



L'évolution du comportement des nouveaux consommateurs de luxe depuis 1980

Xilin SHAN • NIMEC EA 969 • Université Le Havre Normandie

Directrice de recherche : Pascale EZAN



Résumé

Le luxe en quête d'une alliance en or avec le digital

- Depuis l'apparition du luxe, ce secteur s'est implanté et s'est développé rapidement sur le marché mondial
- Les mentalités et les comportements d'achat du nouveau consommateur sont en train de se modifier
- Quand nouveau consommateur et nouvelles technologies se rencontrent, comment réconcilier luxe et digital?

Objectif de la recherche

- Comprendre le nouveau profil des amateurs de luxe dans un environnement digital
- Intégrer dans cette recherche l'influence de la situation économique et politique d'un pays ainsi que ses spécificités culturelles

Terrain et méthodes de recherche

- 1^{ère} phase : terrain exploratoire
 - Méthode : entretiens semi-directifs réalisés à partir d'un guide d'entretien
 - Objectif : comprendre les comportements des jeunes consommateurs
 - Population d'étude : 15 jeunes* européens et 15 jeunes* de pays émergents (*nés entre 1980 et 2000)
 - Accès à la population d'étude via les réseaux sociaux
 - Analyse des données = analyse de contenu thématique
- 2^{ème} phase de terrain (à définir) : récits de vie



Questions relatives à la réflexivité soulevées par la recherche

- Suis-je une grande utilisatrice des nouvelles technologies?
- Dans quelle mesure tous ces éléments peuvent avoir un impact sur ma recherche?

