Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026

Jeunes vauclusiens, Génération scroll, génération achat



Réseaux sociaux, intelligence artificielle, influenceurs… Une étude OpinionWay pour Orisha, menée auprès de 1 604 jeunes de 15 à 25 ans en France et en Espagne, révèle une profonde mutation des comportements d'achat. En France, 83% des jeunes ont déjà acheté un produit découvert par hasard sur les réseaux sociaux et 59% accordent désormais leur confiance aux recommandations de l'IA. Derrière ces chiffres se dessine une consommation plus instantanée, plus conversationnelle, plus exigeante aussi.

Avec plus de 572 000 habitants, le Vaucluse compte une population relativement jeune : près d'un habitant sur trois a moins de 30 ans, un public particulièrement connecté dont les usages façonnent désormais les pratiques de consommation. Selon l'Insee, le département recense près de 59 000 jeunes de 15 à 24 ans et plus de 93 000 habitants âgés de 25 à 39 ans, soit plus de 150 000 Vauclusiens

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026

appartenant aux générations les plus familières du numérique.

Le smart-phone privilégié
Comme partout en France, ces jeunes consommateurs privilégient largement le smartphone pour leurs achats et leurs recherches en ligne. Les 15-44 ans sont entre 96% et 98% à utiliser leur téléphone pour accéder à Internet, faisant du mobile le principal point d'entrée vers les réseaux sociaux, les plateformes de vente et les sites marchands. Les décisions d'achat sont de plus en plus influencées par les contenus diffusés sur Instagram, TikTok ou YouTube, où recommandations, avis et vidéos constituent désormais de véritables vitrines commerciales. Qu'il s'agisse des commerces de proximité, du tourisme, de la culture ou des loisirs, la visibilité numérique est devenue un levier indispensable pour toucher ces consommateurs connectés, dont les parcours d'achat débutent bien souvent sur les réseaux sociaux avant de se concrétiser en ligne ou en magasin.

La génération Z et les suivantes…
Pour la génération Z (Jeunes nés entre la fin des années 1990 et des années 2000), la découverte d'un produit n'est plus dans la vitrine mais naît du défilement de vidéos, d'une publication sponsorisée ou d'une recommandation algorithmique. Les réseaux sociaux sont devenus le premier espace d'exploration commerciale : 59% des jeunes Français déclarent y découvrir de nouveaux produits, devant la publicité traditionnelle (52%), les recommandations de leurs proches (39%) ou encore les moteurs de recherche classiques (33%). Même les outils d'intelligence artificielle, comme ChatGPT ou Gemini, sont déjà cités par près d'un tiers des répondants comme source de découverte.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026



Copyright Magnific

Le magasin est dans la poche et la livraison au pied de la porte
Concernant la prise d'informations avant un achat, les plateformes sociales dominent le marché. Huit jeunes Français sur dix privilégient TikTok, Instagram, YouTube ou Pinterest, loin devant les sites des marques ou les comparateurs. TikTok s'impose comme la plateforme de référence, utilisée par près de deux tiers des répondants à cette étude.

Le social commerce s'installe dans les usages
Les réseaux sociaux sont devenus des lieux d'achat.Le live shopping, où un produit est présenté et vendu en direct, séduit déjà 44% des jeunes Français qui voyagent quotidiennement sur les plate-formes Facebook Marketplace, Instagram Shop ou encore les chatbots commerciaux. Plus surprenant encore, 27% déclarent avoir déjà réalisé un achat via un outil d'intelligence artificielle conversationnelle.

