



Le Baromètre du CtoC 2011

6ème édition

BJ7525

OpinionWay, 15 place de la République, 75003 Paris. Tél : 01 78 94 90 00



Méthodologie

► **Étude quantitative** réalisée auprès d'un échantillon de **1002 personnes**, représentatif de la population des internautes français âgés de 18 à 65 ans, selon les critères de sexe, d'âge, de CSP de la personne interrogée, de région et de taille d'habitat. Nous avons veillé à ce que la constitution de l'échantillon soit la même que sur les vagues précédentes.

► **Le mode d'interrogation :**

► L'échantillon a été interrogé en ligne grâce à l'outil CAWI (Computer Assisted Web Interview) développé par OpinionWay.

► Les personnes interrogées sont invitées par e-mailing à se connecter sur le questionnaire accessible via un lien figurant dans le message de l'e-mail.

► **Date de terrain :** Du 1er au 11 juillet 2011

► **Significativités :** Les écarts significatifs entre cibles (au seuil de 90%), sont indiquées par le symbole



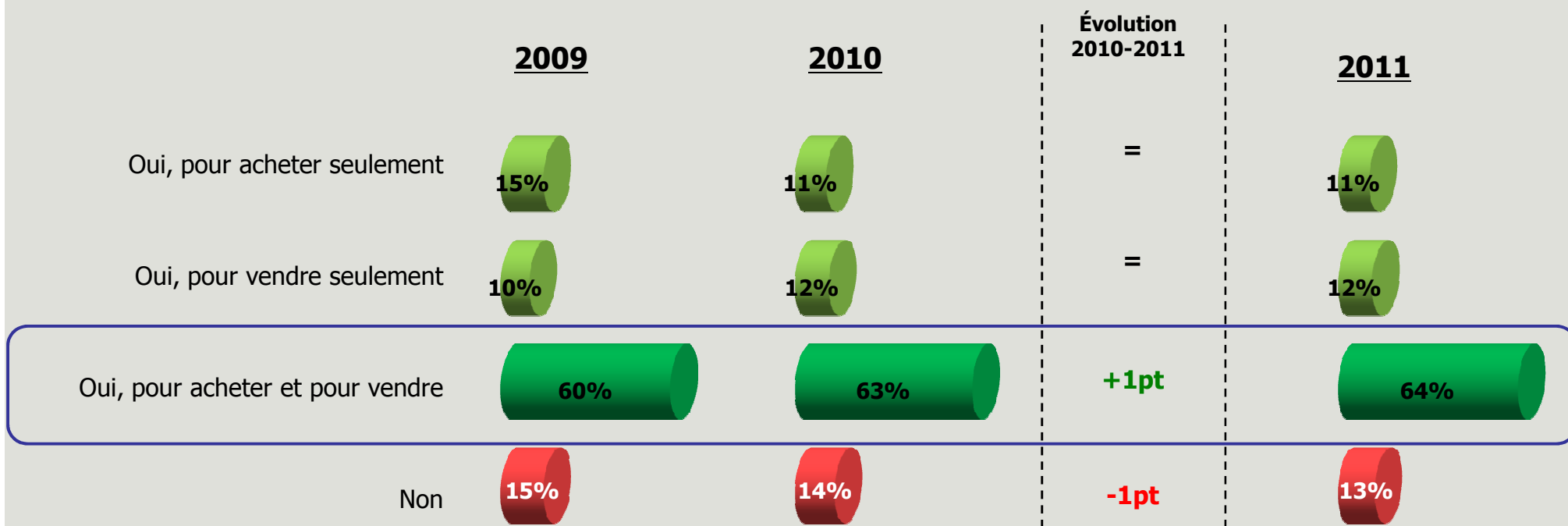
A1

Questions barométriques

La logique acheter/vendre en CtoC majoritairement partagée et...

Base internautes: 1002

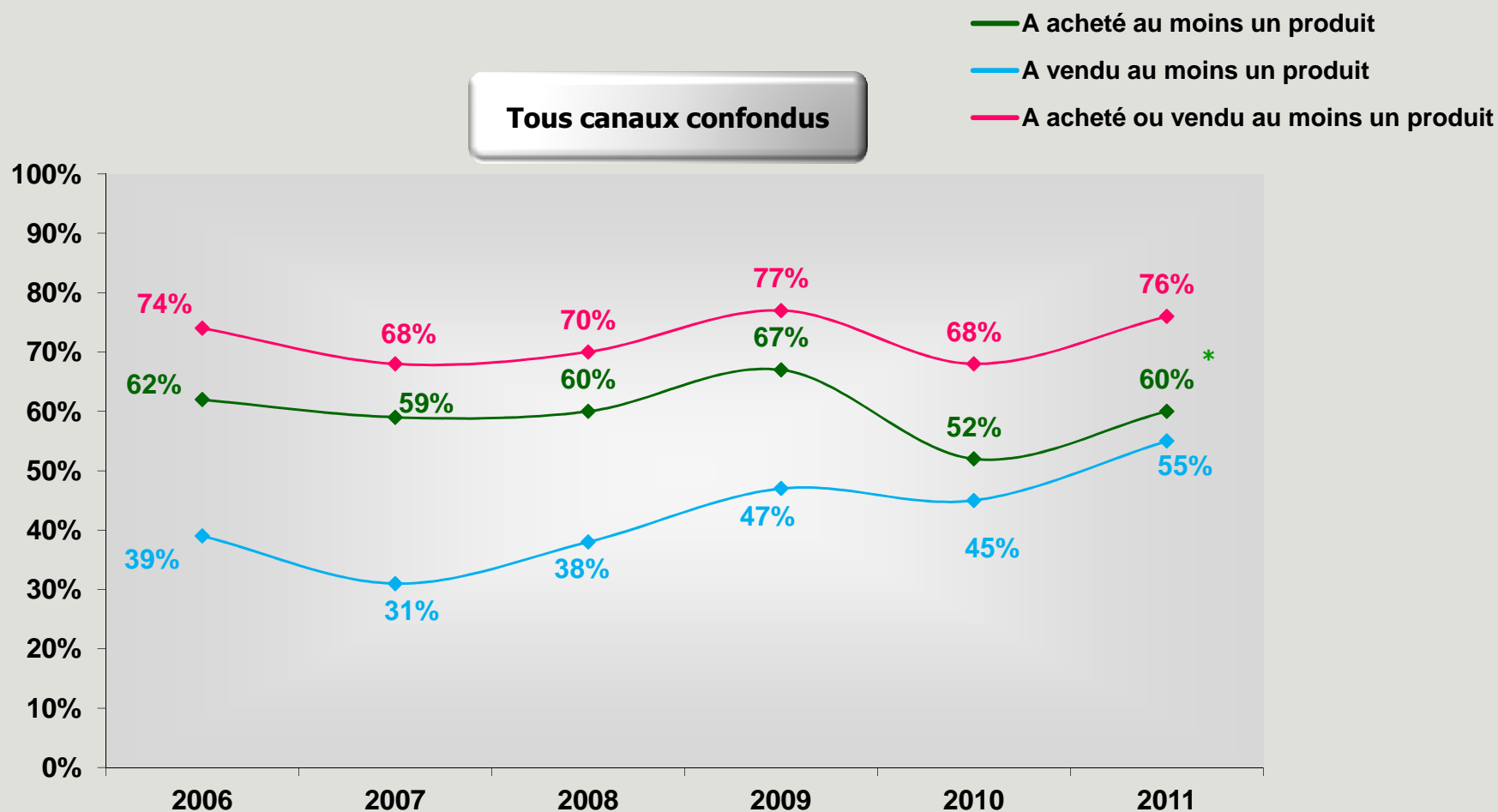
Q8 : Vous personnellement, à l'avenir, pensez-vous avoir davantage recours à l'achat – vente entre internautes ?



...effectivement mise en place de plus en plus largement ...

Base internautes: 1002

Q2a : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté, vendu ou donné à un particulier l'un des produits ou matériels suivants ?

