



# Le Baromètre du CtoC en ligne

## Conférence de presse du 15 octobre 2014

9ème vague

*“opinionway*

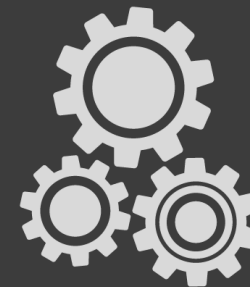


OpinionWay  
15 place de la République  
75003 Paris

Philippe Le Magueresse, Thomas Stokic

BJ 10599





# MÉTHODOLOGIE



# Méthodologie



- ▶ **Cible** : 1009 personnes, échantillon représentatif de la population des internautes français âgés de 15 à 69 ans, selon les critères de sexe, d'âge, de CSP de la personne interrogée, de région et de taille d'habitat.

Les résultats de l'étude ont été redressés sur les critères de sexe, d'âge, de CSP et de région.



- ▶ **Remarque importante** : La base de notre analyse portera sur les cyber-acheteurs (950 individus) c'est-à-dire ceux qui ont acheté des produits sur Internet au cours des 12 derniers mois. Des informations sur les 15-34 ans et les 60-69 ans seront présentes sur l'ensemble du rapport.



- ▶ **Recueil** : **Interrogation en ligne** sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview), en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252  
Source d'interrogation : Newpanel, le panel en ligne d'OpinionWay.  
Rétribution des répondants : sous forme d'incentives



- ▶ **Date de terrain** : entre le 23 et 31 juillet 2014



- ▶ OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252



# 1 UN ÉCOSYSTÈME PERFORMANT



# Quels sont les acteurs de l'écosystème du CtoC ?



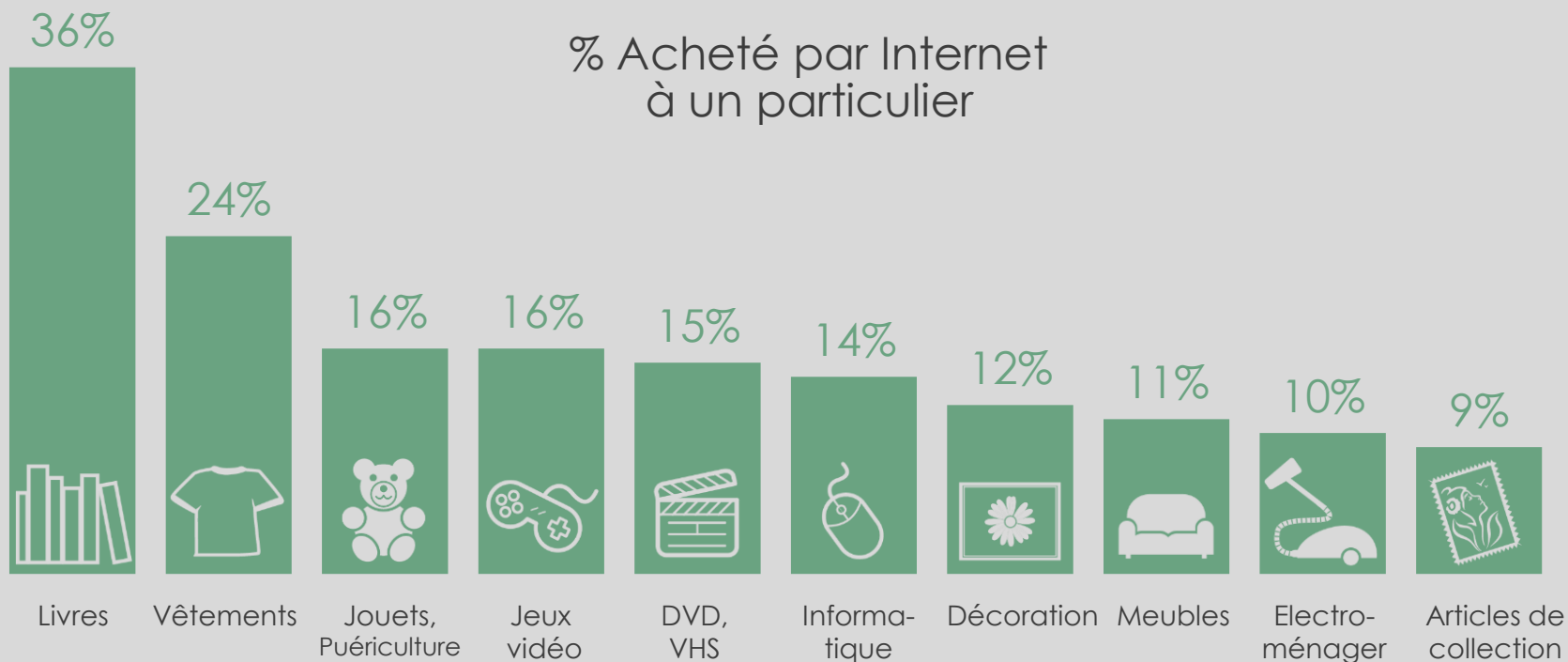
# 1.a LES ACHETEURS



# Livres et vêtements : les biens les plus achetés



Q7\_I1 Au cours des 12 derniers mois, quels produits avez-vous... ?



