

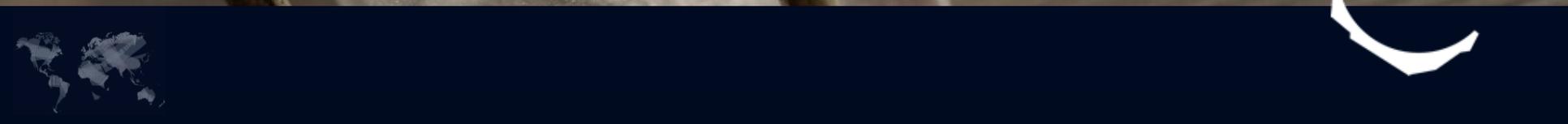
A close-up, slightly blurred photograph of an hourglass with a wooden frame. The top bulb is filled with dark sand, and a stream of sand is falling into the bottom bulb. The background is a soft, out-of-focus wooden surface.

“opinionway

Slow luxury

Entre l'image projetée
et la réalité attendue

1.618



Méthodologie

777

2011 français

âgés de 18 ans et plus.

(sur les critères de sexe, d'âge, de CSP, de régions et de catégories de communes selon l'INSEE).



Les interviews ont été réalisées entre le 12 et le 19 mars 2014

Acheteurs de produits de luxe au cours des 2 dernières années



CAWI



8 min



Le rapport au temps



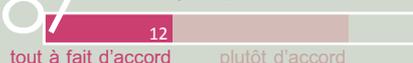
L'image du temps dans le luxe



La réalité du temps dans le luxe

Une batterie d'attitudes mesurées sur une échelle d'accord.

87% De façon générale lorsque j'achète un produit je XXXXXX



tout à fait d'accord

plutôt d'accord

1.618

Méthodologie

777

2011
français

Acheteurs de produits de luxe au cours des 2 dernières années

2,3

Nombre moyen
de produits de luxe achetés
au cours des 2 dernières
années



Les Occasionnels (1 seul produit)

16%



Les Réguliers (au moins 3 produits)

13%

Parfums au prix supérieur à 90€ le flacon **21%**

Séjour en **hôtellerie haut de gamme**
(type hôtels 4/5 étoiles, Palace) **13%**

Montres & **bijoux** de luxe **13%**

Maroquinerie de luxe
(mallette, sac, valise etc.) **12%**

Mode : vêtements ou
accessoires de couturiers/designers **11%**

Lunettes de marque
(prix d'une paire de lunettes de vue ou solaire > à 400€) **11%**

Vins & spiritueux
(bouteille d'un prix supérieur à 75€) **7%**

1.618

opinionway

Slow luxury Entre l'image projetée et la réalité attendue



L'attente

Le désir

La consommation

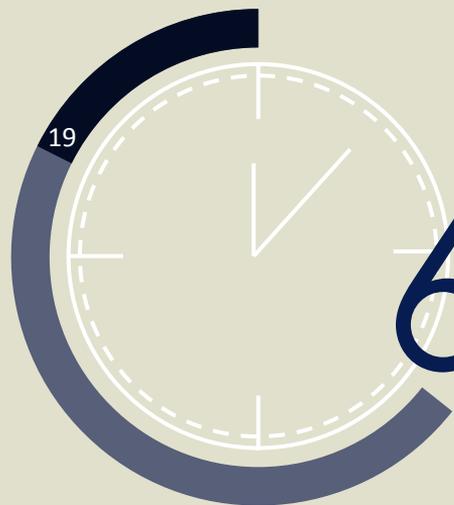
Le Temps

Le plaisir

Le rapport au temps

Le manque de temps, rançon d'un monde hyper-connecté

Français



J'éprouve souvent le sentiment de manquer de temps

65%

1.618

“*opinionway*”

Slow luxury Entre l'image projetée et la réalité attendue

Mais il y a un paradoxe du temps

Français



J'éprouve souvent le sentiment de manquer de temps

65%

mais



63%



La vie est trop courte pour perdre du temps à ne rien faire

1.618

“opinionway”

