

# CONSOMMATION COLLABORATIVE

## QUELLES RÉALITÉS EN BRETAGNE HISTORIQUE ?

### DÉCRYPTER LES PRATIQUES AU PLUS PRÈS DES TERRITOIRES

Le terme de consommation collaborative est aujourd'hui sur toutes les lèvres. De nombreuses enquêtes nationales présentent régulièrement les pratiques de consommation collaborative qui concernent près de la moitié des français en 2014. Mais quelles réalités des pratiques et des initiatives se cachent derrière cette expression ? Dans quelles mesures peuvent-elles être un levier pour mieux vivre ensemble et développer nos territoires, localement ? C'est pour répondre à ces questions que nous avons initié en 2013 une recherche-action en Bretagne historique, dont voici les principaux résultats.

#### Associer théorie et pratique

Un travail d'analyse documentaire, de veille, d'implication dans les réseaux et de contribution aux programmes Sharevolution et la Fabrique Écologique nous ont permis de préciser les contours de la consommation collaborative.

Ces connaissances ont été enrichies de données empiriques :

- ✓ 810 projets recensés
- ✓ 10 monographies de services de consommation collaborative
- ✓ 750 répondants au questionnaire
- ✓ 122 participants aux 11 ateliers

#### Les trois familles de la consommation collaborative

Pratiques de consommation qui reposent sur une **organisation entre pairs** (C to C) et une **communauté de confiance**.

##### **Redistribuer**

Acquisition de biens d'occasion : achat/vente, troc ou don.

##### **Partager**

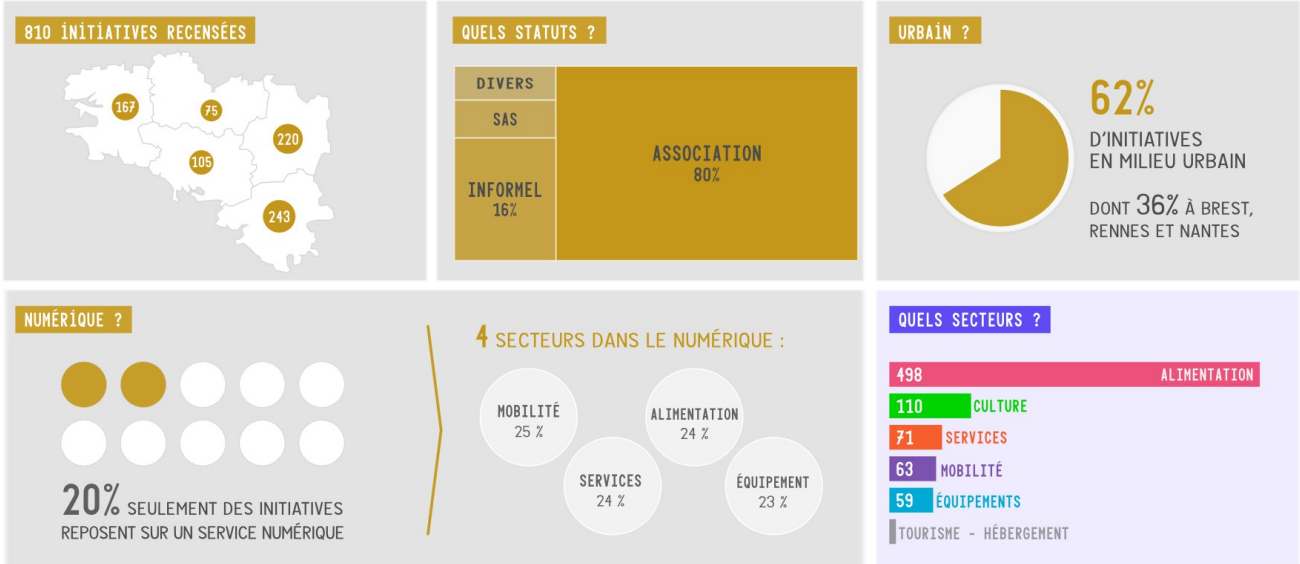
Accès mutualisé à un bien ou un service.