Rappel 2006

21%

11%

15%

22%

14%

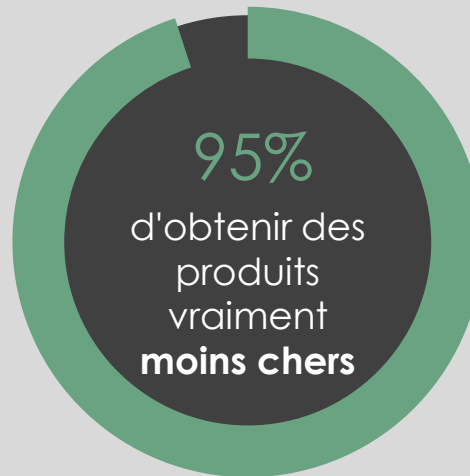
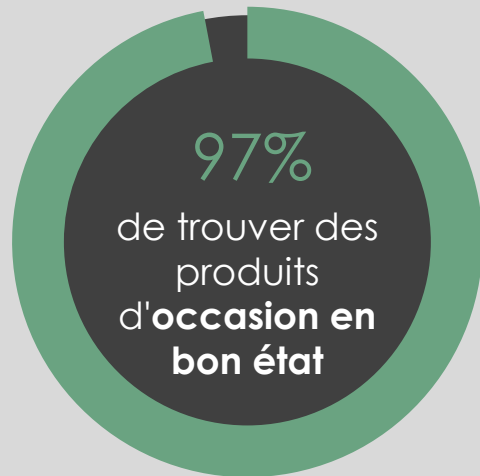


# Rapport qualité Prix et Long tail : raisons clés d'achat



Q9\_I1 Pour chacune des affirmations suivantes, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, ou pas du tout d'accord

Acheter des produits à des particuliers par Internet cela permet ...?





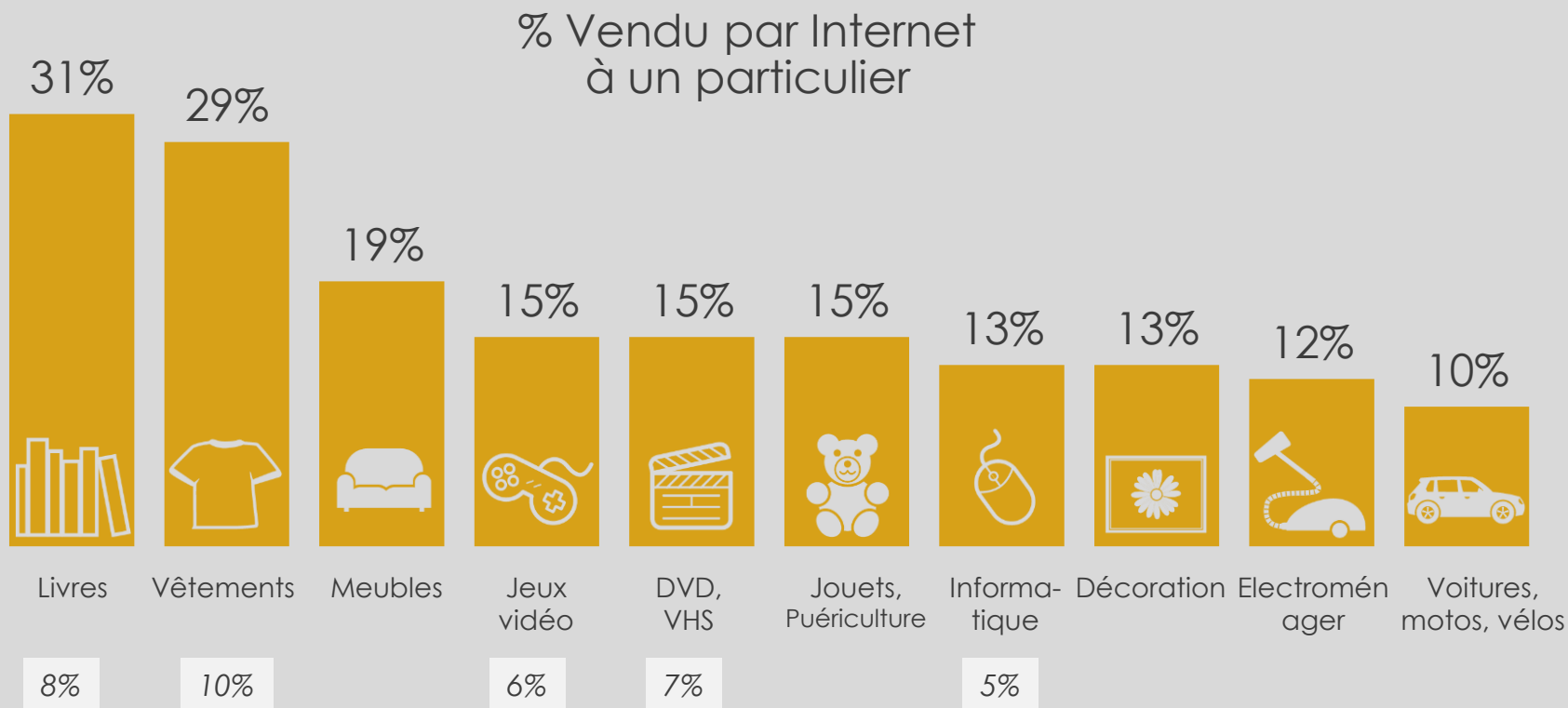
# 1.b LES VENDEURS



# Livres et vêtements : les biens les plus vendus



Q7\_I1 Au cours des 12 derniers mois, quels produits avez-vous... ?



