



# Narcissique, le selfie ?

Pour plus de 7 Français sur 10, la prise de selfie a avant tout pour but d'immortaliser un bon moment passé avec ses proches.

Afin d'analyser la nature de la relation des français avec leur pratique du selfie, CEWE, leader européen de l'impression photo, a réalisé un sondage en partenariat avec l'IFOP qui vient casser certaines idées reçues. En effet, loin d'être un ressort dédié uniquement au buzz ou à un narcissisme exacerbé, l'étude démontre que plus de **7 français sur 10 prennent des selfies avant tout pour immortaliser un bon moment entre proches...** mais sont **66 % à penser qu'il est aussi le signe d'une survalorisation de l'ego**. Paradoxe ? Décryptage.

## Une pratique répandue, urbaine, jeune et plutôt féminine



**60 % des français déclarent avoir déjà pris des selfies.** Un chiffre important qui permet de parler depuis plusieurs années déjà d'une tendance sociétale de fond qui a largement pris son essor grâce à la démocratisation des appareils photo HD sur les smartphones.

Parmi ces 60 %, **la majorité est féminine à 64 %** et c'est sans surprise **chez les moins de 35 ans** que l'on retrouve l'écrasante majorité des « preneurs » de selfies : **86 %** ! Preuve, s'il en fallait une, que le phénomène touche prioritairement les (très) jeunes, ils sont 45 % chez les 18-24 ans à déclarer en prendre une fois par semaine ou plus. A l'inverse, ceux qui n'en ont jamais pris (40 % des français), sont sur-représentés par les 65 ans et plus (56 %).

La répartition géographique met en avant une pratique du selfie plus marquée pour les franciliens à 67 %, même si la province n'est pas en reste puisque 58 % des interviewés en régions déclarent prendre des selfies.

## Le selfie prend tout son sens lorsqu'il est partagé

Outre une pratique aujourd'hui largement répandue, **71% des français prennent des selfies avant tout pour immortaliser un bon moment entre proches.** Il est intéressant de noter que sur le total des citations (deux réponses simultanées étaient possibles), **ce chiffre atteint 92 % !**

Par ailleurs, **18 % répondent prendre des selfies en premier lieu pour partager ou annoncer un moment de vie important**, total qui monte à 81 % si l'on prend en compte le total des citations. Une écrasante majorité pour qui selfie rime donc avec **bons moments, convivialité et bonheur partagé.**

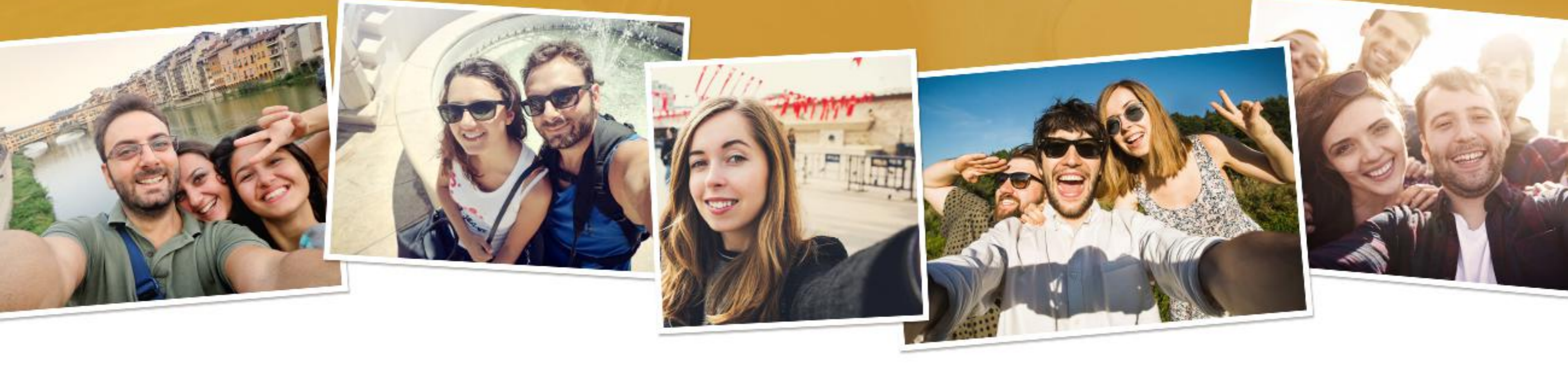
Contrairement aux idées reçues, les français ne sont que **8% à déclarer prendre des selfies avant tout pour mettre en avant sa propre image**, quand seulement **3 % déclarent que l'objectif principal est de faire le buzz sur leurs réseaux sociaux.**



## Malgré une pratique répandue, une image spontanée plutôt négative

**68% des Français ont une image spontanée du selfie plutôt négative** : il est soit perçu comme une « tendance générationnelle qui s'essouffera avec le temps » (35%), soit il est « le signe d'une survalorisation de son égo » (33%), quand seulement 10 % le voient comme une nouvelle forme d'expression artistique. **Etonnamment, les jeunes n'épargnent pas la tendance** : les moins de 35 ans sont 62 % à répondre spontanément par une image plutôt négative.

Si les français prêtent donc des intentions positives à leur pratique personnelle du selfie, l'invoquant notamment comme un outil de partage d'un bon moment entre proches, il n'en demeure pas moins que leur représentation mentale du phénomène « selfie » apparaît nettement plus négative, invoquant narcissisme et phénomène passager qui ne perdurera pas. Le « french paradox ».



En résumé, la relation entre les Français et le selfie :

**60%** des Français prennent des selfies

**66%**

pensent que le selfie est un signe de survalorisation de son égo

(total des citations)

**68%**

des Français en ont une vision spontanée plutôt négative

**92%**

l'utilisent pour immortaliser un bon moment entre proches

(total des citations)

**81%**

l'utilisent pour annoncer un événement important

(total des citations)

**22%**

l'utilisent pour valoriser leur image

(total des citations)

**5%**

pour faire le buzz sur les réseaux sociaux

(total des citations)

### Méthodologie

Le sondage IFOP commandité par **CEWE** a été réalisé par questionnaire auto-administré en ligne les 24 et 25 mai 2018 auprès d'un échantillon de **1009 personnes représentatives de la population mondiale âgée de 18 ans et plus.** La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

### À propos de **cewe**

Le groupe CEWE créé en 1961, compte aujourd'hui 3300 salariés dans 24 pays et 12 laboratoires. En 2005, le groupe a lancé sa propre marque, Mon LIVRE PHOTO CEWE, qui est devenue rapidement leader sur le marché du livre photo, avec plus de 6 millions d'exemplaires vendus par an. La force de l'entreprise repose autant sur la qualité de ses produits, que sur les différents services proposés comme la formation en ligne, ou un service client disponible 7jours/7. En constante recherche d'innovation, le groupe CEWE permet aujourd'hui de créer et d'imprimer jusqu'à 50 modèles de livres photo et plus de 500 produits photo à personnaliser. **CEWE remporte le TIPA World Award 2018** dans la catégorie « Meilleur service d'impression photo ». Distinction incontournable sur le marché de la photo, les TIPA World Awards récompensent les meilleurs produits photo ou image, qui ont fait preuve d'innovations technologiques durant l'année.

Contacts presse : Agence MilleSoixanteQuatre

Louise Caetano : l.caetano@millesoixantequatre.com / 01 85 73 08 42

Julie Leplus : j.leplus@millesoixantequatre.com / 01 85 76 12 10