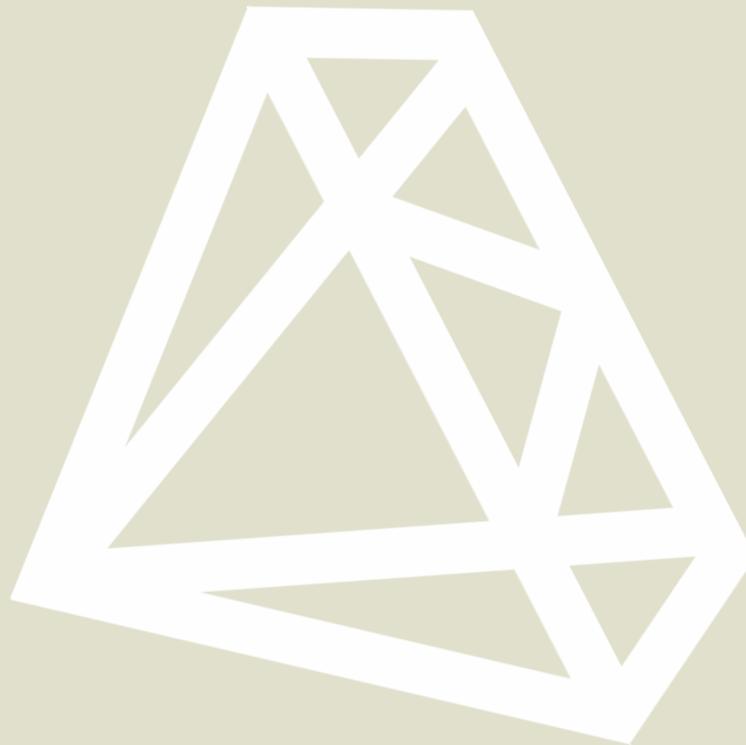
Slow luxury Entre l'image projetée et la réalité attendue

Le temps est bien rare idéalisé

Français

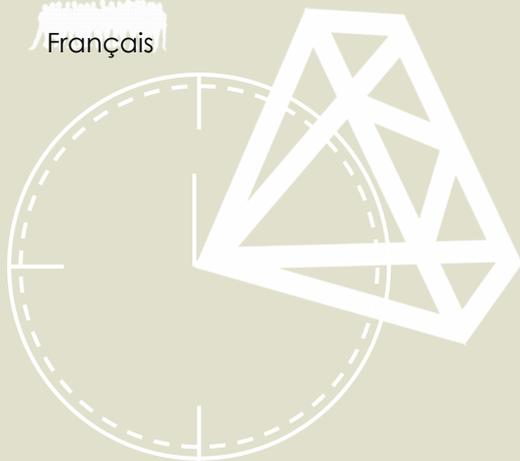


Ne rien faire pendant une heure ou deux est un vrai luxe

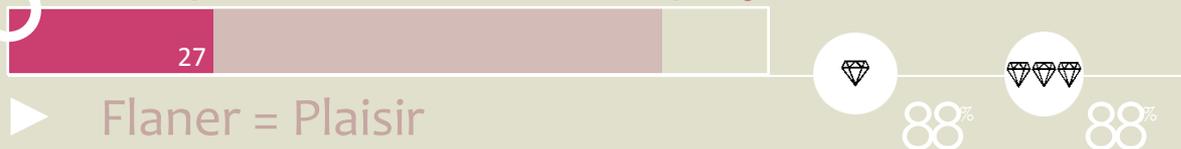


Le temps long dans la consommation est magnifié

Français

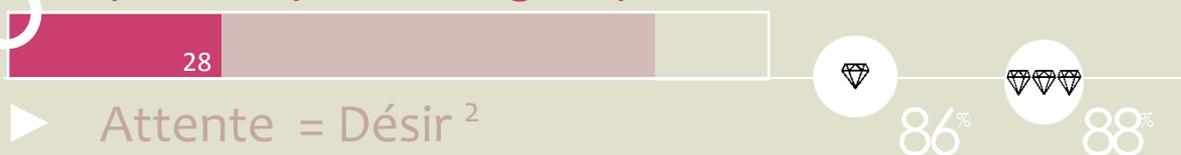


86% En dehors des achats courants, j'aime prendre mon temps avant de choisir ce que j'achète