# Motivations pour vendre : le reflet des préoccupations des consommateurs



Q9\_I1 Pour chacune des affirmations suivantes, indiquez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, ou pas du tout d'accord

Vendre des produits à des particuliers par Internet permet ...?

90%

d'être  
**écologique** en  
recyclant les  
produits

78%

de **se racheter**  
des produits  
plus récents

72%

de **compléter**  
ses revenus

64%

de s'acheter **plus**  
**de choses**  
en sachant qu'on  
pourra les  
revendre



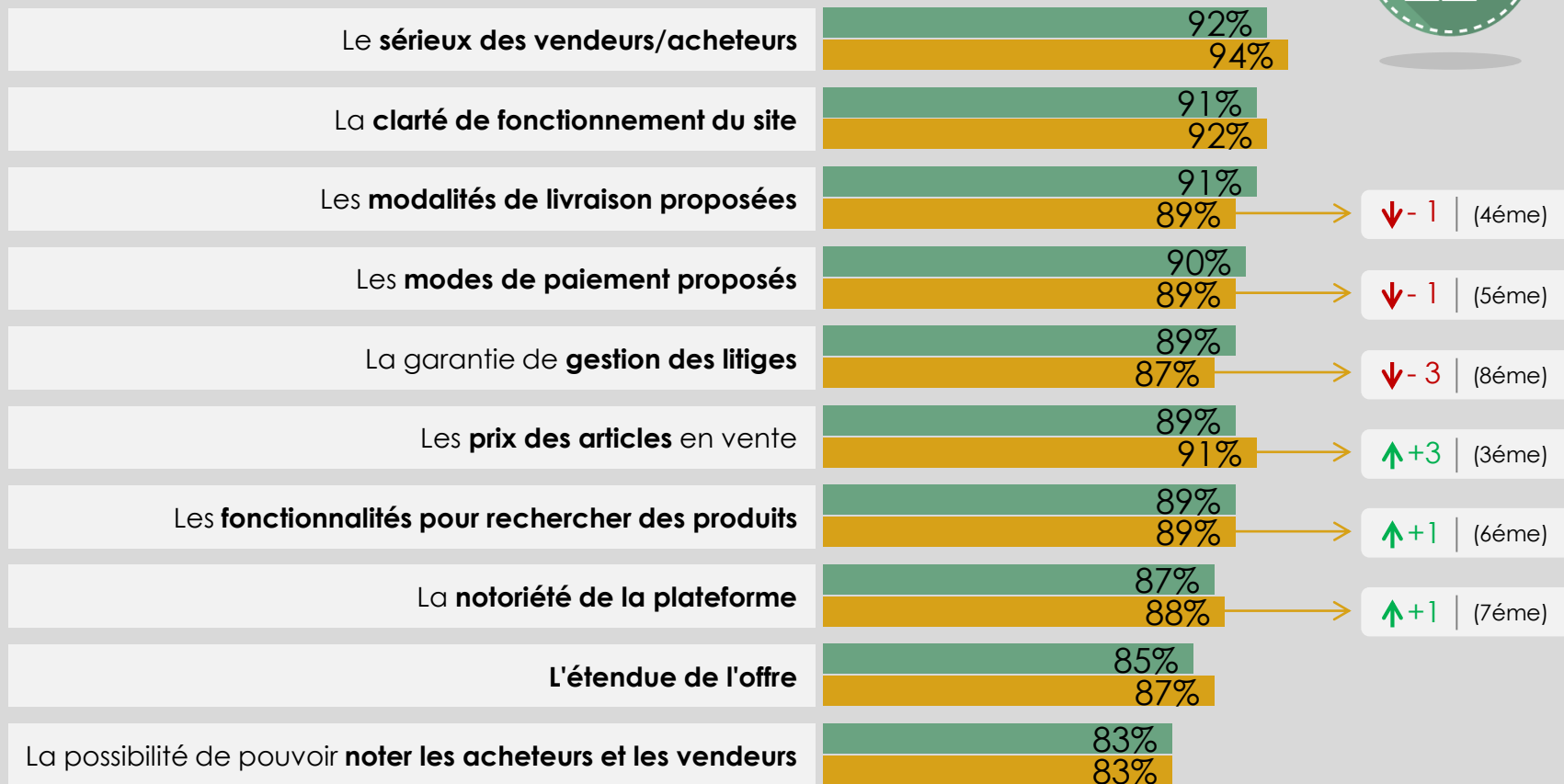
# 1.C LES PLATEFORMES



# Exigences fortes et semblables envers les plateformes



Q11\_I1 Parmi les critères suivants, quels sont, selon vous, ceux qui sont les plus importants pour faire un bon site Internet d'achat-vente entre particuliers ?

