

- **La plus grosse source d'insatisfaction pour les femmes se situe au niveau du ventre (26% se déclarent satisfaites de cette partie du corps) et des fesses (47% en sont satisfaites).** Les motifs d'insatisfaction sont moins marqués chez les hommes, même si ils ne sont que 40% à se déclarer satisfaits de leur ventre et 66% de leur torse.
- **Les femmes déclarent regarder leurs fesses plus souvent que les hommes et portent une attention particulière à l'apparence de leurs fesses dans un pantalon avant de l'acheter.** Néanmoins ce n'est pas un geste automatique et quotidien puisque 22% des femmes déclarent les regarder au moins une fois par jour, 26% de une à trois fois par semaine, 36% moins souvent et 16% ne jamais le faire. **Cependant, près de 7 femmes sur 10 (67%) déclarent attacher une importance à l'apparence de leurs fesses dans un pantalon lorsqu'elles l'achètent, 21% y accordent même une « très grande importance ».**
- **51% des Français déclarent accorder une « grande importance » à l'apparence leurs fesses dans un pantalon avant de l'acheter.** Les personnes les plus soucieuses de cette dimension sont-en sus des femmes (67%) les personnes âgées de 35 à 49 ans (60%), les catégories populaires (58%), les personnes qui ne se déclarent pas satisfaites de leurs fesses (60%), ainsi que les personnes déclarant regarder leurs fesses une à plusieurs fois par jour (91%).
- 64% des Français déclarent être attachés en particulier à un ou plusieurs pantalons de leur dressing. **Les femmes sont tout particulièrement attachées à ce type de vêtement,** puisque 73% d'entre elles ont déclaré posséder au moins un pantalon « fétiche » ; 55% indiquant même en en posséder plusieurs.
- Le choix d'un pantalon peut donc revêtir un réel enjeu aux yeux des personnes interrogées. **De façon générale, les Français font plus confiance à leur conjoint(e) (41%), à un membre de la famille (12%) ou à un ami (17%) pour choisir ce vêtement.** Seuls 5% déclarent faire confiance aux vendeurs dans les magasins et 25% déclarent ne faire confiance à personne pour effectuer ce choix. **Les femmes sont encore moins en attente de conseils puisque 31% d'entre elles déclarent ne faire confiance à personne pour les conseillers dans leurs choix d'achats de pantalons,** tandis que les hommes expriment une confiance majoritaire envers leur conjoint(e) (58%).
- Selon les femmes, leurs atouts de séduction les plus importants après leur visage (96% déclarent que c'est un atout de séduction important) et leurs yeux (92%), sont leur poitrine (90%), leurs fesses (85%) et leurs

jambes (83%). **Pourtant, du point de vue des hommes, les fesses des femmes sont un atout de séduction légèrement plus important que leur poitrine (84% contre 80%).**

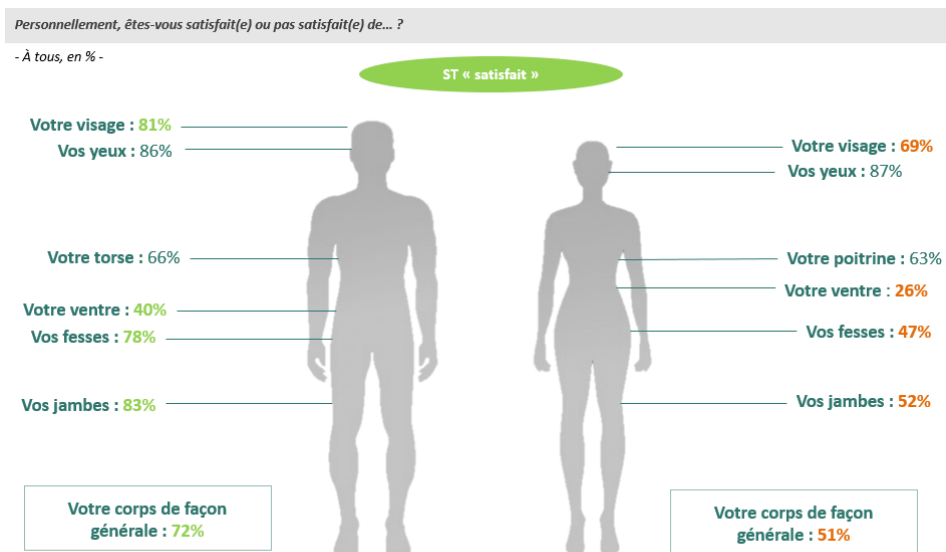
- **Les hommes n'ont pas conscience que leurs fesses peuvent être un atout de séduction.** En effet, les femmes affirment accorder une importance particulière au torse (83% considèrent que c'est un atout de séduction masculin important) et aux fesses (81% des femmes, alors que seuls 68% des hommes pensent que cette partie de leur corps est un atout de séduction important).