▶ Flaner = Plaisir

85% C'est un plaisir supplémentaire que d'acheter un produit qu'on a longtemps désiré



▶ Attente = Désir²

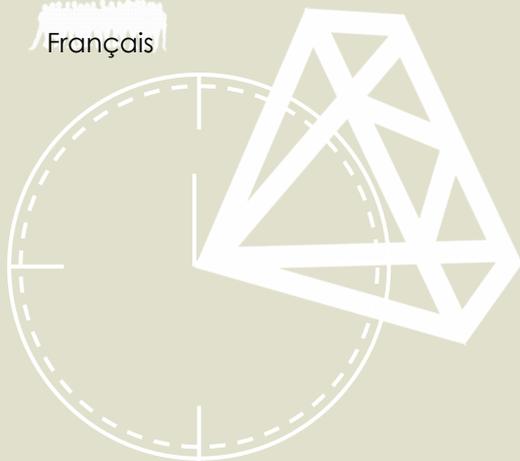
mais

57% De façon générale lorsque j'achète un produit je supporte mal d'attendre pour en profiter



Et la durabilité est un marqueur valorisé

Français



70% En général je dépense significativement plus pour pouvoir acheter un produit dont je sais qu'il durera plus longtemps



▶ durable = Premium



78%



85%

66% Je fais plus confiance à une marque qui existe depuis longtemps qu'à une marque récente



▶ Histoire = Confiance



70%



79%

30% J'éprouve un vrai plaisir à changer régulièrement ce que j'ai afin d'avoir toujours quelque chose de neuf



27%



49%



L'histoire

Le désir

Le modernité

Le Temps

La patine

Le temps et le luxe

Un temps entre parenthèse, écrin de l'exceptionnel et du rêve

Français



64% Offrir un produit de luxe permet de marquer les grands moments d'une vie



71%



87%

58% Consommer un produit de luxe, c'est aussi s'offrir un



59%



83%

59% L'univers du luxe fait rêver et permet l'espace d'un instant



62%



79%



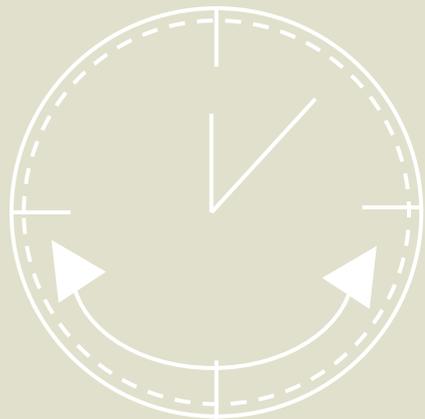
1.618

opinionway

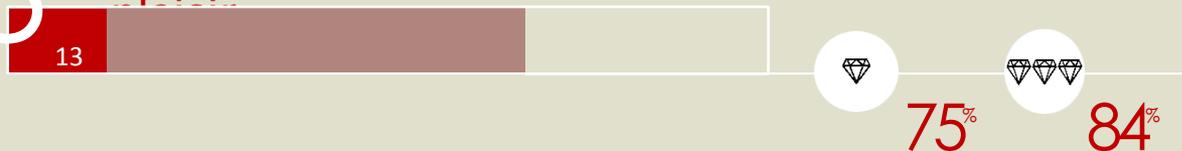
Slow luxury Entre l'image projetée et la réalité attendue

