

Communiqué de presse
Paris, le 28 juin 2011

1^{er} Observatoire WebMediaGroup/KR Media sur les Digital Mums

L'ETE DES DIGITAL MUMS : INTERNET S'INVITE EN VACANCES

Elles seront 70% de Digital Mums à rester connectées durant leurs vacances

Quelques mois après l'avoir révélée dans ses usages et comportements quotidiens, KR Media, l'une des principales agences médias françaises, et WebMediaGroup, éditeur de sites de e-commerce, lèvent le voile sur **les habitudes estivales et digitales** de la Digital Mum et présentent le 1^{er} observatoire de la Digital Mum.

Il montre d'abord que la Digital Mum reste **très connectée en cette période estivale**, tant pour organiser les vacances que pour échanger avec ses proches et amis, mais aussi pour se divertir et effectuer des achats. Elle s'accorde plusieurs « pauses digitales » durant sa journée de vacances, majoritairement le matin et le soir. **70% des Digital Mums resteront connectées à internet pendant leurs vacances.**

Internet s'impose donc comme **un outil indispensable** auprès des Digital Mums qui sont **71%** à reconnaître **son caractère incontournable**. Alliant distraction et praticité, **80%** des Digital Mums affirment qu'organiser leurs vacances avec internet est un plaisir et **82%** déclarent y dénicher des offres plus attractives que sur le off-line... Et l'on sait que le prix reste une donnée clé puisque 42% des Digital Mums dépenseront globalement moins cet été que lors des vacances de l'année dernière.

La période estivale révèle également un changement dans les usages médias des Digital Mums, une ouverture vers de nouveaux usages (lecture, recherche de divertissement...), notamment numériques. Disposant de plus de temps, **la Social Digital Mum va renforcer son lien avec internet** dans tous ses usages et même **augmenter ses habitudes digitales** : réseaux sociaux, actualité, achats, recherches pratiques, email, partage de sa vie, etc. **La Social & Shopping Digital Mum**, la plus connectée de toutes les Digital Mums, va privilégier le ludisme dans sa consommation digitale : réseaux sociaux et partage des moments de sa vie, divertissement, achats en ligne seront plus utilisés qu'en temps normal.

Enfin, l'étude **réaffirme** que **les usages digitaux (on line) et le off-line se complètent** pour notamment permettre à la Digital Mum de réaliser au mieux ses achats estivaux ou de préparer ses vacances avec un maximum de conseils avisés.

- **PAS DE BREAK ESTIVAL DANS LES ECHANGES ON LINE**

75% des Digital Mums déclarent qu'elles se connecteront pour partager leur vie sur internet - photos, bons plans, statuts - **15%** d'entre elles affirment même qu'elles vont utiliser ces modes d'échange plus souvent que d'habitude. Ainsi, **65%** des Digital Mums, grâce aux réseaux sociaux, garderont le contact avec leurs amis en ligne pendant l'été.

Les e-mails restent un outil de communication clé pendant les vacances : **85%** des Digital Mums vont continuer d'en envoyer et **11%** devraient même en envoyer plus souvent que dans l'année.

Ce que nous disent les Digital Mums :

- « se connecter le matin pour voir les mails des amis et les actualités puis se reconnecter un peu en fin d'après-midi »
- « discuter avec mes amis sur Facebook ou MSN pour leur raconter et partager des photos avec eux »
- « le soir pour lire mes emails, envoyer des commentaires et des photos de mes vacances à ma famille, prendre de leurs nouvelles »
- « rechercher des informations pratiques pour gérer mon temps en vacances ou aller sur des réseaux sociaux pour faire enrager ceux qui ne sont pas en vacances »

- **INFORMATION ET DIVERTISSEMENT, LES CONTENUS INCONTOURNABLES DE L'ETE**

L'écrit devient plus important durant l'été : Les Digital Mums lisent plus durant l'été...de presse magazine, pour **31%** d'entre elles et de livres pour **46 %**.

Mais la lecture se fait également sur internet tant pour la recherche d'informations pratiques (**85%**) que pour s'informer sur l'actualité (**80%**).

Si elle réduira un peu sa consommation TV « classique », elle appréciera le divertissement permis par le digital : TV de rattrapage, jeux...

Dans sa consommation media estivale, la Digital Mum réaffirme que le digital n'est aucunement en opposition au « non numérique », les deux univers lui sont complémentaires.

Ce que nous disent les Digital Mums:

- « regarder les programmes de rattrapage si je loupe une émission ou si je n'ai pas la TV »
- « me connecter sur internet le matin, après le petit-déjeuner, avant d'aller à la plage ou aller faire du shopping, pour lire les actualités, voir si j'ai des mails et certainement le soir pour raconter ma journée à mes amis. S'il pleut, je joue à mes jeux favoris »
- « j'aime être connectée 24h/24 pour suivre l'actualité, lire mes mails etc. Je consulte internet plusieurs fois par jour, à la recherche d'infos pratiques (horaires des musées par ex) »
- « m'aider à programmer des excursions et communiquer avec mes amis »

- **EN ETE, LA DIGITAL MUM CONTINUE DE CONJUGUER TACTIQUEMENT LES UNIVERS VIRTUELS ET REELS**

Temps fort dans la consommation, les Digital Mums déclarent préparer cette **période estivale en grande partie sur internet**. Même si elles s'informent systématiquement sur internet avant d'engager les dépenses importantes, l'acte d'achat ne sera pas nécessairement digital.