Dans le détail :

1- Les Français, et tout particulièrement les Françaises, se montrent peu satisfaits de leur corps

Si, de façon générale, les Français semblent plutôt satisfaits de leur visage ou de leurs yeux, ils se montrent plutôt insatisfaits des autres parties de leurs corps. En effet, 75% des Français se déclarent satisfaits de leur visage (81% chez les hommes, 69% chez les femmes) et 87 % de leurs yeux (86% pour les hommes et 87% pour les femmes).

En revanche, la distinction entre les hommes et les femmes est plus marquée lorsque l'on interroge les Français sur le reste de leur corps ; les femmes se montrant beaucoup plus insatisfaites que les hommes. **Près d'une femme sur deux (49%) indiquent ne pas être satisfaites de son corps de façon générale, contre seulement 27% des hommes.** Le ventre reste néanmoins identifié par les deux sexes comme une potentielle source de complexes.



Près d'une femme sur deux déclare ne pas être satisfaite de leur corps de façon générale.

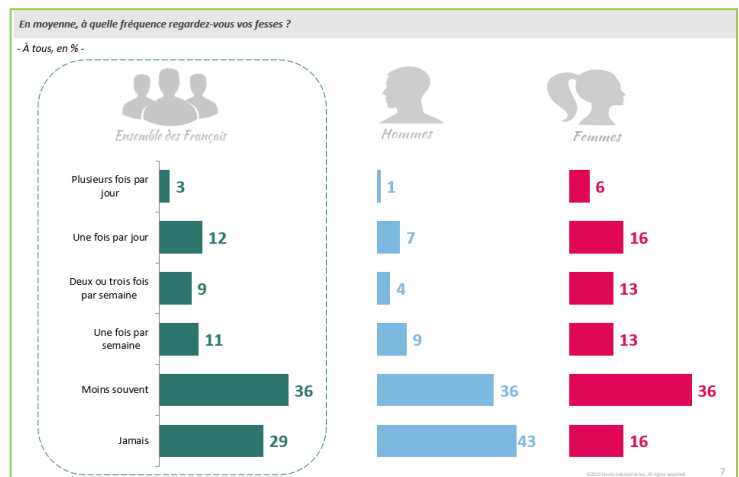
La plus grosse source d'insatisfaction pour les femmes se situe au niveau du ventre et des fesses. En effet, seules 26% des femmes déclarent être satisfaites de leur ventre. Dans une moindre mesure, ce complexe est également partagé par les hommes puisque seuls 40% d'entre eux se déclarent satisfaits de cette partie de leurs corps.

Les fesses sont également une partie de leur corps qui ne satisfait pas pleinement les femmes : 47% se déclarent satisfaites de leurs fesses, 37% n'en sont plutôt pas satisfaites et 16% pas du tout satisfaites. De même, seules 52% des femmes déclarent être satisfaites de leurs jambes. La poitrine n'est en revanche pas la partie du corps qui dérange le plus les femmes, puisque 63% d'entre elles déclarent être satisfaites de leurs seins.

2- Les Françaises et leurs fesses : une attention particulière portée à leur apparence dans un nouveau pantalon

Les femmes déclarent regarder leurs fesses plus souvent que les hommes et portent une attention particulière à l'apparence de leurs fesses dans un pantalon avant de l'acheter.

Véritable différence de comportement ou effet de sous-déclaration de la part des hommes ? En tout cas, ces derniers affirment moins que les femmes regarder leurs fesses. Si 7% des hommes déclarent les regarder quotidiennement et 9% une fois par semaine, 36% déclarent les regarder moins souvent et 43% ne jamais jeter un œil à leur postérieur.

