



LA CONQUÊTE DE L'ENGAGEMENT

2 avril 2015 – Bruno Schmutz, Ipsos Connect



DRESSER LE PORTRAIT DES JEUNES DE – DE 20 ANS

Comportements
de consommation

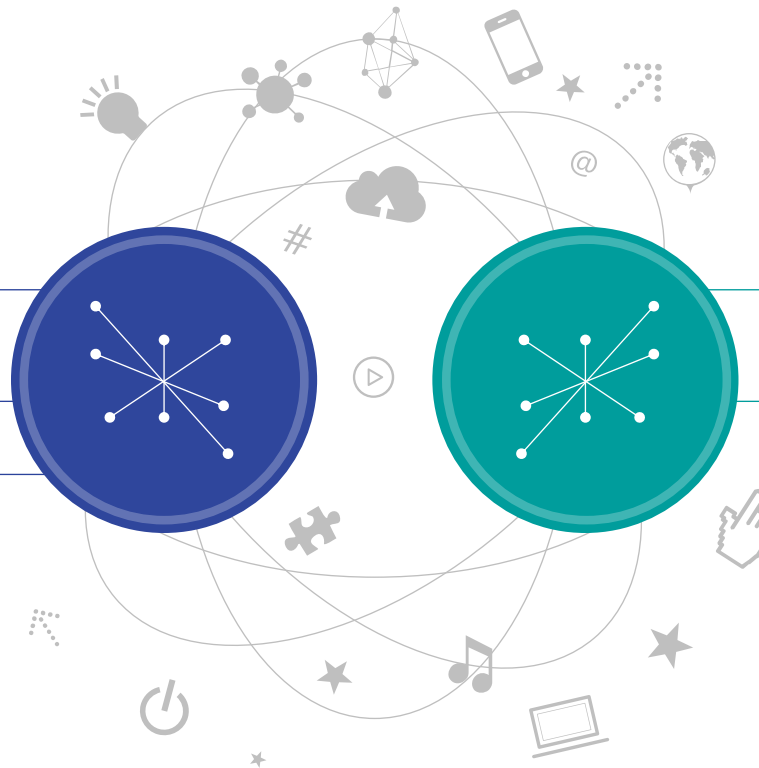
Loisirs, styles de vie

Équipement et
fréquentation des médias

SOUTENIR LES STRATÉGIES MARKETING ET PUBLICITAIRES

Segmentation
et ciblage

Médiaplanning presse
et cross-média



POPULATION ÉTUDIÉE



Enfants âgés de 1 à 19 ans
(14,9 millions)



4 000 interviews,
de juin à novembre 2014



RECUEIL EN LIGNE



1-6 ans — les parents répondent



7-12 ans — l'enfant répond, avec Ben et ses parents



13-19 ans — l'adolescent répond



Parmi les sujets suivants, quels sont ceux qui t'intéressent ?
Plusieurs réponses possibles

- La sécurité
- La religion
- La communication et les médias
- L'actualité en général
- La beauté
- Les nouvelles technologies
- La mode (vêtement, accessoires)
- Les voyages
- L'histoire
- La cuisine
- L'écologie
- Les livres
- La décoration
- La gastronomie
- La musique
- Les spectacles
- Les animaux
- Le sport
- La solidarité, l'aide aux personnes défavorisées
- L'informatique
- La santé
- L'environnement, l'écologie
- L'automobile, la moto
- La photo
- Les sciences
- Aucun

1 | UNE JEUNESSE ÉNERGIQUE



CURIOSITÉ, SOCIABILITÉ ET ÉNERGIE

Adjectifs qui **caractérisent** le mieux les enfants / adolescents



1 à 6 ans



CURIEUX



Énergiques



Sociables



7 à 12 ans



CURIEUX



Sportifs



Sociables



13 à 19 ans



SOCIABLES



Curieux



Sportifs



Quels rêves pour l'avenir ?



Un travail intéressant
Une bonne santé
Une famille heureuse

• • • 
13 à 19 ans


7 à 12 ans

Une famille heureuse
Un travail intéressant
Une bonne santé



92%

« Dans le travail,
je donne
le meilleur
de moi »

81%*

« La réussite
professionnelle,
un objectif
essentiel »

SENSIBLE À L'ÉCOLOGIE



Au moins un de ces gestes **pour l'environnement**



Éteindre la lumière



Économiser l'eau



Jeter ses déchets dans une poubelle



Trier les déchets



Quelles activités (hors médias) pratiquées ?



