

Avec 250 sociétés exposantes et près de 100 conférences, le salon VAD offre un tour d'horizon complet de toutes les techniques de la vente à distance multicanal, du e-commerce et du marketing direct. La 12<sup>ème</sup> édition du salon VAD est l'occasion d'appréhender les e-tendances de demain : mobilité, multicanal, Web 2.0, dématérialisation... Avec plus de 10 000 visiteurs professionnels attendus, il a reçu le label officiel de « Salon International », attribué de façon sélective en fonction des exposants et des visiteurs étrangers.

- La femme, avenir du Web ? Conférence événement, mercredi 8 octobre - 16h45
- Les cyber-consommatrices au premier plan
- Le Net marchand en pince pour l'habillement
- « Miroir, mon beau miroir » : l'essayage en ligne
- Trois questions à... Séverine SMADJA, Fondatrice et Présidente Cyber-Elles



| La femme, avenir du Web ? Conférence événement, mercredi 8 octobre - 16h45

Net entrepreneuses, citoyennes, consommatrices... : le 8 octobre, de 16h45 à 17h45, la conférence événement « La femme, avenir du Web ? » évoquera la place croissante des femmes dans la sphère Internet. Susan Pointer (Google - sous réserve), Frédérique Clavel (Paris Pionnières), Emmanuelle Gagliardi (Interdit aux hommes), Carine Moitier (Bivolino.com / Becommerce.com) et Isabelle Juppé (auteur de La Femme Digitale) sont parmi les femmes qui débattront autour des réussites du Net au féminin, mais aussi des a priori tenaces, des « plafonds de verre » et autres barrières encore très présents dans notre société, y compris sur son versant numérique. Le débat sera animé conjointement par Séverine Smadja (Cyber-Elles) et Véronique Forge (Direct 8).



## | Les cyber-consommatrices au premier plan

La population d'e-acheteurs se féminise à grands pas en France. Selon le dernier baromètre Fevad/Médiamétrie//NetRatings\*, 63 % des femmes internautes passent désormais commande par ce canal, contre 69 % d'Internaute masculins. En un an, le pourcentage de cyber-consommatrices a ainsi progressé de 22 % ! Les biens achetés par l'intermédiaire du commerce électronique témoignent de cette féminisation du Net marchand : +7 % pour l'habillement, +4 % pour le petit et le gros électroménager, +4 % pour les parfums, +3 % pour les objets de décoration.

Les e-acheteuses sont particulièrement enclines à solliciter les avis de la communauté des e-consommateurs, comparer et noter les produits. Concernant les produits d'hygiène et de beauté, 32 % des acheteurs font confiance aux avis et aux notes des autres acheteurs postés sur des sites marchands, et 25 % aux forums de sites spécialisés. Pour l'habillement, les forums ont la préférence (19 %), suivis par les avis et les notes des autres cyber-consommateurs (16 %).

Une étude réalisée en juin 2008 par Yves Rocher et la régie publicitaire Microsoft Advertising apporte un autre éclairage sur les e-acheteuses. Utilisé par 74 % des femmes entre 18 et 49 ans, Internet s'insère dans une stratégie d'achat savamment pensée où se mêlent plaisir, recherche de la bonne information et de la bonne affaire. Le shopping « malin » est ainsi valorisé entre amies et contribue à la construction de son image sociale, en utilisant Internet comme un instrument à la fois ludique, efficace, et dont on maîtrise le tempo (se connecter quand on veut, depuis chez soi ou son lieu de travail). La soirée est par ailleurs un moment privilégié par les femmes pour préparer leurs achats en discutant en ligne avec leurs proches.

Baromètre Fevad/Médiamétrie//NetRatings du 1er trimestre 2008 issu d'un panel de 3 200 Internaute français.

## | Le Net marchand en pince pour l'habillement

Mi-2005, le Net représentait moins de 2 % des achats de vêtement en France (hors accessoires et chaussures)\*. Début 2007, ce pourcentage avait quasiment doublé et représentait un chiffre d'affaires de 900 millions d'euros. Cette hausse démontre l'intérêt porté par les consommateurs au canal Internet, avec plus d'un Internaute français sur deux qui a acheté au moins un vêtement en ligne en 2007. Internet permet en effet de comparer et de vérifier les prix, de consulter les promotions en cours, de gagner du temps dans le choix des produits. Autre tendance : celle de l'achat / vente de vêtements entre particuliers. Un tiers des visiteurs de sites tels que eBay, PriceMinister, ParuVendu ou La Centrale ont déjà acheté un vêtement ou un accessoire via ce canal de particulier à particulier.