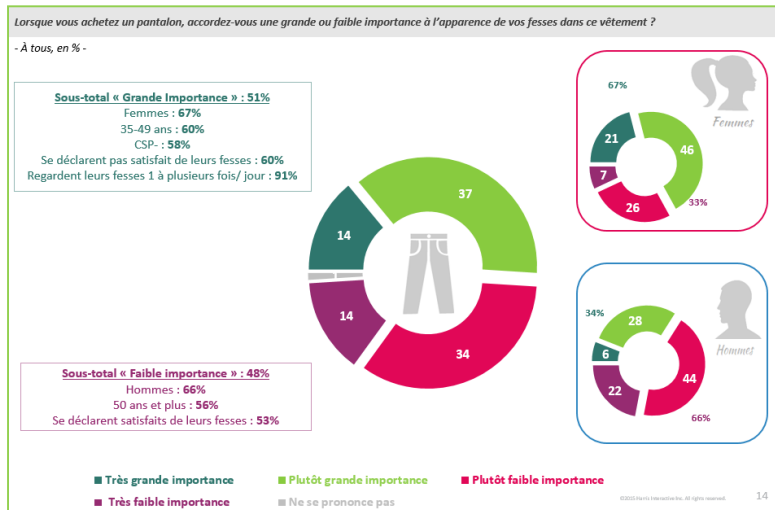


Les femmes sont plus nombreuses à déclarer observer leurs fesses, néanmoins ce n'est pas un geste automatique et quotidien puisque 22% déclarent les regarder au moins une fois par jour, 26% de une à trois fois par semaine, 36% moins

souvent et 16% ne jamais le faire. **Au moment de l'achat d'un pantalon, près de 7 femmes sur 10 (67%) déclarent néanmoins attacher une grande importance à l'apparence de leurs fesses dans ce vêtement ; 21% y accorderaient même une « très grande importance ».**

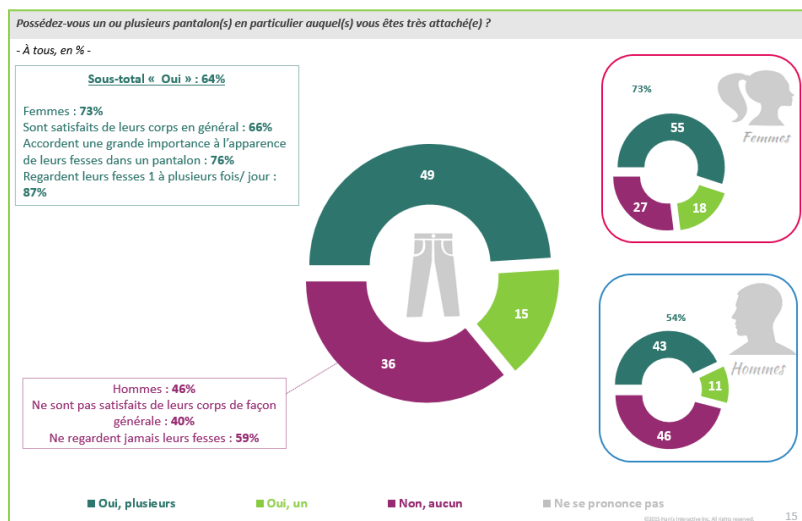
48% des Français déclarent que l'apparence de leurs fesses dans un pantalon avant de l'acheter n'a qu'une faible importance. Parmi eux, on retrouve principalement les hommes (66%), les plus de 50 ans (56%) et les personnes se déclarant satisfaites de leurs fesses (53%).

Le pantalon est donc est un vêtement qui peut susciter un attachement particulier chez les femmes, dans la mesure où son choix dépend étroitement de l'aspect qu'il donne à une partie du corps suscitant une relative insatisfaction.



Près de 64% des femmes déclarent avoir un ou plusieurs pantalon(s) « fétiche »

64% des Français déclarent être attachés en particulier à un ou plusieurs pantalons de leur dressing. Les femmes sont plus enclines à déclarer leur attachement à ce vêtement, puisque 73% d'entre elles affirment posséder au moins un pantalon que l'on pourrait qualifier de « fétiche », c'est-à-dire auquel elles se déclarent « très attachées » ; 55% en possèdent même plusieurs. Les personnes les plus attachées à leurs pantalons sont



notamment celles qui accordent une grande importance à l'apparence de leurs fesses dans un pantalon (76%) et celles qui regardent leurs fesses quotidiennement (87%). Le lien entre l'importance accordée à ses fesses et les pantalons est donc étroit, ceux regardant le plus leurs fesses et attachés à l'apparence de ces dernières dans un pantalon déclarant plus avoir des pantalons fétiches tandis que les

personnes ne regardant jamais leurs fesses déclarent davantage ne pas avoir de pantalon fétiche dans leur dressing (59% contre 36% en moyenne).