1 à 6 ans



JOUER
(HORS JEUX VIDÉO)



**Se balader
se promener**



**Parler,
discuter**



7 à 12 ans



**PASSER DU TEMPS
AVEC SES AMIS**



**Jouer
aux jeux vidéo**



Faire du sport



13 à 19 ans



**PASSER DU TEMPS
AVEC SES AMIS**



**Écouter
de la musique**



**Parler,
discuter**



Font du sport - motivations

72%



1 à 6 ans

91%



7 à 12 ans

81%



13 à 19 ans

1

SE FAIRE PLAISIR

2

SE DÉPENSER

3

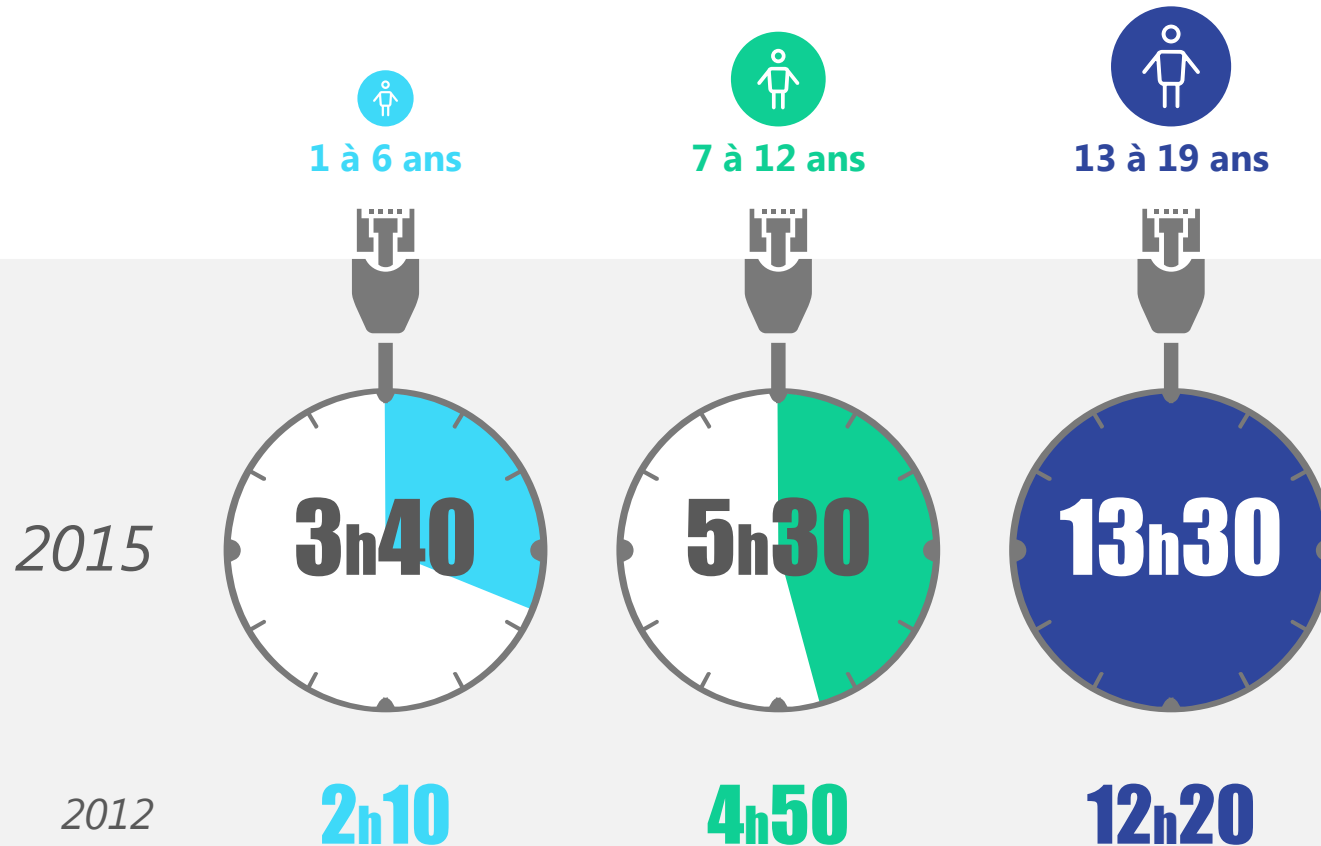
SE RETROUVER ENTRE COPAINS*

2 | UNE JEUNESSE HYPER-CONNECTÉE



DES DURÉES DE CONNEXION QUI PROGRESSENT...

