

Service de presse  
IBM France  
17, avenue de l'Europe  
92270  
Bois Colombes

## Dans son analyse des médias sociaux, IBM prédit la baisse de la hauteur des talons

*Les femmes portent habituellement des talons hauts en période de crise, peut être pas cette fois ci.*

**Paris, le 18 novembre 2011** - L'analyse informatique d'IBM sur des milliards de conversations se déroulant sur les médias sociaux prédit un renversement de la tendance de la mode des chaussures féminines, avec une hauteur de talon - très importante aujourd'hui- qui tend à se réduire.

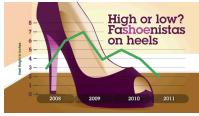
*« Habituellement, en période de crise économique, la hauteur des talons augmente et reste élevée - les consommateurs se tournent vers une mode plus flamboyante et recherchent ainsi fantaisie et évasion, »* déclare **Trevor Davis, expert en développement de produits chez IBM Global Business Services.** *« Cette fois c'est différent, peut être qu'une morosité économique à long terme pousse les consommateurs à atténuer le côté ostentatoire des objets du quotidien. »*

Un regard sur les cents dernières années des tendances de la mode en matière de chaussures révèle que les hauteurs de talon ont grimpées en flèche au cours des principales récessions économiques de l'histoire des Etats-Unis. Les chaussures style garçon à talons plats des années 20 ont été remplacées par des chaussures à talons hauts et semelles compensées pendant la Grande Dépression. C'est dans les années 70, lors de la crise pétrolière, que réapparaissent les semelles compensées, contrastant avec la mode des sandales à talons plats de la fin des années 60.

De même, les talons épais de la période « grunge » des années 90 ont fait place aux talons aiguilles inspirés de la série « Sex and the City » apparus au tournant de ce siècle après l'effondrement de la bulle internet.

*« Parallèlement à la tendance générale, poursuit Trevor Davis, une analyse des médias sociaux portant sur les quatre dernières années a montré que les discussions sur l'augmentation de la hauteur du talon ont culminé vers la fin 2009 pour ensuite diminuer. Par exemple, entre 2008 et 2009, les discussions des blogueurs ont constamment tourné autour de hauteurs de talons de cinq à huit centimètres. En revanche, mi 2011, les blogueurs ont écrit sur le retour du talon bobine et du talon plat idéal vu par Jimmy Choo et Louboutin. Cela ne veut pas dire que les talons très hauts ne sont plus d'actualité, mais avec le ralentissement économique qui se prolonge, ils sont plutôt considérés comme un accessoire glamour et non comme un accessoire pour travailler ou faire du shopping, »* déclare **Trevor Davis.**

Bien que les talons soient encore très hauts - une visite dans n'importe quel magasin le confirmera- les analyses d'IBM mettent en évidence un changement de tendance. Ces données pourraient être utilisées par les fabricants et les détaillants pour connaître à l'avance les nouveaux modèles à fabriquer et à commercialiser lors des prochaines saisons.



IBM a déterminé la hauteur médiane de talon à partir des discussions en ligne de personnes identifiées comme experts sur le sujet. La hauteur médiane évoquée dans les discussions fut à son plus haut en 2009 avec 18 cm pour redescendre à 5 cm cette année.

*La solution de social analytics d'IBM permet d'analyser les discussions sur les réseaux sociaux*

Le projet IBM souligne les capacités prédictives de l'analyse des médias sociaux en tant que source de prévisions fiables qui peuvent contribuer à élaborer des stratégies d'entreprise et obtenir des résultats.

En effet, selon une étude mondiale d'IBM, les directeurs marketing reconnaissent le besoin de se pencher sur les médias sociaux - mais seule une minorité prend en compte les informations issues des blogs ou des réseaux sociaux dans leurs décisions stratégiques.

Voici comment l'analyse fut menée.

En premier lieu, IBM a utilisé une solution analytique pour rechercher les milliards de commentaires sur les médias sociaux et identifier les conversations individuelles sur les chaussures.

Cette première catégorie contenait des dizaines de milliers de commentaires. Ensuite, la solution a permis de réduire la liste aux seuls commentaires des influenceurs clés dans le domaine des chaussures - blogueurs par exemple. La solution s'appuie sur des algorithmes spéciaux qui évaluent la popularité des influenceurs en se concentrant sur ceux dont les blogs sont les plus relayés sur d'autres médias sociaux en ligne. Ces blogueurs ne sont pas des experts au sens

traditionnel du terme – ils ne travaillent pas dans l'industrie de la chaussure par exemple, mais sont néanmoins passionnés de chaussures et sont très écoutés.

