

Date : 16/07/2014

Les Ray-Ban toujours N°1

Par : Virginie Achouch



Quel que soit l'âge, le sexe, ou la CSP, les Français sont de grands adeptes de la marque Ray-Ban. Les formes classiques, devenues iconiques sont indémodables.

Selon l'étude réalisée par **Promise Consulting**, en partenariat avec le Huffington Post, parmi les **10** marques de solaires favorites des Français, Ray-Ban, est en tête. Cependant, en dehors de cette première place qui met hommes et femmes d'accord les résultats diffèrent.

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.

Les Français choisissent des formes devenues cultes. Ainsi, la forme « Pantos », légèrement ovale, très en vogue dans les années 1940, recueille cette année tous les suffrages, et ce principalement chez les femmes (**47%**) et chez les plus jeunes (**41% des 18-34 ans**).

Ce classement met par ailleurs clairement en évidence l'hégémonie d'un modèle désormais emblématique : les « Aviator ». (1930).

Évaluation du site

Ce site rend compte de l'actualité du secteur de la communication en France. Le site propose également un agenda des événements, un listing des nominations, etc.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 19

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine