

L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE, PERÇUE COMME « UN BOULEVERSEMENT DE LA CONSOMMATION » POUR PRÈS D'1 FRANÇAIS SUR 3 (Étude AlloVoisins / Odoxa – avril 2018¹)

Pour recevoir la synthèse détaillée de l'étude, cliquez [ici](#).

Nantes, le 23 avril 2018 - Alors que 68% des Français utilisent ou ont déjà utilisé un service de consommation collaborative (Étude AlloVoisins/Odoxa – avril 2018), AlloVoisins, 1^{er} réseau social français de services de proximité, revient, à travers une étude exclusive, sur ce phénomène. Ce qui pouvait s'apparenter à une tendance il y a encore quelques années, semble correspondre aujourd'hui à un vrai mode de vie qui impacte l'économie dans son ensemble.

Les points à retenir

- L'économie collaborative a déjà séduit plus de 2 Français sur 3
- Près de 3 Français sur 4 comptent à l'avenir utiliser un service de consommation collaborative
- La consommation collaborative a des avantages économiques pour 50% des Français, près d'1 sur 3 la perçoit comme un « bouleversement ».
- L'entraide se raréfie, mais peut se cultiver grâce à l'économie du partage

Enseignement n°1 - Les Français y voient un changement profond dans la manière de consommer

Faire des économies, se simplifier la vie, la consommation collaborative revêt de nombreux avantages « concrets » cités par une majorité de Français. **Parallèlement, on note une prise de conscience : 27% des sondés considèrent l'économie du partage comme « un bouleversement », permettant même, pour 26% d'entre eux, de recréer du lien social.** Enfin, près d'1 Français sur 5 juge que l'économie collaborative est avant tout **écologique** et 12% qu'elle est surtout **innovante**.

« On pourrait penser que le développement de la consommation collaborative est lié au contexte économique actuel. Or, c'est beaucoup plus profond que ça ! Cette étude révèle que partager ou louer un bien, un service, est un acte du quotidien qui est en train de s'installer dans les mœurs de façon pérenne.», observe Edouard Dumortier, CEO et co-fondateur d'AlloVoisins.

¹ Enquête réalisée auprès d'un échantillon de 1011 Français de 18 ans et plus, interrogés par Internet les 12 et 13 avril 2018.

Enseignement n°2 - Adeptes de la consommation collaborative, les Français aspirent à explorer de nouveaux services.

Si elle est désormais répandue (plus de 2 Français sur 3), **la consommation collaborative devrait se développer très rapidement (avec un potentiel de croissance de 23 points)**. Les usages traditionnels, tels que l'achat ou la vente de biens entre particuliers, continuent de convaincre une majorité de Français bien que le potentiel de progression semble néanmoins se stabiliser. 59% sont ainsi déjà utilisateurs et 61% comptent y avoir recours dans l'avenir, soit 2 points de progression. Ce sont les services les moins développés qui présentent le plus grand potentiel ; en tête, **la location et le prêt de biens entre particuliers avec un potentiel de 24 points. 35% des Français déclarent qu'ils comptent utiliser ce type de service (VS 11% aujourd'hui)**. Juste derrière, **l'achat ou l'échange de services entre particuliers pourraient eux aussi se développer très rapidement (avec un potentiel constaté de 23 points)**.

« Nous ne sommes plus dans une tendance, mais face à un changement profond de nos habitudes de consommation. Aujourd'hui plus de 2 Français sur 3 ont déjà expérimenté l'économie collaborative, et ils ne comptent pas s'arrêter en si bon chemin. Au-delà des usages courants, il est certain que d'autres formes d'économie circulaire vont émerger. Louer plutôt qu'acheter, partager un savoir-faire, se rendre service, les Français sont d'ores et déjà prêts à investir de nouveaux usages ! »

Enseignement n°3 – La consommation collaborative séduit toutes les tranches d'âge notamment les seniors.

Sans surprise, la consommation collaborative concerne davantage les jeunes (79% des 25-34 ans) et les cadres (87%) mais aussi une part importante des plus âgés des Français : **50% des 65 ans sont déjà utilisateurs et 66% d'entre eux affirment qu'ils y auront recours à l'avenir**.

« Contrairement aux idées-reçues, la consommation collaborative ne séduit pas que les jeunes, elle fédère toutes les générations, partout en France, que ce soit en milieu rural ou dans de plus grandes agglomérations », précise Edouard Dumortier.

Enseignement n°4 – L'entraide, une valeur rare, qu'il faut cultiver grâce à l'économie du partage ?

40% des Français estiment avant tout ne compter que sur eux-mêmes pour améliorer leur vie quotidienne (VS 4% qui compteraient sur les services publics par exemple). Un « chacun pour soi » que ne nient pas **56% de Français qui estiment que l'entraide se raréfie**, alors même que les outils de communication n'ont jamais été aussi nombreux et que l'on n'a jamais été aussi connecté.

« Alors que les Français estiment que l'entraide se raréfie, l'économie collaborative semble être également une réponse sociale. Elle rapproche des gens qui partagent les mêmes valeurs, qui échangent leurs idées, leurs pratiques, leurs compétences ou encore leurs biens », analyse Edouard Dumortier.

Contact presse : Agence Profile

Mendrika Rabenjamina - mrabenjamina@agence-profile.com - 06 18 28 56 39

Aurore Escamilla - aescamilla@agence-profile.com - 06 34 45 35 89

FAIRE DES VOISINS L'ATOUT DU QUOTIDIEN : 2 MILLIONS DE FRANÇAIS ONT CHOISI ALLOVOISINS !

« Il était important pour nous, 5 ans après notre création, d'afficher encore plus fortement ce que nous sommes aujourd'hui et pourquoi nous existons. AlloVoisins n'est pas uniquement une plateforme de mise en relations entre voisins. Nous sommes un véritable réseau social de proximité, fortement ancré en régions, riche de 2 millions de membres. Chaque jour, AlloVoisins améliore le quotidien de milliers de personnes en recréant du lien dans les quartiers pour favoriser les rencontres dans la vraie vie. C'est cette dimension sociale forte, à laquelle nous sommes très attachés, que nous voulons afficher.», déclare Edouard Dumortier, CEO-Fondateur d'AlloVoisins.

Ils sont désormais 2 millions de Français à avoir choisi l'entraide de voisinage ! **En franchissant le cap des 2 millions de membres, répartis dans toute la France, AlloVoisins s'est imposé comme le premier réseau social français de services de proximité et souhaite désormais aller encore bien plus loin.**

AlloVoisins agit en animateur de la communauté. Son ambition : apporter le petit coup de pouce qui améliorera le quotidien des gens. Comment ? En recréant du lien social dans les quartiers, pour favoriser les belles expériences entre voisins.

Les échanges entre voisins sont rendus possibles par l'intermédiaire d'un service de mise en relation basé sur la confiance, la bonne humeur et l'entraide de proximité.

Chiffres clés AlloVoisins :

- 2 millions de membres inscrits à date
- Plus de 100 000 demandes déposées chaque mois.
- 3 500 nouveaux inscrits par jour en moyenne.
- 120 catégories d'objets et services répertoriées pour répondre à tous les besoins du quotidien
- AlloVoisins capte 75% des annonces postées sur l'ensemble des plateformes du secteur.
- 92% des utilisateurs d'AlloVoisins ont rejoint la plateforme pour consommer différemment et faire des économies au quotidien.