



Dernières infos LSA : un tee-shirt connecté, une poupée qui craint les coups de soleil et le shopping occupation des Français pendant les ponts de mai

publié le 03/06/2015 - mis à jour le 04/06/2015

Descriptif :

Sur le site LSA, commerce et consommation, les informations de début juin

Gémo continue sur sa lancée du vêtement connecté [↗](#)

Gémo s'apprête à lancer, au mois de juillet 2015, une gamme de tee-shirts connectés, animés en réalité augmentée.

Gémo, après le manteau connecté, doté d'un GPS intégré, continue son exploration des possibilités offertes par les nouvelles technologies. Appliqué au textile, cela donnera, à compter du mois de juillet 2015, une gamme de deux tee-shirts connectés – un modèle pour homme et un autre pour femme – dont les graphismes s'animeront en réalité augmentée, grâce à l'application Gémo 3D, à télécharger sur Appstore et Android, gratuitement.

Cinq autres tee-shirts en septembre 2015

« L'application permet de donner vie aux graphismes des tee-shirts, précise Julien Hervé, responsable Innovation chez Gémo. Ils s'animent instantanément en 3D à travers l'écran d'un smartphone ou d'une tablette. »

Vendus 14,99 euros dans le réseau des quelque 500 boutiques Gémo et sur le site de vente en ligne de l'enseigne, ces deux tee-shirts seront rejoints, dès le mois de septembre 2015, par cinq autres références.



Une application à télécharger en juillet pour connecter son tee-shirt

Nivea lance une poupée qui craint les coups de soleil [↗](#)

Au Brésil, Nivea a conçu avec l'agence FCB Brasil une poupée qui réagit à l'exposition aux UV pour sensibiliser les enfants aux dangers du soleil.

Au Brésil, Nivea se lance dans le jouet... du moins le temps d'une campagne médiatique. La marque de cosmétiques a imaginé avec l'agence FCB Brasil une poupée qui réagit à l'exposition aux UV. La Nivea Doll devient rouge sous l'effet des rayons du soleil, simulant ainsi un coup de soleil. L'objectif est de sensibiliser les enfants aux dangers liés à l'exposition solaire. La poupée a été distribuée sur les plages brésiliennes dans un coffret comprenant aussi une crème solaire Nivea Sun Kids. Les enfants pouvaient ainsi constater l'effet protecteur de la crème en l'appliquant sur la poupée. Ils semblent ensuite plus réceptifs pour s'enduire de crème à leur tour.



La poupée qui craint les coups de soleil et éduque les enfants

Ponts de mai : le shopping dans le Top 10 des activités des Français [↗](#)

Si les ponts de mai 2015 ont été l'occasion de passer du temps en famille ou entre amis pour de nombreux Français, le shopping arrive en 10e position des activités citées lors d'un sondage Toluna pour LSA*.

Qu'ont fait les Français pendant les (nombreux) jours fériés et ponts du mois de mai 2015 ? C'est la question qu'a posée Toluna dans le cadre d'un sondage pour le magazine LSA. Si le temps dédié à la famille, au couple et aux amis a été privilégié par une majorité des personnes interrogées (55,2% des citations), nombreux sont également ceux qui en ont profité pour faire du rangement (35,1%) et jardiner (31,2%). En 10ème position, le shopping fait son entrée avec 16,6% des réponses.

Dans le détail, les différences d'activités selon les personnes interrogées sont importantes : le nettoyage de printemps arrive en 3e position des activités pendant les ponts, mais il concerne 41,7% des femmes contre seulement 28,2% des hommes. Certaines activités restent encore plus fréquentes par genre. Ainsi, 30% des hommes ont profité des ponts pour bricoler (contre 21,4% des femmes) et 24,3% pour faire du sport (15% pour les femmes). A l'inverse, 29,1% des femmes ont utilisé leur temps disponible pour cuisiner (contre 21,6% des hommes). De même, les personnes de moins de 35 ans ont utilisé davantage leur temps libre en mai pour voir leurs proches (59,6%) et sortir (27,9%). Les plus de 55 ans sont plus tournés vers les activités domestiques (jardinage, bricolage, cuisine).

Enseignes brico-jardin pour les hommes, magasins mode et beauté pour les femmes

Certains distributeurs spécialisés bénéficient davantage de l'afflux de clientèle, comme les enseignes de jardinage, de textile et de bricolage. "Avec un mois de mai 2015 comportant de nombreux week-ends prolongés, le jardinage et le bricolage ont bénéficié d'un afflux de visiteurs plus important que d'habitude, analyse Philippe Guilbert, directeur général de Toluna. Mais les enseignes de mode ont aussi attiré grâce à leurs collections printemps-été, au rangement de printemps qui permet de faire de la place dans les placards et à une météo généralement favorable. Cela a également été l'occasion de trouver des idées de cadeaux pour les fêtes des Mères et des Pères".

Les achats pendant les ponts de mai sont également très différents par profil de consommateurs : les enseignes de jardinage et bricolage sont plus visitées par les hommes, de même que celles de sport, de produits culturels et d'électroménager/high-tech. Les femmes et les jeunes vont plus fréquemment dans les enseignes de mode et beauté pendant ces ponts (comme d'ailleurs le reste de l'année). Les consommateurs plus âgés se rendent davantage en jardinerie-bricolage afin de s'équiper.

Le Top 10 des activités des Français lors des jours fériés de mai

Question 1 : "Avez-vous profité des jours fériés de mai pour...?"

Question 2 : "Êtes-vous allé dans ces magasins pendant les ponts de mai ?"



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.