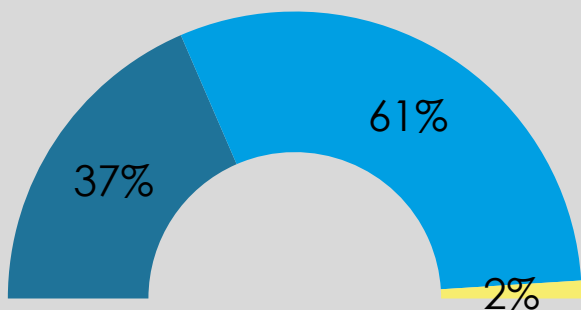


# Exigences très bien satisfaites par les plateformes



Q15b. Concernant l'expérience d'achat via une plateforme d'achat-vente (en dehors du produit lui-même), diriez-vous que vous êtes globalement... ?

98%  
des acheteurs sont globalement satisfaits de leur **expérience d'achat**



Très satisfait(e)

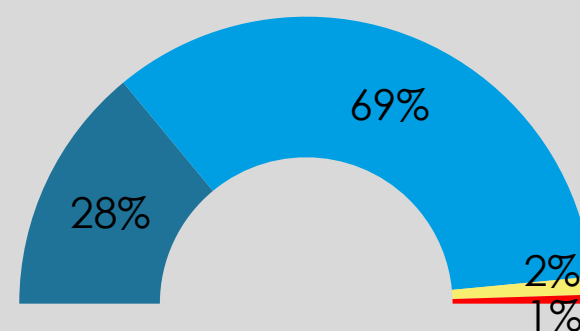
Plutôt satisfait(e)

Plutôt pas satisfait(e)

Pas du tout satisfait(e)

Q17b. Concernant l'expérience de vente en ligne via une plateforme d'achat-vente (en dehors du produit lui-même), diriez-vous que vous êtes globalement... ?

97%  
des vendeurs sont globalement satisfaits de leur **expérience de vente**



# 2.a UNE CERTAINE MATURITÉ...



# Un écosystème robuste : les acheteurs sont aussi les vendeurs



2 cyberacheteurs sur 3  
pratiquent le CtoC sur Internet



1 adepte du CtoC sur 2  
est à la fois **vendeur** &  
**acheteur** CtoC





# 2.b ...MAIS ENCORE DES RELAIS DE CROISSANCE AVEC LE MOBILE



# Usage du mobile dans l'achat : une pratique déjà répandue



Q4. Avez-vous déjà fait un achat de bien ou service à partir de votre téléphone mobile (hors téléchargement d'application payante) ?