- **Pour organiser les vacances : un mix de « bouche à oreille » (réel) et de conseils en ligne (virtuel)**

Pour préparer et organiser ses vacances, la Digital Mum conjugue le meilleur des deux mondes, on line et off line : **42%** déclarent que leurs proches (famille et amis) restent une source d'informations privilégiée et **44%** pensent partir à la chasse aux bonnes idées via les moteurs de recherche.

- **Pour acheter en ligne : un recours plus important à internet**

Internet facilite le shopping pour **87%** des Digital Mums qui déclarent y effectuer leurs achats plus facilement que dans la vie réelle. **85%** y trouvent un choix plus vaste que dans les boutiques traditionnelles et **52%** s'y informent et comparent.

Mode et décoration sont des catégories de produits recherchées par les Digital Mums sur internet. **67%** d'entre elles vont acheter des vêtements et des accessoires pour les vacances et plus de la moitié d'entre elles le fera sur Internet. Pour les aménagements du foyer (décoration intérieure et extérieure), prévus cet été pour un tiers des Digital Mums, toutes se renseigneront sur internet et **20%** achèteront en ligne.

Ce que nous disent les Digital Mums :

- « aller regarder tôt le matin ce qui est proposé sur les sites de ventes privées et ensuite partir à la plage et délaisser l'ordinateur jusqu'au soir ou au lendemain matin »,
- « me détendre au petit-dej le matin, ensuite piscine, me connecter sur internet sur mon transat et surfer, acheter si je craque (on se fait plaisir en vacances), puis déjeuner, plage, repas et à nouveau surfer sur internet »

A propos de ce nouvel Observatoire sur la Digital Mum :

Bruno Kemoun et Eryck Rebbouh, Présidents de KR Media

« Notre Digital Mum, en passe de devenir la cible de référence de la communication, manifeste donc son identité comportementale aussi en vacances : elle est toujours branchée et active, conjuguant parfaitement les mondes réels & numériques »

Céline Pasquier, Directrice du Pôle Expertise & Stratégies de KR Media

« Analyser le comportement de la Digital Mum à l'occasion d'une période de rupture comme celle de l'été permet d'apprécier les relations entre mondes virtuels et réels sont fortes et que les habitudes digitales sont toujours en mouvement. Les technologies, les marques et les consommateurs avancent ensemble vers plus de complémentarité On-Off. »

Isabelle Bordry, présidente de WebMediaGroup, souligne « Internet s'inscrit dans la vie quotidienne des femmes et devient un outil indispensable qui les accompagne en fonction de leurs besoins pour optimiser leurs achats mais aussi rester en relation avec leurs proches. En cette période de vacances les notions de partage et de recommandation apparaissent de façon prépondérantes.»

Pour rappel :

Les Digital Mums (mère avec un enfant à charge qui se connecte à internet au moins une fois par semaine) sont 8,7 millions en France soit 17% de la population des 15 ans et plus, et sont considérées comme les nouvelles actrices de l'économie off et on line. 80% d'entre elles entrent aujourd'hui encore dans la catégorie des ménagères de moins de 50 ans. Les Digital Mums appartiennent à 4 catégories distinctes :

-les « Social Digital Mum » qui représentent 30 % des Digital Mums. Très connectées, elles considèrent avant tout internet comme un espace d'échange et utilisent les réseaux sociaux. Elles achètent rarement sur internet mais y consomment beaucoup de médias (TV, Presse, Radio) ;

-les « Shopping Digital Mum » qui représentent 28% des Digital Mums et qui utilisent principalement internet pour leurs achats de la vie courante ou pour effectuer des démarches administratives ;

-les « Social & Shopping Digital Mum » qui représentent 24% des Digital Mums. Elles vont sur le web aussi bien pour échanger (chats, forum, sites communautaires) que pour acheter ;

-les « Practical Digital Mum » qui représentent 18% des Digital Mums et qui ont un usage pratique du web (recherche d'informations pratiques, d'offres d'emplois, d'offres immobilières).

**Méthodologie CAWI - Terrain : du 31 mai au 7 juin 2011/ Répondants: 1007 femmes 16-65 ans Nationales Représentatives (Age, CSP et de région UDA). Connexion à Internet quotidienne pour 80% d'entre elles.*

A propos de KR Media

KR Media, créée au mois de juin 2004 et dirigée par Bruno Kemoun et Eryck Rebbouh, est aujourd'hui la 5ème agence media française (source RECMA).

A propos de WebMediaGroup

La Digital Mum, au coeur de la stratégie de **WebMediaGroup**

WebMediaGroup fédère un 5 sites e-commerce – siandso.com, badiliz.fr, maison-facile.com et tekimport.fr , amateurdedesign.com - qui répondent à de nouvelles attentes : consommer mieux, consommer différemment.

Avec plus d'1 million de visiteurs uniques par mois **WebMediaGroup** cible le consommateur responsable à la recherche d'authenticité.

WebMediaGroup a été créé en mai 2007, par des pionnières du Web, **Isabelle Bordry**, actuelle Présidente du groupe, **Orianne Garcia** et **Géraldine Le Meur**.