



AMAURY MEDIA & SOCIOVISION



## « LES CODES ET LANGAGES DU MASCULIN » : LA MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

### 01 | ATELIERS DE RÉFLEXION

5 ateliers qualitatifs réalisés  
avec l'institut Think-Out

### 02 | ÉTUDE QUANTITATIVE

Échantillon national  
représentatif de 1 000  
hommes et de 500 femmes

### 03 | ENTRETIENS D'EXPERTS

5 experts de la  
masculinité

# LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L'ÉTUDE DE 2018



## PORTRAIT(S) DES HOMMES D'AUJOURD'HUI

### 01 | UNE NOUVELLE VIRILITÉ

- L'homme s'émancipe
- La virilité reste centrale
- Vers un idéal d'affirmation de soi

### 02 | L'HOMME AUTHENTIQUE

- L'homme se libère du carcan viril
- Les émotions s'expriment
- Bien-être vs devoir

### 03 | LES NOUVELLES MASCULINITÉS

- Des expressions multiples
- 5 sociotypes
- Le modèle traditionnel pèse encore 27%

# Peu ou pas d'identification

72%

S'IDENTIFIENT RAREMENT  
OU JAMAIS AUX SITUATIONS  
MONTRÉES DANS LA  
PUBLICITÉ

# Manque de variété

SELON VOUS, LES TYPES  
D'HOMMES QUE L'ON VOIT DANS  
LES PUBLICITÉS SONT-ILS  
SUFFISAMMENT VARIÉS ?

**54% NON**

« C'est facile de trouver des images de femmes très variées mais pour les hommes c'est plus difficile. »

JULIE



# La parole sous contrôle

IL EST DIFFICILE AUJOURD'HUI  
DE PARLER DES FEMMES  
SANS PARAÎTRE SEXISTE OU  
MACHISTE

63%

Femmes 59%

FIRST OF ALL,  
NO.

# Pas d'opposition

LES HOMMES ET LES FEMMES  
ONT PLUS DE POINTS  
COMMUNS QUE DE  
DIFFÉRENCES

---

82%

IL FAUT ARRÊTER DE FAIRE  
SYSTÉMATIQUEMENT DES  
DIFFÉRENCES ENTRE LES  
HOMMES ET LES FEMMES

---

87%

Base : Hommes - 1 000 personnes - % total d'accord.

01

## LES MUTATIONS DE LA REPRÉSENTATION ET DE L'EXPRESSION MASCULINE

### 4 idées à retenir :

1. REPRÉSENTER LA DIVERSITÉ DES PROFILS PHYSIQUES ET SOCIAUX
2. NE PAS CULPABILISER LES HOMMES, ÉVITER DE JUGER
3. FAVORISER L'EXPÉRIENCE AU-DELÀ DU GENRE
4. REDONNER DE LA VALEUR AU GENRE MASCULIN

