



Le mystère autour de l'homme de la génération Y percé ?

La marque spécialisée dans le costume sur mesure Samson veut séduire la jeune génération. Mais pour parvenir à engager les jeunes hommes aujourd'hui, encore faut-il les connaître. Challenge accepted ! Chaque jour, la rédaction d'Air of melty se donne pour mission de vous aider à toujours mieux cerner la jeune génération. En la matière, il y a quelques semaines, la société d'études et de conseil en marketing **Promise Consulting** avait décrypté le comportement des jeunes consommateurs, en les caractérisant de récessionnistes ou de vigiles. De son côté, Ipsos, il y a quelques heures à peine, vous présentait le shopper explorateur, consommateur typique des 16-24 ans. A présent, c'est un profil plus spécifique que nous souhaitons vous présenter, à savoir celui de l'homme Y. En effet, en ce mois de juin 2016, Samson a demandé à Fingal, une agence de transformation client, en partenariat avec Junior Essec, de conduire une étude auprès des hommes urbains de catégorie socioprofessionnelle supérieure âgés de 25 à 35 ans. Alors, qui sont ces jeunes hommes que les marques veulent séduire à tout prix ? Réponse tout de suite ! Avant toute chose, il est bon de savoir que l'homme Y "a soif d'information : il suit autant l'actualité politique (67%) que sportive (60%), technologique (60%) et culturelle (58%) et près d'un homme Y sur trois déclare s'intéresser à la mode masculine. Pour s'informer, cette génération dite hyper connectée privilégie encore les journaux (53%), les applications mobiles (50%) et les magazines en ligne (46%) et semble prendre quelque peu ses distances vis-à-vis des médias traditionnels tels que la radio (39%) et la télévision (30%)". Parmi les applications préférées des jeunes hommes, on retrouve donc assez logiquement Facebook à égalité avec L'Equipe (17%), devant les apps Google (7%) et Le Figaro (6%). Et si Facebook est roi auprès de cette cible, avec 56% des hommes Y reconnaissant utiliser le réseau social très régulièrement, il est intéressant de noter qu'aucune autre application sociale ne parvient à rivaliser avec ce phénomène. Concernant ses passions, le jeune homme se démarque par sa passion pour le sport (et le football principalement), qui constitue le principal loisir d'un homme sur deux, devant les nouvelles technologies, les Beaux-Arts et la musique. Que les constructeurs de voiture se rassurent, les jeunes hommes se passionnent aussi pour les bolides ! Comme l'explique le site L'ADN, qui relaie l'étude, "65% des hommes Y utilisent leur voiture pour se déplacer alors que 26% d'entre eux prennent les transports en commun. S'ils sont si nombreux à utiliser leur véhicule, c'est aussi pour se rendre au cinéma, à une exposition ou à un événement sportif : 81% des hommes Y aiment sortir pour se divertir". Enfin, en matière d'achat, on notera que le costume reste une pièce incontournable du dressing de l'homme de la génération Y, avec 7 jeunes sur 10 en achetant chaque année un ou plusieurs. Et ce qu'ils privilégient avant tout, c'est la marque, le confort et l'élégance. "69% des interrogés disposent d'au moins 4 costumes dans son dressing et plus de 7 hommes Y interrogés sur 10 portent un costume au moins une fois par semaine. À l'image de leurs aînés, 58% des hommes Y considèrent le costume comme un outil de représentation, une manière de se mettre en valeur. De même, plus d'un homme Y sur 2 se dit expert en matière de costume. Notons que 27% des hommes interrogés y voient davantage une pièce d'exception". Au final, pour Samson, le rapport de l'homme Y à la mode et à la "représentation en société laisse apparaître un fort besoin à la fois d'autosatisfaction et d'authenticité. En outre, si ces hommes sont si nombreux à porter régulièrement un costume, ils le font davantage par souci d'élégance et de bien-être". La classe, ça n'a pas d'âge...et c'est une bonne nouvelle pour Samson!