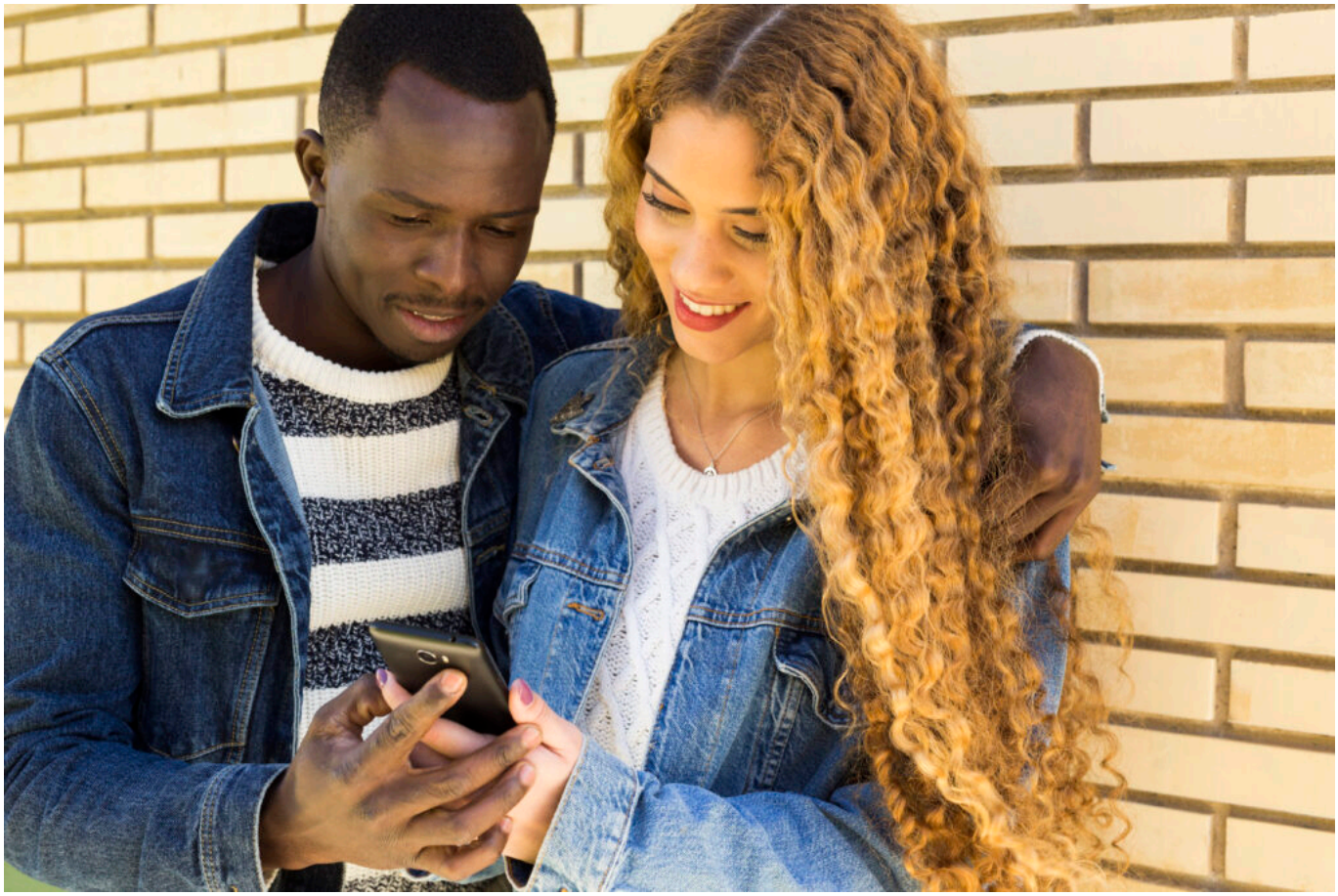
Une influence directe
Près d'un jeune Français sur deux affirme acheter au moins une fois par mois un produit aperçu dans une publicité sur les réseaux sociaux. Plus d'un tiers le fait après une recommandation d'un influenceur, et un

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026

tiers après une suggestion formulée par une intelligence artificielle.

L'achat impulsif devient la norme ?
Le chiffre est sans doute le plus révélateur de cette nouvelle économie de l'attention : 83% des jeunes Français reconnaissent avoir déjà acheté un produit découvert « par hasard » sur les réseaux sociaux, dont 42% à plusieurs reprises. La frontière entre divertissement, information et acte d'achat s'efface et le contenu précède désormais le besoin.