En dernier lieu, la solution analyse le contenu des sites de réseaux sociaux à la recherche des discussions sur la hauteur des chaussures.

## **IBM SOCIAL MEDIA ANALYSIS POINTS TO LOWER HEELS, BUCKING ECONOMIC TREND**

***Usually women's heels stay high during a downturn; perhaps not this time***

ARMONK, NY, 17 November 2011 – An IBM computer-based analysis of billions of social media posts predicts an intriguing change on the horizon in women's shoe fashions, with heel heights – currently in nosebleed territory – poised to decline. The IBM project highlights the predictive capabilities of social media analysis as a source of valuable insight that can help drive business strategies and results.

Indeed, according to a recent IBM study, Chief Marketing Officers around the world recognize the need to embrace social media in their business – but only a small minority of them actually factor information from blogs and other forms of social media into their strategic decisions.

"Usually, in an economic downturn, heels go up and stay up – as consumers turn to more flamboyant fashions as a means of fantasy and escape," said Dr. Trevor Davis, a consumer products expert with IBM Global Business Services. "This time, something different is happening -- perhaps a mood of long term austerity is evolving among consumers sparking a desire to reduce ostentation in everyday settings."

A look back at the last 100 years of shoe fashion trends reveals that heel heights soared during the most prominent recessions in U.S. history. Low-heeled flapper shoes in the 1920s were replaced with high-heel pumps and platforms during the Great Depression. Platforms were again revived during the 1970s oil crisis, reversing the preference for low-heeled sandals in the late 1960s. And the low, thick heels of the 1990s "grunge" period gave way to "Sex and the City"-inspired stilettos following the dot-com bust at the turn of the century.

In a potential deviation from the long-term trend, Davis continued, an analysis of the last four years of social media showed that discussions of increasing heel height peaked towards the end of 2009, and declined after that. For example, key trend-watching bloggers between 2008 and 2009 wrote consistently about heels from five to eight inches, but by mid 2011 they were writing about the return of the kitten heel and the perfect flat from Jimmy Choo and Louboutin. This is not to say that the sky-high heels have gone, rather that, as the economic downturn has wore on, they are discussed as glamwear and not for the office or shopping trip, Davis said.

While heels on women's shoes are still high – as a visit to any shoe store will confirm

-- the IBM analysis points to a change in trend. This data could be used by shoe manufacturers and retailers looking for insight into the kind of shoes to, respectively, manufacture and sell in the coming season.

IBM determined the median heel height discussed online by those identified as important shoe mavens in the social media universe. The median height discussed peaked at seven inches in 2009 and declined to two inches this year.

Here's how the analysis was conducted: first, IBM used special analytics software to search billions of social media posts to identify individuals discussing shoes. This initial category contained tens of thousands of posts. Next, the software narrowed the list down to those who are key online influencers in the area of footwear – bloggers, for example. The software relied on special algorithms that rated the popularity of these influencers by zeroing in on the ones who sit in the center of large social networks – that is, writers of blogs that many other blogs link to and which in turn link to many blogs. These bloggers aren't traditional "experts" – they don't work in the footwear industry, for example. But they are passionate footwear enthusiasts with large followings.

Finally, the software analyzed the content of the social media sites, looking specifically for discussions of shoe height.

Social media analytics in the enterprise The IBM project illustrates how sophisticated analysis of social media could be used by manufacturers in planning future products, by retailers in choosing which products to stock, and by marketers in planning advertising campaigns.

It could also help a city or government better serve its constituents. The ability to analyze social conversation in real-time can help officials see how constituents are responding to policy decisions or how outreach could be varied across different channels to get the word out about specific events. Social media analysis could also serve as an early warning system for governments around special events and unexpected occurrences.

For example, public safety officials could use this technology as part of a rapid response system for flooding, earthquakes and other natural disasters; or to identify areas of public services delivery that need improvement.

**Contacts presse :**

**IBM**

**Catherine Laforêt**

Tél. : 01 58 75 25 91

[catherine\\_laforet@fr.ibm.com](mailto:catherine_laforet@fr.ibm.com)

**Text 100 pour IBM**

**Rivély Monampassi**

Tél. : 01 56 99 71 42

[rively.monampassi@text100.fr](mailto:rively.monampassi@text100.fr)