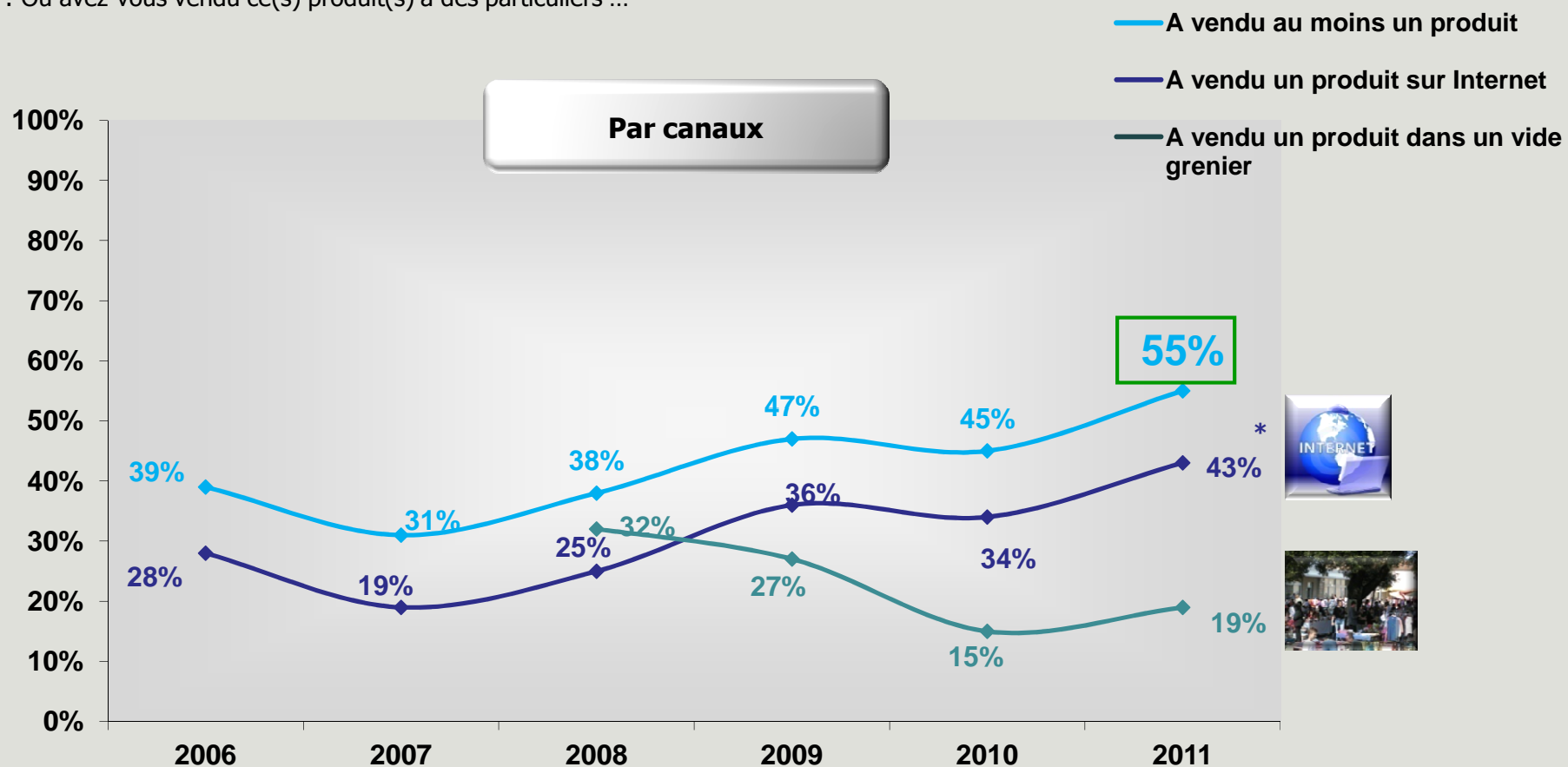


* 60% des internautes ont déclaré avoir acheté au moins un produit à des particuliers au cours des 12 derniers mois.

Cette progression repose clairement sur le canal Internet

Base internautes: 1002

Q3b : Où avez-vous vendu ce(s) produit(s) à des particuliers ...



Nombre moyen de produits vendus

2,2 2,5 3,0 3,2 3,2 3,4

Nombre moyen de produits vendus sur Internet

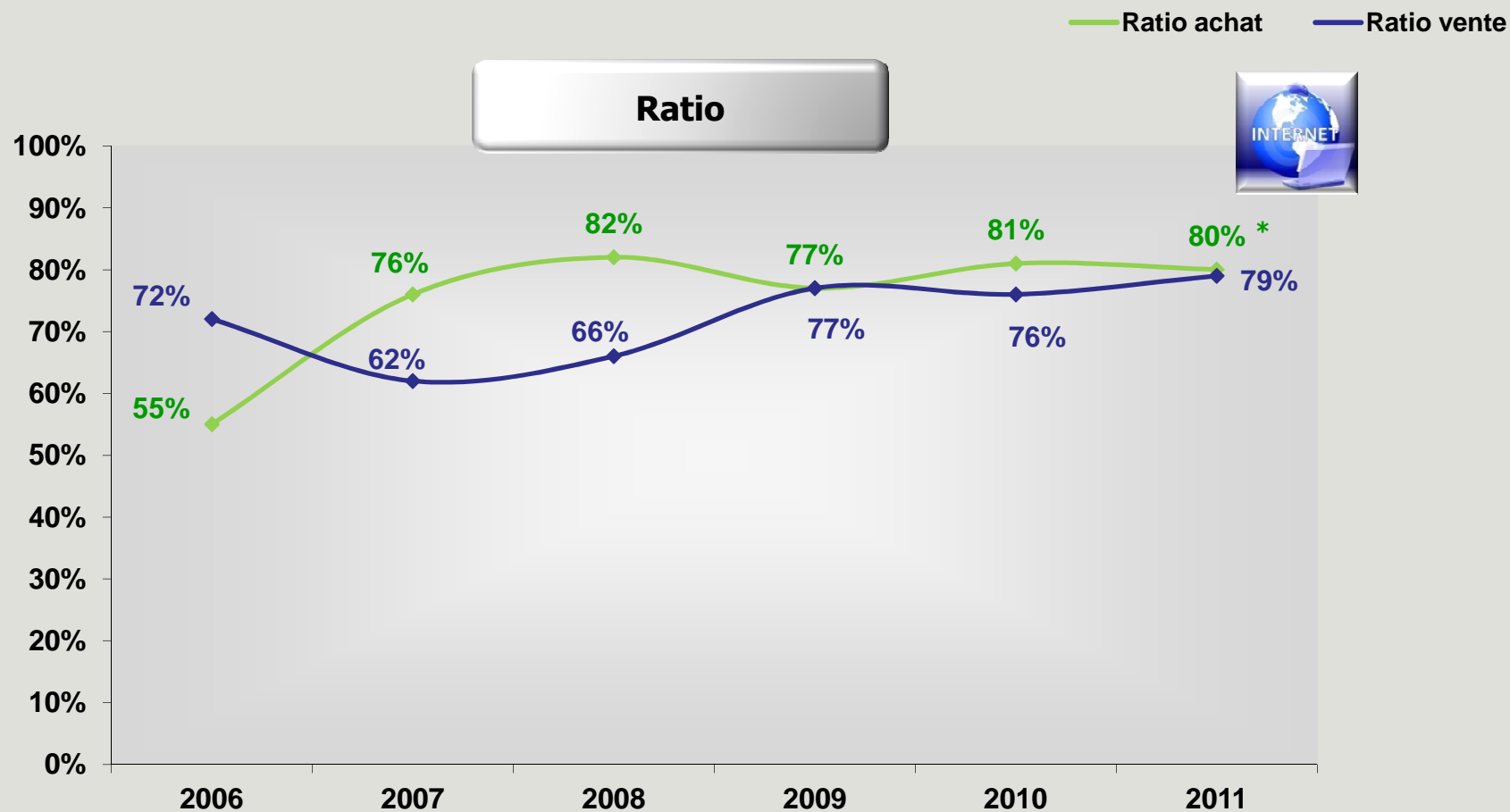
NC NC 2,4 2,6 2,6 3,1

4 vendeurs/acheteurs sur 5 passent par Internet pour vendre/acheter

Base internautes: 1002

Q3a : Où avez-vous acheté ce(s) produit(s) à des particuliers ...

Q3b : Où avez-vous vendu ce(s) produit(s) à des particuliers ...



* 80% des internautes qui ont déclaré avoir acheté au moins un produit à des particuliers au cours des 12 derniers mois, l'ont fait sur Internet

Qui sont les vendeurs sur Internet ?

Présentation des % pour les vendeurs Internet vs % de l'ensemble des internautes

43% des internautes ont vendu des produits à des particuliers via Internet

2 vendeurs sur 3 sont aussi des acheteurs sur Internet

Critères socio-démographiques

Des internautes un peu plus jeunes: **36,1 ans en moyenne** (vs 37,8 ans)

83% habitent en province (vs 78%)

Les actifs sont sensiblement plus nombreux (**84%** vs 78%)

Pour information: 54% d'hommes /46% de femmes
Pas de différence significative
(vs 53% H/ 47% F pour l'ensemble des internautes)



Autres critères significatifs

46% expliquent que l'achat/vente leur permet de **faire de la place chez eux** (vs 38%)
Et **37%** ont recours à l'achat/vente **pour augmenter leurs revenus** (vs 29%)

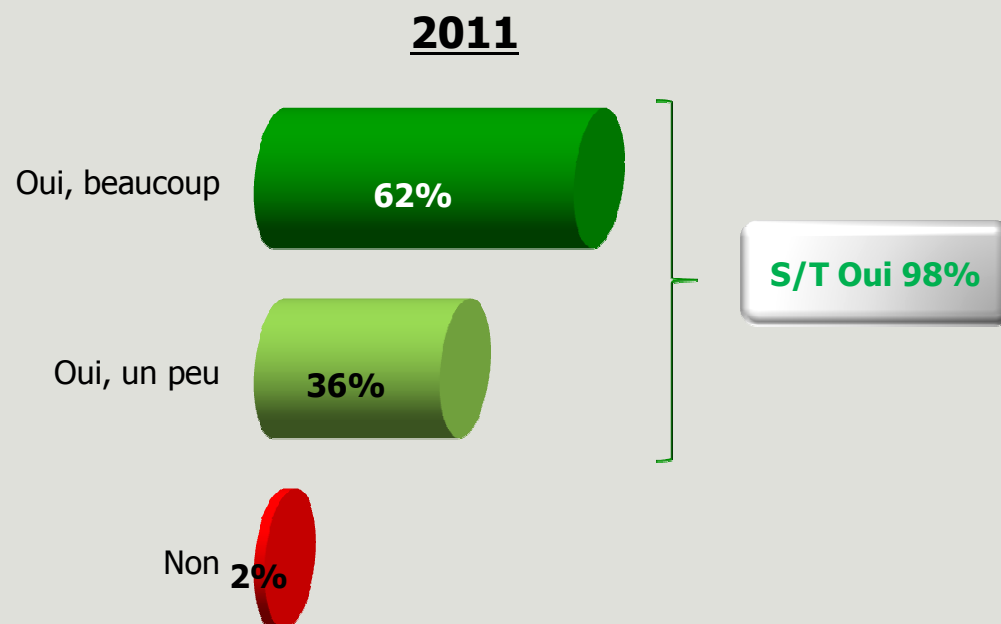
71% pensent que l'achat/vente entre internautes **va beaucoup se développer** à l'avenir (vs 63%) et **79%** pensent y avoir davantage recours **aussi bien pour vendre que pour acheter** (vs 64%)

