
6ème édition du Baromètre du CtoC PriceMinister – La Poste, réalisé par OpinionWay

Publié le [12 octobre 2011](#)

J'aime

1

Envoyer

Twitter

3

0



En 2011, le baromètre du CtoC (commerce entre internautes) révèle une percée spectaculaire du nombre de vendeurs particuliers

Cette année le CtoC franchit un nouveau cap : désormais un internaute sur deux a vendu un objet sur Internet dans l'année. L'indice de confiance illustre cette percée.

- Désormais **plus d'un internaute sur deux est vendeur**, enregistrant une croissance de 10 points entre 2010 (45 %) et 2011 (55 %) tous canaux confondus. On note que **cette progression repose essentiellement sur le canal Internet**, avec une croissance de 9 points, passant de 34 % à 43 % entre 2010 et 2011, contre 4 points pour les vide-greniers (de 15 à 19 %). **Ces vendeurs rajeunissent**, avec en moyenne 36,1 ans (vs 37,8 en 2010), habitent **en province** (83 % vs 78 % en 2010) et sont majoritairement **des actifs**, à 84 % (vs 78 % en 2010).
- **L'achat-vente entre particuliers**, tous canaux confondus (vide-greniers, petites annonces de proximité, Internet, etc.) est définitivement installé et enregistre une belle croissance cette année : pour l'année 2011, 76 % des Français internautes (contre 68 % en 2010) ont eu recours à l'achat et/ou à la vente entre particuliers, tous canaux confondus.
- **98 %** des Français internautes continuent de penser que l'achat-vente entre internautes **va se développer dans l'avenir**.
- Et **64 %** des sondés pensent avoir **davantage recours à l'Achat-Vente** entre internautes pour eux-mêmes à

l'avenir.

Arrivé à maturité, le CtoC convainc toujours plus le grand public...

- L'achat-vente entre particuliers **sur Internet** est **stabilisé à un niveau très élevé** : 4 acheteurs/vendeurs sur 5 sont passés par le Web en 2011 pour acheter et vendre au moins un produit à un particulier (81% en 2010).
- **Les livres** (55 % à l'achat et 39 % à la vente) **et les vêtements** (43 % à l'achat et 29 % à la vente) **demeurent les deux catégories reines** du commerce entre particuliers, aussi bien à l'achat qu'à la vente pour les Internautes.
- Pour l'achat comme pour la vente **la pénétration du canal Internet est toujours supérieure** à celle des canaux concurrents – magasins et dépôts-vente – sauf pour la puériculture et la décoration quand il s'agit de vente.

Top 5 des produits pour lesquels Internet l'emporte sur les autres canaux :

Les plus achetés à un particulier sur le Web :

- Livres
- Jeux vidéo
- Articles de collection
- DVD, VHS
- CD audio

Les plus vendus à un particulier sur le Web :

- Téléphones portables
- DVD, VHS
- Articles de collection
- Baladeurs MP3
- Electroménager

... animé par des motivations fortes et des choix durables...

- Les **motivations** principales à l'Achat-Vente **sont fortement ancrées** :

« C'est comme du recyclage » : 52 %

« Ça revient moins cher à l'achat » : 47 %

« Ça permet de faire un gain de place » : 36 %

- Les trois plus importants critères se sont installés durablement :

Pour l'Achat :

1. **Le prix** reste en pôle position mais perd un peu de terrain, à 50 % tous canaux confondus (contre 53 % en 2010), et à 56 % sur Internet uniquement (contre 59% en 2010).
2. **L'assistance en cas de litige**, à 45 % tous canaux confondus, vs 46 % pour les acheteurs sur Internet.
3. Le critère des **frais de port adaptés**, stable à 41 % tous canaux confondus, et croît de 2 points pour les acheteurs sur Internet, passant de 44 à 46 %.

