

# Kidiwiz

## Le Baromètre



En partenariat avec  
l'Institut des mamans



## Les jeunes parents et les influenceurs

Parents d'enfants de 0 à 35 mois

*90% des jeunes parents ont déjà acheté suite à une publication d'influenceurs.*

Kidiwiz s'est intéressé de plus près aux relations entre les jeunes parents d'enfants âgés de 0 à 35 mois et les influenceurs parentaux. Une enquête réalisée en partenariat avec l'Institut des Mamans\* met en évidence le rôle de plus en plus important des influenceurs dans le parcours d'achat des jeunes parents : 30% d'entre eux suivent un blogueur ou un influenceur parental et 90% de ces parents ont déjà acheté un produit sur leur conseil.

### Qui influence la cible parentale ?

Même si les parents se tournent toujours vers leur entourage (conjoint, proche ou d'autres parents) lorsqu'ils cherchent conseil pour un achat de puériculture, ils éprouvent le besoin de multiplier les sources d'information avant d'effectuer un achat pour leur bébé. **Pour les mamans, l'avis le plus important reste quand même celui d'autres mamans, tandis que les papas ne prennent pas de risque et se tournent en priorité vers... leur conjointe.**

- 55% des jeunes parents cherchent des conseils auprès d'autres parents,
- 55% auprès de professionnels de santé,
- 54% en consultant des avis client sur internet,
- 40% des mamans trouvent conseil auprès du pharmacien,
- 37% auprès des vendeurs en magasin,
- 69% des papas suivent les conseils de leur conjointe,
- 68% ceux d'un proche.

### Les influenceurs et blogueurs parentaux, dénicheurs de produits

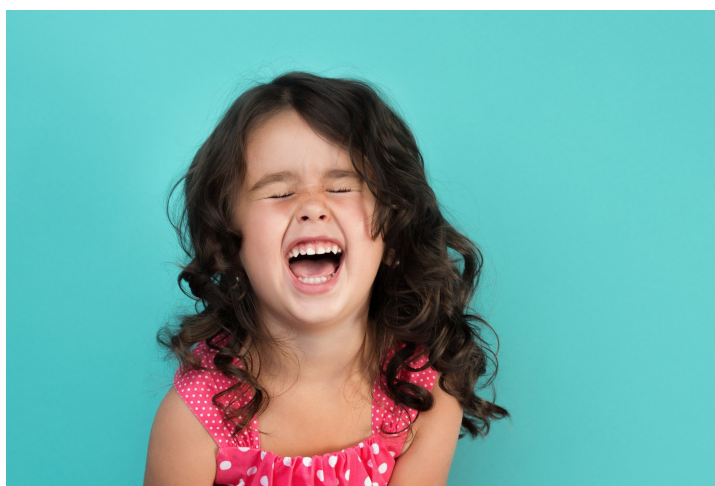
#### Les parents apprécient les tests, sous différentes formes

Les influenceurs sont perçus par les jeunes parents comme de véritables testeurs et dénicheurs de produits. Les parents apprécient, en priorité, les contenus qui permettent

d'évaluer les produits : les tests et comparatifs. « Les contenus visuels, stories et vlogs plaisent aussi beaucoup, parce qu'il s'agit d'une mise en situation du produit, créant une vraie connivence avec l'influenceur et leur permettant de se projeter facilement dans une situation analogue » précise Estelle Schomann, Fondatrice de l'agence Kidiwiz.

- les tests produit : pour 84% des mamans et 76% des papas,
- les comparatifs produit : 71% et 67%,
- les stories et les vlogs : 67% et 54%,
- les concours : 61% et 47%,
- les contenus avec codes promo : 53% et 61%,
- les hauls et unboxing : 43% et 35%.

## Les influenceurs ont un impact direct sur les achats des jeunes parents



Le recours aux influenceurs et blogueurs parentaux est devenu un nouveau réflexe, intégré au parcours d'achat de nombreux parents. La quasi-totalité des parents qui suivent un influenceur ont acheté un produit recommandé dans une de leurs publications (90%) et sur un large éventail de produits :

- jeux et jouets : 50% des parents,
- produits d'hygiène et de soin : 45%,
- petite puériculture : 39%,
- vêtements bébés et enfants : 31%,
- grosse puériculture : 31%,
- alimentation infantile : 25%,
- mobilier et déco de chambre d'enfant : 23%.

## Les influenceurs parentaux Kidiwiz' Family : qui sont-ils ?

Les influenceurs Kidiwiz Family appartiennent à la génération Millenials : leur âge moyen est de 32 ans et ont plutôt des petites familles, composées d'un ou deux enfants (80%). La presque totalité d'entre eux anime un blog (96%) et ils sont aussi actifs sur les réseaux sociaux (bien sûr). En tête de leurs préférences viennent Facebook (29%) et Instagram (38%). Ils ont des centres d'intérêt variés, leurs thématiques préférées sont axées sur leur vie de parents (16%) et celle de leur bébé (11%), un hobby (11%), les activités manuelles (12%), l'écologie (11%) ou encore le style de vie (13%), etc. Si vous souhaitez en savoir un plus sur nos influenceurs et dénicheurs de tendance, nous vous recommandons vivement de découvrir les univers de ces parents actifs et passionnés sur Kidiwiz Family !

Contact Presse

Aline Fouquet - [presse@kidiwiz.com](mailto:presse@kidiwiz.com) - 06.99.51.91.99

*Juillet 2018. Etude quantitative online, réalisée en partenariat avec l'Institut des Mamans sur un échantillon représentatif de 600 parents d'enfants de 0-35 mois sur la France entière.*

**A propos de Kidiwiz**



Fondée par Estelle Schomann, Kidiwiz est une agence digitale spécialisée dans l'univers de la petite enfance et plus largement de la cible Parents-Enfants-Famille toutes générations. A la fois portail d'informations à destination des professionnels du secteur par le site Kidiwiz.com et régie médias dédiée à l'influence parentale par la plateforme Kidiwiz'Family, Kidiwiz a pour mission

d'accompagner les marques et les agences qui les représentent, déterminées à communiquer de manière efficace sur Internet, quels que soient leur taille et leurs enjeux.