Ces internautes ont **davantage confiance** dans **les petits sites marchands sur Internet** (**62%** vs 51%)
et dans l'achat/vente entre particuliers (**88%** vs 72%)

Un développement du CtoC toujours attendu

Base internautes: 1002

Q7 : Pensez-vous que l'achat / la vente entre internautes va dans l'avenir se développer...



Les catégories reines achetées / à vendre en CtoC demeurent...

Base acheteurs (601) / Base vendeurs (550)

Q2a : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté/vendu à un particulier l'un des produits ou matériels suivants ?

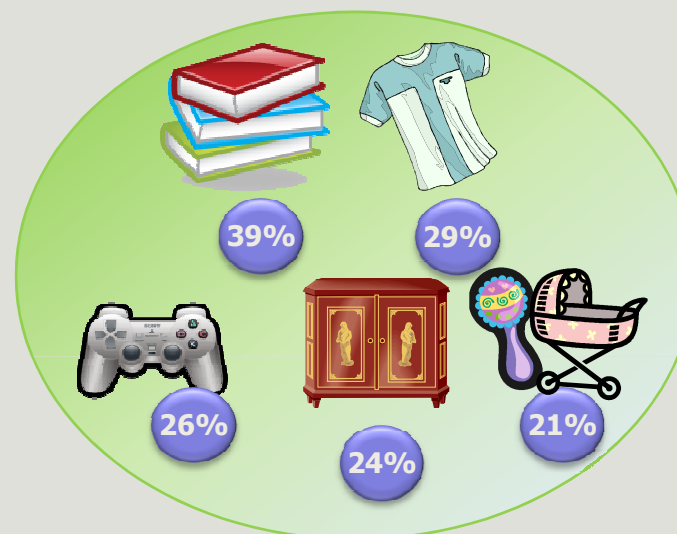
Achetées



Nombre moyen de catégories achetées : 4,7

2011

Vendues



Nombre moyen de catégories vendues : 3,7



Livres



Vêtements



Informatique



Jeux vidéo



DVD



Meubles



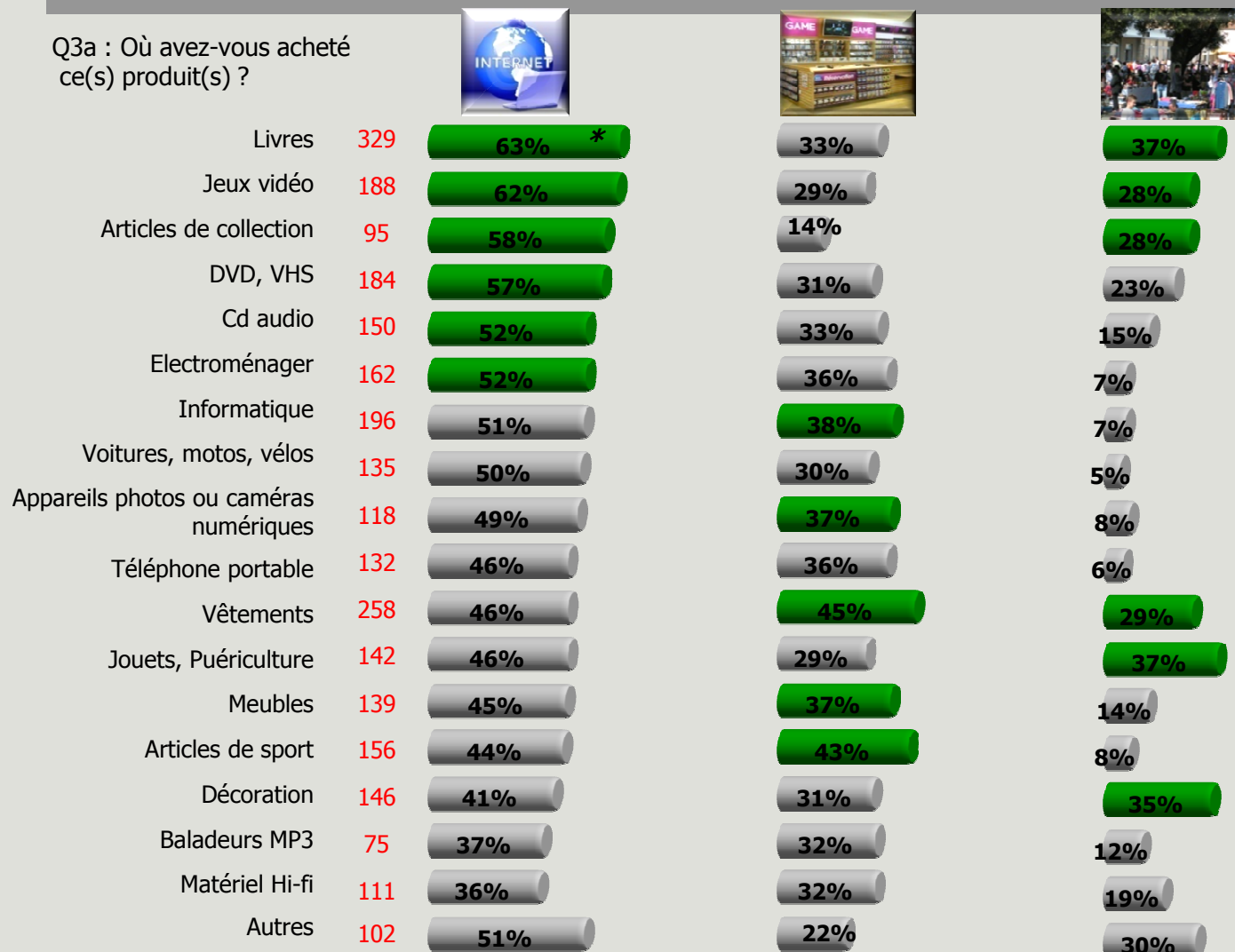
Jouets, puériculture

La pénétration du canal Internet est systématiquement supérieure à celles des canaux concurrents pour l'achat...

Base Acheteurs : 601

Q3a : Où avez-vous acheté ce(s) produit(s) ?

TOP 5



* Parmi les 329 Internautes ayant déclaré avoir acheté des livres à des particuliers au cours des 12 derniers mois, 63% l'ont fait au moins une fois sur Internet.