Temps moyen **par semaine sur Internet**

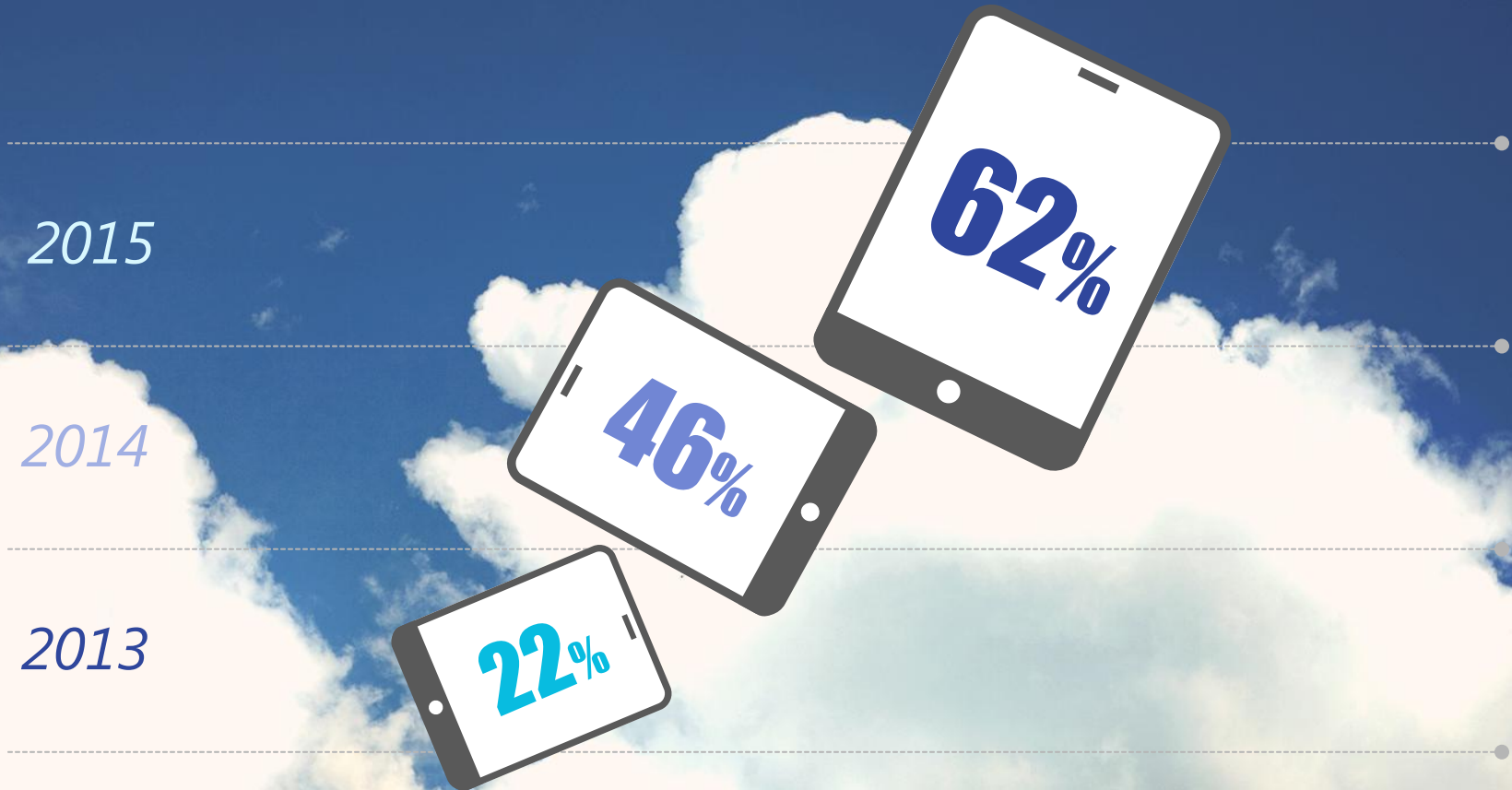




Plus de
50%
d'utilisateurs
surfont
dans leur lit

LES TABLETTES POURSUIVENT LEUR ENVOLÉE

Équipement foyer en tablettes

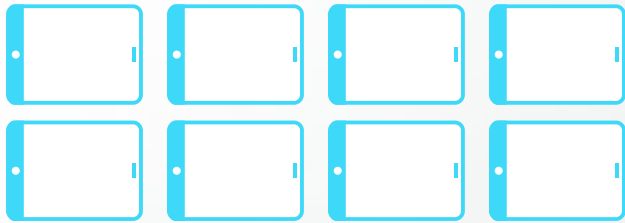


UN FORT ÉQUIPEMENT EN TABLETTES ENFANTS

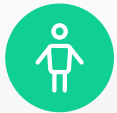
Équipement **personnel** en tablettes pour enfants | 2015



