



Enquête européenne
Smartphone,
toutes folles
de lui ?

DOSSIER DE PRESSE

Avril 2013

ebay[™]

et la femme créa
aufeminin.com

Acteur majeur du m-commerce dans le monde à travers son application eBay Mobile téléchargée 125 millions de fois, et largement plébiscité pour sa catégorie Vêtements et Accessoires qui voit 164 articles se vendre depuis un mobile chaque minute, **eBay** dont la nouvelle devise est '*Think mobile first*' a souhaité étudier de plus près ses utilisatrices. C'est donc tout naturellement qu'est née l'association avec **aufeminin.com**, numéro 1 mondial des éditeurs de sites féminins pour interroger les femmes de sept pays d'Europe et décrypter la relation qu'elles entretiennent avec leur smartphone. Quels usages précis en font-elles ? Où, quand et comment l'utilisent-elles ? Combien de temps peuvent-elles s'en passer ? Que leur apporte-t-il au quotidien ? Comment appréhendent-elles le shopping sur mobile (m-commerce) ? Autant de questions qui ont interpellé près de 3 000 internautes qui nous ont généreusement confié les détails de leur relation (très étroite) avec leur smartphone.

LES 10 CHIFFRES CLÉS À RETENIR

- ✓ 35,1% de la population française équipée d'un smartphone et 32 millions de cyberacheteurs en France
- ✓ 37% des répondantes européennes passent commande au moins une fois par mois via leur mobile
- ✓ 20% des consommateurs achèteront via leur smartphone et 15% via leur tablette cette année
- ✓ En 2015, le m-commerce devrait représenter 119 milliards de dollars
- ✓ 125 millions de téléchargements de l'application eBay Mobile depuis sa création
- ✓ 3,3 millions d'objets mis en vente chaque semaine dans le monde via l'appli eBay Mobile
- ✓ 245 articles achetés chaque heure en France via l'appli eBay Mobile
- ✓ 164 articles de la catégorie Vêtements et Accessoires achetés chaque minute via l'appli eBay Mobile
- ✓ Près d'un tiers des internautes interrogées ont déjà utilisé l'appli eBay Mobile
- ✓ Près d'1 Française sur 2 la plébiscitent pour vendre ce dont elles n'ont plus l'usage et se racheter de nouvelles choses

Des femmes à la pointe

A l'heure où le nombre moyen d'écrans dans un foyer français est de 6,4 et où 74% des foyers français possèdent au moins une télévision, un ordinateur et un téléphone mobile, qui a dit que la high-tech était l'apanage des hommes ? **87% des répondantes européennes sont équipées d'un smartphone** (86% des Françaises). Mieux, en Espagne, 9% en possèdent même plus de deux ! "*Les Françaises sont plus connectées à la technologie mobile que la moyenne nationale, la pénétration de l'Internet en France étant de 80%*" souligne Olivier Ropars, Senior Directeur Mobile Commerce Europe chez eBay. "*Aujourd'hui, c'est 78% de la population française qui est équipée d'un téléphone mobile et 35,1% d'un smartphone - un taux qui a quasiment triplé en trois ans !*" (12,4% de la population française équipée d'un smartphone en 2010).

Six ans après le lancement du premier iPhone, le smartphone s'impose ainsi comme le nouveau standard chez les consommatrices qui, à **19% le considèrent même comme un bien de première nécessité au même titre que l'alimentation et le logement** (18% des répondantes françaises).

Arrivées plus récemment sur le marché, les tablettes restent moins répandues, puisque 64% des votantes n'en ont pas (66% des Françaises). "*Bien qu'elle soit encore moins importante que celle du smartphone, la pénétration de la tablette est phénoménale. Alors qu'en 2010 c'était 1,8% de la*

population française qui était équipée d'une tablette, c'est 16,4% aujourd'hui. Et plus les gens sont consommateurs d'Internet plus le taux de pénétration est élevé avec 26% des internautes équipés d'une tablette " précise Olivier Ropars.