Sources : Institut français de la mode, Médiamétrie//NetRatings, 2007.

### Top 10 des vêtements les plus achetés en ligne

#### Produits pour femmes

- Pantalons de sport
- Bodies, hauts de sport
- Blousons, vestes cuir
- Chemisiers, blouses, tuniques
- Caracos, débardeurs
- Gaires, corsets
- Maillots de bain
- Soutien-gorge
- Polos
- Robes

#### Produits pour hommes

- Caleçons
- Vêtements de nuit
- Maillots de bain
- Débardeurs
- Blousons, vestes de cuir
- Manteaux, cabans
- Pantalons de loisirs
- Bermudas
- Maillots de sport
- Pantalons de sport

## | « Miroir, mon beau miroir » : l'essayage en ligne

Le Net marchand s'est intéressé très tôt aux possibilités de la 3D pour tenter de rapprocher monde virtuel et monde réel. Dès l'an 2000, les Galeries Lafayette ont utilisé des mannequins en images de synthèse. Aujourd'hui, la technologie a gagné en finesse dans les rendus. Sur [mannequin.redoute.fr](http://mannequin.redoute.fr) par exemple, les clientes de la Redoute ont la possibilité de créer un modèle conforme à leurs mensurations, ou bien d'utiliser un mannequin standard fourni par le site. La cliente peut enregistrer ses paramètres et ses looks préférés, faire tourner son modèle virtuel, choisir son style (actuelle, naturelle ou citadine), ou encore zoomer sur les articles sélectionnés avant d'acheter en ligne. En période de soldes ou de fêtes de fin d'année, c'est un bon moyen d'éviter de faire la queue devant des cabines d'essayage prises d'assaut...

## | Trois questions à... Séverine Smadja, Fondatrice et Présidente de Cyber-Elles



-> *La féminisation de l'Internet s'est effectuée à grands pas en quelques années, quels sont les facteurs qui selon vous ont accéléré le mouvement ?*

« En se généralisant, notamment grâce à un taux d'équipement des foyers en constante hausse ces dernières années, Internet est sorti de l'image stéréotypée " informatique = technique = rébarbatif " pour se révéler au plus grand nombre. Les femmes en sont les grandes bénéficiaires, et ce n'est pas une surprise, car " le réseau des réseaux " leur offre de nombreuses facilités, dans des domaines où elles étaient déjà très présentes et très demandeuses : l'échange d'informations avec des outils comme l'email, le blog ou les réseaux sociaux ; les services pratiques et le commerce, où les décisions d'achat viennent bien souvent des femmes. C'est le cas pour les cosmétiques certes, mais aussi en ce qui

concerne l'alimentation, le textile ou encore les voyages et les voitures.

D'ailleurs certains e-commerçants l'ont très bien compris et nombre d'entre eux se sont mis à proposer des produits et services associés exclusivement pour elles : "24h" leur dédie un blog-magazine, "houra" offre les frais de livraison aux femmes enceintes, etc. »

*->Avec un Internaute sur deux qui est une Internaute, et quasiment autant d'acheteuses que d'acheteurs en ligne, restent-ils cependant des actions à mener pour rendre Internet plus accessible aux femmes ?*

« Bien sûr : recrutez des femmes aux postes-clés de votre société, ce sont elles qui vous diront quoi faire pour attirer les acheteuses ! Plus sérieusement, Internet est par nature accessible à tous. En revanche, je pense qu'Internet est le reflet de ceux qui le "font" et que plus il y aura de diversité dans les acteurs du Net, plus la population Internaute le reflétera, et ce tant au niveau du genre que de l'âge ou des origines sociales ! »

*->Parler d'un Internet au féminin est-il pertinent ? Les femmes ont-elles un comportement différent des hommes sur le Net, que ce soit en tant que bloggeuses, consommatrices ou « surfeuses » ?*

« J'ai envie de dire que les femmes sont une "niche" comme une autre et qu'il est logique que certains sites leurs soient dédiés pour tout ce qu'elles ont de singulier, comme les sites dédiés à la maternité par exemple. Mais sinon, je pense qu'il y a autant de profils d'internautes au féminin que de profils d'internautes au masculin. C'est peut être pour cela que le mot est le même d'ailleurs. »