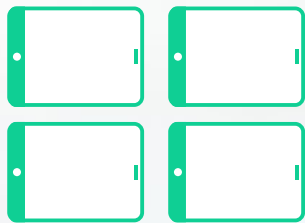
1 à 6 ans



29%



7 à 12 ans

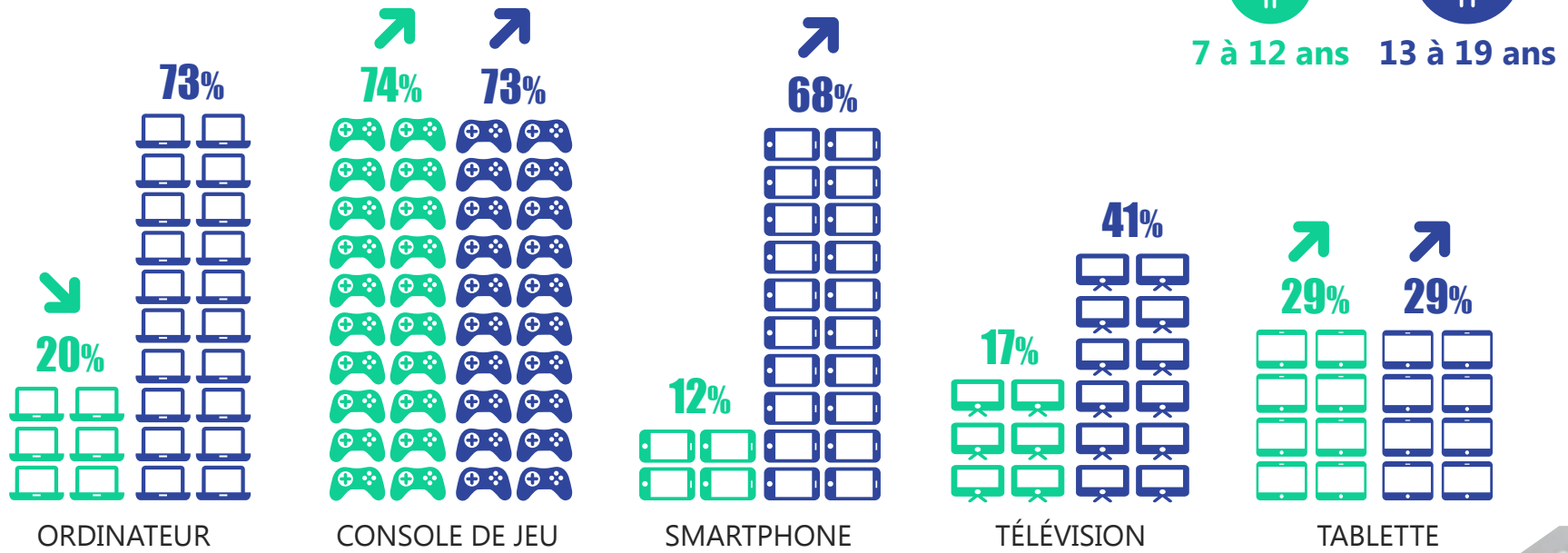


14%



DÉMULTIPLICATIONS DES ÉCRANS PERSONNELS

Équipement personnel



Quels **usages** pour quels **supports** ?