Des utilisatrices exigeantes

Par ailleurs, la course à l'innovation les pousse à renouveler régulièrement leur équipement. Malgré le coût élevé, **53% des sondées changent de smartphone au minimum tous les 18 mois** (57% des Françaises). "*L'image technophile et geek, réservée plutôt aux hommes avides d'avoir une technologie de pointe entre les mains, a manifestement vécu !*" analyse le Dr Jean-Charles Nayebi, psychologue clinicien et psychothérapeute spécialiste des nouvelles technologies interrogé par la rédaction d'aufeminin.com.

Côté marques de prédilection, pas de surprise : Apple et Samsung se disputent le marché des smartphones, tandis que le géant à la pomme domine encore largement celui des tablettes.

Je t'aime, moi non plus

Cet attachement se manifeste également par une étonnante angoisse de la séparation. **Seulement 7% des votantes européennes (8% des Françaises) pourraient passer une journée sans consulter leur smartphone !** Au restaurant, dans les transports, au travail, à la plage, devant la télé : elles l'utilisent partout, tout le temps. D'ailleurs, à choisir, **près d'un tiers des internautes préféreraient perdre leurs papiers d'identité ou leurs lunettes de vue** plutôt que leur smartphone adoré.

Face à lui, seuls l'ordinateur portable, l'animal de compagnie et le doudou des enfants gardent la primauté ; 89% des sondées (91% des Françaises) préféreraient perdre leur smartphone plutôt que ces derniers. Elles l'aiment car il leur fait gagner du temps pour 69% des votantes (72% des Françaises), leur permet de rester informées pour 84% (84% des Françaises) et leur permet de rester en contact avec les personnes qui comptent pour elles à 91% (93% des Françaises).

Mais entre elles et lui, c'est compliqué

Comme dans toute relation passionnelle, leur rapport avec leur téléphone se veut ambivalent : outil chronophage pour 51% des votantes (46% des Françaises), source de stress pour un tiers des répondantes (30% des Françaises), il empêche 36% d'entre elles (23% des Françaises) de décrocher de leur travail. Un lien complexe que la majorité des sondées résument par cette comparaison : mon téléphone, c'est comme mon chat, contrainte et plaisir à la fois. "*35% des Françaises reconnaissent la dualité de leur smartphone*", précise Olivier Ropars. "*Elles veulent pouvoir s'en passer mais n'y arrivent pas*".

Une analyse que partage le Dr Nayebi : "*L'usage du smartphone se passe entre le plaisir et l'angoisse. La jouissance des commodités et le gain de temps pour effectuer des réservations et autres achats en ligne procurent une dimension de plaisir d'usage. En contrepartie l'objet devient invasif et indispensable ; la frontière entre les sphères professionnelles, intimes et sociales s'amenuise et disparaît parfois*".

Objet social ou a-social ?

Si elles reconnaissent que le smartphone leur permet de rester en contact avec leurs proches et facilite la communication à distance, force est de constater qu'il s'invite également dans toutes les relations sociales réelles. Ainsi, 97% des votantes l'utilisent au restaurant ou au café, trois quart l'ont à portée de main lors d'un dîner entre amis, la moitié au cours d'un tête à tête en amoureux. Plus encore, **47% des sondées (48% des Françaises) s'autorisent à consulter leur smartphone au volant et 17% (16% des Françaises) en faisant l'amour !**

C'est finalement leurs rendez-vous professionnels qu'elles cherchent le plus à préserver puisque 65% des sondées s'interdisent de le consulter dans ce contexte.

Le match tablette vs smartphone

Lorsque l'on compare les usages du smartphone et de la tablette, l'on se rend compte que **le premier constitue surtout un outil conversationnel** (que ce soit via le téléphone, les mails ou les réseaux sociaux), **tandis que la seconde s'apparente avant tout aux loisirs** : les femmes l'utilisent majoritairement à la maison, pour visionner des films ou des séries (58%), lire (57%) ou faire des achats en ligne (58%).

Une préférence que le confort d'un plus grand écran explique facilement. "*La tablette a un comportement plus proche du PC car elle sort rarement de la maison, et permet une activité de navigation sur Internet de divertissement et de détente optimisée*" confirme Olivier Ropars. "*Le smartphone reste un objet personnel à valeur plus intime. Les gens ont davantage le sentiment de confidentialité. On le privilégie souvent pour les achats personnels ou pour faire des cadeaux. La tablette se veut être davantage un outil de partage avec le reste du foyer*".

