

Internet : Les femmes connectées s'amusent moins et dorment moins

Internet

Posté par : JulieM

Publié le : 18/7/2012 13:00:00

Les femmes qui se connectent régulièrement à Internet sont hyperactives et gardent moins de temps que les autres femmes pour les loisirs, le repos et le sommeil. La traditionnelle cible des « mères » a-t-elle un comportement différent dès lors qu'elle se connecte assiduellement à Internet ?

C'est ce qu'a voulu savoir Mediametrie en isolant dans son enquête de comportement « Media in Life », la « mère numérique », définie comme une femme de moins de 50 ans, responsable des achats du foyer, et qui se connecte au moins une fois par semaine à Internet.



mediametrie

D'après Media in Life, ces « femmes connectées » se rendent sur Internet tous les jours pour la grande partie d'entre elles : plus de 78% contre 65 % pour la « mère classique » et 56 % pour l'ensemble de la population.

Des femmes plus actives que la moyenne

Pour elles, connexion et hyperactivité semblent aller de pair.

En effet, plus que d'autres, les femmes connectées sont en contact avec des activités professionnelles ou de formation (13,1 contacts par jour contre 11 pour l'ensemble de la population et 9,5 pour l'ensemble des femmes). Elles se consacrent à peine moins des activités domestiques que les autres femmes - 9,3 contacts par jour vs 9,6 à et au temps du repas.

Une « hyperactivité » qui leur laisse moins de repos, de sommeil et de temps pour pratiquer des activités de loisirs que le reste de la population féminine.

Plus fréquemment que l'ensemble de la population, elles pratiquent des activités médias et multimédias lors de déplacements ou sur leur lieu de travail. Elles s'y consacrent aussi davantage au cours de la semaine que pendant le week-end.

Des femmes hyperconnectées



Hyperactives, ces femmes ont également moins de contacts médias et multimédias (39,5 par jour) que la moyenne des Français (42 contacts). C'est également un peu moins que l'ensemble de la population féminine (41,5) mais un peu plus que la « moyenne » de moins de 50 ans (38,4).

Pour autant, elles se connectent davantage à Internet : 7 contacts par jour, soit bien plus que l'ensemble de la population de plus de 15 ans (4,8 contacts) ou que l'ensemble des femmes (4,3).

Elles utilisent notamment Internet pour préparer ou effectuer un achat, et cela davantage que le reste de la population en général et des femmes dans leur ensemble. Le téléphone mobile et fixe ainsi que le visionnage de vidéos occupent également plus de place dans leur quotidien que dans celui des « classiques ».

La télévision garde une place privilégiée ...

Hyperactives et hyperconnectées, elles sont également moins touchées par les médias classiques (TV, radio et presse) : 25 contacts soit à peine moins que pour l'ensemble des « classiques » de moins de 50 ans (26 contacts).

Pourtant, la consommation médias de la cible des femmes connectées reste dominée par la télévision : sur 100 contacts médias et multimédias par jour, 42,4 sont dédiés au support TV. Une part également inférieure à celle rencontrée pour l'ensemble des femmes et des « classiques » (supérieure à 45%). Mais comment font-elles pour cumuler toutes ces activités ?

... souvent associée à Internet

Les femmes connectées ont plus tendance que le reste de la population à pratiquer la télévision et Internet au cours du même quart d'heure. Un phénomène particulièrement marqué à midi et le soir après 22h. Entre 22h15 et 22h30, plus de 57% des femmes connectées sont ainsi en contact avec la télévision et Internet.

Regarder la télévision en surfant avec l'ordinateur sur les genoux ou le mobile à la main ne serait donc pas une pratique réservée aux jeunes. D'après [Isabelle Repiton](#)

À