

Fiche 1.2.2.2. – Une consommation sous influence – l’effet de mode.

Enquête auprès des adolescents et de leurs familles

Quelle mode pour les ados ? On apprend [dans cette enquête] que les chaussures sont LA principale pièce de vêtement qui se doit d’être signée, c’est la déclaration de 96 % des garçons et 76 % des filles. L’unanimité se fait aussi autour des sacs à dos qui se doivent de porter la marque Eastpak pour 73 % des collégiens interrogés. Les styles portés sont variés, au moins quant à leur dénomination : shall, racaille, rider, skater, etc., et constituent autant de signes de reconnaissance entre eux. Aucune triche n’est possible : les ados sont imbattables sur le détail qui prouve que le vêtement est de marque ou non.

Pourquoi porter des marques ? 60 % des garçons et 50 % des filles préfèrent des vêtements de marque parce qu’ils sont beaux. Si les collégiens répugnent à reconnaître leur attrait marqué pour les marques, et en particulier les filles, les autres réponses prouvent au contraire que c’est primordial dans leur vie : 42 % achètent des vêtements dès qu’un peu

d’argent tombe dans leur escarcelle. Ils prétendent que ce n’est pas une chose importante et pourtant seulement 16 % des filles et 23 % des garçons ne parlent jamais entre eux de la façon dont tel ou tel est habillé.

Les marques : produits plus chers ? De meilleure qualité ? 60 % des parents considèrent que ces vêtements ne sont pas de meilleure qualité et qu’ils sont plus chers... Le poids financier est très lourdement ressenti par 92 % des professions intermédiaires, 86 % des familles avec un seul salaire (parent au foyer) et 86 % des familles d’ouvriers et employés.

D’après les parents, d’où vient cet attrait de leur enfant pour les marques ? 68 % des parents pensent que c’est essentiellement pour être facilement accepté par ses camarades.

Enquête de l’Union des familles en Europe (UFE), 2004.

Questions : Quel rôle ont les marques pour les jeunes ? Quels sont les agents de socialisation qui incitent à l’achat de marques ? Est-ce qu’acheter des marques est logique économiquement selon les parents ? Pourquoi peut-on dire que la mode peut être une contrainte sociale ?

Fiche 2.2.1. – Une consommation sous influence – l’effet de mode.

Enquête auprès des adolescents et de leurs familles

Quelle mode pour les ados ? On apprend [dans cette enquête] que les chaussures sont LA principale pièce de vêtement qui se doit d’être signée, c’est la déclaration de 96 % des garçons et 76 % des filles. L’unanimité se fait aussi autour des sacs à dos qui se doivent de porter la marque Eastpak pour 73 % des collégiens interrogés. Les styles portés sont variés, au moins quant à leur dénomination : shall, racaille, rider, skater, etc., et constituent autant de signes de reconnaissance entre eux. Aucune triche n’est possible : les ados sont imbattables sur le détail qui prouve que le vêtement est de marque ou non.

Pourquoi porter des marques ? 60 % des garçons et 50 % des filles préfèrent des vêtements de marque parce qu’ils sont beaux. Si les collégiens répugnent à reconnaître leur attrait marqué pour les marques, et en particulier les filles, les autres réponses prouvent au contraire que c’est primordial dans leur vie : 42 % achètent des vêtements dès qu’un peu

d’argent tombe dans leur escarcelle. Ils prétendent que ce n’est pas une chose importante et pourtant seulement 16 % des filles et 23 % des garçons ne parlent jamais entre eux de la façon dont tel ou tel est habillé.

Les marques : produits plus chers ? De meilleure qualité ? 60 % des parents considèrent que ces vêtements ne sont pas de meilleure qualité et qu’ils sont plus chers... Le poids financier est très lourdement ressenti par 92 % des professions intermédiaires, 86 % des familles avec un seul salaire (parent au foyer) et 86 % des familles d’ouvriers et employés.

D’après les parents, d’où vient cet attrait de leur enfant pour les marques ? 68 % des parents pensent que c’est essentiellement pour être facilement accepté par ses camarades.

Enquête de l’Union des familles en Europe (UFE), 2004.

Questions : Quel rôle ont les marques pour les jeunes ? Quels sont les agents de socialisation qui incitent à l’achat de marques ? Est-ce qu’acheter des marques est logique économiquement selon les parents ? Pourquoi peut-on dire que la mode peut être une contrainte sociale ?