# Sentiment de manque de temps

JE ME SENS DÉBORDÉ,  
JE N'AI PAS ASSEZ DE TEMPS

47%

+ 5 pts vs. 2011



JE SOUHAITERAIS POUVOIR  
RALENTIR MON RYTHME DE VIE

55%

+ 3 pts vs. 2016

2.2

## LES MOMENTS CHOISIS

L'AMITIÉ

#bon pote

LA PATERNITÉ

#papa cool

L'AMOUR

#pantenaire



#néo cueilleur

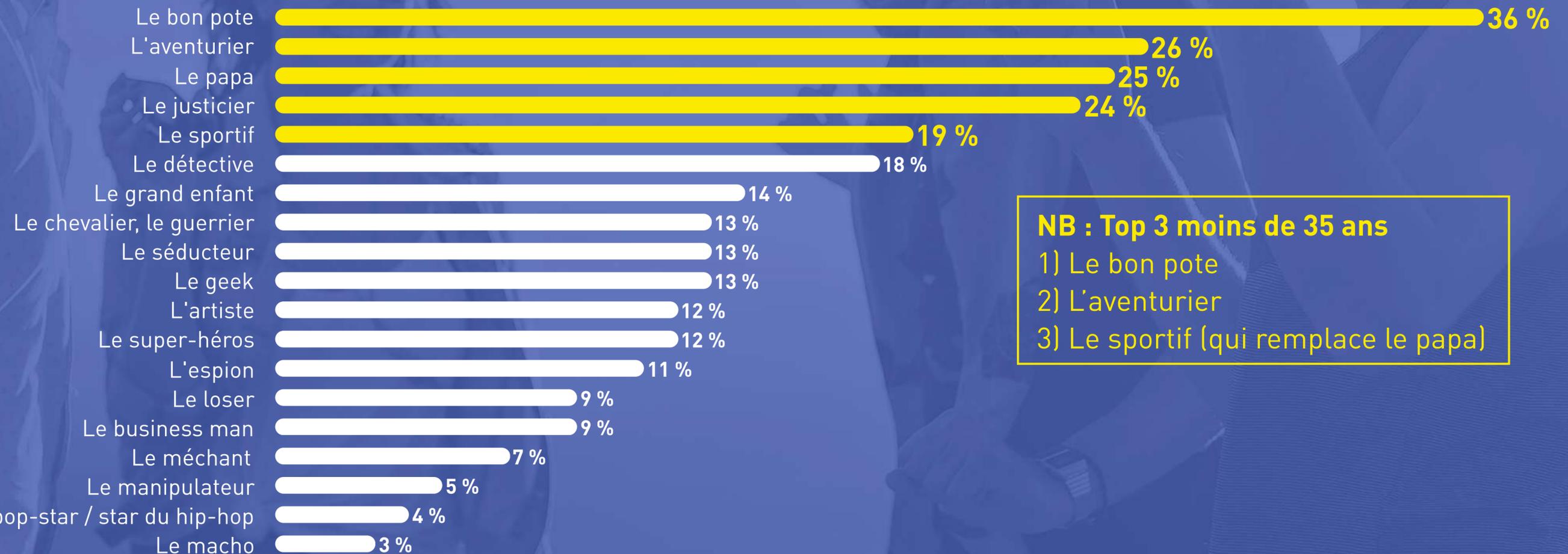
LA NATURE

#sportif 

LE SPORT

# L'amitié

QUAND VOUS REGARDEZ UN FILM, UNE SÉRIE, DE QUEL TYPE DE PERSONNAGE VOUS SENTEZ-VOUS LE PLUS PROCHE ?



**NB : Top 3 moins de 35 ans**

1) Le bon pote

2) L'aventurier

3) Le sportif (qui remplace le papa)

Base : Hommes – 1 000 personnes

# La paternité, source d'épanouissement

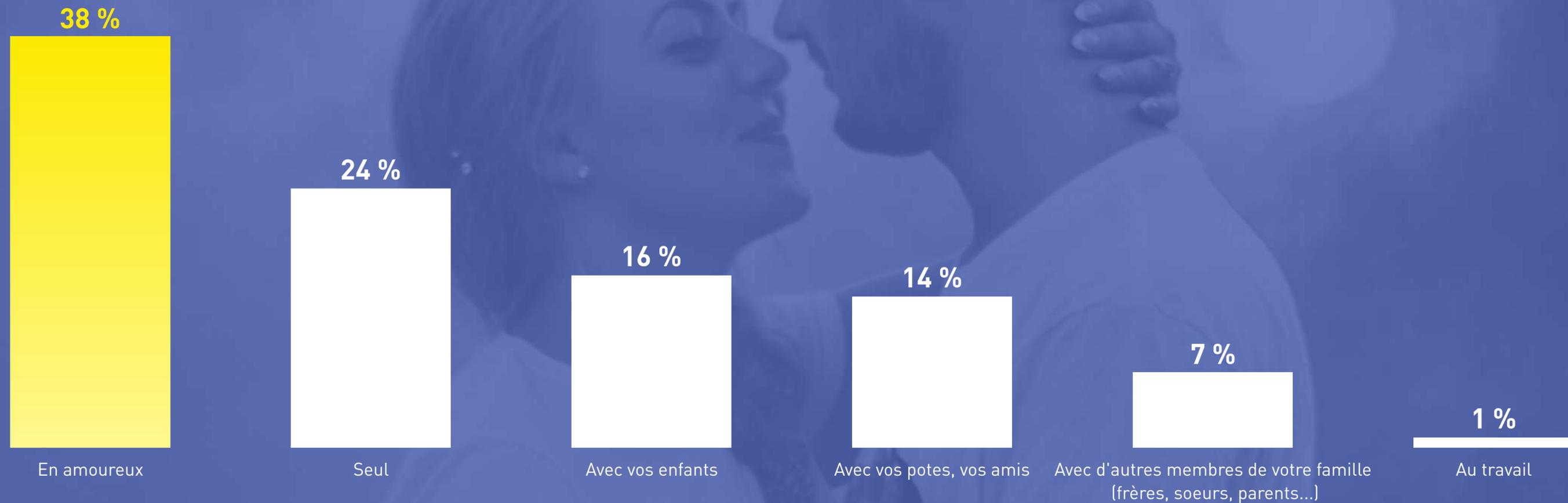
DANS VOTRE VIE, DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS ÉPANOUI ?