Le choix d'un pantalon peut donc revêtir un réel enjeu aux yeux des personnes interrogées. **De façon générale, les Français font plus confiance à leur conjoint(e) (41%), à un membre de la famille (12%) ou à un ami (17%) pour choisir ce vêtement.** Seuls 5% déclarent faire confiance aux vendeurs dans les magasins et 25% déclarent ne faire confiance à personne pour effectuer ce choix.

Les femmes sont encore moins en attente de conseils puisque 31% d'entre elles déclarent ne faire confiance à personne pour les conseiller dans leurs choix d'achats de pantalons. 26% font confiance à leur conjoint(e) 19% à une amie et 4% à un vendeur. Les hommes s'en remettent quant à eux principalement à leur conjoint(e), puisque 58% déclarent leur faire confiance pour les aider à effectuer leurs achats de pantalons.

3- Les atouts de séductions féminins et masculins identifiés par les Français

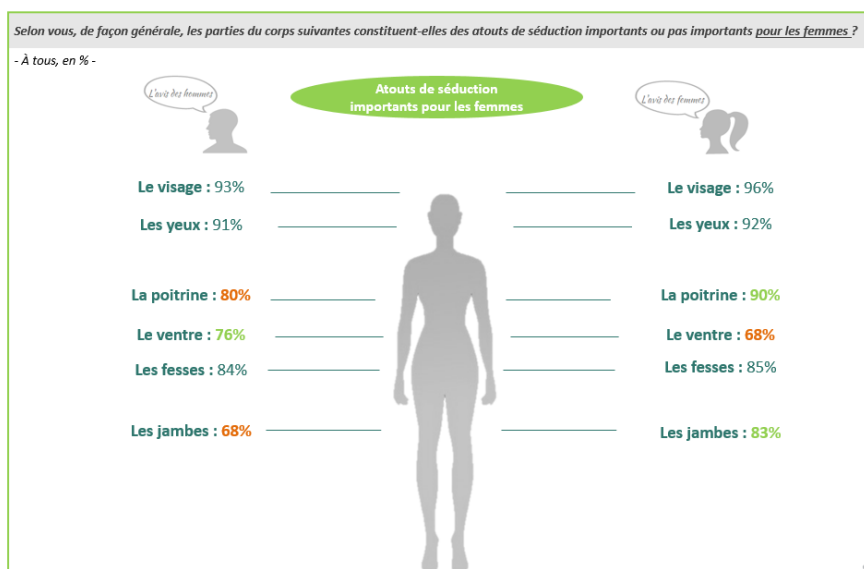
Selon les hommes, les fesses sont un atout de séduction féminin plus important que la poitrine ou les jambes

De façon générale, et nous le retrouverons également dans l'identification des atouts masculins, le visage et les yeux sont identifiés par l'ensemble des Français comme des atouts de séduction importants. Néanmoins, des différences de perception s'observent entre les hommes et les femmes concernant tout d'abord les atouts de séduction féminins.

Selon les femmes, l'atout de séduction le plus important après leur visage (96%) et leurs yeux (92%), sont leur poitrine (90%), leurs fesses (85%) et leurs jambes (83%).

Pourtant, **du point de vue des hommes, les fesses des femmes sont un atout de séduction plus important que la poitrine (84% contre 80%).** Les jambes ne sont pas véritablement identifiées par les hommes comme un très grand atout de séduction (seulement 63% important), alors que les femmes déclarent pour 83% d'entre elles qu'il s'agit d'un élément important.

En revanche, les femmes semblent sous-estimer l'atout de séduction de leur ventre, 68% déclarent que c'est une arme de séduction alors



Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP (société mère de Toluna) permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harrisinteractive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts :

Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - 39 rue Crozatier - 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 – jdlevy@harrisinteractive.fr