Pour la Vente :

1. **La gratuité de la mise en vente** reste aussi en tête, gagnant deux points tous canaux confondus, passant de 60 % à 62 % entre 2010 et 2011, mais recule de deux points chez les vendeurs sur Internet, de 67 % à 65 %.
 2. **La garantie de paiement** pour le vendeur gagne 8 points pour les vendeurs sur Internet, de 49 % à 57 % entre 2010 et 2011, accompagnant logiquement la percée de la vente de 2011,
 3. Alors que **l'assistance en cas de litige** avec un acheteur perd de l'importance, passant de 35 à 30 % entre 2010 et 2011 tous canaux confondus et perdant aussi un point chez les vendeurs sur Internet, de 30 à 29 %.
- Les **mêmes freins perdurent**, le principal étant la peur de se faire avoir au moment d'acheter, et la peur de ne pas être payé au moment de vendre.
 - En revanche, on observe une **nette diminution des freins liés à l'acheminement des produits**. Celui-ci apparaît comme de moins en moins problématique, à commencer par l'envoi d'un colis. La proportion d'internautes estimant que l'envoi d'un colis est compliqué a baissé d'un tiers, passant de 38% à 25 % en une année.

... et jouit d'une confiance exceptionnelle.

Les Français internautes accordent **une confiance forte aux grands sites de e-commerce** (78 %), **ainsi qu'à l'achat-vente en ligne entre particuliers** (72 %) dont le taux de confiance se retrouve au même niveau que les commerçants traditionnels et loin devant la grande distribution (hypermarchés,...) qui n'arrive qu'à 63 %.

Lors de leurs achats entre particuliers, **les Français acheteurs et vendeurs sur Internet accordent surtout leur confiance :**

- aux modes de paiement proposés (avec une note de 6,8/10),
- puis aux sites Internet d'achat-vente entre particuliers (6,7/10).
- « L'acheminement et le mode de livraison des achats » arrive en 3^{ème} position avec 6,6/10.
- Le service après-vente proposé par les sites d'achat-vente entre particuliers semble le plus mal loti avec une note de 5,5/10.

Pour les acheteurs et vendeurs sur Internet, les éléments les plus impactants sur la **confiance qu'ils accordent à un site d'achat-vente** sont :

1. Le paiement sécurisé en premier, 34 % des sondés le désignant d'abord, avec 75% des votes cumulés ;
2. La notoriété du site, avec 57 % des votes cumulés
3. Le service après-vente pour 54 %
4. Les témoignages et évaluations des vendeurs et acheteurs pour 53 %
5. Le paiement une fois que le produit a été livré, pour 46 % des votes cumulés.

De même, les éléments les plus déterminants dans la **confiance accordée à un vendeur** sur un site d'achat-vente sont :

1. La possibilité de contacter le vendeur (66 % des votes cumulés)
2. La photo du produit vendu (56 %)
3. Les prix proposés par le vendeur (53 %)
4. Les notes attribuées par les autres vendeurs (53 %)
5. Les avis détaillés des autres acheteurs sur le vendeur (48 %)

Pour un vendeur, les trois arguments majeurs pour qu'il fasse confiance à un acheteur sur un site Internet d'achat-vente entre particuliers sont l'assurance d'être payé par le site (48%), puis les avis détaillés des autres acheteurs sur le vendeur (22 %) et la proximité géographique (10%).

« Avec plus de 3 internautes sur 4 qui ont eu recours à l'achat vente entre particuliers sur les 12 derniers mois, nous sommes heureux de constater que ce phénomène s'ancre définitivement dans le style de vie des Français » déclare Pierre KOSCIUSKO-MORIZET, PDG cofondateur de PriceMinister.

« Les résultats de cette sixième édition nous confortent dans notre position de partenaire stratégique du e-commerce et d'acteur majeur de l'Internet de confiance. Cette étude nous

montre que le transport et la livraison constituent de moins en moins des freins à l'achat-vente sur Internet. C'est le signe que la politique d'innovation et de diversification de La Poste, que ce soit en matière d'offre ou de choix du lieu de livraison, a véritablement porté ses fruits. », souligne Marc PONTET, directeur général adjoint du Courrier, directeur marketing et commercial.

[Baromètre du CtoC 2011 – PriceMinister – La Poste – 12 octobre 2011](#)

View more [presentations](#) from [PriceMinister](#)

Contacts presse :

PriceMinister

Estelle MONRAISSE –

Alter'Com Conseil

Tél. : 06 60 41 81 52

altercom@club-internet.fr

Groupe La Poste :

David DRUJON

Tél. : 01 55 44 22 36

david2.drujon@laposte.fr

Cette entrée a été publiée dans [Actualité](#), avec comme mot(s)-clef(s) [baromètre](#), [CtoC](#). Vous pouvez la mettre en favoris avec [ce permalien](#).

[Mentions légales](#)

[Les actus via RSS](#)

[Rejoignez-nous sur Facebook](#)

[Suivez-nous sur Twitter](#)