

Date : 26/07/2014

Les hommes dépensent un peu plus que les femmes pour leurs lunettes de soleil

Par : Masson Marine



Le budget moyen pour la dernière paire achetée double selon l'âge: les 18-34 ans y ont consacré 86 euros, tandis que les plus de 55 ans ont destiné 163 euros à cet achat.

Les lunettes de soleil sont indispensables pour profiter de son été. Mais les femmes et les hommes ne font pas appel aux mêmes caractéristiques pour cet accessoire devenu incontournable.

Dès que le soleil estival fait son apparition, les lunettes de soleil arrivent sur tous les visages. Aujourd'hui plus accessoire de mode que protection solaire, les lunettes sont incontournables. Mais lesquelles choisir? Une **étude de Promise Consulting** dévoile quelles sont les habitudes et les préférences des Français, et, surprise, le budget moyen pour la dernière paire achetée est légèrement plus élevé chez les hommes que chez les femmes: respectivement 107€ pour 104€. 38% des hommes ont dépensé entre 0 et 50 € pour leur dernière paire, et 22% plus de 150 €. Les femmes, au contraire, sont 43% à avoir alloué entre 0 et 50€ à leurs lunettes de soleil, et 20% plus de 150€.

La marque Ray-Ban fait l'unanimité au sein des deux populations, malgré le prix relativement élevé: à partir de 80 euros pour des lunettes classiques jusqu'à 230 euros environ selon les modèles et les verres (polarisés ou non). Plébiscitée par 57% des hommes et 36% des femmes, la marque italienne est première du classement tous âges confondus. En revanche les autres marques du top 10

Évaluation du site

Site du quotidien national Le Figaro. Il met en ligne l'intégralité de ses éditions papier ainsi que de nombreuses dépêches d'agences et articles publiés en temps réel.

Cible
Grand Public

Dynamisme* : 392

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

féminin viennent de l'univers de la mode. «On observe un effet de notoriété: Dior, Chanel, Yves Saint-Laurent, Prada... Ce sont des marques qui investissent dans beaucoup de secteurs d'activités, dont la joaillerie, et leurs lunettes en profitent», explique Valérie **Jourdan**, PDG de **Promise Consulting**. Les femmes préfèrent ainsi Gucci, Prada et Dolce Gabbana. Les hommes quant à eux sont plus axés «masculinité, sport, virilité», ajoute-t-elle. Aussi leurs marques de prédilection sont-elles, Police, Vuarnet (seule marque française du podium), suivie d'Hugo Boss.

Comme en témoigne le lauréat du classement, l'indémodable Ray-Ban, la tendance va vers un style plutôt vintage. Le style du modèle choisi importe autant que la protection aux U.V.. De fait, la forme et le design sont-ils un enjeu pour les marques de lunettes. Un peu plus de la moitié des hommes (52%) préfèrent la forme «Aviator», modèle commandé en 1933 par l'U.S. Air Force à Ray-Ban pour ses pilotes de chasse, et surtout porté au cours de la Seconde Guerre Mondiale. De son côté, la forme «Pantos» est élue par les femmes, qui sont 47% à déclarer qu'elle est leur forme préférée, dans la suite d'Audrey Hepburn, Marilyn Monroe ou autres égéries qui contribuèrent à accroître la notoriété de ces modèles.