

Observatoire de l'Économie Collaborative des sites «A little»

Horizontalité des échanges, communautés et lien social ... Portée par les nouvelles technologies, une véritable révolution économique et sociale est en marche. **C'est dans ce contexte de grands bouleversements que la famille «A little» a souhaité mettre en place avec l'ifop un Observatoire de l'Économie Collaborative*.**

Cette première édition révèle des résultats pour le moins inattendus sur les attentes et les pratiques des acteurs économiques.

Une faible notoriété pour une pratique de masse

Si un quart seulement des personnes interrogées ont déjà entendu parler d'économie collaborative, plus de sept Français sur dix en sont adeptes.

- **77% d'entre eux ont en effet déjà acheté ou loué des biens auprès de particuliers sur Internet, et 23% acheté ou loué des services.** De nombreux adeptes de cette pratique se trouvent parmi les cadres supérieurs (87%) et les employés (85%). La propension à pratiquer l'économie collaborative s'accroît par ailleurs avec la taille du foyer (73% au sein des mono ménages contre 93% lorsque le foyer compte cinq personnes ou plus).

Parmi eux, 71% déclarent avoir déjà acheté un objet d'occasion et 36% ont déjà acheté un objet neuf fabriqué par un particulier ou un artisan.

- **71% ont déjà vendu ou loué des biens ou des services à d'autres particuliers sur Internet. Ainsi, 68% ont déjà vendu un objet d'occasion, 15% ont vendu un service, 11% ont proposé un bien à la location et 10% ont déjà vendu un objet qu'ils avaient eux-mêmes fabriqué.**

Parmi ces cybervendeurs, les Français âgés de 35 à 49 ans (80%) et les personnes dont le foyer perçoit un revenu mensuel compris entre 3000 et 4000 euros (81%) sont particulièrement nombreux.

Alors que l'économie collaborative apparaît ancrée dans leurs habitudes de consommation, la majeure partie des Français ne connaît pas ce terme. Le plus souvent, la connaissance du concept apparaît assez floue, même si les cadres supérieurs (36%) rapportent un niveau de connaissance de ce concept nettement supérieur à la moyenne.

Une perception humaine, respectueuse de l'environnement et économiquement avantageuse

Un français sur deux considère aujourd'hui que ce modèle représente l'avenir de l'économie et du commerce.

- En effet, aux yeux des personnes interrogées, l'économie collaborative incarne avant tout **un moyen d'« acheter malin » dans un contexte économique difficile. Ainsi 74% considèrent qu'elle est réellement avantageuse en matière de pouvoir d'achat.**
- Elle véhicule également **l'image d'un système économique de proximité (72%) voire à visage humain (pour 68% des personnes interrogées).**

- Enfin, ce modèle dans lequel l'usage des biens et des services prédomine sur la propriété est également perçu comme **plus respectueux de l'environnement (61%)**.

Des motivations principalement économiques

- **80% des personnes qui achètent ou louent des biens et services citent les économies réalisées comme principale motivation.** Même si d'autres critères entrent cependant en compte, tels que le souhait de consommer hors des circuits commerciaux traditionnels (24%), la perspective de permettre à des personnes comme eux de se constituer un complément de revenus, l'envie de consommer de manière plus respectueuse de l'environnement (15%) ou encore le contact humain généré par ces transactions (7%).
- **57% des personnes qui vendent ou louent des biens et des services à d'autres particuliers mettent en avant le fait que cette pratique leur offre la possibilité de se constituer un complément de revenus.** Cet argument est particulièrement mis en avant par les moins de 35 ans (69%) et les personnes les plus modestes (64%). **Le caractère humain (rendre service et contact) de l'échange arrive au second plan (24%), ainsi que la motivation environnementale (recyclage) à 31%.**

L'économie collaborative : le futur de l'emploi ?

Une proportion significative (44%) des Français considère que l'économie collaborative pourrait déboucher sur l'entrepreneuriat et constitue de ce fait un véritable vivier d'emplois.

- **Près d'un tiers des personnes qui vendent ou louent des biens et des services sur Internet souhaiteraient que cette activité soit davantage qu'un loisir : 24% (34% des Français les plus modestes et 41% des 18-24 ans) souhaiteraient y consacrer une part significative de leur temps pour en faire un vrai complément de revenus, tandis que 5% aspirent à en faire leur activité à plein temps.**
- Pour les vendeurs n'ayant ou n'osant pas franchir le cap, les principales raisons sont le manque d'objets ou de services à proposer (49%), le manque de temps (38%) et la peur des formalités administratives (26%). D'autres encore (17%) évoquent la peur de l'échec et le manque de conseils.

Conclusion

L'économie collaborative apparaît aujourd'hui solidement ancrée dans les habitudes de consommation des Français, sept personnes sur dix ayant déjà vendu des biens ou des services à d'autres particuliers sur Internet.

Emblématique du souhait des Français de « consommer malin » dans un contexte de crise, **l'économie collaborative ne saurait être perçue comme une pratique temporaire et tributaire de la conjoncture.** En effet, de nombreux Français considèrent que, loin d'être une mode éphémère, **ce modèle est appelé à perdurer et à se développer pour, à terme, générer des emplois.**

A ce titre, près du tiers des personnes proposant des biens et des services à la vente ou à la location à d'autres particuliers sur Internet souhaiterait consacrer davantage de temps à cette pratique, afin qu'elle devienne une véritable source de revenu complémentaire voire une activité professionnelle à part entière.

* Etude réalisée par l'Ifop pour A little Market auprès d'un échantillon de 1002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe,

âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing) du 27 au 31 mars 2014.

A propos de la famille «A little» : Fondée en 2008 par Nicolas Cohen, Nicolas d'Audiffret et Loïc Duvernay, la famille «A little» se déploie sur trois plateformes en ligne : AlittleMarket.com dédiée aux créations faites à la main, AlittleMercerie.com dédiée aux fournitures créatives et AlittleEpicerie.com, aux produits du terroir. Sa mission : créer une économie plus humaine en fédérant «petits» entrepreneurs et acheteurs séduits à l'idée de consommer autrement. Les sites «A little» comptent désormais plus de 90 000 vendeurs qui proposent plus de 2 millions de produits. Forts de leur succès, les sites «A little» comptabilisent 4,5 millions de visites par mois, 37 millions de pages vues et accueillent près de 1 million de membres.

Contact presse : Camille Labadie
06 13 38 72 76
camille@alittlemarket.fr