



Paris, le 30 août 2012

**Social commerce et Génération Y au féminin :
95% des jeunes actives partagent leurs achats pour le plaisir et
non pour inciter leur entourage à la consommation**

Que ce soit via leurs portables ou Facebook, plus de la moitié des jeunes actives françaises partagent leurs expériences d'achat. Toutefois, pour 95% d'entre elles, c'est bien davantage pour partager la joie procurée par cette expérience que pour pousser leur entourage à la consommation, démarche qui ne concerne que 8% d'entre elles, selon la dernière étude issue de l'Observatoire eBay-Terrafemina.

Une Génération Y avide de partage sur les réseaux sociaux mais encore réfractaire au social commerce

L'Observatoire eBay-Terrafemina a dépeint une Génération Y ('Gen Y') féminine trend-setter du e-commerce et particulièrement sensible à une communication immédiate et spontanée autour de ses achats. Aujourd'hui, 92% des jeunes actives françaises sont présentes sur les réseaux sociaux et 51% d'entre elles ont déjà « liké » une marque sur Facebook. Cependant, pour elles, les réseaux sociaux demeurent avant tout des plateformes relationnelles, des espaces de dialogue bien plus qu'un point de vente ; seulement 3% d'entre elles se déclarant prêtes à acheter directement via ce support.

Mais si la Gen Y est connue pour profiter pleinement de l'interactivité d'Internet et de ses outils de partage, elle semble tout aussi intransigeante sur certains fondamentaux tels que le nomadisme, l'instantanéité, l'authenticité et le partage. L'Observatoire eBay-Terrafemina souligne en effet que les jeunes actives françaises apprécient en priorité la facilité d'utilisation et le confort d'Internet, qui leur permettent d'acheter où elles veulent et quand elles le veulent tout en leur offrant un large choix et des bons plans. L'espace de discussion offert par les réseaux sociaux, quant à lui, laisse place à l'innovation et à la découverte.

L'hyper-mobilité : nouveau mode de consommation d'une Gen Y féminine ultra-connectée

La jeune femme 2012 est multi-expérience d'achat en ligne : elle jongle aussi bien avec la multiplicité des sites de e-commerce et des sites marchands qu'avec la diversité des supports technologiques qu'elle utilise dans sa pratique régulière de l'achat en ligne (plus d'un achat par mois en moyenne). Aujourd'hui, son critère unanime d'achat est avant tout l'hyper-mobilité.

Les jeunes actives françaises sont ainsi plus enclines à mêler les différents canaux d'achat : 72% d'entre elles achètent sur les sites de ventes privées (contre 58% de l'ensemble des femmes), alors que 54% achètent sur les sites d'achats groupés. Cette génération, incontestablement la plus au fait des nouveautés technologiques, n'hésite pas non plus à passer d'un support à un autre en un simple clic : alors que 17% d'entre elles ont adopté l'achat sur mobile (contre seulement 10% de l'ensemble des

Contacts presse eBay France :

eBay France :

Nathalie TOUZAIN - 01 78 40 41 80 – ntouzain@ebay.com

Agence APCO :

Bao-Chau NGUYEN – 01 44 94 86 72 – bcnguyen@apcoworldwide.com



femmes), 47% d'entre elles achètent directement depuis leur ordinateur professionnel (contre 18% de l'ensemble des femmes).

Des tendances de ces jeunes actives aux prochains mouvements de fond ?

Leurs pratiques gommant ainsi peu à peu la frontière entre le online et le offline, mais aussi entre la sphère professionnelle et la sphère privée. Ubiquité et instantanéité, tel est le credo de cette Gen Y au féminin. Et ces trend-setteuses semblent bel et bien avoir tracé une tendance vouée à se développer dans le domaine du e-commerce.

Pour en savoir plus :

- Twitter : #eBayTerraFemina
- Lien vers la présentation de l'étude : <http://slidesha.re/LvLE5v>

A propos d'eBay

Fondée en 1995 à San Jose, en Californie, [eBay Inc.](#) (NASDAQ : EBAY) est un leader mondial du commerce et des paiements qui relie des millions d'acheteurs et de vendeurs. Première place de marché en ligne du monde, eBay permet aux utilisateurs d'acheter et de vendre dans presque tous les pays au monde ; [PayPal](#) permet aux particuliers et aux entreprises d'envoyer et de recevoir des paiements en ligne de manière sûre, facile et rapide ; et [GSI](#) facilite le commerce électronique, la distribution multicanaux et le marketing numérique pour les multinationales. [X.Commerce](#) rassemble les technologies et communautés de développeurs d'[eBay](#), PayPal et [Magento](#), une plate-forme de commerce électronique, pour soutenir eBay dans sa mission visant à faciliter le commerce. Des millions de personnes se connectent également à nos places de marché spécialisées telles que [StubHub](#), premier site mondial pour la vente de billets en ligne, et les sites eBay Classifieds (Petites Annonces), qui opèrent dans plus de 1000 villes à travers le monde. Pour obtenir de plus amples informations sur la société et notre portefeuille de marques en ligne, veuillez visiter le site www.ebayinc.com

En France, [eBay.fr](#) est aussi le leader du e-commerce et compte 15 millions de membres inscrits. [eBay.fr](#) permet d'acheter et vendre aux formats Enchères, Prix Fixe ou Petites Annonces des objets d'occasion ou bien neufs à des vendeurs particuliers ou professionnels.

L'ensemble des communications presse d'eBay est accessible [ici](#).

Toute l'actualité d'eBay sur la page [Facebook eBay France](#) et sur le compte [Twitter](#)

Contacts presse eBay France :

eBay France :

Nathalie TOUZAIN - 01 78 40 41 80 – ntouzain@ebay.com

Agence APCO :

Bao-Chau NGUYEN – 01 44 94 86 72 – bcnguyen@apcoworldwide.com