Copyright Magnific

Les contenus sponsorisés plébiscités ?
Si les contenus sponsorisés sont décriés par les générations plus âgées, au contraire, 81% des jeunes apprécient qu'ils soient personnalisés, 77% estiment qu'ils leur permettent de découvrir de nouvelles marques et près de sept sur dix reconnaissent qu'ils leur donnent envie d'acheter. Paradoxalement, 71% jugent aussi qu'il y en a trop, tandis que trois quarts demeurent méfiants envers les produits promus par les influenceurs.

L'IA gagne du terrain…
L'intelligence artificielle s'impose progressivement comme un nouvel assistant d'achat. Près de 59% des

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026

jeunes disent faire confiance aux recommandations de ChatGPT, Gemini ou d'autres IA conversationnelles. C'est légèrement moins que les avis d'autres consommateurs (82%) ou les médias spécialisés (76%), mais quasiment autant que les influenceurs humains (62%).

Quelle confiance accorder ?
Cette confiance reste toutefois mesurée, certains redoutant des recommandations erronées, des biais commerciaux ou une mauvaise compréhension de leurs préférences personnelles. La transparence des algorithmes constitue également un sujet de préoccupation. Les nouvelles générations adoptent volontiers les nouveaux outils lorsqu'ils simplifient le parcours d'achat, mais conservent un regard critique sur leurs limites.

Les promesses du marketing évoluent
Désormais les marques apprennent à dialoguer simultanément avec les créateurs de contenu, les communautés d'utilisateurs et les intelligences artificielles qui deviennent, aussi des prescripteurs. Désormais l'algorithme n'oriente plus seulement l'attention, mais participe directement à la décision d'achat.
Source OpinionWay Orisha Real estate. Toutes les infos ici.
Mireille Hurlin



Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026

Copyright Magnific

Escroqueries sur Facebook Marketplace : comment les identifier et les éviter ?



Pour assurer la sécurité de vos informations personnelles et financières en ligne, il est important de connaître – que vous achetiez ou vendiez – les signes suspects à surveiller sur Facebook Marketplace et de savoir comment vous protéger contre les escroqueries.

Facebook Marketplace est rapidement devenu un lieu de prédilection pour vendre ou acheter des objets d'occasion localement. Le fait que les acheteurs et les vendeurs puissent acheter des biens et communiquer facilement au sein de l'application Facebook a permis à l'adoption de Facebook Marketplace de monter en flèche.

Comment identifier une escroquerie sur Facebook Marketplace

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026

Si la plupart des utilisateurs de Marketplace sont des acheteurs et des vendeurs de confiance, des personnes malintentionnées peuvent également profiter du site pour faire tomber les gens dans des escroqueries. Voici quelques signes clés qui peuvent indiquer que vous communiquez avec un escroc :

- Trop beau pour être vrai : les acheteurs doivent se méfier de toute annonce proposant un prix extrêmement bas pour un objet de valeur. De même, les vendeurs doivent se méfier des acheteurs potentiels qui proposent un prix supérieur à celui demandé.
- L'urgence artificielle : les escrocs utilisent souvent l'illusion de l'urgence pour inciter les acheteurs ou les vendeurs à conclure des transactions moins que légitimes.
- Demandes de paiement étranges : Facebook recommande aux acheteurs d'éviter les ventes ou les transactions qui exigent que vous payiez avec des cartes-cadeaux. Il est également recommandé de vérifier la qualité et l'état de l'objet acheté avant d'échanger de l'argent ou des informations personnelles de quelque nature que ce soit.
- Photos suspectes : s'il n'y a qu'une seule photo d'un article provenant du site où il a été acheté à l'origine et aucune photo actuelle de l'article dans son état réel, il faut se méfier du fait que l'article n'existe peut-être pas, ou qu'il n'existe peut-être pas dans la qualité promise.

