

# L'homme est une shoppeuse comme une autre

18/06/2014



Les hommes de 2014 sont-ils aussi impliqués que les femmes en matière de shopping ? Quelles sont leurs attentes ? Leurs différences de comportement ? Comment vivent-ils une sortie lèche-vitrine en couple ? La deuxième édition de l'Observatoire du Shopping s'est penchée sur la relation du "shopper" pour mieux comprendre qui sont les visiteurs des centres commerciaux.

## 6 profils au-delà des clichés

« In fine, au-delà des clichés les hommes et les femmes se ressemblent beaucoup et partagent les mêmes attentes fondamentales », constate la directrice marketing groupe d'**Unibail-Rodamco** « Pourtant rien n'est uniforme et encore moins entre les hommes eux-mêmes. Car dès qu'on sort des moyennes, la richesse des détails nous montre que la relation au shopping peut énormément varier de la moins à la plus intense (plaisir, niveau d'implication dans l'achat, d'expertise, d'information et de qualité attendue). Ce qui nous a permis de définir 6 profils comme pour les femmes dans notre étude précédente ». Ce classement va du "**Détaché** » (5%) au « **Blasé** » (28%), en passant par l'«**Expert** » (20%), le « **Flâneur** » (25%), le « **Fashionitos** » (11%) et le « **Trendsetter** » (14%). « Ce dernier profil est très intéressant », souligne **C. Piazza** "car il aime le shopping surtout pour affirmer son style et créer sa différence avec un temps d'avance. De plus, être à l'avant-garde pour lui est un prétexte pour interpeller, relayer et partager ses préférences avec les autres sur les réseaux sociaux. Il n'a pas son équivalent chez la femme sauf peut être celle qu'on a appelé la « Serial shoppeuse » mais qui est davantage intéressée par les marques de luxe et de créateurs». Et comme pour bien montrer que la différence homme/femme est vraiment ténue, l'étude s'est amusée à « marier » ses autres profils de shoppers et de shoppeuses. Ainsi le « Blasé » est uni à la « Casanière », l'« Expert » à la « Perfectionniste », le « Flâneur » à la « Conviviale », le "Fashionitos » à la « Jouisseeuse » et le « Trend Setter » à la « Geek mobile » ou à la « Serial Shoppeuse ». Leur descendance promet !

[L'homme, une "shoppeuse" comme les autres ?](#) publié par [INfluencia](#)

Source : <http://www.influencia.net>