**35%** Ont déjà acheté au moins une fois avec un mobile

Oui, via un **site Internet marchand** d'une enseigne

**20%**

Oui, via une **appli marchande** sur votre mobile

**15%**

Oui, via un **site Internet** d'une **place de marché**

**17%**

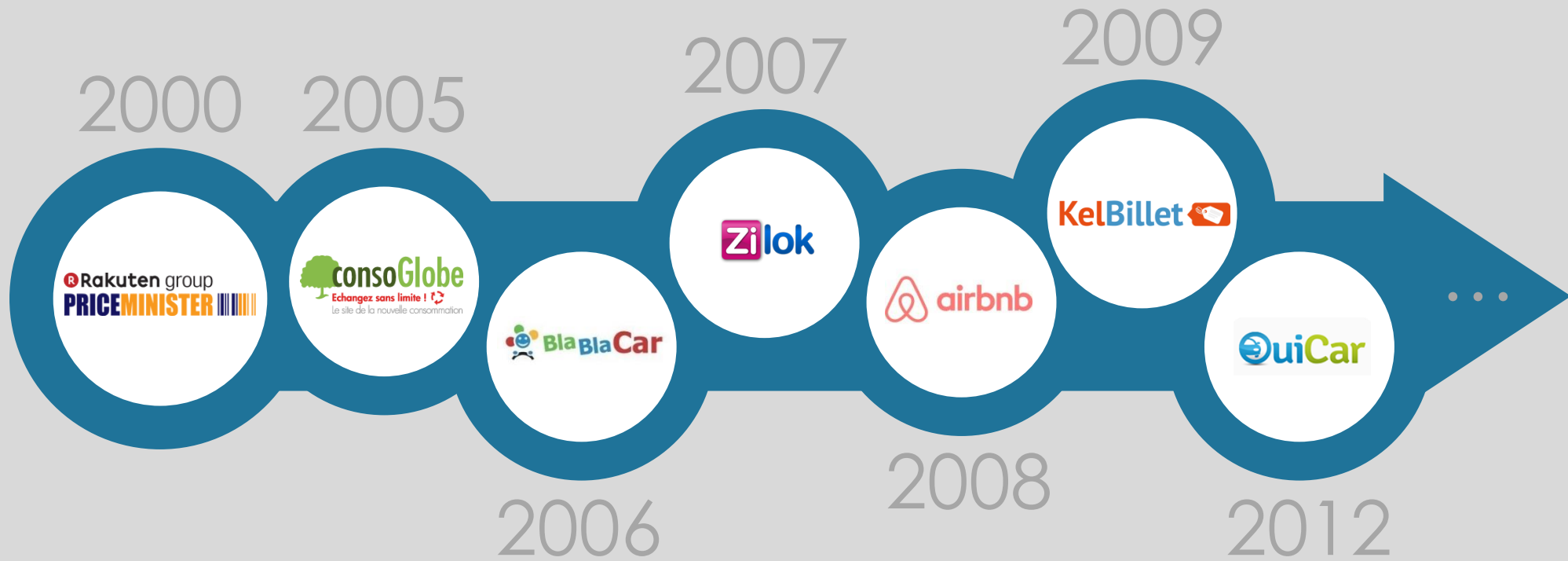
**25%** chez les **cyber-acheteurs**



# 3.a EN FAIT, UN RÔLE PRÉCURSEUR DU CTOC DANS L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE



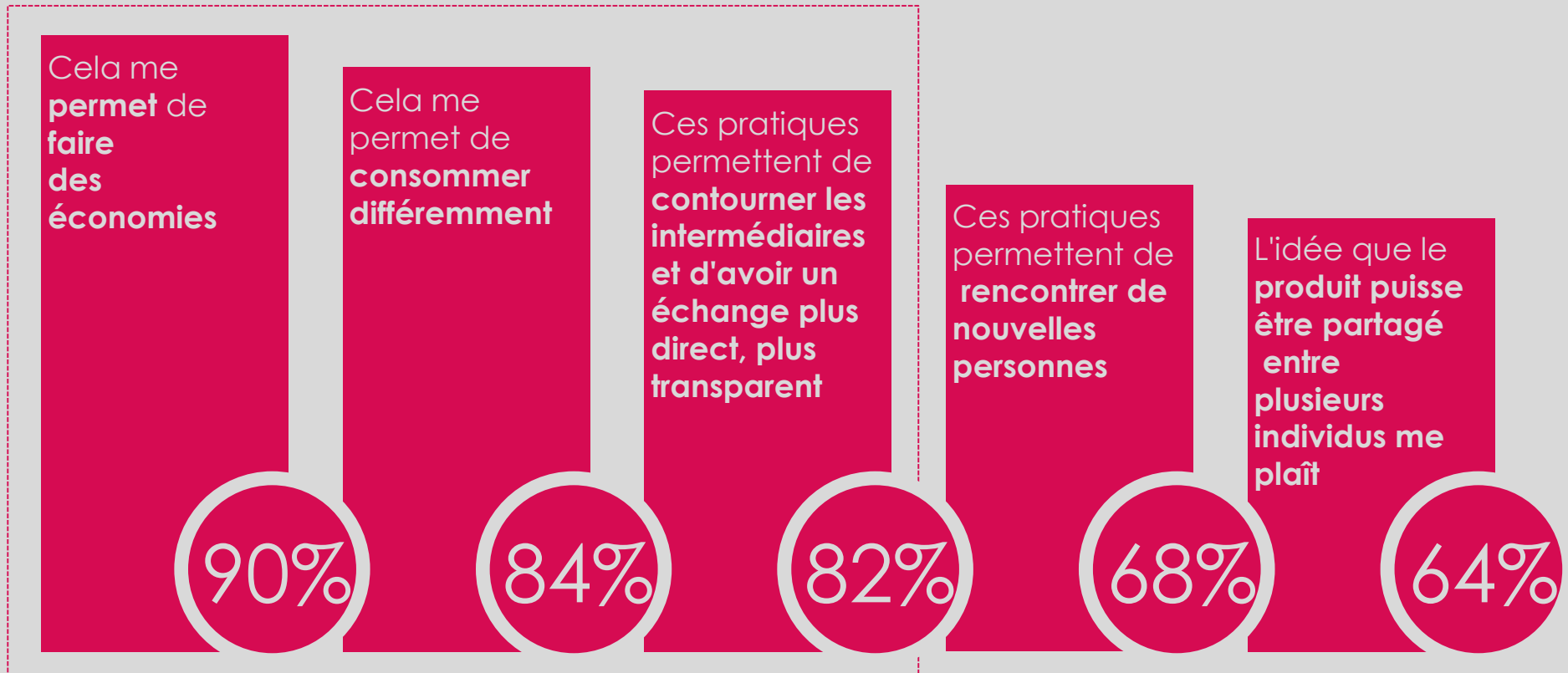
# Un peu de chronologie !