Et nos voisines ?

- Côté équipement, **les Anglaises sont les championnes du smartphone** : seules 5% n'en possèdent pas tandis que la moyenne globale est à 13%. Un niveau d'équipement qui implique des comportements plus matures : un tiers d'entre elles achètent plus d'une fois par semaine sur le mobile versus 11% en moyenne.
- A l'inverse, **ce sont les Polonaises les moins connectées** puisque 34% ne sont pas équipées. Et pourtant, elles sont les plus nombreuses à considérer cet appareil comme un bien de première nécessité. Conséquence d'une certaine frustration peut-être, ou manque de recul sur un objet qui contraint autant qu'il facilite la vie.
- **Les Allemandes sont parmi les moins intoxiquées** : 25% d'entre elles peuvent se passer de leur téléphone plus d'une journée, contre 12% en moyenne. **Ce sont les Belges qui remportent la palme de l'addiction** avec 72% de femmes qui admettent une certaine dépendance à leur mobile contre 53% en moyenne. Elles sont **suivies de près par les Françaises**, qui reconnaissent à 67% un certain degré d'addiction.

- Voilà un chiffre qui ravive le stéréotype de la conduite dangereuse de nos voisins transalpins : **64% des Italiennes consultent leur smartphone au volant**, contre 47% des Européennes.
- **5 minutes : c'est le temps maximum que peut passer près d'1 Espagnole sur 5 sans consulter son smartphone.** Vous avez dit accro ?

Le boom du m-commerce

Si l'achat sur Internet est définitivement entré dans les habitudes des consommateurs, **avec près de 32 millions de cyberacheteurs en France** (chiffre extrait de l'Observatoire des Usages Internet par Médiamétrie - Octobre-Novembre 2012), notre enquête promet un avenir aussi radieux pour le mobile.

37% des répondantes (29% des Françaises) passent commande au moins une fois par mois via leur smartphone ou leur tablette. Des femmes connectées et en avance sur leurs contemporains : cette année, un sondage CSA/Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) prédit que 20% des consommateurs achèteront via leur smartphone (27% chez les 18-24 ans) et 15% depuis leur tablette.

Bienvenue dans l'ère du commerce connecté

"Les frontières entre e-commerce, m-commerce (commerce sur mobile), t-commerce (commerce sur tablette) et commerce traditionnel n'existent plus. Le commerce est désormais cross-canal. Le mobile en particulier va devenir incontournable : d'ici à 2015, on estime que les Américains utiliseront davantage le mobile pour se connecter à Internet plutôt qu'un PC. Cette montée en puissance du mobile se retrouve évidemment dans le m-commerce : en 2010, le marché global du m-commerce représentait 3.4 milliards de dollars aux Etats-Unis. En 2015, seulement 5 ans après, les prévisions sont phénoménales : 119 milliards !" relève Olivier Ropars.

Quel mobile pour quel achat ?

A choisir, nos répondantes préfèrent shopper sur leur tablette plutôt que sur leur téléphone. Meubles, appareils électroniques, courses alimentaires, cadeaux, produits de beauté : elles privilégient la tablette pour ces objets matériels qui nécessitent temps, confort et lisibilité afin de choisir, étudier et comparer.

Des fringues où je veux, quand je veux

Malgré ces petites difficultés inhérentes au téléphone, les sorties, vacances, livres, DVD et autres produits culturels se commandent indifféremment sur les tablettes et les smartphones. De même pour les **vêtements et accessoires** que 50% des sondées consomment aussi bien sur l'un que sur l'autre. Un constat plus étonnant qui confirme le caractère compulsif de ce type d'achat : je craque, j'achète, quel que soit le lieu où le moment, à la maison sur ma tablette, partout ailleurs grâce à mon téléphone.

