

Flash info

Paris le 30 avril

Orange Advertising dévoile les résultats de l'étude Digital Premium réalisée par Ipsos Media, qui décrypte les relations des CSP++ au digital et au luxe.

La cible Digital Premium est constituée des CSP++ accédant à internet à la fois sur ordinateur et sur smartphone/ou tablette numérique, une cible de 3,3 millions d'individus, fortement digitalisée et cœur de cible des marques haut de gamme. En lien avec l'explosion des équipements et des usages, cette cible connaît une croissance de + 25% en un an (source Etude One 2012 – population 15 ans et + , évolution vs 2011).

La phase qualitative et exploratoire a fourni des insights sur la relation des publics CSP++ à la technologie et leur perception des marques haut de gamme. Elle dégage les axes d'une typologie, qui a été construite grâce à 700 interviews de visiteurs des sites Orange Advertising : 4 grands profils Digital Premium : « les trend setters », « les trend followers », « les digital classics » et les « so chics » se caractérisent par des comportements et des attentes bien spécifiques, liés à leurs valeurs d'attachement au luxe et à la technologie.

L'étude confirme que les CSP++ accordent une véritable légitimité à la communication des marques de luxe sur les canaux digitaux. La publicité et le site de la marque sont les premiers vecteurs cités par ces consommateurs avertis pour découvrir les nouveautés des marques. Les principales motivations sont à la fois la recherche de contenus sur l'univers de la marque et d'inspiration sur les tendances, mais également le catalogue produits et le besoin d'acheter directement en ligne. 25% de cette cible se déclare déjà acheteuse online de marques de luxe. L'exigence vis-à-vis de la présence digitale de ces marques est très forte : le rêve, la performance, la personnalisation sont trois critères essentiels.

A propos d'Orange Advertising :

Orange Advertising est la régie de France Télécom-Orange et commercialise les espaces publicitaires des actifs digitaux du groupe ainsi que ceux d'éditeurs partenaires comme par exemple ViaMichelin, Le Guide, Tete a modeler. Ses solutions publicitaires répondent aux différents objectifs du marketing digital : opérations spéciales via tous les écrans interactifs (advergames, adinapps et plate-formes éditoriales de marque), offres clé en main (mobiweb, prime time, packs thématiques, vidéo instream, Online to Store et eCoupon to Store), solutions de ciblage (thématique, comportemental, géographique, contextuel et socio-démographique) pour les objectifs de branding, mais aussi des solutions de performance pour le ROI.

CONTACTS PRESSE

Sophie Poncin, directrice déléguée, sophie.poncin@orange.com

Agnes Laval, directrice marketing média, agnes.laval@orange.com

Fatima Rahil, responsable communication & relations publiques, fatima.rahil@orange.com

Caroline Guet, responsable études et trade- marketing, caroline.guet@orange.com