

Date : 11/07/2014

Solaires : les 10 marques et les formes préférées des Français sont...

Par : Anne-Sophie CROUZET



En ce début d'été, une étude réalisée par Promise Consulting pour le Huffington Post et publiée ce 11 juillet révèle quels sont les modèles de lunettes de soleil favoris de vos clients.

L'enquête, menée auprès d'un échantillon représentatif de 1 002 Français du 17 juin au 2 juillet, montre que les marques italiennes restent en « pole-position ». Sans surprise, c'est Ray-Ban qui rafle la première place, largement devant Police puis Vuarnet. Suivent Boss, Carrera, Prada, Diesel, Guess, Dolce & Gabbana et Gucci.

« Les femmes optent principalement pour un trio de tête 100% italien: Ray-Ban (36%), Gucci (22%) et Prada (22%), tandis que les hommes placent, après l'indétrônable Ray-Ban (57%), les marques Police (36%) et Vuarnet (26%). Cette dernière est ainsi la seule marque tricolore à tirer son épingle du jeu en figurant dans ce Top 3 masculin », note le Huffington Post.

Côté forme, c'est la « pantos » qui est la plus en vogue, avec 36% des suffrages (47% des femmes). Les modèles « Aviator » sont également devenus incontournables, principalement chez les hommes (52%). « Il est également à noter que les 35-54 ans, n'ont quant à eux, pas encore tranché entre les deux: arrivent ainsi ex-aequo la forme Pantos et Aviator (33%). La forme "ovale", souvent citée en troisième position, connaît un succès plus relatif en n'obtenant que 14% des suffrages. »

Évaluation du site

Le magazine l'Opticien Lunetier s'adresse aux professionnels de l'optique médicale. Son site Internet diffuse l'actualité de la profession en général.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 7

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Les Français prêts à mettre le prix

Côté prix, le budget moyen de la dernière paire achetée se monte à 105 euros. 40% des personnes interrogées y ont consacré moins de 50 euros et 21% plus de 150 euros. « *Les 18-34 ans ont un budget moyen de 86 euros, tandis que les plus de 55 ans ont quant à eux une enveloppe plus conséquente, équivalente à 163 euros. Coquetterie ou façon de se déculpabiliser, les Français - en déclaratif- se refusent à admettre le prix réel payé pour leur dernière paire de lunettes. **Comme tout accessoire de mode, la part de dépense 'superflue' est bien vite oubliée pour le plaisir du paraître*** », souligne Philippe Jourdan, cofondateur de **Promise/Panel** on the web.