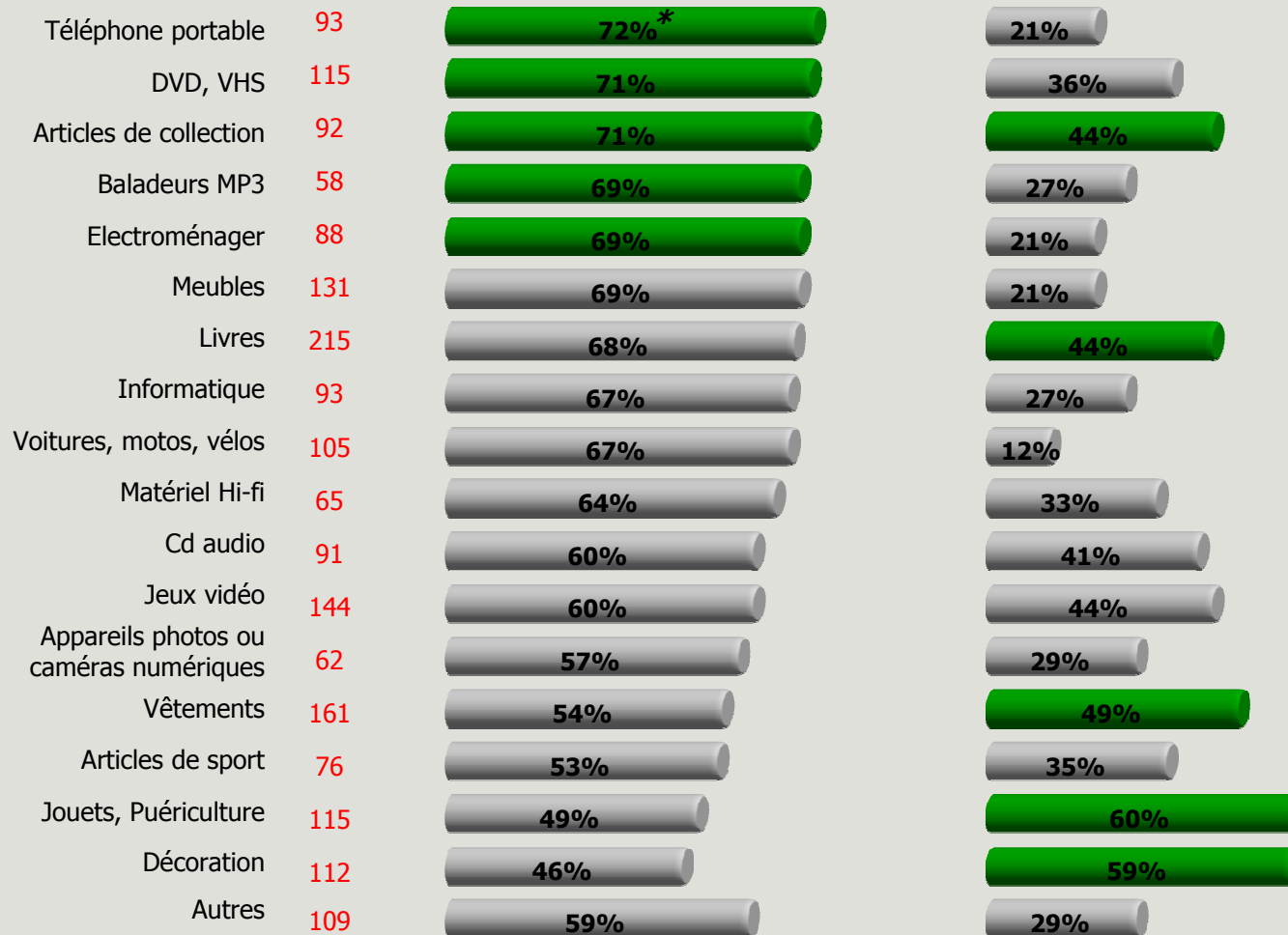
Pour la vente, le canal Internet domine globalement sauf sur la puériculture et la décoration

Base vendeurs : 550

Q3b : Où avez-vous vendu ce(s) produit(s) à des particuliers ?



TOP 5



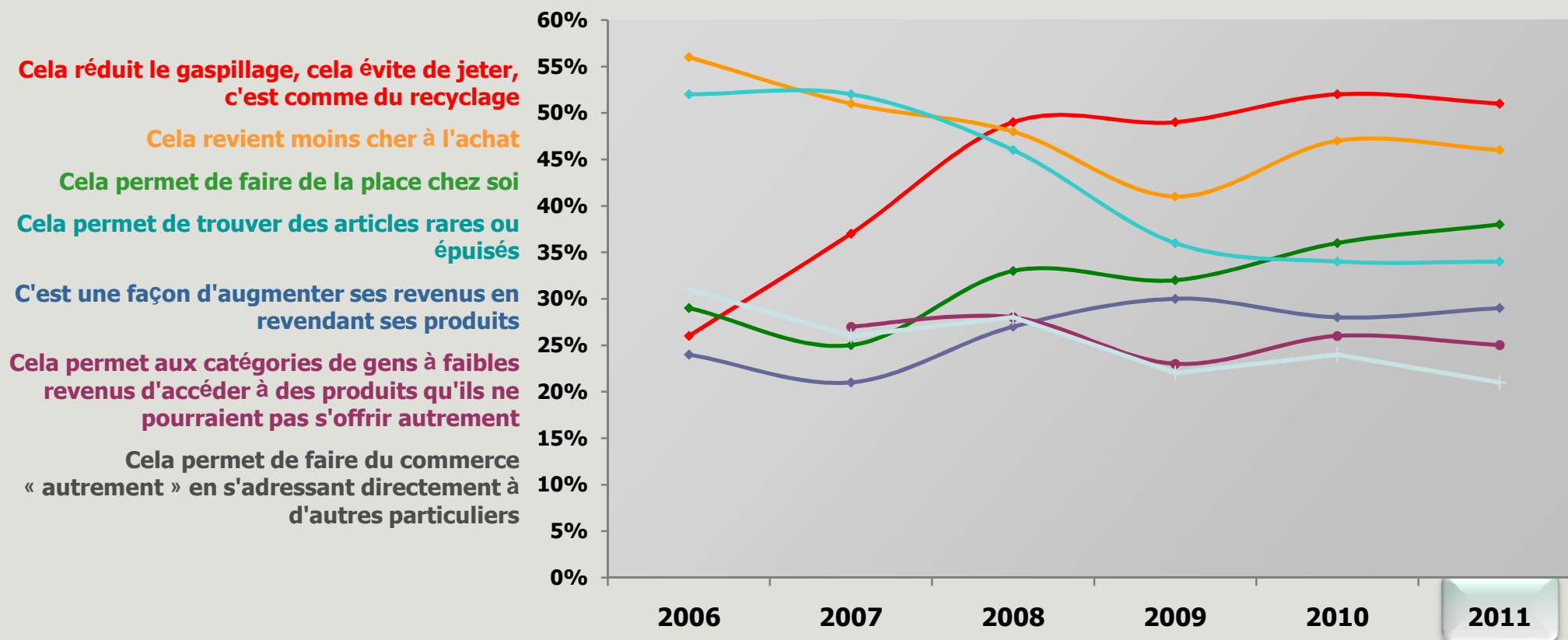
* Parmi les 93 Internautes ayant déclaré avoir acheté un téléphone portable à des particuliers au cours des 12 derniers mois, 72% l'ont fait au moins une fois sur Internet.

Les motivations principales se stabilisent

Base internautes: 1002

Q5 : Parmi les avantages de l'achat – vente entre internautes, quels sont ceux auxquels vous êtes le plus sensible ?

- Trois réponses possibles -

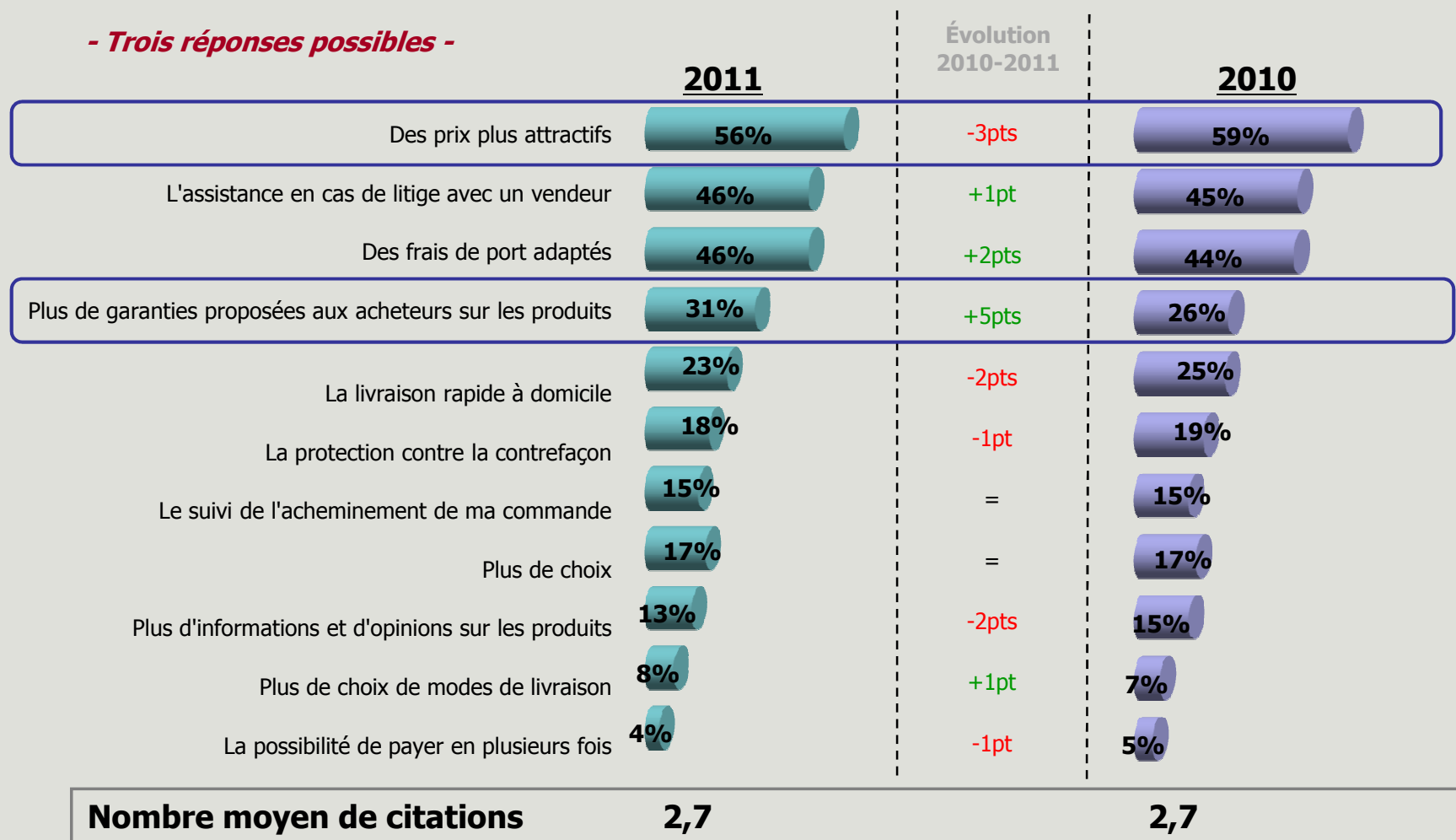


Les critères de choix d'un site CtoC pour acheter sur Internet : **toujours ce besoin de garanties...et de bons prix !**

Base acheteurs sur Internet: 480

Q9 : Parmi les critères suivants, quels sont les trois plus importants selon vous qui vous inciteraient à choisir un site d'achat-vente plutôt qu'un autre, pour acheter un produit?