Ce que veulent les m-acheteuses

Ce qui motive les m-acheteuses ? Parmi les principales raisons qui les poussent à shopper sur le mobile, elles citent dans l'ordre : **le confort d'être livré chez soi** (23% au total, 27% des françaises), **la possibilité de comparer les prix et les produits** (22% au total, 25% des françaises), et **les promotions** (21% au total, 25% des françaises). *"Cette dernière statistique est assez intéressante lorsque l'on sait que nous entrons demain dans l'ère du 'clic & collect' et de la possibilité de recevoir des notifications de promotions personnalisées simplement en passant devant les commerces partenaires"* précise Olivier Ropars.

Des acheteuses nomades, exigeantes et fidèles, puisque deux tiers d'entre elles (45% des sondées françaises) se rendent en priorité sur les sites ou appli de leurs marques et enseignes préférées pour passer commande. *"La plupart du temps, les gens savent ce qu'ils souhaitent acheter : seulement 22% des sondées (17% des françaises) passent par des moteurs de recherche"* note Olivier Ropars.

Et puisque l'on parle de leurs applis fétiches, on apprend que **près d'un tiers des internautes ont déjà utilisé l'appli eBay Mobile**, notamment pour **dénicher LA bonne affaire** (51% des répondantes, 58% des Françaises), **comparer les prix** (42% des répondantes, 50% des Françaises) ou **retrouver un coup de cœur vu en boutique** (25% des répondantes, 23% des Françaises)

eBay ou la conso responsable

Temps de crise oblige, eBay offre l'opportunité de consommer intelligent : pour **40% des sondées (près de 50% des Françaises)**, **c'est l'occasion de vider leurs placards et de vendre ce qu'elles n'utilisent plus pour renouveler leur penderie, leur déco, leur DVDthèque...** *"C'est un phénomène que l'on appelle chez eBay le Free Shopping ; Souvent nos utilisateurs vendent ce dont ils ne se servent plus pour renouveler leurs équipements. Et l'application eBay Mobile joue certainement un rôle de facilitateur de cette démarche puisque ce sont 3,3 millions d'objets qui sont mis en vente chaque semaine dans le monde et 245 articles qui sont achetés en France chaque heure sur eBay depuis l'application mobile"* précise M. Ropars.

19% des votantes (17% des Françaises) se servent de l'application eBay Mobile pour **mixer le neuf et le vintage** à volonté et 24% des votantes (18% des Françaises) la voient comme **idéale pour acheter à l'étranger**. *"Pas étonnant lorsque l'on sait que le e-commerce transfrontalier représente 20% de l'activité mondiale de la place de marché d'eBay et qu'1 utilisateur sur 3 s'est inscrit sur eBay à l'occasion d'une transaction transfrontalière"* note Olivier Ropars.

Mode, culture, high-tech et déco figurent d'ailleurs dans le top des achats sur eBay de nos sondées. Près de la moitié des répondantes françaises plébiscitent la catégorie Vêtements et Accessoires. Une catégorie qui voit 164 articles se vendre chaque minute via l'application eBay Mobile !

eBay Mobile, l'application qui facilite le shopping

A date, c'est 12 millions de fois en France et 125 millions de fois dans le monde qu'a été téléchargée l'application eBay Mobile. 155 millions d'articles ont ainsi été mis en vente dans le monde entier depuis la création de l'application. Ce sont également 30% des transactions globales qui sont effectuées via l'application.

Des chiffres certainement liés à l'intuitivité et la facilité d'utilisation de l'interface de l'appli mobile. Mettre un article en vente sur eBay n'a jamais été aussi simple et rapide. *"L'appli mobile c'est bien,*

mais la rendre simple et lui offrir une bonne ergonomie c'est aussi très important" précise Olivier Ropars. "Chez eBay nous travaillons sur 3 axes essentiels : l'expérience d'achat qui se doit d'être simple et rapide, le niveau d'exigence de nos consommateurs (large choix, stock, marques...) et la qualité de l'offre et des produits. Avec le lancement de la dernière version de notre application le nombre d'utilisateurs qui postent une annonce pour la première fois sur eBay a augmenté de 67% depuis Janvier 2013".

