

*REMETTRE LE TEXTE EN ORDRE*

Des premiers échanges jusqu'à l'étape finale de la vente, l'engagement du vendeur amateur dans la relation marchande est complet et n'a rien de virtuel.

Le rôle du magasin dans la consommation va bien au-delà de l'approvisionnement.

Le succès de la plate-forme de petites annonces Leboncoin en est le meilleur exemple. C'est un lieu de rencontres, de sociabilisation, un endroit où l'on passe du temps.

Ce besoin d'interaction humaine est encouragé même sur des plates-formes généralistes comme Amazon, à travers des forums sur lesquels on peut poster son avis et réagir à celui des autres.

Il répond aux besoins d'appartenance, de distinction, à la construction identitaire de chacun.

Pour autant, le commerce en ligne n'est pas obligatoirement déshumanisé et déshumanisant.

Il y a bien là une manière d'ajouter une composante sociale à un dispositif technique.

80 % des transactions effectuées sur le site se réalisent face à face et non par l'intermédiaire d'un envoi postal.