ORDI



**REGARDER
DES VIDÉOS**



**Aller sur des
réseaux sociaux**



**Chatter /
Discuter**

TABLETTE



**JOUER
À DES JEUX**



**Écouter
de la musique**



**Regarder
des vidéos**

SMARTPHONE



**ÉCOUTER
DE LA MUSIQUE**



**Jouer
à des jeux**



**Aller sur des
réseaux sociaux**



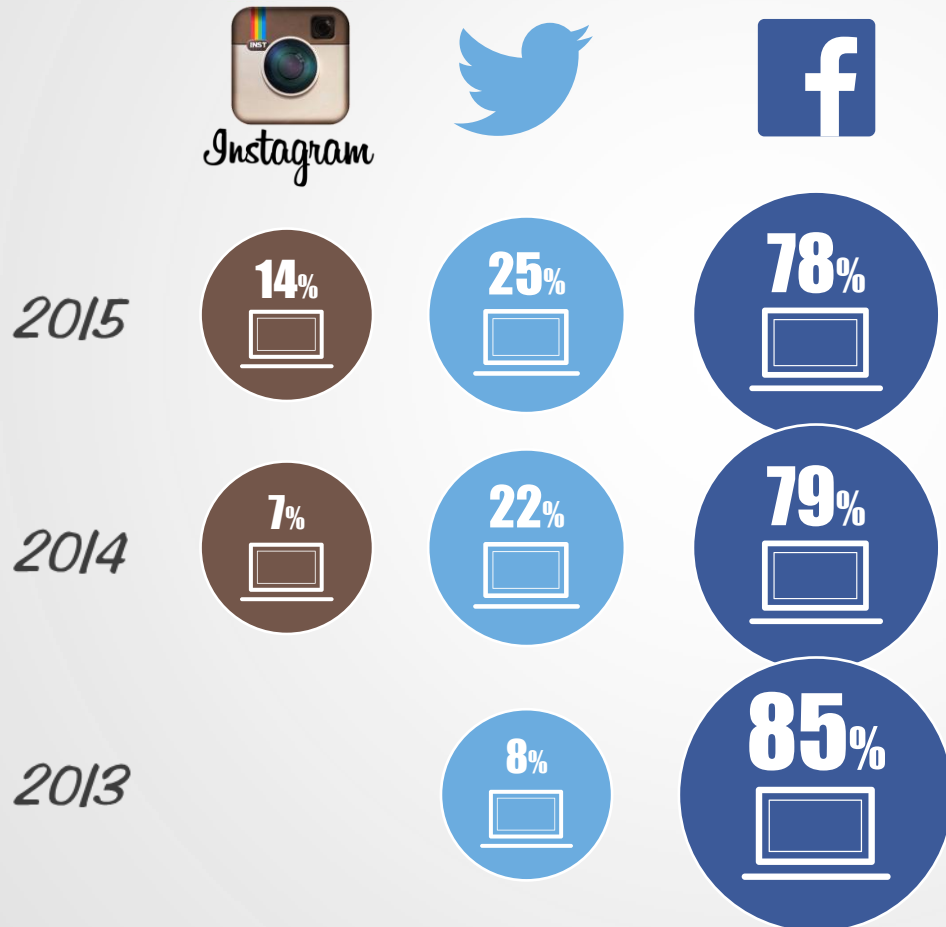
7 à 12 ans



13 à 19 ans

PROGRESSION D'INSTAGRAM

Inscriptions **réseaux sociaux** des 13 à 19 ans



13 à 19 ans

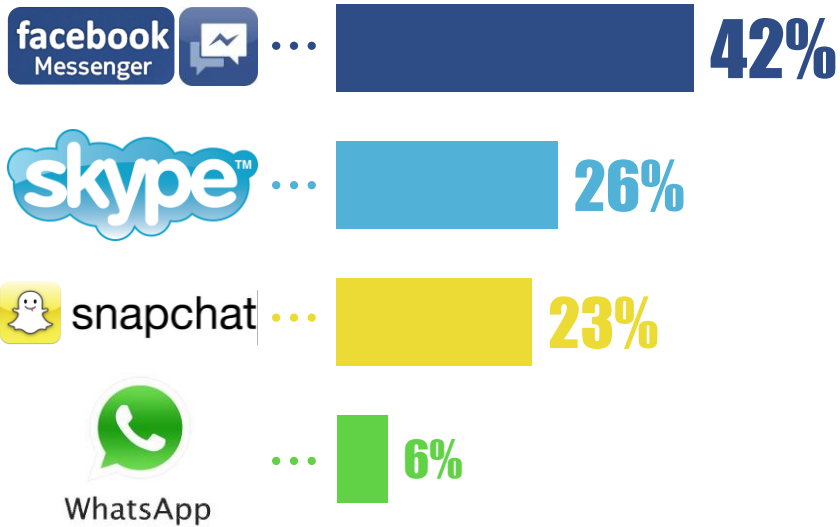


L'ESSOR DES MESSAGERIES INSTANTANÉES

Fréquence d'utilisation des **messageries instantanées**

61%
d'utilisateurs
fréquents


se
rendent
souvent sur



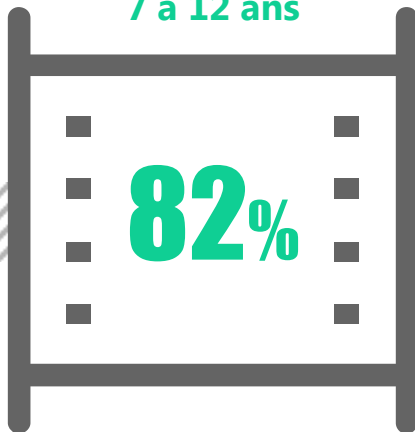
13 à 19 ans



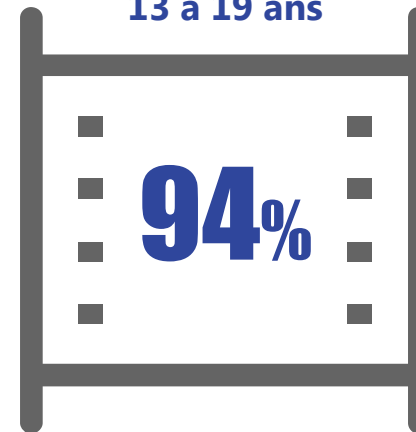
Regardent des **vidéos sur Internet**



7 à 12 ans



13 à 19 ans



TOUJOURS ADDICTS AUX JEUX

Utilisateurs de **jeux** en ligne et d'applis de jeux sur smartphone ou tablettes