Le temps du désir, du choix et parfois du plaisir de l'attente

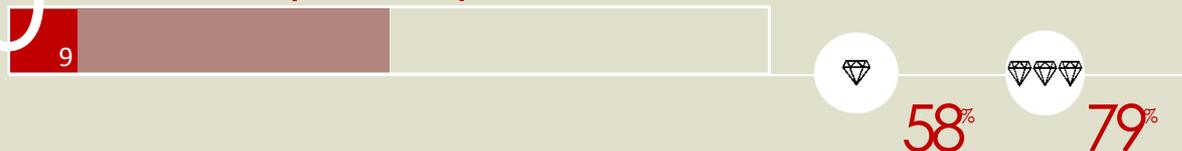
Français



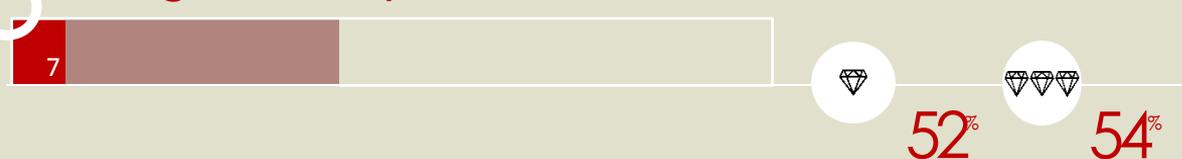
68% Prendre son temps pour préparer un achat d'un produit haut de gamme ou de luxe, c'est déjà un plaisir



50% Je préfère patienter pour pouvoir m'offrir un produit haut de gamme ou de luxe plutôt qu'acheter tout de suite un produit plus standard



43% Attendre après avoir commandé un produit de luxe, augmente le plaisir



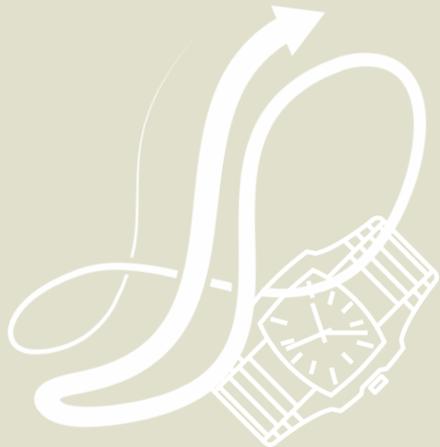
1.618

opinionway

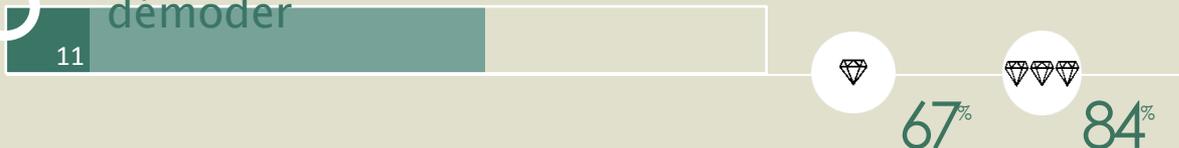
Slow luxury Entre l'image projetée et la réalité attendue

Le luxe transcende les modes et l'usure temps

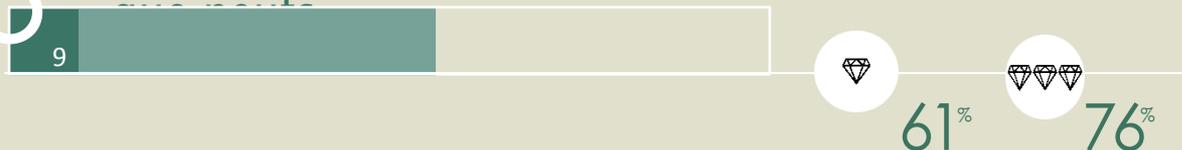
Français



63% Les produits à la mode sont éphémères alors que les produits de luxe passent les époques sans se démoder