- Trois réponses possibles -

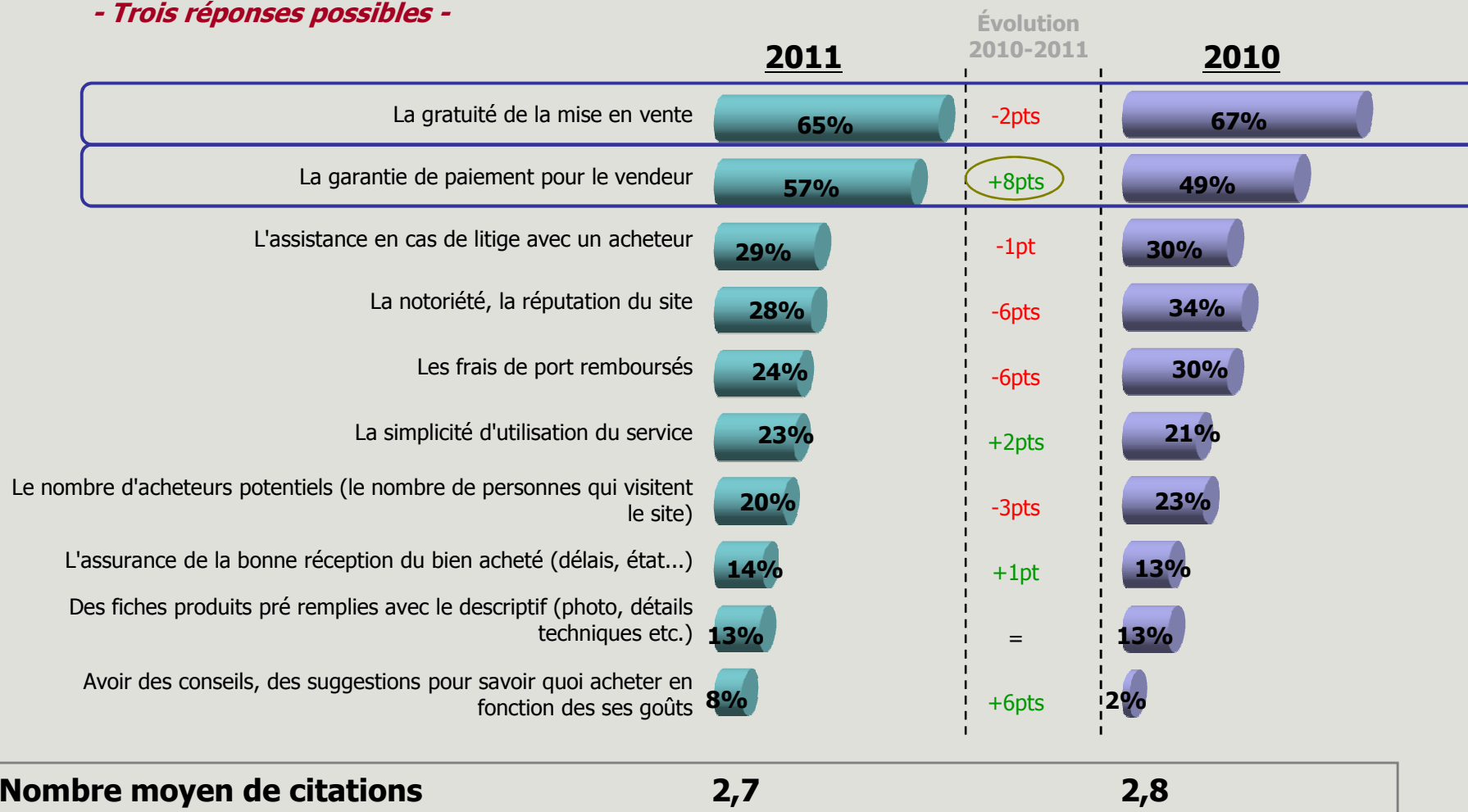


Ce besoin de garanties présent également chez les vendeurs ...ainsi que le coût

Base vendeurs sur Internet: 430

Q10 : Parmi les critères suivants, quels sont les trois plus importants selon vous qui vous inciteraient à choisir un site d'achat-vente plutôt qu'un autre, pour vendre un produit?

- Trois réponses possibles -

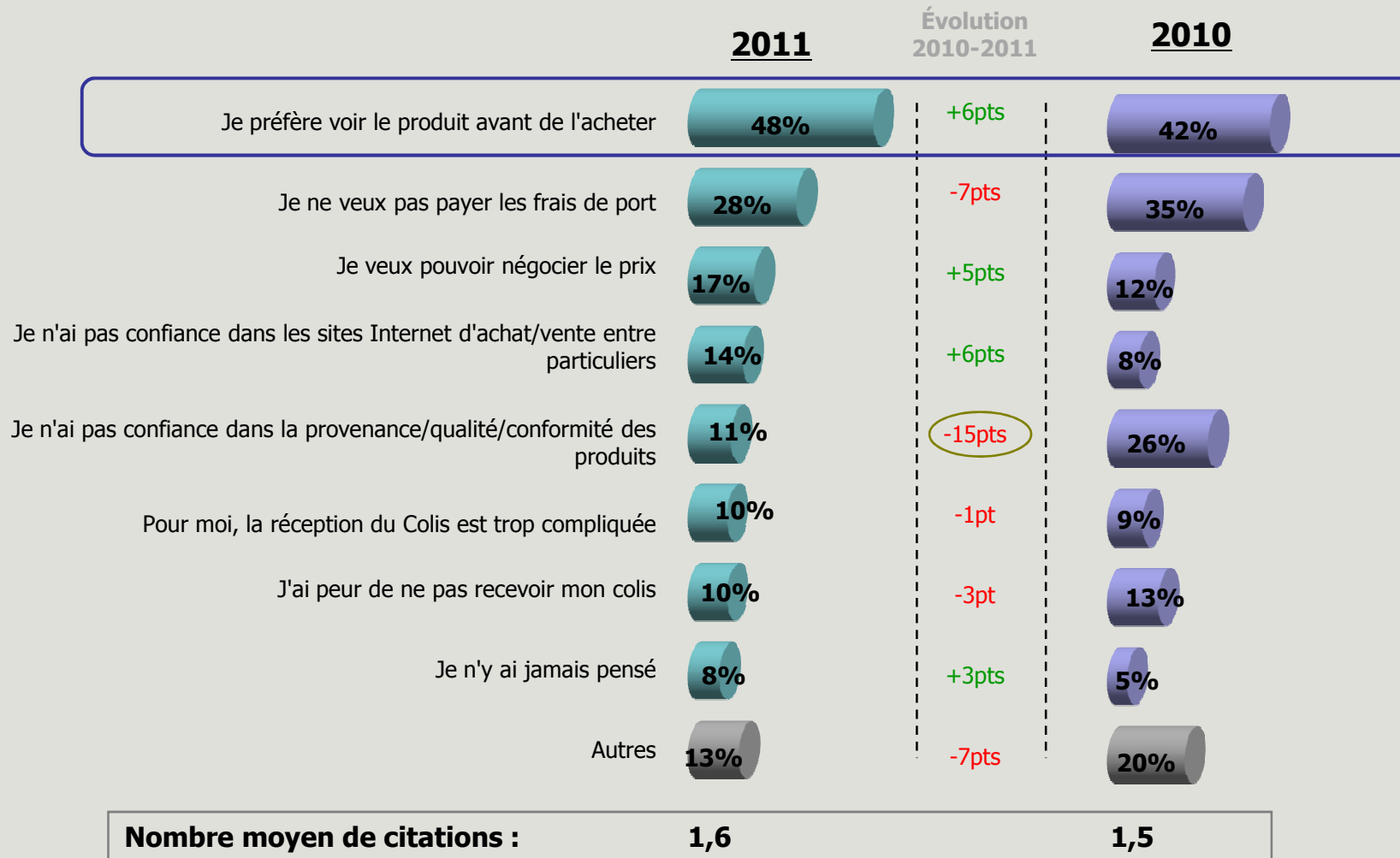


 Différence significative

Raisons de non achat sur Internet auprès des acheteurs en CtoC : besoin de voir le produit avant tout

Base individus ayant réalisé au moins un achat auprès d'un particulier mais jamais sur Internet : 131

V4Q3c : Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous jamais acheté de produits sur Internet ?