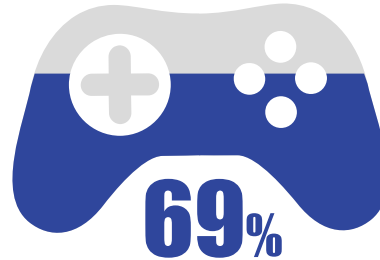
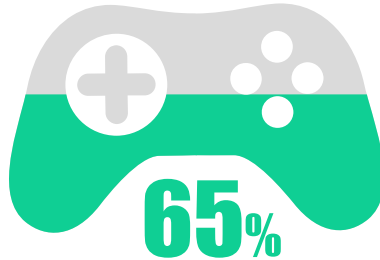


7 à 12 ans

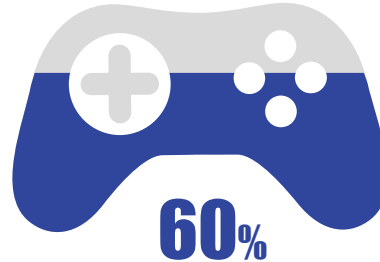
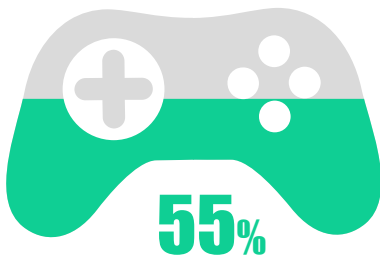


13 à 19 ans

Jeux en ligne



Applis de jeux



Top 3 des applis payantes Apple Store - 2014



3

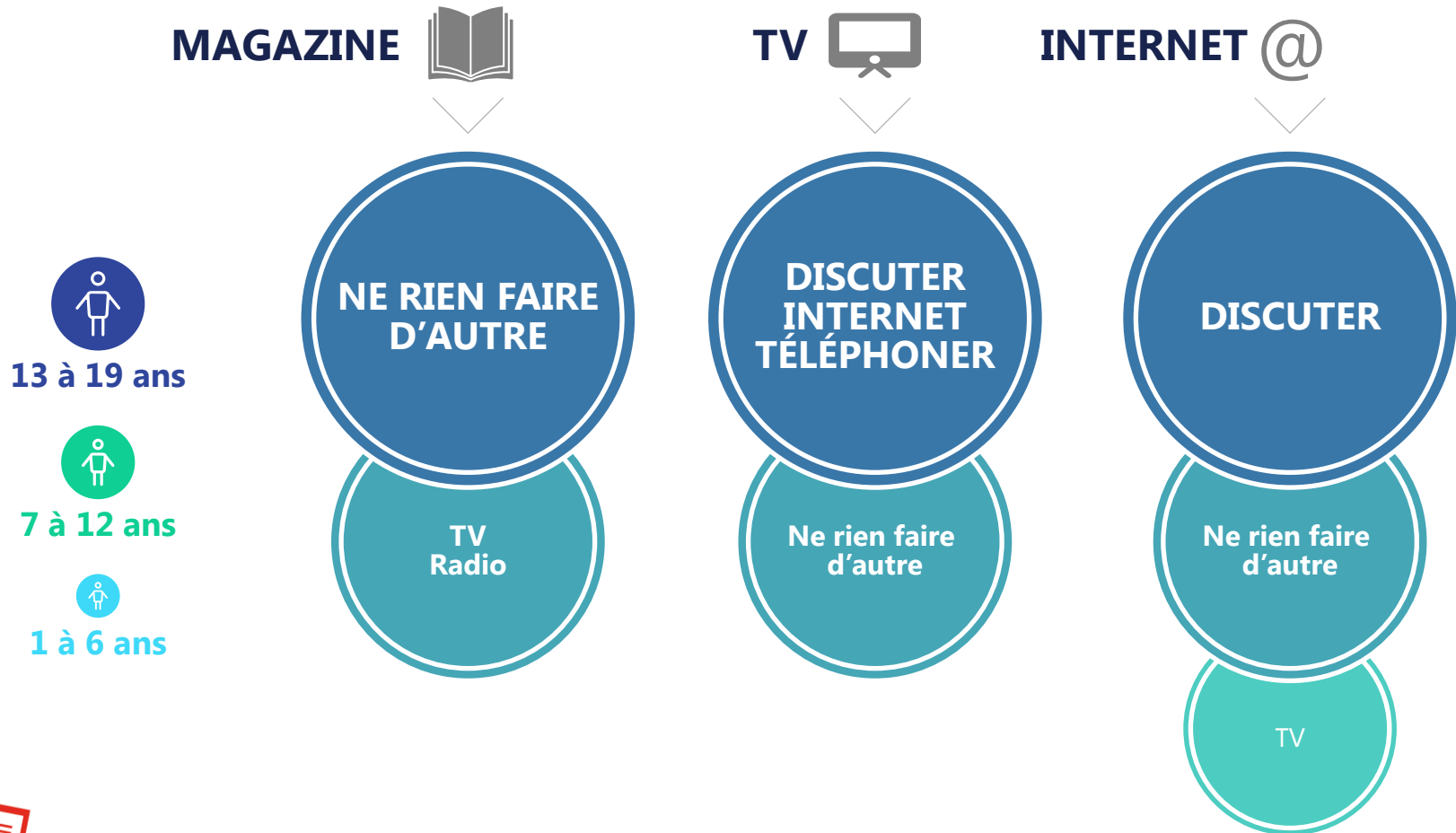
UNE JEUNESSE DÉSENGAGÉE ?