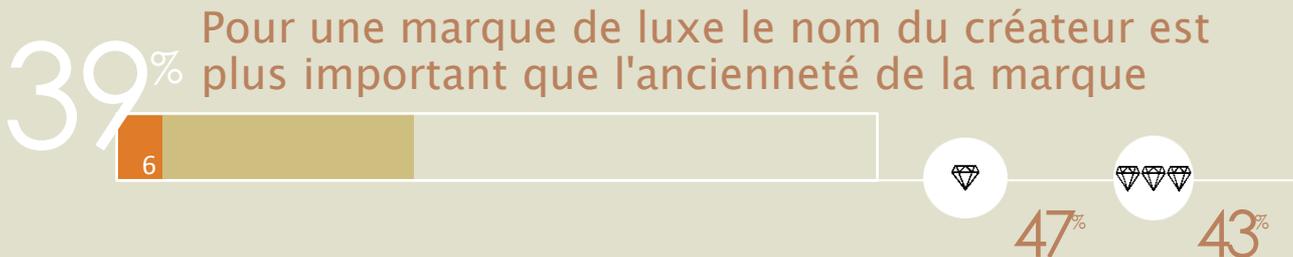
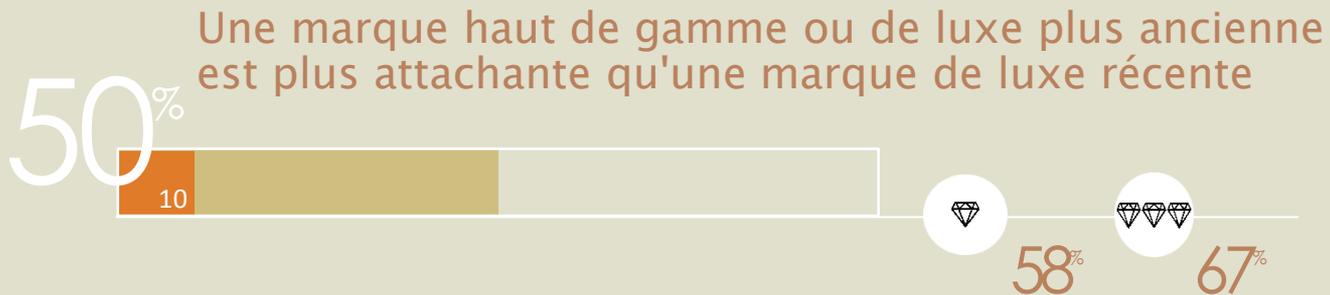


56% Le temps donne aux produits de luxe une jolie patine et les rend encore plus beaux et élégants



Le temps de l'histoire sacralise les maisons et leurs savoir-faire

Français



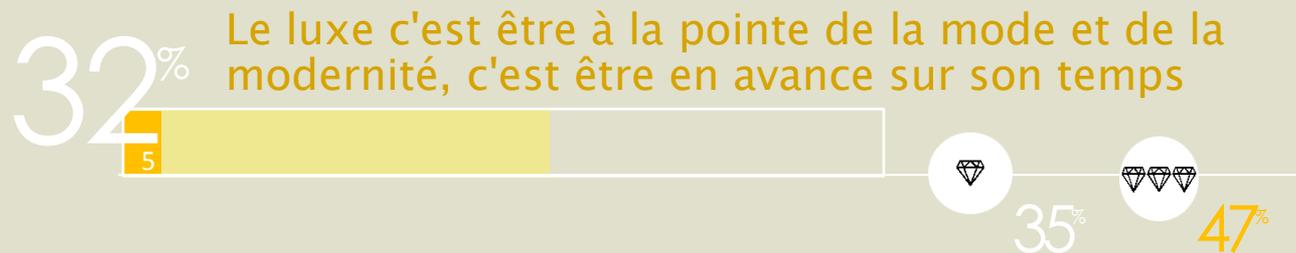
1.618

opinionway

Slow luxury Entre l'image projetée et la réalité attendue

Une histoire qui ne bride ni leur créativité ni leur modernité

Français





L'attente

L'excellence

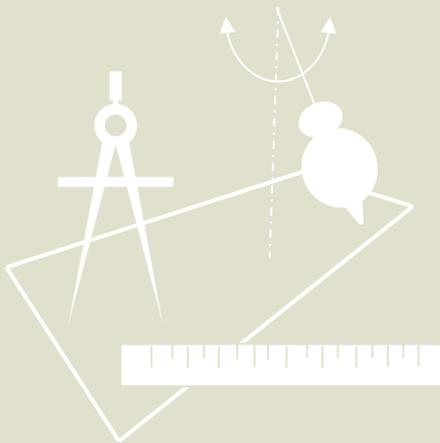
Le service

Le Temps

Le temps et les attentes
servicielles du Luxe

Le temps long un élément constitutif de l'imaginaire du luxe

Acheteurs
de produits de luxe



88%

Quand je pense au luxe je **pense au travail d'artisanat**
qui nécessite du temps, des gestes précis qui ne
peuvent pas se faire dans l'urgence