 Différence significative

131 individus soit 13% de l'échantillon

95 individus soit 9% de l'échantillon

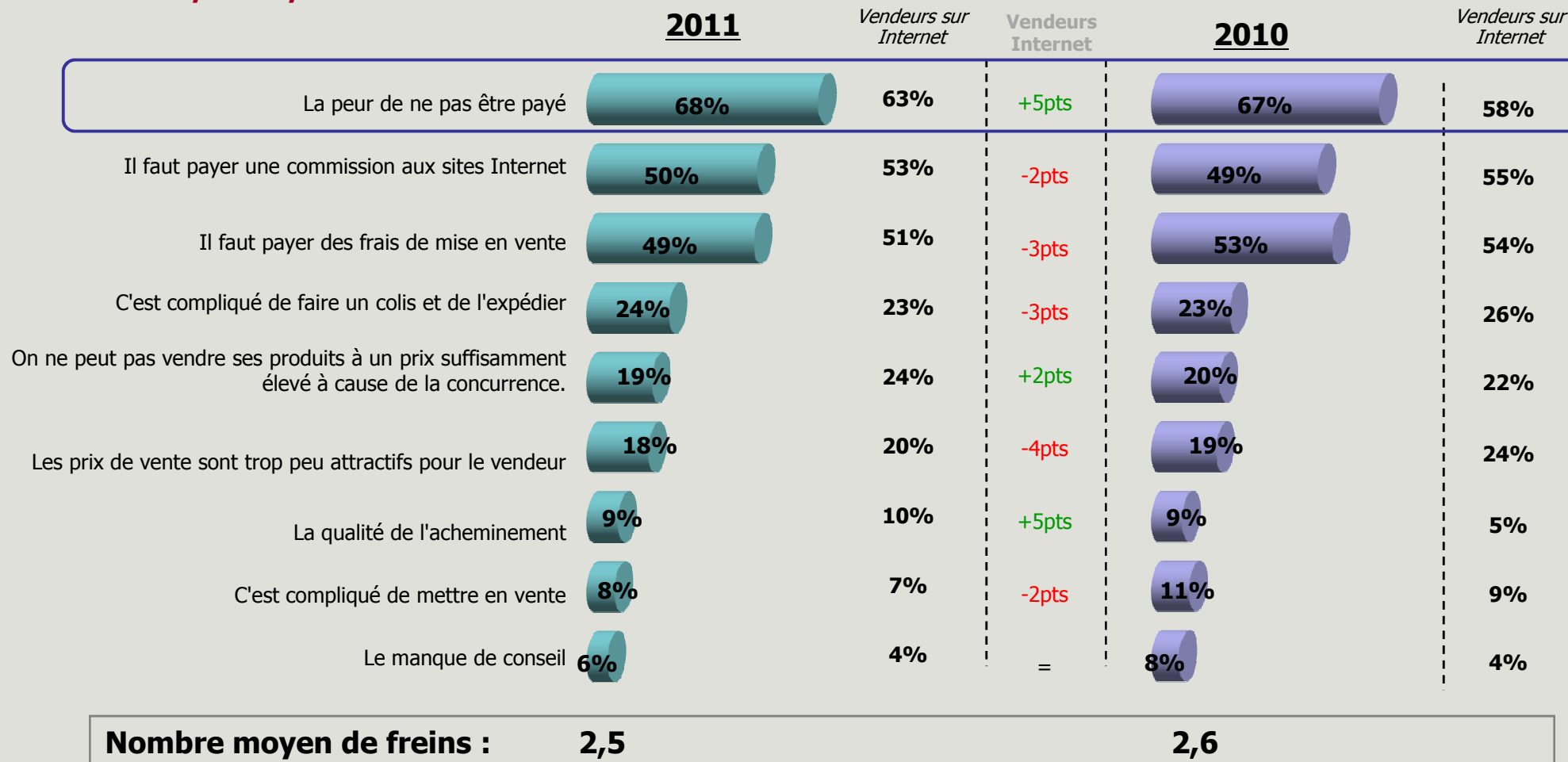
Les freins au développement de la vente en CtoC : le défaut de paiement toujours

Base internautes: 1002

Q12a : Selon vous, quels peuvent être les freins au développement du commerce entre les internautes, pour un vendeur ?

- Trois réponses possibles -

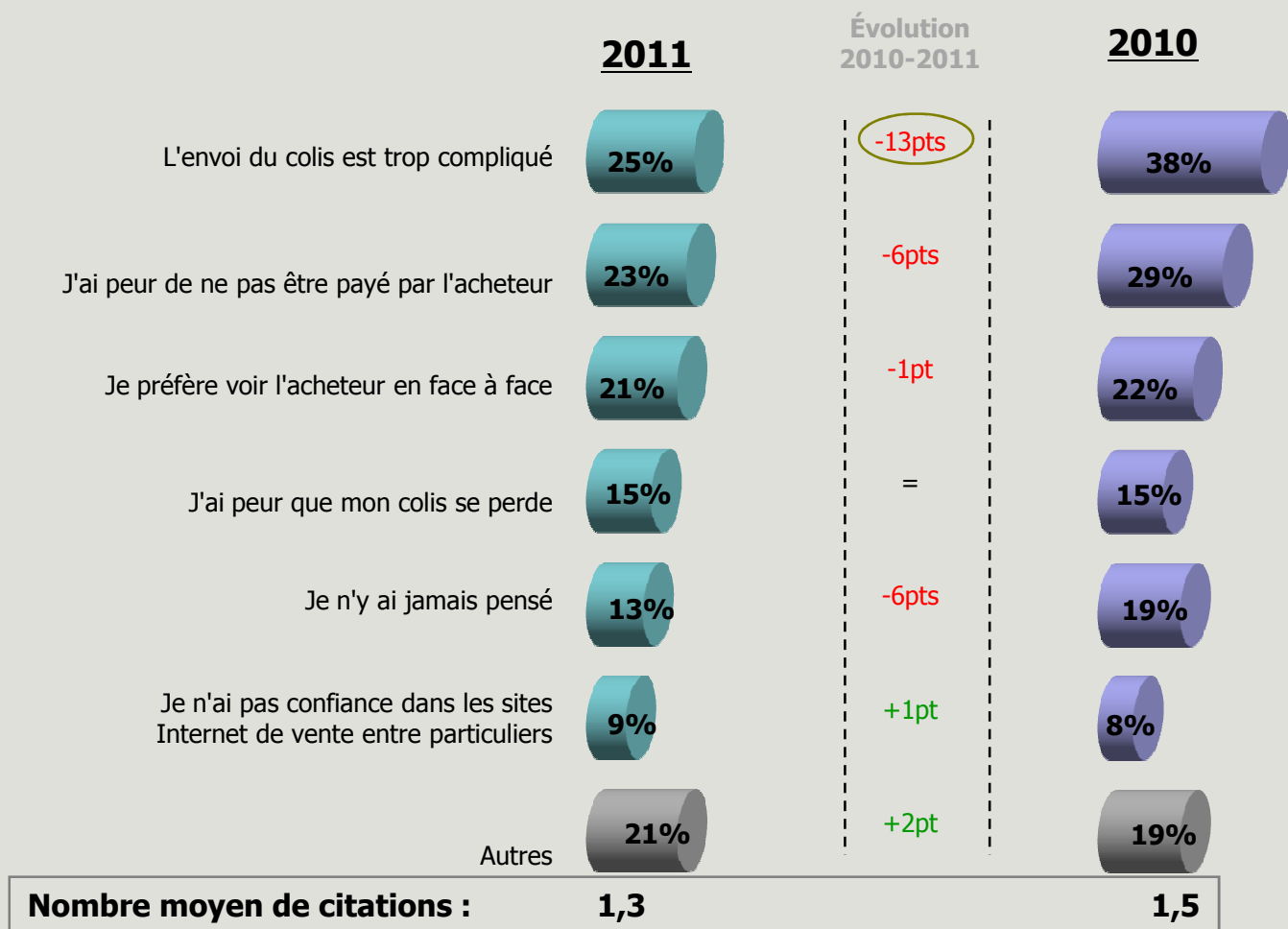
Evolution
2010-2011



Raisons de non vente sur Internet : des freins qui s'érodent quelque peu

Base individus ayant réalisé au moins une vente auprès d'un particulier mais jamais sur Internet : 123

V4Q3d : Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous jamais vendu de produits sur Internet ?