# Motivations semblables au CtoC



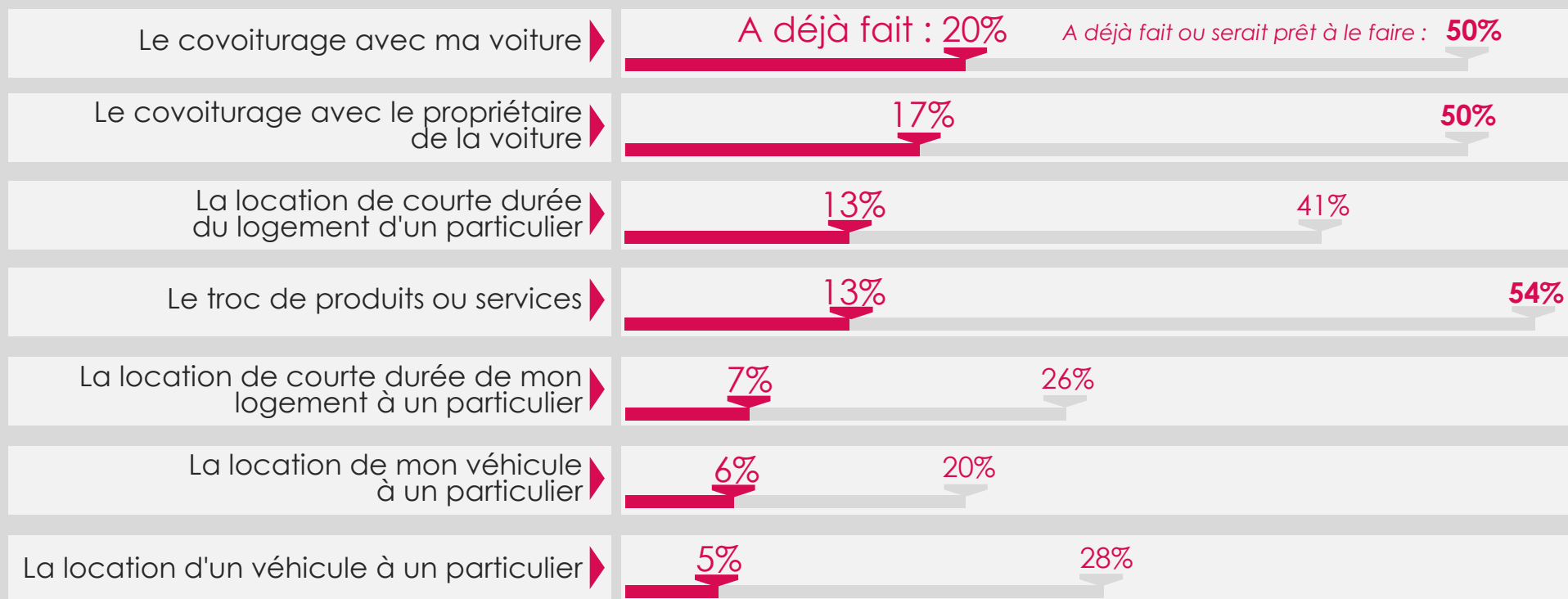
Q20\_I1. Vous avez déclaré avoir déjà eu recours à certains services proposés par des particuliers ou être prêt à essayer. Pour chacune des affirmations suivantes, indiquez si elle correspond à ce que vous pensez.



# Pratiques déjà diffusées et avec du potentiel



Q19\_I1. Pour chacun des services ci-dessous proposés par des particuliers à d'autres particuliers, pouvez-vous nous dire quelle phrase correspond le mieux à votre situation ?



# 3.b LE NOUVEAU CTOC : du Conseiller au Consommateur

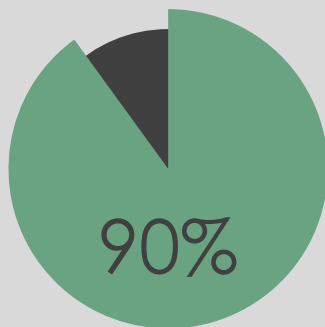


# Les acheteurs CtoC consultent déjà les avis

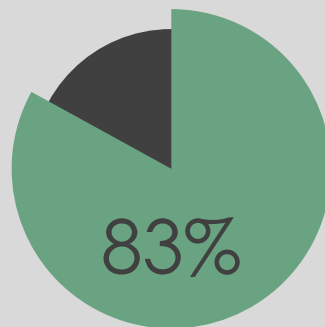


Q25\_I1. Pour chacun des critères suivants qui peuvent être pris en compte dans l'achat d'un produit à des particuliers sur Internet, indiquez si pour vous ce critère est très important, assez important, peu important ou pas du tout important.

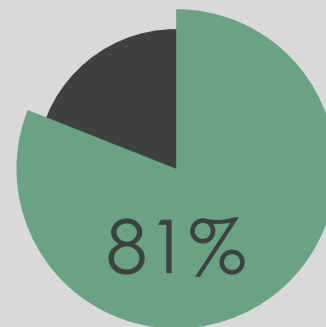
La **note attribuée**  
au vendeur



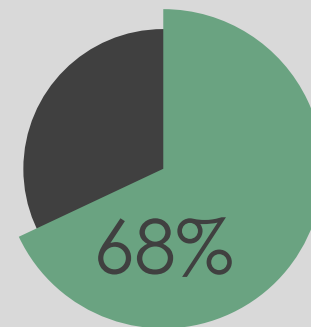
Les **avis** sur le produit  
**ailleurs sur Internet**



