

Paris, le 20 décembre 2012

Vos courses de Noël du Futur ?

La quête de la bonne affaire et le plaisir du partage avant même l'ouverture des cadeaux !

Le shopping des fêtes confirme une tendance de fond : celui du 'commerce connecté', où le mobile a toute sa place dans la recherche de la bonne affaire ou de l'achat qui fera plaisir. Et demain ? Et dans 10 ans ? Comment les Français imaginent-ils l'avenir de ce shopping de fête ? Plus de plaisir et de partage, avant, pendant et après le shopping, et protection du pouvoir d'achat sont au rendez-vous. Une étude eBay/OpinionWay sur le futur du commerce confirme ces tendances en chiffres et en témoignages (cliquez sur les vidéos pour en savoir plus !).

Le mobile, efficace pour partager ses coups de cœur



[Le mobile réinvente le shopping](#)

Cette année se généralise une tendance de fond : envoyer une photo à ses proches d'un produit « coup de cœur » dans un magasin. Quatre français sur dix (39%) ont généralisé cette pratique cette année. Un geste qui permet de partager ses goûts... ou bien d'aider à faire un choix.

« *La technologie, et le mobile en particulier, permet de partager très facilement et rapidement le plaisir des achats à toutes les étapes : au moment du repérage, de la sélection, du choix, de la réception... voire de la revente* », confirme François Coumau, directeur eBay Europe du Sud (France, Espagne). « *Le commerce du futur permettra de partager avec nos proches notre propre expertise de consommateur, d'acheter d'un bien inconnu en France, de personnaliser notre sélection, et de faire des bonnes affaires pour pouvoir faire plaisir dans un contexte économique difficile* ».

Grâce au commerce connecté, un choix toujours plus large de produits !

Deux tiers des Français (59%) comptent sur le commerce du futur, et sa complémentarité entre le commerce traditionnel et le commerce online, pour leur offrir les meilleurs prix, sur une sélection toujours plus large de



eBay France :

Nathalie TOUZAIN – 01 78 40 42 86 – ntouzain@ebay.com

Agence APCO :

Alix BÉDUE – 01 44 94 86 66 – abedue@apcoworldwide.com

produits. Tout paraît possible pour les achats du futur : « *Les consommateurs aujourd’hui souhaitent acheter ce qu’ils aiment : à chaque instant, partout, sans limite. Avec le mobile, ils ont pris l’habitude d’avoir une boutique dans leur poche et comptent bien en avoir tous les bénéfices en particulier pour éviter la perte de temps dans les magasins, les temps d’attente aux caisses ou pour dénicher des produits introuvables dans leur région* », explique François Coumau.

46% des Français sont notamment très enthousiastes à l’idée de pouvoir acheter un produit juste après en avoir vu la publicité. Pragmatiques et opportunistes, plus de la moitié des 18-24 ans, des femmes et des foyers modestes (à 54%) attendent de leurs courses du futur qu’elles leur apportent cette simplicité d’un achat immédiat.

Le shopping du Futur ? Plaisir et convivialité au cœur de l’expérience



[Comment ferez-vous vos achats dans 10 ans ?](#)

Plus d’un tiers des consommateurs veulent remettre du plaisir et les relations humaines au centre de ce shopping si porteur de sens. Le commerce du futur sera ludique, social et convivial : en témoigne la tendance du partage de photos d’un produit avant l’achat. « *Les Français avaient quelque peu perdu le plaisir d’acheter* », estime François Coumau ; « *l’un des défis du commerce du futur est de retrouver les petits plaisirs du shopping : ceux de la découverte, de l’échange avec le vendeur, voire de la négociation...* ».

Cette demande est particulièrement forte chez les utilisateurs les plus connectés, adeptes des smartphones ou de Twitter : près de la moitié d’entre eux citent les échanges humains comme valeur phare du commerce, notamment en cette période de fêtes.

Dès le 20 décembre, retrouvez les résultats complets de l’étude OpinionWay, les témoignages en vidéo et les attentes des Français sur le commerce du futur dans une édition spéciale sur LeFigaro.fr :

<http://www.lefigaro.fr/supplement-partenaire/le-commerce-du-futur/>



A propos de l'étude OpinionWay

Étude réalisée auprès d'un échantillon de 1022 personnes, représentatif de la population des internautes français âgés de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

Mode d'interrogation: L'échantillon a été interrogé en ligne sur système Cawi (Computer Assisted Web Interview).

Dates de terrain: les interviews ont été réalisées du 7 au 9 décembre 2012.

OpinionWay rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 2 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.

A propos de l'étude Vox Pop (témoignages vidéo)

Etude menée à partir de 25 entretiens semi-directifs en face à face filmés, réalisés à Paris et à Lille en décembre 2012, sur la base d'un guide d'entretien de 15 à 20 minutes. Les profils d'interviewés ont été diversifiés afin de mixer hommes et femmes à parité, et les cycles de vie : Étudiants / en formation; Jeunes actifs (quelques années d'expérience au plus); Actifs confirmés (30-44 ans); Seniors actifs (45- 65); Inactifs / retraités (55-70).

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](#)

eBay France :

Nathalie TOUZAIN – 01 78 40 42 86 – ntouzain@ebay.com

Agence APCO :

Alix BÉDUE – 01 44 94 86 66 – abedue@apcoworldwide.com