

Leboncoin, Craigslist, Vinted... comment les plates-formes du marché de l'occasion peuvent-elles renforcer la confiance ?

Face aux risques cumulés d'une vente en ligne et d'un achat d'occasion, le design d'un site, les certifications qu'il reçoit et la réputation des vendeurs semblent déterminants.

Temps de lecture : minute

1 novembre 2021

Cet article est republié à partir de The Conversation France

L'épidémie de Covid-19 a entraîné une perturbation sans précédent du commerce dans la plupart des secteurs. Elle semble avoir partie liée avec des changements dans le comportement du consommateur, qui a de plus en plus envie de consommer autrement et d'une manière plus responsable.

C'est dans ce contexte qu'on assiste à l'essor de la consommation collaborative. Les achats d'occasion qui en sont une des formes affichent des chiffres record. En 2020, ce marché a généré environ 7,4 milliards d'euros en 2020 dans l'hexagone.

La même année, à l'échelle mondiale, les seules ventes de vêtements d'occasion ont représenté 27 milliards de dollars. Selon le bureau Statista, ce chiffre va doubler en 2023 et atteindre même les 77 milliards de dollars en 2025.

Il est également à noter que, sur le marché de l'occasion, plus de la

moitié des transactions ont été réalisées en ligne. Son essor a, en effet, été impulsé par des sites web dédiés à la seconde main, aussi bien généralistes, comme Leboncoin en France ou Craigslist aux Etats-Unis, que spécialisés comme Vinted.

Ces plates-formes jouent le rôle d'intermédiaires et mettent en relation des particuliers acheteurs avec des vendeurs de biens sans forcément intervenir dans les termes de la transaction.

Ils ne permettent cependant pas toujours aux utilisateurs d'être à l'abri d'arnaques ou de mauvaises expériences. Nos travaux se demandent ainsi notamment comment une plate-forme et un vendeur en ligne peuvent susciter la confiance de futurs acheteurs.

Des risques se superposent

L'association 60 millions de consommateurs recense plusieurs formes de fraudes sur les sites de vente d'occasion comme la réception d'un produit non conforme, de produits de luxe contrefaits, la proposition de produits avec des vices cachés... Côté vendeurs, on souffre des acheteurs malhonnêtes qui revendiquent indûment des remboursements sous prétexte de réception de produits non conformes à la description.

Plusieurs utilisateurs s'indignent de la non-réactivité des plates-formes en cas de litige. Une utilisatrice rapporte par exemple :

" Soit je ne recevais aucune réponse, soit on me répondait à côté. "

Face à ces dangers, la question de la confiance s'avère donc capitale pour assurer le bon déroulement des transactions. Elle revêt davantage

d'importance que sur un site de vente classique car plusieurs types de risques se superposent : ceux inhérents à la fois aux achats de seconde main, ceux liés à la consommation collaborative et enfin ceux découlant d'un achat en ligne.

Pour ce qui est de la seconde main, la confiance est un préalable pour que les acheteurs soient sûrs de l'origine, de la qualité et de la valeur du produit d'occasion. C'est aussi un prérequis pour la réussite des échanges entre des individus qui, le plus souvent, ne se sont jamais rencontrés auparavant et qui souhaitent collaborer. Elle est d'autant plus importante en l'absence de réglementation claire qui régit les transactions, surtout si les choses se déroulent en ligne.

Réputation, utilisation, certification

Nous avons donc tenté de comprendre l'impact des caractéristiques des plates-formes de redistribution collaborative sur la formation des niveaux de confiance accordés tant au vendeur qu'au site Internet. Les caractéristiques étudiées sont la facilité d'utilisation de la plate-forme, son caractère ludique, la réputation du vendeur et la reconnaissance par les tiers.

La facilité d'utilisation traduit l'effort nécessaire pour apprendre à utiliser le site. Le caractère ludique a trait au sentiment de plaisir du consommateur lors de son achat. La réputation du vendeur décrit le niveau d'honnêteté et de sincérité du vendeur qui se reflète sur la plate-forme. La reconnaissance par les tiers renvoie à la présence d'une certification par un organisme de confiance qui se porte garant de sa crédibilité.

Les résultats de l'enquête menée auprès d'un panel d'acheteurs d'occasion en ligne montrent que la réputation du vendeur a une influence positive à la fois sur la confiance à l'égard du vendeur et de la

plate-forme. Ceci revient à penser que les consommateurs font une sorte d'extrapolation. Ils peuvent penser qu'une plate-forme recensant des vendeurs avec une bonne réputation est une plate-forme digne de confiance.

Pour ce qui est de la facilité d'utilisation et du caractère ludique du site, ils semblent surtout avoir une influence sur la confiance à l'égard du vendeur. Nous pouvons expliquer cela par le fait que la majorité des consommateurs maîtrisent assez bien l'environnement électronique, ce qui fait que le facteur est moins déterminant pour ce qui est de la confiance envers la plate-forme. Aux yeux du consommateur, être facile d'utilisation peut signifier qu'il est facile de trouver un " bon vendeur " avec un " bon produit ", facile de le contacter et de conclure l'affaire.

La reconnaissance des tiers reste enfin un facteur déterminant de la confiance à l'égard de la plate-forme. Les consommateurs seront plus enclins à faire confiance à une organisation qui fait des efforts considérables afin d'obtenir une certification.

Construire une marque forte

Dans le même sens, les résultats de l'étude montrent aussi que la confiance dans la plate-forme détermine la confiance dans le vendeur. Il y a là un " transfert de confiance ". Avant de croire un vendeur, l'utilisateur doit faire confiance à la plate-forme qui héberge son annonce. Elle agit comme un intermédiaire pour compenser le manque de confiance qui peut se présenter dans le cadre d'un achat d'occasion en ligne.

Compte tenu de cette hiérarchie de confiance, il est important pour les plates-formes de construire une marque forte qui permet de réduire les risques liés aux achats d'occasion en ligne. Cela pourrait être obtenu grâce à des campagnes de communication mettant en évidence sa capacité à prémunir les utilisateurs de tout risque de fraude. Des

méthodes comme la sélection de membres fiables, devant se conformer à un code de conduite, faute de quoi ils sont rayés, peuvent ainsi être mises en avant.

Compte tenu de l'impact positif de la facilité d'utilisation de la plate-forme sur la confiance dans le vendeur, notre étude les invite aussi à investir dans des algorithmes avancés permettant aux utilisateurs de trouver facilement l'annonce qui répond le mieux à leurs besoins. L'impact positif du plaisir sur la confiance dans le vendeur pourrait aussi être renforcé par des mécanismes de " gamification ". Il s'agit par exemple de mettre en œuvre un système de " badges " que les utilisateurs peuvent gagner en effectuant diverses tâches. Ils pourraient en outre attester du sérieux et de la crédibilité du vendeur.

Autant d'actions qui semblent de plus en plus requises pour accompagner les mutations du marché et sécuriser les achats d'occasion en ligne qui vont bientôt dépasser les achats du neuf selon plusieurs experts.

Yousra Hallem, Enseignant-chercheur, INSEEC Grande École



À lire aussi

Veepee vise 1 milliard d'euros de chiffre d'affaires dans le voyage

Article écrit par The Conversation France