Les 6 escroqueries courantes sur la Marketplace Facebook

- Articles contrefaits : l'une des escroqueries les plus courantes sur Facebook Marketplace consiste à mettre en vente des articles contrefaits ou endommagés. Il est conseillé de toujours examiner attentivement le profil du vendeur et de lire les commentaires des clients avant d'acheter un article sur Facebook Marketplace, et d'obtenir autant d'informations que possible sur le produit avant de l'acheter afin de s'assurer qu'il est légitime.
- Fausses annonces : bien souvent, les escrocs exigent un paiement anticipé pour ensuite se retirer de l'affaire ou disparaître et vous n'obtenez jamais l'article acheté.
- Fraude immobilière : les escrocs peuvent publier des photos de maisons ou d'appartements dont ils ne sont pas propriétaires et les « vendre » ou les « louer » à l'improviste à des acheteurs qui ne se doutent de rien. Facebook conseille de ne pas envoyer d'acompte pour des biens de grande valeur (y compris pour la location d'un appartement) sans s'être assuré au préalable qu'il s'agit bien d'un bien réel.
- Trop-perçu : les utilisateurs frauduleux envoient souvent plus d'argent que ce que vous avez demandé, pour ensuite exiger le remboursement du « trop-perçu ». Lorsque vous essayez de déposer le chèque, il est sans provision et vous ne recevez donc aucun paiement. Si un acheteur envoie un trop-perçu, le vendeur peut refuser les fonds et demander à l'acheteur d'envoyer un autre paiement avec le solde correct.
- Profils suspects : vous devez pouvoir consulter ses évaluations et avis, ses autres annonces et son activité sur le marché. Si l'utilisateur n'est pas originaire de la région ou si son profil est vide, c'est peut-être le signe qu'il n'est pas celui qu'il prétend être.
- Hameçonnage pour obtenir des informations personnelles : les escroqueries par hameçonnage sur Facebook Marketplace ont pour but de voler vos données et informations personnelles.

Les Petites Affiches de Vaucluse depuis 1839

Ecrit par le 25 novembre 2026

> L'escroc peut vous demander un code ou un numéro de téléphone pour compléter un code de vérification à deux facteurs sur un système de messagerie non sécurisé. Ce code peut être lié à une autre application qui lui permet de voler votre numéro de téléphone portable et vos informations de compte, ce qui lui donne un accès complet à d'autres comptes qu'il souhaite utiliser.

Comment signaler une escroquerie ?

Pour signaler un vendeur frauduleux à Facebook, accédez à la Marketplace et cliquez sur l'article. Sélectionnez le nom du vendeur sur la page de l'annonce et cliquez sur « Signaler ». Vous pourrez ainsi signaler le vendeur en fonction du type d'escroquerie qu'il a commise ou tentée de commettre. Pour signaler un acheteur frauduleux, cliquez sur les messages échangés entre vous et l'acheteur potentiel puis sélectionnez l'option « Signaler l'acheteur ». Suivez la procédure indiquée pour signaler l'acheteur frauduleux à Facebook et faire en sorte que d'autres personnes ne soient pas victimes de cette escroquerie.

Ce que vous pouvez faire pour éviter les escroqueries sur Facebook Marketplace

La meilleure façon d'éviter les problèmes est de rester vigilant et de connaître les arnaques courantes sur Facebook Marketplace. Sachez reconnaître les signaux d'alarme et suivez toujours les meilleures pratiques pour vendre et acheter en toute sécurité. Si vous utilisez des méthodes de paiement sûres, si vous vérifiez l'authenticité des produits et si vous refusez les offres ou les demandes suspectes, vous aurez beaucoup plus de chances de rester en sécurité.

Si vous êtes tout de même victime d'une escroquerie, il est possible d'avertir le prestataire de services de paiement que vous avez utilisé pour lui signaler l'escroquerie et demander un remboursement par l'intermédiaire de son service de protection contre la fraude. Facebook Marketplace est une plateforme qui peut être très utile, mais à utiliser toujours de manière avertie !



Bastien Bobe, Directeur technique EMEA chez Lookout.