

Web Observatoire 4^{ème} trimestre 2013

Les femmes et les tablettes : Plus de shopping, de jeux et de médias

Les femmes sont de plus en plus nombreuses à surfer sur tablettes tactiles : 2,1 millions de plus en un an. Au total, au 4^{ème} trimestre 2013, 5,2 millions de femmes se sont connectées à Internet depuis une tablette en moyenne chaque mois. Une hausse tirée par la forte croissance de cet écran dans les foyers français avec près de 8 millions de foyers équipés aujourd'hui soit 2,8 millions de plus en un an*.

A l'occasion de la Journée de la Femme le 8 mars, Médiamétrie se penche sur les usages sur lesquels les femmes se distinguent le plus sur tablettes.

La tablette pour faire du shopping

Les femmes sont notamment fans de tablettes pour préparer un achat, acheter ou même vendre sur des sites de petites annonces ou enchères : 55% des femmes s'étant connectées à une tablette ont eu une activité liée à un achat au cours du dernier mois contre 53% en moyenne. Elles sont par exemple plus nombreuses à acheter en ligne : 19% au cours du dernier mois contre 16% en moyenne. Et elles recherchent davantage de coupons de réduction : 17% contre 13% en moyenne. Même si l'ordinateur reste majoritaire pour effectuer des achats en ligne, 1 femme sur 5 déclare acheter davantage sur tablette que sur ordinateur depuis qu'elle est équipée d'une tablette. Leurs produits de prédilection? L'habillement pour 38% des acheteuses, suivi des services, des produits culturels et de l'hygiène beauté.

Les femmes privilégient la tablette pour se divertir et communiquer

Autre activité où les femmes se distinguent sur tablettes : les jeux. 40% des femmes « tablonautes » ont joué au cours du dernier mois contre 35% en moyenne. Plus encore la tablette semble favoriser cette pratique puisqu'1 femme sur 2 joue davantage sur tablette que sur ordinateur.

Elles ont également davantage de pratiques médias sur leur tablette, en particulier écouter de la musique via une plateforme de streaming ou regarder des émissions de télévision après leur diffusion (pour près d'1/3 d'entre elles).

Les femmes sont aussi plus adeptes des réseaux sociaux sur tablette que la moyenne : plus de la moitié d'entre elles en a consulté au moins un au cours du dernier mois. Plus généralement les femmes utilisent davantage la tablette pour communiquer que ce soit via les emails ou les messageries instantanées.

Qui sont elles ?

Les femmes se connectant à Internet sur tablette sont plutôt âgées de 35 à 49 ans : 35% soit 7 points de plus que dans la population internautes globale. Ces femmes « tablonautes » sont également davantage CSP+ (près d'1/3 d'entre elles) et très parisiennes : près de 30% contre 22% au sein de la population internautes.

Si les femmes sont de plus en plus nombreuses à surfer sur une tablette, elles sont également plus nombreuses qu'il y a un an à être connectées chaque mois sur téléphone mobile et ordinateur. La consommation Internet sur tablette s'ajoute ainsi à celle des autres écrans connectés, augmentant le nombre global de femmes internautes quel que soit l'écran. 18% des femmes se connectent même chaque mois à Internet depuis ces 3 écrans contre 11% il y a un an. Une croissance essentiellement tirée par la tablette.

Web Observatoire

Lancée début 2013, l'étude Web Observatoire mesure les usages Internet au "global" sur l'ensemble des supports : ordinateurs, smartphones, tablettes et TV connectées. Cette étude est réalisée en amont des études de référence dédiées au cadrage des mesures d'audience : l'Observatoire des Usages Internet (OUI) pour le panel Médiamétrie//NetRatings et Téléphonie et Services Mobiles (TSM) pour la mesure d'audience de l'Internet Mobile.

Ce nouveau dispositif permet de suivre l'évolution d'indicateurs clés tels que les populations internautes et mobinautes. L'étude apporte aussi un éclairage sur les usages Internet par écran et tous écrans confondus. Elle comprend enfin un zoom sur les pratiques médias et communautaires et un autre sur les tablettes et les mobiles.

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2012, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 73,1M€.

Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie_TM

Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contacts Presse :

Adélie Ménager

Tél : 01 71 09 93 18

amenager@mediametrie.fr

Laure Osmanian Molinero

Tél : 01 47 58 97 55

losmanian@mediametrie.fr