Fonctions des médias



Multitasking

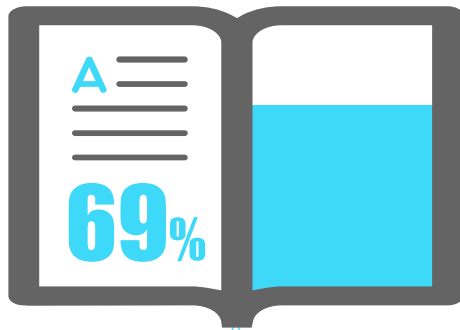


PRESSE JEUNESSE, TOUS LECTEURS

Habitudes de **lectures régulières** au moins un titre presse jeunesse



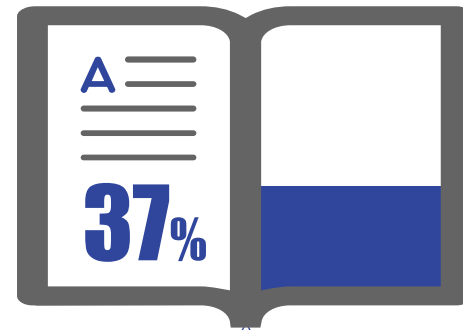
1 à 6 ans



7 à 12 ans



13 à 19 ans



PRESSE JEUNESSE, UN LIEN ÉTROIT

Abonnement et **raisons** d'abonnement
à un magazine jeunesse



1 à 6 ans

30%

**Pour lui donner
le goût
de la lecture**



7 à 12 ans

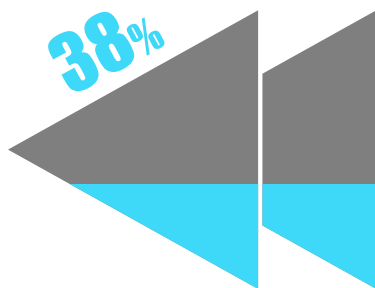
31%

**Adore le journal
Pour lire
régulièrement**

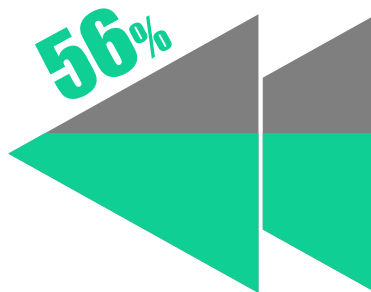
VIVE LE REPLAY !