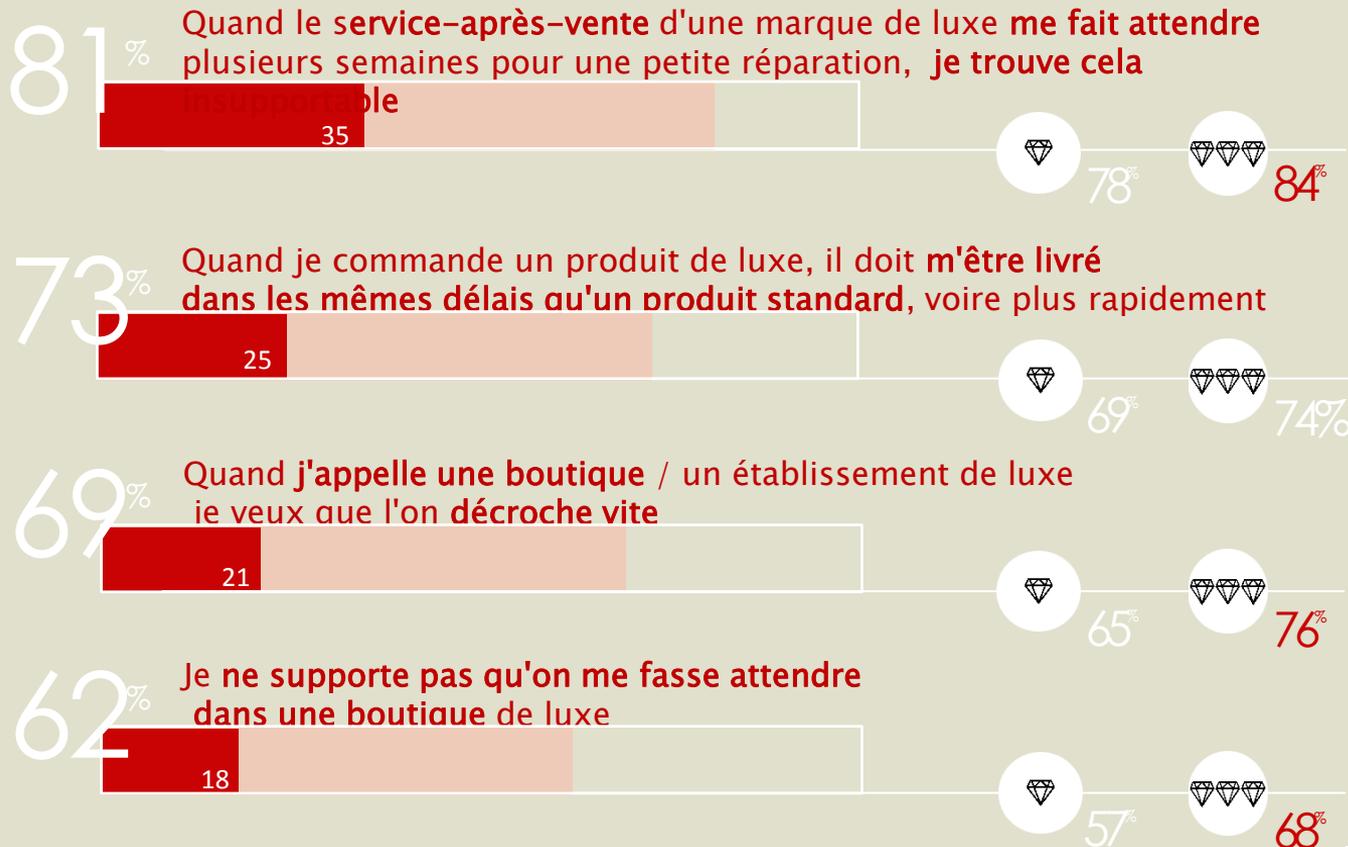
85%



91%

Mais la diligence reste un marqueur indissociable de l'excellence

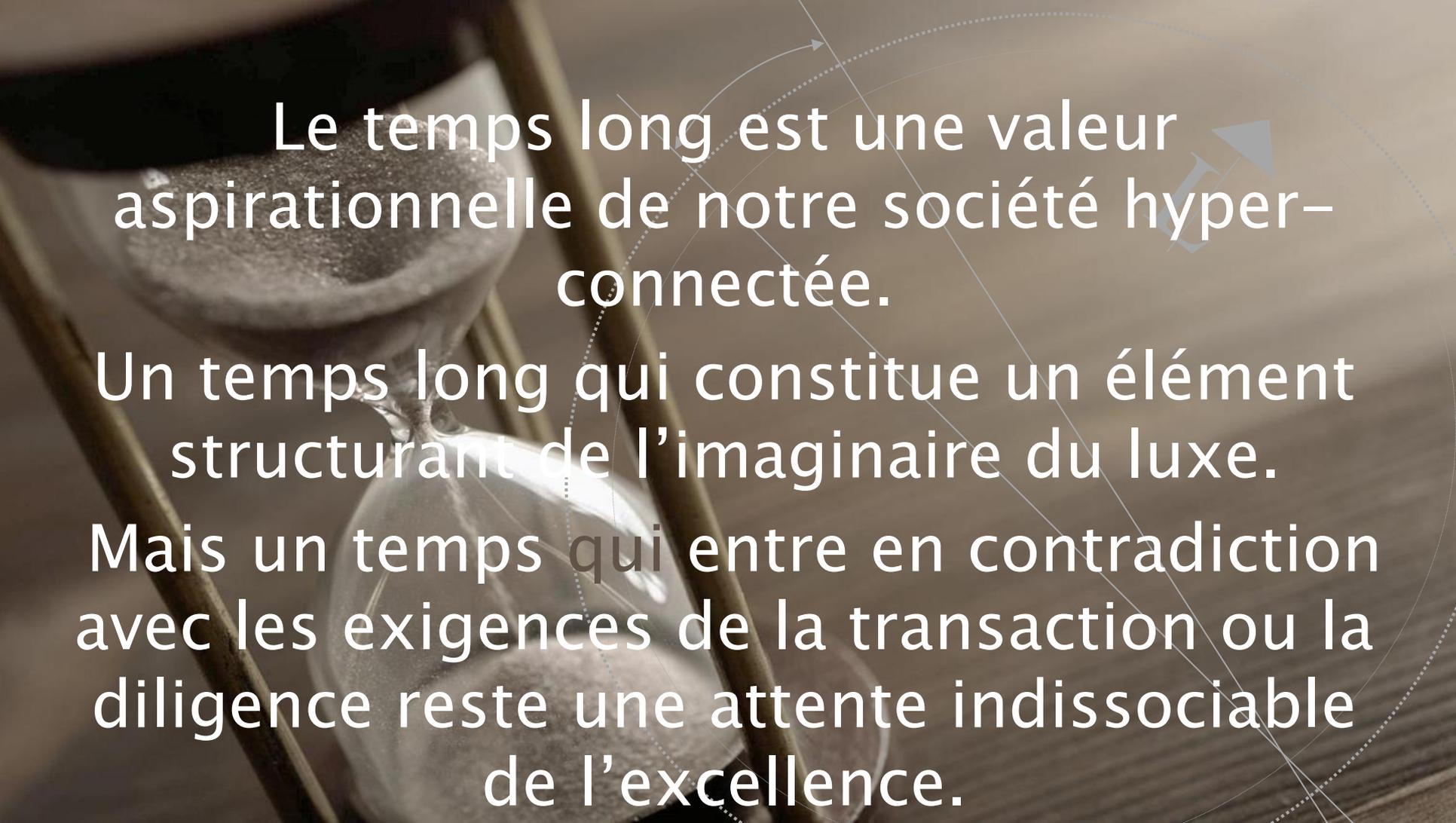
Acheteurs
de produits de luxe



1.618

opinionway

Slow luxury Entre l'image projetée et la réalité attendue

An hourglass is the central visual element, with sand flowing from the top bulb to the bottom. A circular graphic overlay, consisting of a dotted line and a solid line with arrows, surrounds the hourglass. The text is overlaid on this graphic.

Le temps long est une valeur
aspirationnelle de notre société hyper-
connectée.

Un temps long qui constitue un élément
structurant de l'imaginaire du luxe.

Mais un temps qui entre en contradiction
avec les exigences de la transaction ou la
diligence reste une attente indissociable
de l'excellence.



“opinionway”

1.618