123 individus soit 13% de l'échantillon

117 individus soit 12% de l'échantillon

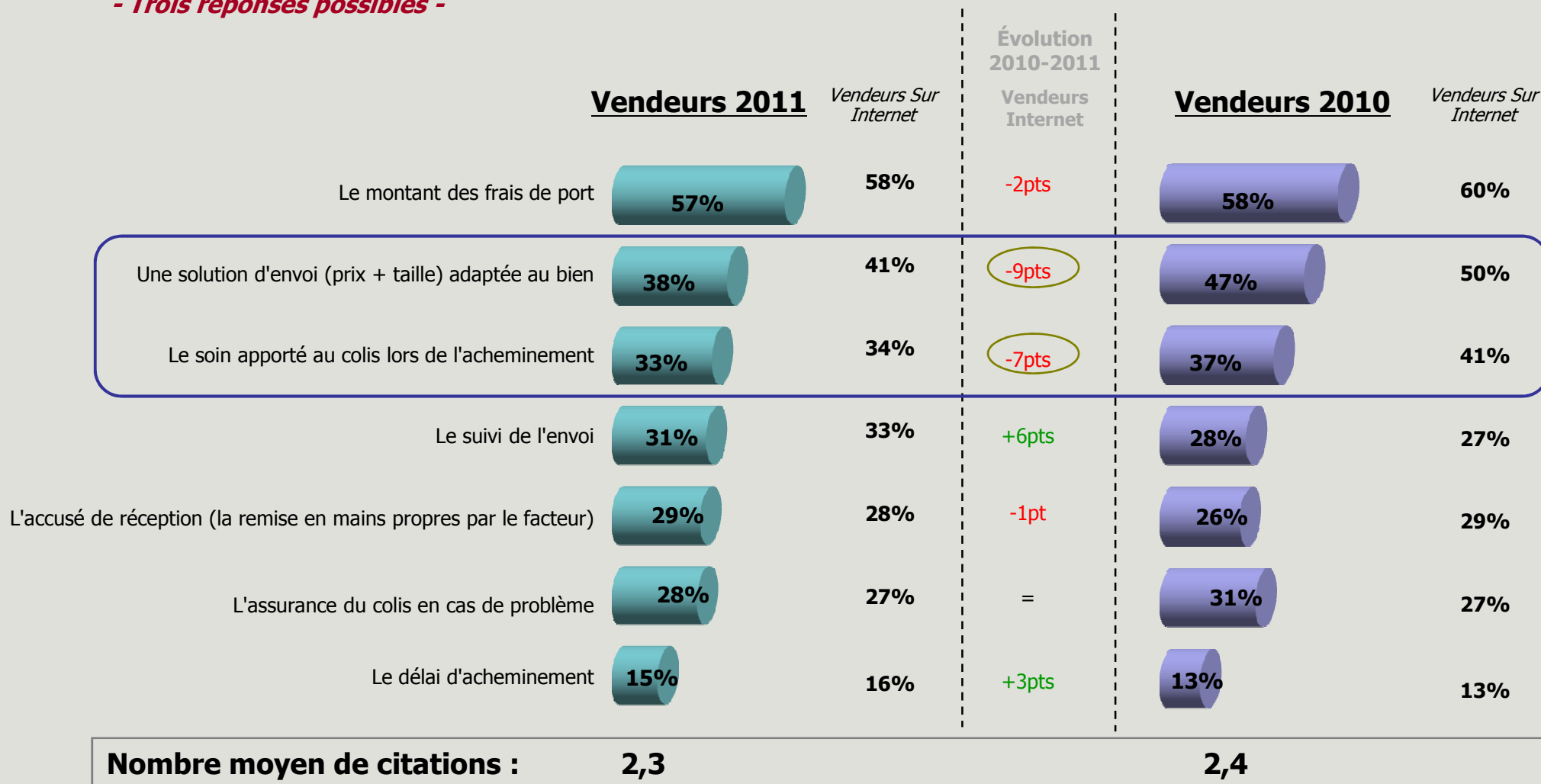
 Différence significative

Éléments importants lors de l'expédition : une amélioration du service

Base vendeurs : 550

Q12b : Plus précisément, quand vous vendez, qu'est-ce qui est le plus important au moment de l'expédition du produit ?

- *Trois réponses possibles* -



 Différence significative

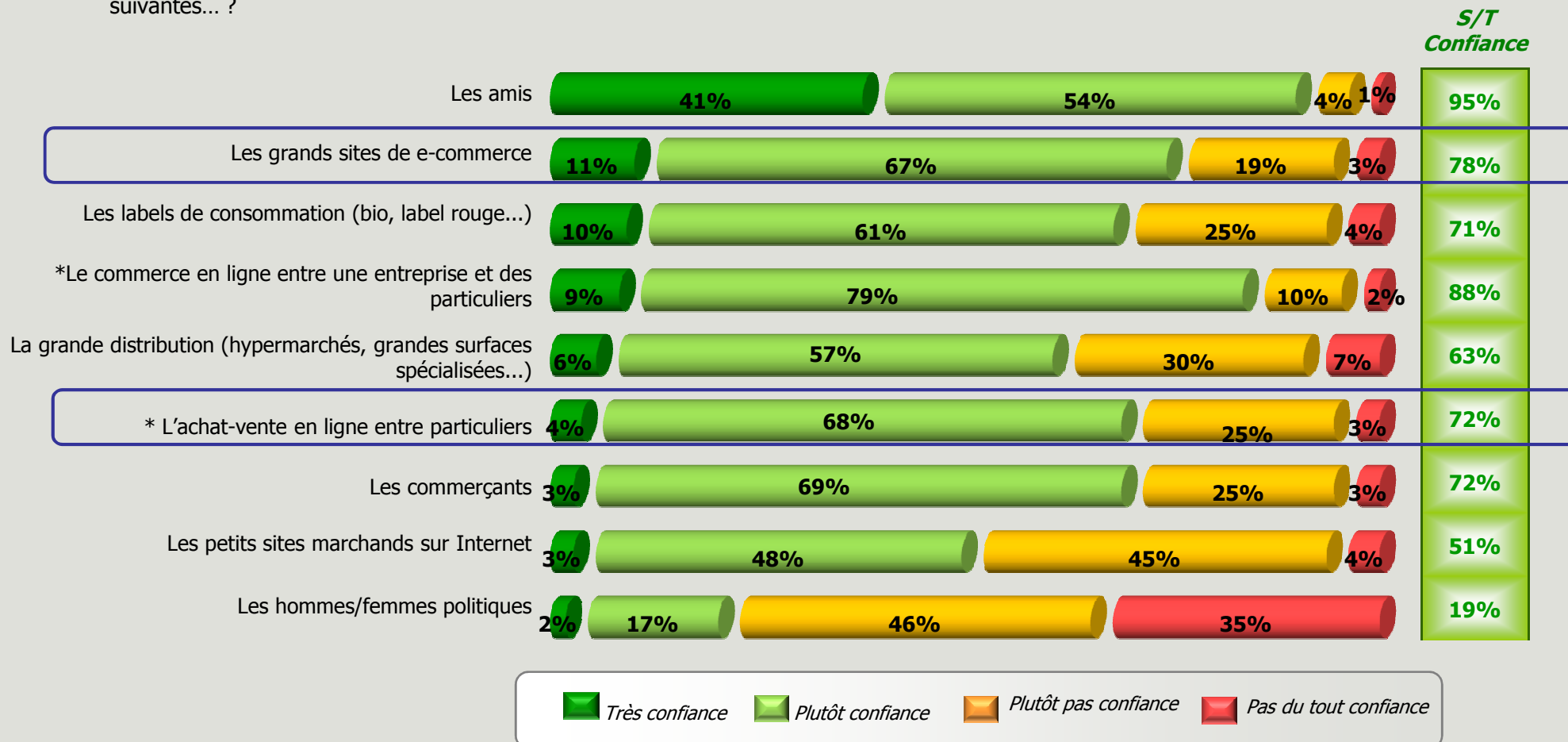
A2

Questions spécifiques 2011

A qui fait-on confiance ?

Base internautes: 1002

PostQ1 : Avez-vous très confiance, plutôt confiance, plutôt pas confiance ou pas confiance du tout dans chacune des organisations/personnes suivantes... ?



* Ces 2 items étaient posés dans une autre question « Globalement, quel est votre niveau de confiance dans les circuits d'achats suivants », utilisation de la même échelle.

Le SAV pèse sur la confiance dans l'achat en CtoC

Base acheteurs et/ou vendeurs Internet : 616

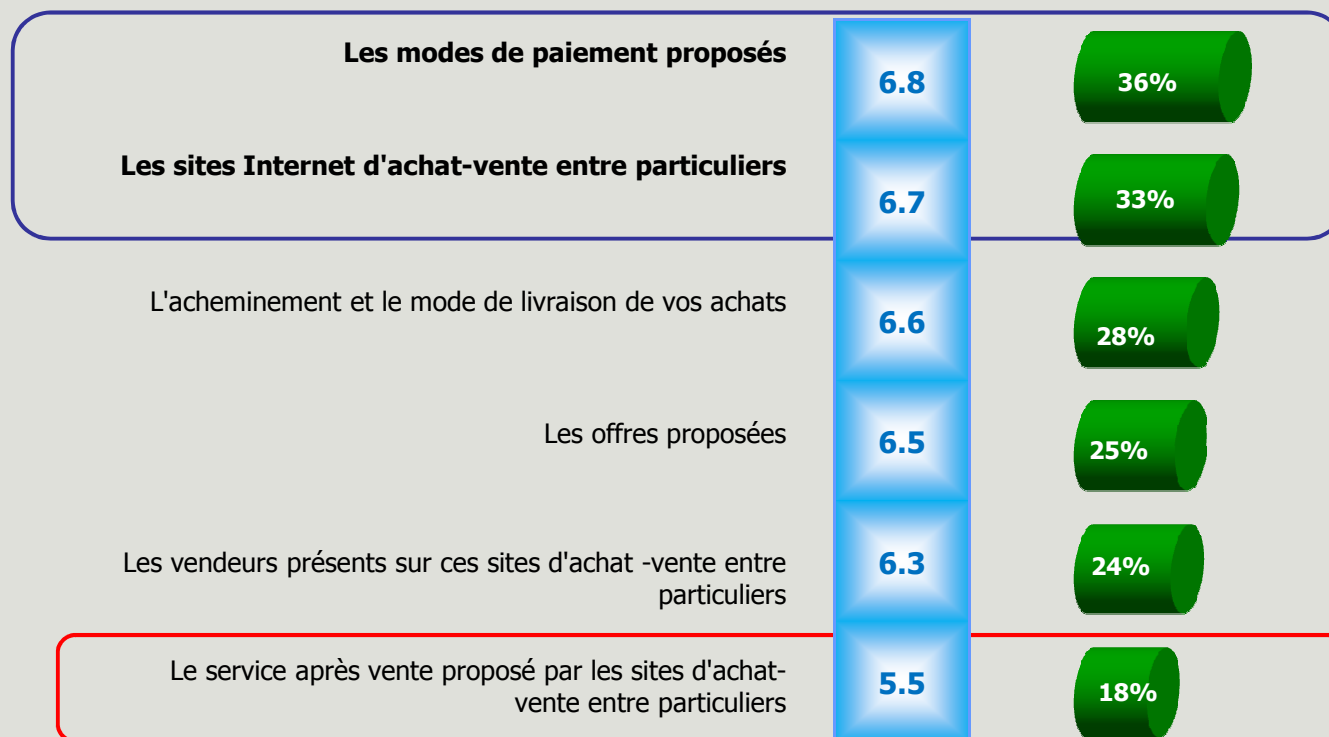
PostQ3 : Lors de vos achats entre particuliers, quel est votre niveau de confiance vis-à-vis de chacun des éléments suivants:

1 signifiant que vous n'avez pas du tout confiance

10 signifiant que vous avez tout à fait confiance

les notes intermédiaires permettent de nuancer votre jugement

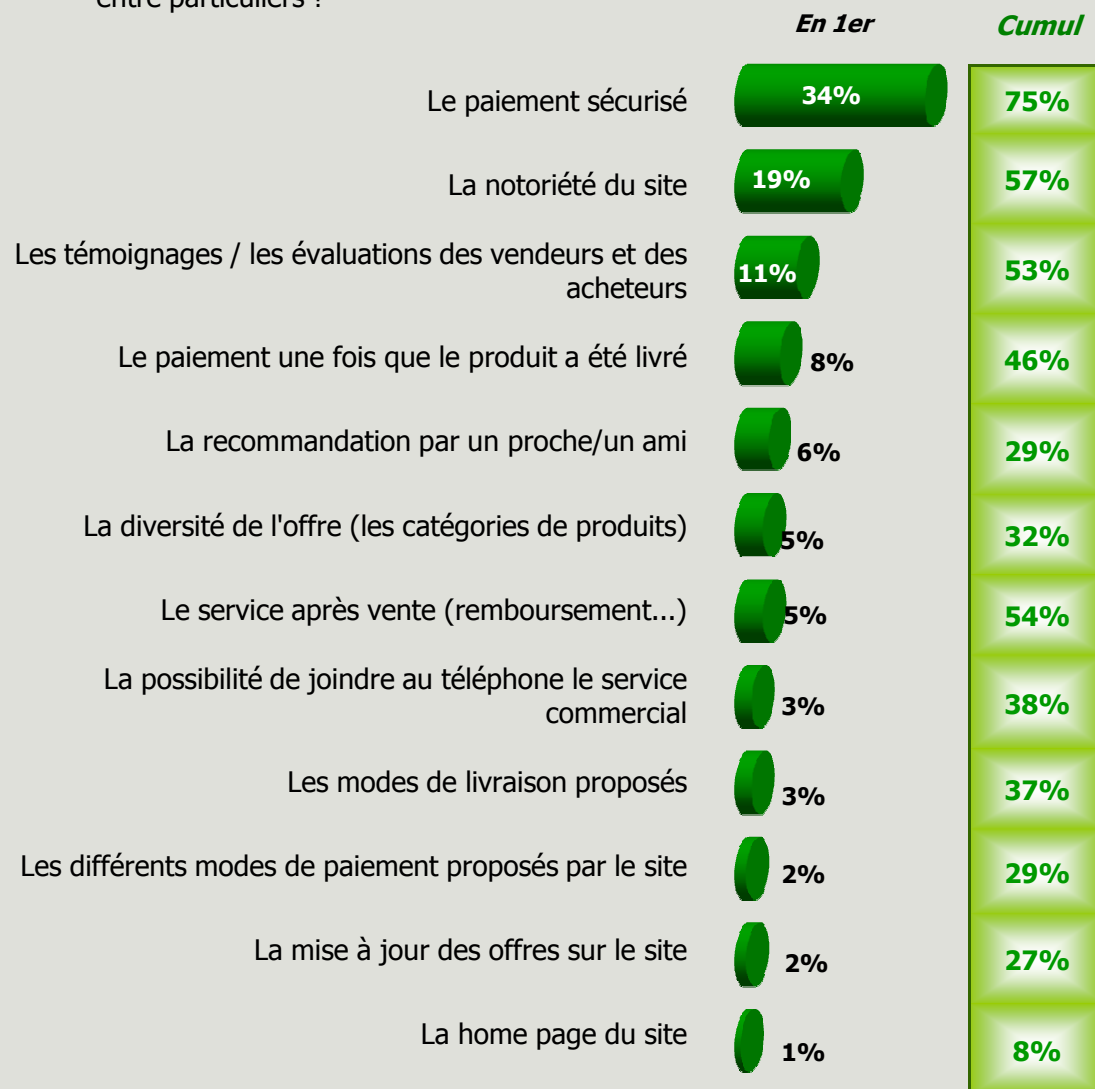
Moyenne /10 ST des notes de 8 à 10



Éléments les plus impactant sur la confiance à un site d'achat-vente ?

Base acheteurs et/ou vendeurs Internet: 616

PostQ4 : Pour vous, parmi les éléments suivants, quels sont les **5** qui comptent le plus pour que vous fassiez confiance à un site d'achat-vente en ligne entre particuliers ?



Au final, les éléments les plus impactant sur la confiance à un site d'achat-vente :

- 1** Le paiement sécurisé
- 2** La notoriété du site
- 3** Le service après vente
- 4** Les témoignages
- 5** Le paiement une fois le produit livré

Éléments les plus impactant sur la confiance à un vendeur sur un site d'achat-vente

Base acheteurs et/ou vendeurs Internet: 616

PostQ5 : Pour vous, parmi les éléments suivants, quels sont les **5** qui comptent le plus pour que vous fassiez confiance à un vendeur sur un site d'achat-vente en ligne entre particuliers ?



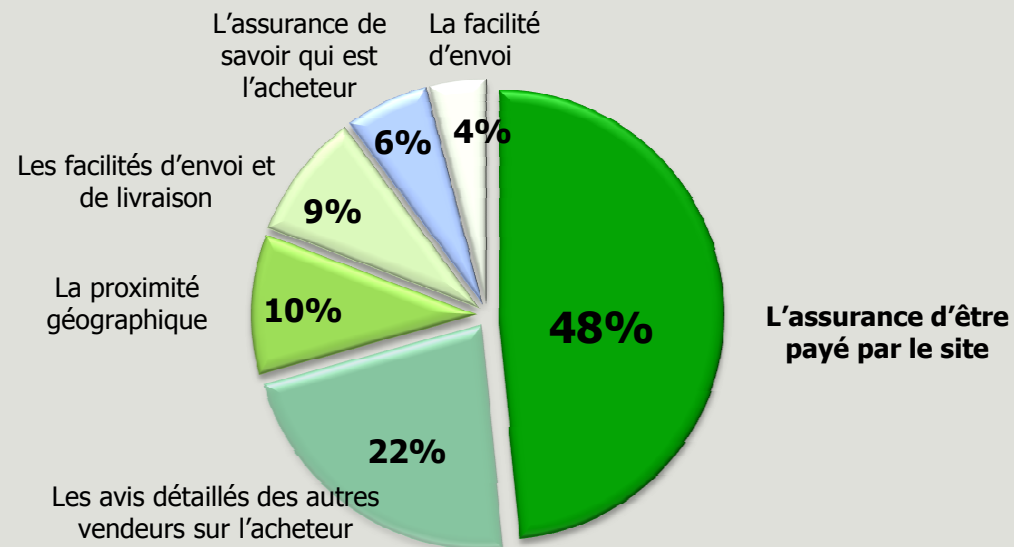
Au final, les éléments les plus impactant sur la confiance à un vendeur sur un site d'achat-vente:

- 1 La possibilité de le contacter
- 2 La photo du produit vendu
- 3 Les prix proposés par le vendeur
- 4 Les notes attribuées au vendeur
- 5 Les avis détaillés sur le vendeur

Pour un vendeur, la confiance repose avant tout sur l'assurance d'être payé par le site !

Base acheteurs et/ou vendeurs Internet: 616

PostQ6 : Pour vous, parmi les éléments suivants, quel est celui qui compte le plus pour que vous fassiez confiance à un acheteur sur un site d'achat-vente en ligne entre particuliers ?



Pour l'acheminement des produits, la confiance se gagne avant tout sur la politique tarifaire mais repose également sur un mix produit plus subtil...

Base acheteurs et/ou vendeurs Internet: 616

PostQ7: Pour vous, parmi les éléments suivants, quels sont les 3 qui comptent le plus pour que vous fassiez confiance à un intermédiaire qui se charge de l'acheminement du produit acheté.





Le Baromètre du CtoC 2011

6ème édition

BJ7525

OpinionWay, 15 place de la République, 75003 Paris. Tél : 01 78 94 90 00