	TOTAL HOMMES	TOTAL PÈRES	ÉCART
Dans votre vie de père		<b>88%</b>	
Dans votre vie familiale	<b>81%</b>	<b>85%</b>	<b>+4</b>
Dans votre vie amicale	<b>81%</b>	<b>83%</b>	<b>+2</b>
Dans votre vie amoureuse	<b>68%</b>	<b>78%</b>	<b>+10</b>
Dans votre vie sexuelle	<b>68%</b>	<b>76%</b>	<b>+8</b>
Dans votre vie professionnelle	<b>70%</b>	<b>74%</b>	<b>+4</b>



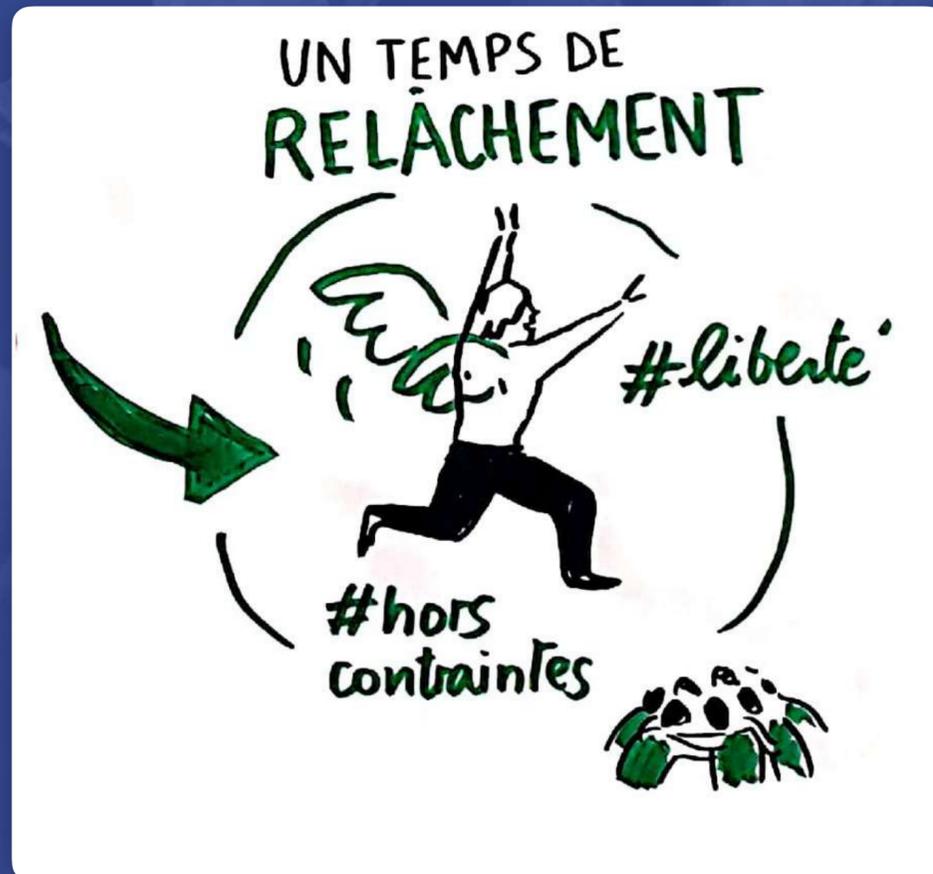
# Besoin de temps à deux

IMAGINEZ QUE VOUS AVEZ QUATRE HEURES DE TEMPS LIBRE DEVANT VOUS.  
VOUS CHOISISSEZ DE PASSER CE MOMENT...



Base : Hommes – 1 000 personnes

# Le sport, marqueur du masculin



## DE QUOI AIMEZ-VOUS LE PLUS PARLER ENTRE HOMMES ?

<b>DE SPORT</b>	<b>39%</b>
De l'actualité	35%
De voiture, moto	30%
De films, de séries	29%
De politique	29%
De technologies	29%

# Une nature authentique

J'AIMERAIS VIVRE  
DAVANTAGE AU CONTACT  
DE LA VRAIE NATURE, LOIN  
DE LA CIVILISATION

71%

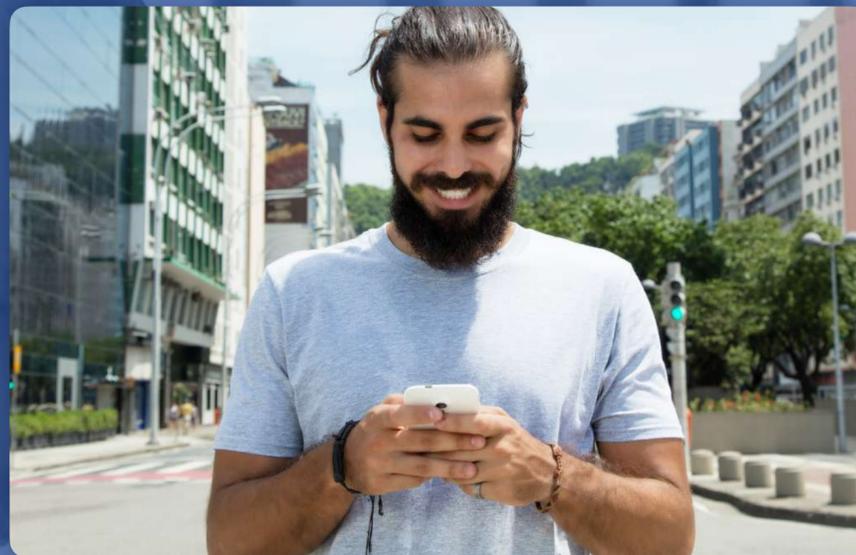
Base : Hommes – 1 000 personnes – % total d'accord.

3.1

LES REGISTRES DE LANGAGES



AUTHENTICITÉ



HUMOUR



JEU

# Les 5 sociotypes

26%



LE TRADITIONNEL

26%



LE PROGRESSISTE

+ 4 points vs. 2017

18%



LE PARTENAIRE

17%



L'INFLUENCEUR

13%



LE NOUVEAU VIRIL

# Leurs préférences publicitaires

## LE TRADITIONNEL



## LE PROGRESSISTE



## LE PARTENAIRE



## L'INFLUENCEUR



## LE NOUVEAU VIRIL



## DANS UNE PUB, IL AIME...

- Des gens authentiques
- Des informations sur les prix

- Des situations du quotidien,
- La nature et de beaux paysages
- Des animaux

- Des situations du quotidien
- Des gens authentiques
- Des informations sur les produits et les prix
- La nature, de beaux paysages

- Des gens qui réussissent
- Les grands sportifs
- Des scènes qui font rêver, avec de l'émotion
- Des personnages sexy, séduisants

- Les stars du cinéma
- Les grands sportifs
- Des gens qui réussissent
- Des scènes avec du suspense, du spectacle, de l'action



CONTACT :

[Virginie.cohen@amaurymedia.fr](mailto:Virginie.cohen@amaurymedia.fr)