eBay Mobile, l'application du futur

*"A l'heure où 90% des achats se font encore dans les commerces physiques, les utilisateurs ont de plus en plus tendance à rechercher sur Internet des objets repérés en magasins. Bientôt, l'application eBay Mobile proposera même une expérience shopping inédite qui permettra par exemple de scanner un produit en vitrine et de le réserver voire l'acheter même si le magasin est fermé. Ou même à l'inverse **la livraison en magasin**. Le principe consiste pour l'utilisateur à rechercher un produit sur l'application qui lui indique les résultats disponibles dans les points de vente près de chez lui. Après avoir fait son achat, il reçoit une notification sur son mobile qui lui indique que sa commande est prête à être récupérée, lui propose l'itinéraire pour se rendre au magasin et affiche le reçu de l'achat. L'utilisateur n'a plus qu'à présenter son mobile à la boutique pour récupérer son dû. explique Olivier Ropars. A date, 39% des utilisateurs américains ont déjà essayé la livraison en magasin.*

*"La devise d'eBay aujourd'hui est **"Think mobile first"**, c'est-à-dire que tout est pensé en fonction du mobile. Les consommateurs peuvent ainsi avoir une boutique dans leur poche et faire du shopping partout où ils le souhaitent" conclut l'expert du mobile. "Chez eBay, nous innovons pour faire tomber les barrières entre le offline et le online. Il n'y a plus d'un côté le e-commerce, de l'autre le commerce physique mais simplement le commerce connecté".*

Ce dossier de presse a été réalisé sur la base de l'analyse et des commentaires de la rédaction d'aufeminin.com, dont vous retrouverez l'intégralité sur le site.

**L'Enquête aufeminin.com/eBay "Smartphones, toutes folles de lui?" a été conduite en Mars 2013 auprès de 2 964 internautes à travers 7 pays d'Europe: la Belgique, la France, L'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne et la Pologne. 583 des participants étaient Françaises.*

À 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, ou Prix Fixe 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

Contact presse :

Agence H+K Strategies Anne-Laure Dutailly 01 41 05 44 53 annelaure.dutailly@hkstrategies.com
Jennifer Barth 01 41 05 44 59 jennifer.barth@hkstrategies.com

eBayFrance

Leyla Guilany-Lyard 01 78 40 42 00 lguilanylyard@ebay.com

Claire Gendron 01 78 40 43 00 cgendron@ebay.com

À PROPOS DU GROUPE AUFEMININ.COM

Détenu à 82,25 % par le groupe Axel Springer, le Groupe aufeminin.com est le n° 1 des éditeurs de sites féminins dans le monde avec une audience de 50,2 millions de visiteurs uniques par mois* et 13,4 millions de visiteurs uniques par mois en France**. Il est présent en France, Allemagne, Autriche, Royaume-Uni, Pays bas, Belgique, Espagne, Italie, Pologne, Suisse, Canada, Maroc, Tunisie et Vietnam. Le Groupe aufeminin.com propose une offre éditoriale et communautaire qui couvre toutes les thématiques préférées des femmes : Mode, Bébé, Beauté, Shopping, Cuisine, Actu, Société... Cette offre s'exprime à travers plusieurs formats : articles, dossiers, vidéos, interviews, reportages, chats... Cette offre se déploie sur tous les devices : websites, mobiles, tablettes, TV et print. aufeminin.com est également propriétaire de Smart AdServer qui développe et commercialise, pour les agences médias et les éditeurs, des solutions premium d'adserving pour la gestion des campagnes display web, mobiles et iPad. Smart AdServer compte aujourd'hui plus de 350 clients pour 1500 sites, présents sur quatre continents. De même, en août 2012, le Groupe aufeminin.com a fait l'acquisition de 100% du site de casting en ligne, Etoile Casting. Le Groupe aufeminin.com a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 46,9 M€. aufeminin.com est cotée au compartiment C de NYSE-Euronext Paris (ISIN : FR0004042083, MNEMO : FEM). *source comScore, janvier 2013, **source Mediametrie Netratings, janvier 2013

Contact presse : Yaël Kusch-Stassart, Directrice de la Communication Internationale
yks@aufeminin.com - 06 32 23 01 57