



# LE BAROMÈTRE BILBOKID

## les parents et internet

- Parents d'enfants de 0 à 11 ans -



A Montpellier, le 27 mai 2020

Les parents apprécient toujours autant les achats sur internet. Très présents sur les réseaux sociaux, ils les utilisent pour communiquer avec leurs proches, se divertir, s'informer et suivre des influenceurs. C'est en partie ce que dévoilent les résultats de la nouvelle édition du Baromètre Bilbokid 2020, réalisé en partenariat avec IDM Familles, en mars dernier, auprès de 720 parents d'enfants de 0 à 11 ans.

### LES PARENTS et les achats en ligne

Acheter en ligne est une habitude bien ancrée pour une grande majorité de parents : 83 % d'entre eux effectuent des achats sur le web, un chiffre stable par rapport à 2019. Ce qui change, ce sont les équipements utilisés pour surfer sur la toile. L'usage du smartphone, utilisé par 63 % des parents pour faire leurs achats sur Internet, fait désormais jeu égal avec l'ordinateur, utilisé par 69% d'entre eux (-7 points par rapport à 2019).

« Les mères de famille sont plus que jamais une cible prioritaire pour les marques de l'enfance présentes sur Internet, puisqu'elles sont 98 % à y effectuer des achats pour leurs enfants. » précise Estelle Schomann, fondatrice de Bilbokid.

Les achats en lignes des parents couvrent à peu près tous les besoins de l'enfant, avec une prédilection pour les jeux et jouets, les

vêtements et les livres. Les produits d'hygiène et de soin, ainsi que l'alimentation, restent un peu en retrait. Les parents n'ont pas encore complètement pris le pli d'acheter ces produits à renouvellement fréquent en ligne, mais une fois le premier pas franchi, ils s'y habituent très vite : exemple, pour l'alimentation infantile, 35 % passent commande au moins une fois par mois.

Internet est perçu par les parents comme un endroit idéal pour faire de bonnes affaires. La recherche du prix le plus attractif et de promotions sont les principales raisons qui les poussent à aller sur le web. Enfin, la livraison reste toujours une étape clé du parcours client : la possibilité de choisir le lieu et le mode de livraison est importante pour 69% des parents (+7 points en un an).

### LES PARENTS et les réseaux sociaux

Les parents apprécient toujours autant les réseaux sociaux : 95% d'entre eux les consultent. Les usages des réseaux sociaux varient beaucoup entre les mères et les pères. Les mères fréquentent Facebook, Instagram et Snapchat pour rester en contact avec leurs proches. Sur Instagram, elles aiment suivre des influenceurs. Pour se divertir, elles préfèrent YouTube. Les pères suivent l'actualité sur YouTube et Snapchat, se font de nouveaux amis un peu partout (sur Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter et YouTube), et travaillent leur branding personnel

sur Facebook, Instagram et Pinterest. « Il est aussi important de noter que TikTok fait son apparition cette année parmi les réseaux sociaux utilisés par les parents, et particulièrement chez les jeunes parents. Ils sont 17% chez les moins de 30 ans à s'y intéresser ! » relève Myriam Le Danvic, Directrice Département Etudes et Insights chez IDM Families.

Près d'un parent sur deux suit les comptes sociaux des marques de l'enfance, avec une nette préférence pour Facebook (67% d'entre eux) ; cela étant particulièrement vrai chez les primipares.

Les parents ont des attentes fortes de la part des marques et souhaitent être traités comme il se doit : en VIP. Réductions en tout genre, jeux-concours et conseils personnalisés sont toujours très appréciés. Ils aiment aussi suivre l'actualité de la marque !

## L'IMPACT DES COMMUNAUTES *sur les actes d'achat*

### Les avis consommateurs

La quasi-totalité des parents consultent les avis consommateurs avant d'acheter en ligne pour leurs enfants (93%). Les avis jouent même un rôle primordial dans leur décision d'achat, d'ailleurs 97% ont déjà revu leur achat suite à la lecture d'un avis. Soucieux de faire le bon choix, ils aiment confronter plusieurs sources d'informations, sur 3,5 différents types de sites en moyenne, et sur les réseaux sociaux, avant de se décider !

Les avis doivent avant tout les aider à trouver un produit de qualité et bien adapté à leurs besoins. Les informations les réassurant sur la conformité du produit par rapport à la description qui en est faite (81%), ou des commentaires basés sur l'expérience utilisateur sont aussi très appréciés. Le point de vue du pair, le parent qui leur ressemble, ou celui du spécialiste, le professionnel de l'enfance, a une grande valeur à leurs yeux.

« Les influenceurs et les communautés parentales impactent plus que jamais les parents dans leurs actes d'achat en ligne pour leurs enfants et à toutes les étapes de considération d'un produit. Le marketing d'influence devient un levier à conversion directe », conclut Estelle Schomann.

### Les influenceurs parentaux

Les parents sont de plus en plus nombreux à suivre des influenceurs, les pères en particulier (+10 points en un an). Les parents achètent volontiers les produits conseillés par les influenceurs (85%) : jeux et jouets (66%), vêtements (37%), produits d'hygiène et de soin (33%), mobilier et objets de décoration (27%), et alimentation infantile (20%). Les pères sont une cible à ne pas négliger : ils sont plus enclins à acheter les produits qu'on leur recommande.

Les parents qui achètent suite à des publications influenceurs recherchent avant tout un aperçu réaliste et authentique du produit (75%) ! Près d'un parent sur deux a tout simplement craqué pour un produit à force de le voir !



BILBOKID

Contact Presse : [contact@bilbokid.com](mailto:contact@bilbokid.com) - 01 86 86 31 86

### A propos de Bilbokid

Bilbokid est une agence de communication digitale spécialiste de l'univers de l'enfance et de la famille, de la grossesse aux 12 ans de l'enfant.. Avec sa plateforme propriétaire dédiée à l'influence parentale, l'agence a su rapidement se faire une place sur le marché du marketing d'influence avec déjà plus de 150 campagnes réalisées en France pour le compte de marques et groupes reconnus sur le secteur tels que Maped, Stabilo, Panini, Hachette, Kickers, Vtech, Bayard, Marineland, Orchestra ...