

Les 50 ans et plus  
achètent-ils des  
livres sur Internet ?

Streaming ou téléchargement,  
direct ou différé ?

Apprentis ou Experts ?

**Etre MAMAN et internaute ?**

Les yaourts, c'est sur Internet  
ou en GMS ?

Globe-trotter et websurfeur ?

L'image, critère déterminant dans le choix de sa banque ?

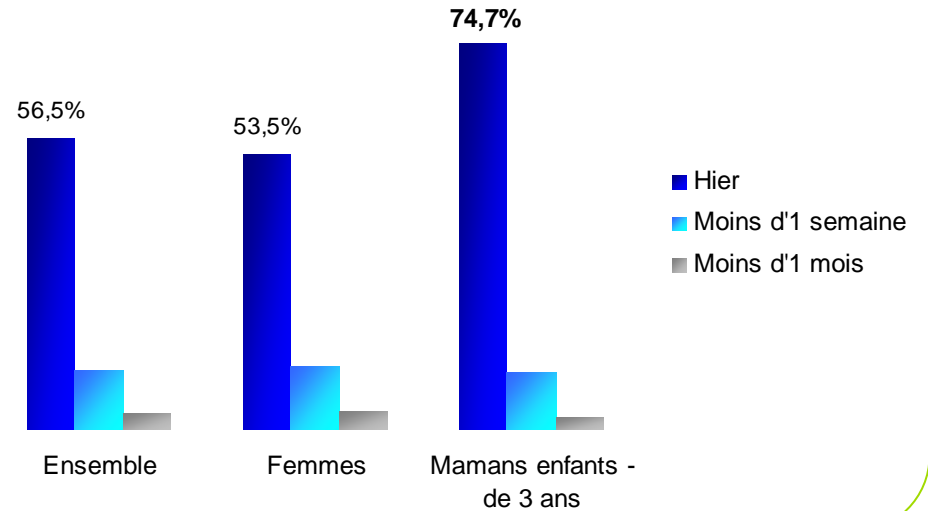
# SIMM / Etre MAMAN et internaute ?

**95%** des jeunes mamans sont **INTERNAUTES**

**85%** se connectent au - 1 fois/semaine

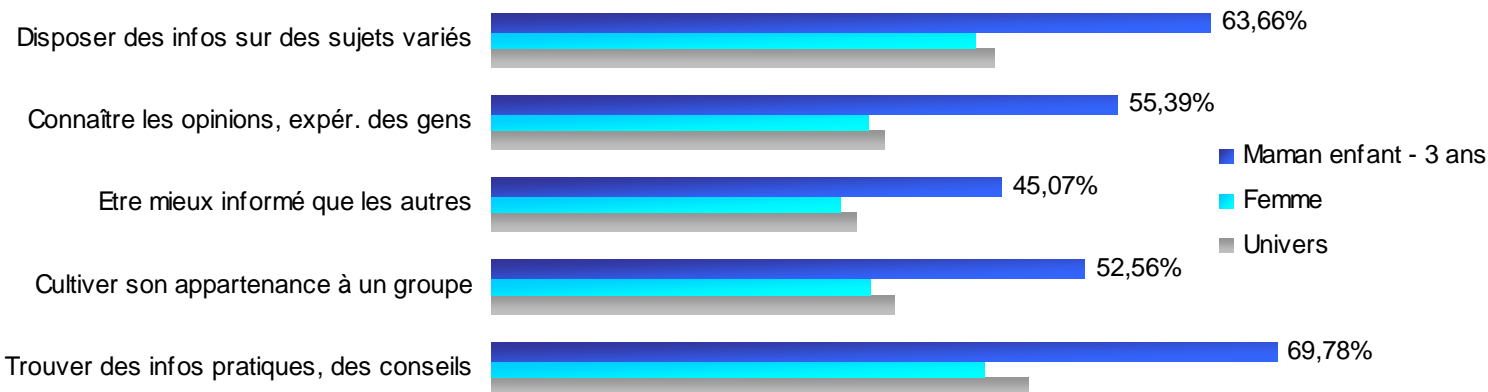
**81%** se connectent tous les jours ou presque

Date de la dernière connexion



Source: TNS – SIMM 2009. Cible : Mamans enfants <3 ans. Internaute 12 derniers mois

Fonction du média Internet chez mamans d'enfants de - de 3 ans



Source: TNS – SIMM 2009. Cible : Mamans enfants <3 ans

Les jeunes mamans veulent surtout **S'INFORMER** et **PARTAGER** à leur rythme grâce à Internet.

**Décrypter** les **comportements** de l'individu,

en **quantifiant sa consommation**

au travers de ses

**habitudes de connexion Internet**



Pour en savoir plus, contactez Lagardère Publicité

## Définition

- SIMM, enquête réalisée par TNS Media Intelligence, est **l'étude media-marché de référence sur la population des 15 ans et plus.**
- Elle recueille de façon détaillée les **fréquentations media, les habitudes de consommation et les attitudes, opinions et modes de vie des Français.**

## Méthodologie

- SIMM est une **enquête annuelle auto-administrée**, le terrain se déroulant d'avril à juin auprès d'un échantillon de **10 000 personnes.**

## Résultats à disposition

- SIMM permet d'**évaluer la consommation des Français** (*Distribution, Automobile, Voyages, Banque...*) **selon leurs expositions media et, inversement, de valoriser les cibles media à l'aide d'indicateurs de consommation.**

## Planning des sorties

- 1 vague par an