Les **avis** sur le **produit**  
**sur le site de vente**



La **recommandation**  
de proches, d'amis



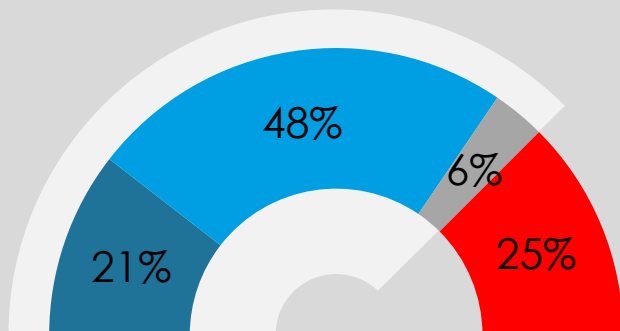


# Et les acheteurs CtoC commentent aussi !



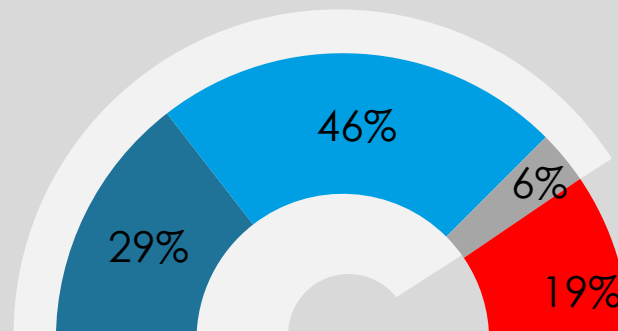
Q26\_I1. Et vous personnellement **avez-vous déjà commenté ou évalué** sur des sites Internet de vente entre particuliers....