Chaînes de **replay** regardées

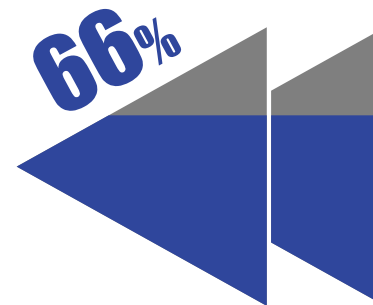

1 à 6 ans




7 à 12 ans




13 à 19 ans



Que font-ils sur Internet



13 à 19 ans



2 avril 2015

577 commentaires 2.8k Likes Statistiques Remarques

40% écrivent des commentaires sur des **articles**

Publier



2 avril 2015

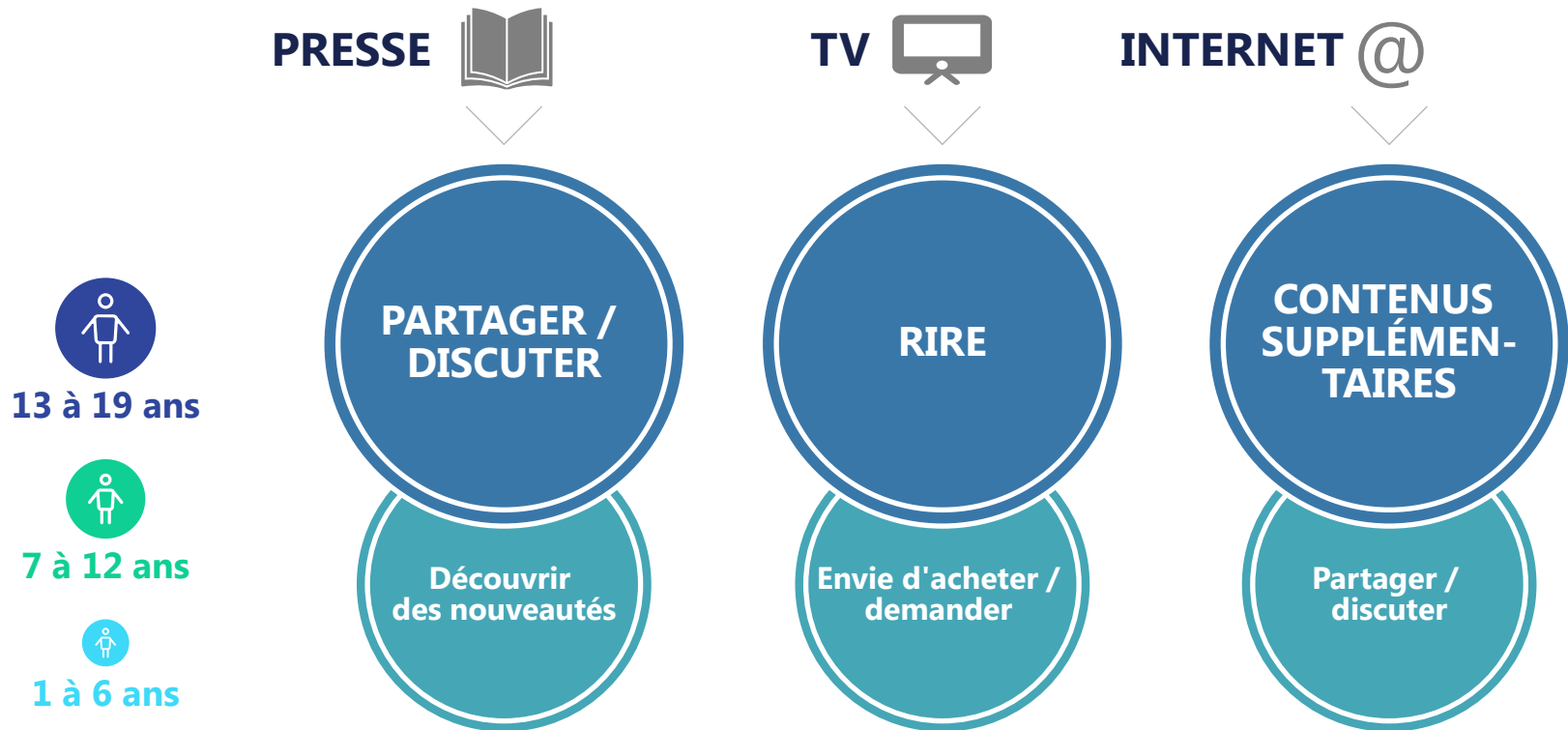
285 commentaires 4.2k Likes Statistiques Remarques

25% écrivent des avis sur des **produits ou marques**

Publier

UNE BONNE RÉCEPTION DES PUBLICITÉS

Quelles **fonctions de la publicité** selon le support





LA CONQUÊTE DE L'ENGAGEMENT

TABLE RONDE

Pascal Ruffenach

Bayard Jeunesse/Enfance – Directeur délégué

Tiphaine de Ragueneil

France 4 – Directrice Antenne et Programmes

Isabelle de Bethencourt

109 l'Agence – Directrice

Edith Rieubon

Le Journal de Mickey – Rédactrice en Chef

Rodolphe Pelosse

Melty – Directeur Général Adjoint

Anne-Marie Baufine-Ducrocq

Nintendo France – Directrice Marketing





LA CONQUÊTE DE L'ENGAGEMENT

Merci de votre attention – Bruno Schmutz, Ipsos Connect

