leur conjointe. Ainsi, c'est la marque culte Victoria's Secret qui occupe une confortable première place, bien loin du peloton. Et pourtant: elle n'est pas distribuée en France, malgré une arrivée en Europe en 2012, avec l'ouverture d'un premier magasin à Londres. Victoria's Secret, c'est avant tout une position glamour, renforcée chaque année par un défilé haut en couleur, faisant participer les plus grands mannequins du circuit (Heidi Klum, Miranda Kerr...).

Capitalisant sur cette image, la société choisit ses ambassadrices pour leurs courbes irréprochables, leur charisme et leur assurance. Victoria's Secret met en avant des mannequins aux proportions "parfaites" dont les régimes souvent dangereux font la Une des magazines. Une référence, pour les hommes.

Les autres marques de cet acabit (haut de gamme et sexy) sont globalement mieux placées chez les hommes que chez les femmes. Passionata et Chantal Thomass arrivent notamment en meilleure position chez ces messieurs. Les gammes onéreuses ont aussi leur préférence: Lise Charmel, Simone Pérèle, Lou...

LES FEMMES PRIVILÉGIENT LE CONFORT ET L'ECONOMIQUE

Baromètre 2014 - Les 10 marques de lingerie idéales selon les Femmes



Cette étude a été menée auprès d'un échantillon représentatif national de 1001 Français âgés de 18 ans et plus entre le 9 et le 12 décembre 2013. Marques classées par score aspirational décroissant (soit la différence entre les notes 7-6 et les notes 1-2 en points). Scores calculés sur les répondants connaissant la marque. Seules les marques les plus connues sont représentées dans le classement (notoriété assistée supérieure ou égale à 20%).



LE HUFFINGTON POST

Quand on demande aux dames ce qu'elle préfèrent, la leçon est différente. Bien que Victoria's Secret soit bien placée, des franchises plus "grand public" sont mises en avant. Etam et Dim se positionnent bien plus haut que chez les hommes. Une position qui se justifie aussi par le changement de stratégie de la marque Etam.

Depuis plusieurs années, la marque française a décidé d'appliquer les bonnes recettes de Victoria's Secret en organisant comme sa cousine américaine un grand défilé de mode. Le temps d'une soirée, les plus grands mannequins défilent à Paris au son de plusieurs lives d'artistes. Ce show Etam ouvre depuis trois ans la Fashion Week de prêt-à-porter. Etam se démarque aussi par ses collections capsules avec de grands noms de la mode comme la mannequin russe Natalia Vodianova et la création de "bars à culottes" dans ses magasins (des mini-collections qui changent toutes les six semaines) depuis 2011.

Par ailleurs, chez les femmes, Passionata chute de 2 rangs, tandis que Chantal Thomass sort du Top 10. Triumph fait une entrée remarquée dans le classement, alors qu'elle était absente de celui des hommes.

"Les hommes ont une préférence pour des marques haut de gamme ou affriolantes. Les femmes semblent plus sages, leur préférant des marques plus économiques. Reflet d'une réalité ou retenue plus forte chez les femmes?", se demande Valérie Jourdan. Ou la différence est tout simplement expliquée par le fait que les hommes ne devront pas porter les dessous qu'ils offrent...



LE HUFFINGTON POST