**69%** Les  
Commentent /  
évaluent  
régulièrement  
**produits**



- Oui, souvent
- Oui, de temps en temps
- Oui, une fois
- Non, jamais

**75%** Les  
Commentent /  
évaluent  
régulièrement  
**vendeurs**



# 3.C Vers une nouvelle économie de la recommandation



# La recherche d'avis se généralise avant l'achat

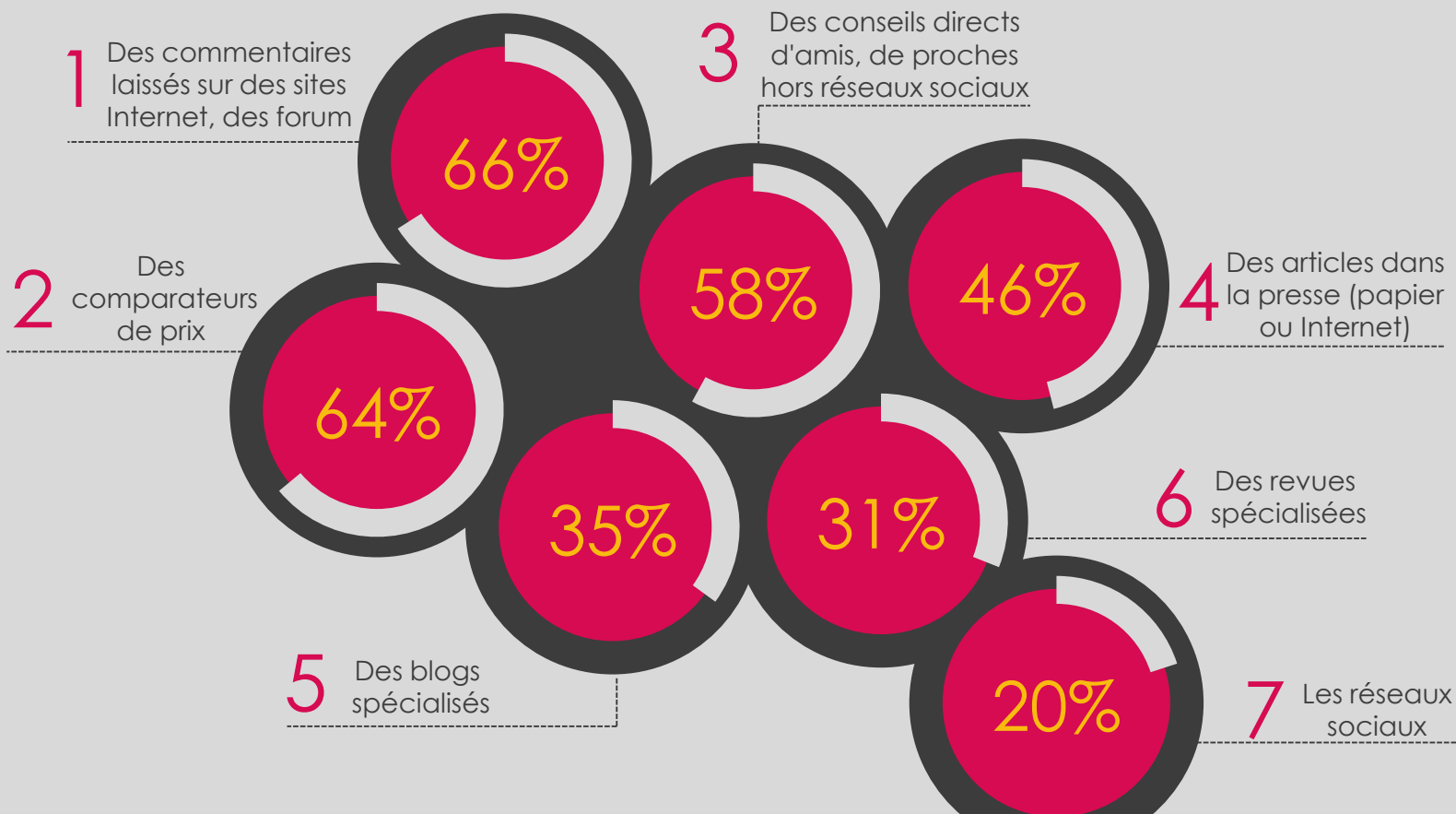


Q27\_I1. Parmi les sources d'informations suivantes lesquelles avez-vous déjà utilisées pour vous aider dans vos achats ?



87%

utilisent  
régulièrement  
des sources  
d'informations  
pour s'aider  
dans leurs  
achats



# Un achat auquel on renonce en cas d'avis négatif !



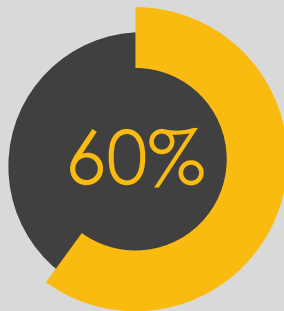
Q29\_I1. Avez-vous déjà renoncé à acheter un produit à cause de commentaires négatifs...



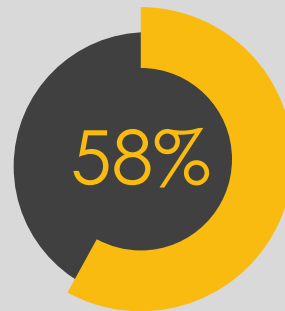
74%

renoncent **régulièrement** à un achat à cause de commentaires négatifs

Formulés directement par des amis, des proches, des collègues (hors réseaux sociaux)



Lus, vus ou entendus dans les médias



Trouvés sur Internet / sur les réseaux sociaux



Formulés par un conseiller/un vendeur professionnel



# Mais un avis positif peut déclencher un achat non prévu !



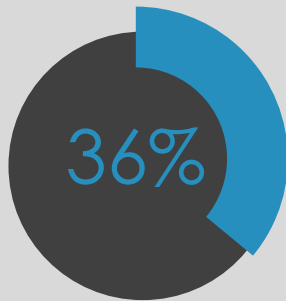
Q29B\_I1 Et avez-vous déjà réalisé un achat spontané suite à des commentaires positifs...



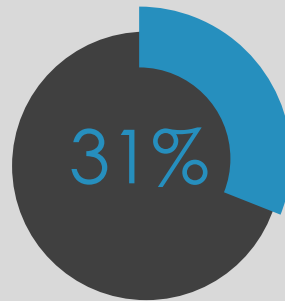
41%

réalisent régulièrement des achats spontanés suite à des commentaires positifs

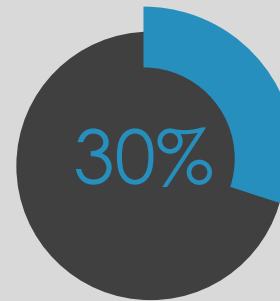
Formulés directement par des amis, des proches, des collègues (hors réseaux sociaux)



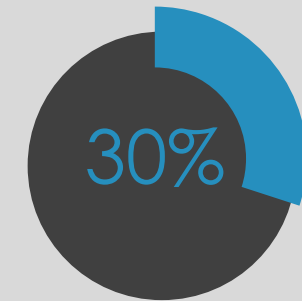
Formulés par un conseiller/un vendeur professionnel



Trouvés sur Internet / sur les réseaux sociaux



Lus, vus ou entendus dans les médias



# Les pairs devant les experts quel que soit le secteur



Q30B. Pour choisir un produit informatique, high-tech / un produit culturel (livre, film, musique) / un restaurant/un hôtel, à qui faites-vous le plus confiance...



produit informatique,  
high-tech



produit  
culturel



restaurant/  
un hôtel

60%

Confiance  
aux pairs\*

+26 pour  
les pairs

34%

Confiance aux  
professionnels

63%

Confiance  
aux pairs\*

+40 pour  
les pairs

23%

Confiance aux  
professionnels

79%

Confiance  
aux pairs\*

+65 pour  
les pairs

14%

Confiance aux  
professionnels

\*Citent au moins une fois les items parmi :

- ▶ Avis et recommandations directes de vos amis, de vos proches
- ▶ Avis d'autres particuliers sur le site de la marque
- ▶ Avis d'autres particuliers sur une plateforme indépendante des marques



“

# Le Baromètre du CtoC en ligne

## Conférence de presse du 15 octobre 2014

9<sup>ème</sup> vague

“*opinionway*”

**R** Rakuten group  
**PRICEMINISTER**



OpinionWay  
15 place de la République  
75003 Paris

Philippe Le Magueresse, Thomas Stokic

BJ 10599