##### **S'organiser**

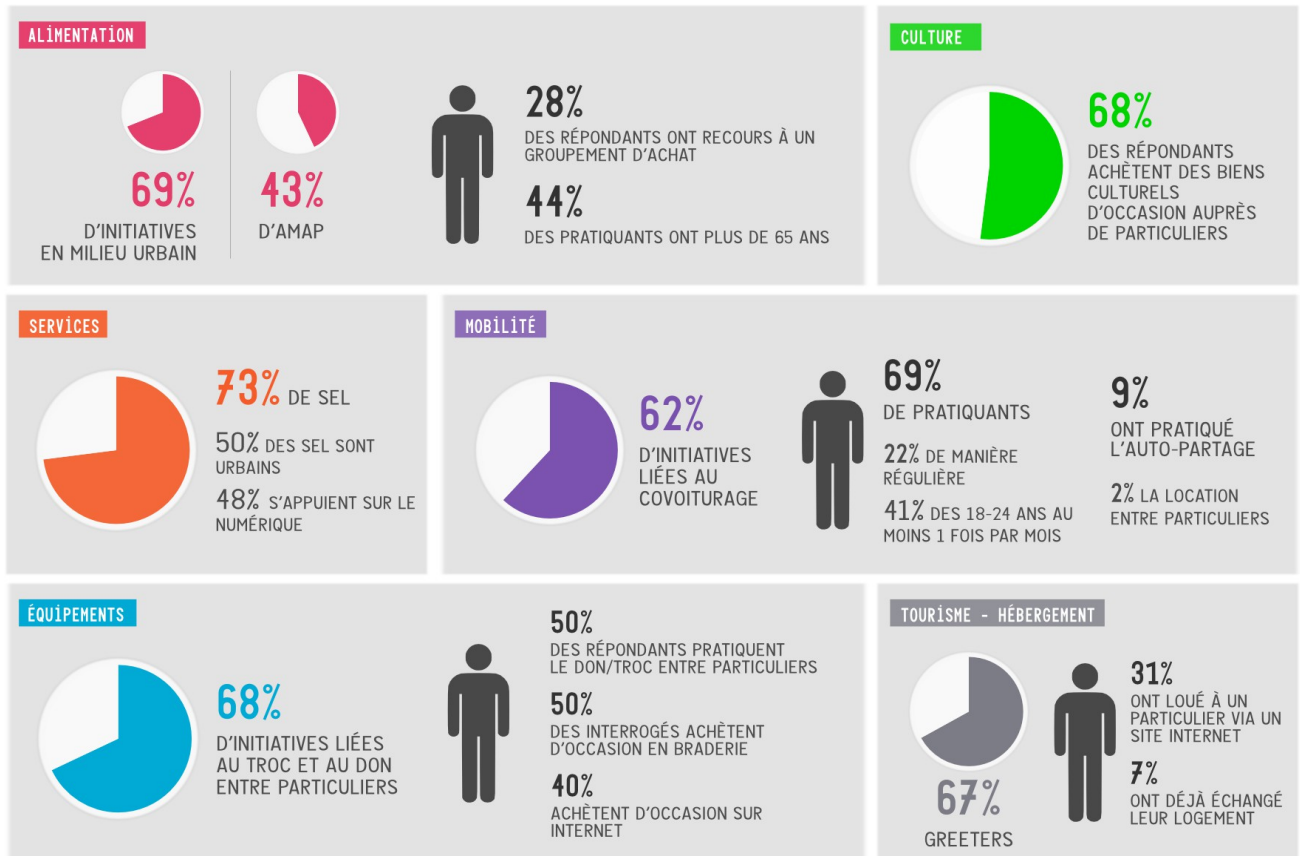
Regroupement de consommateurs pour un accès collectif à un service.

# NON, LA CONSOMMATION COLLABORATIVE N'EST PAS SEULEMENT UN TRUC DE JEUNES URBAINS CONNECTÉS !

## UNE DYNAMIQUE AVANT TOUT URBAINE ET LOCALE



## UNE DIVERSITÉ DES FORMES DU PARTAGE





Le développement de la consommation collaborative est ainsi tirée par quelques pratiques particulièrement plébiscitées par les consommateurs.

Si la perspective de réaliser des économies constitue la motivation première pour 60% des répondants, ces pratiques répondent également à des attentes écologiques (43% des répondants) et sociales (41% des répondants).

La démocratisation de la consommation collaborative reste cependant freinée par la faible lisibilité (23% des répondants) et l'accessibilité (19% des répondants) des services disponibles.

## UNE DIVERSITÉ D'USAGES ET DE SERVICES

La consommation collaborative est un objet mouvant ! Afin d'y voir un peu plus clair, nous vous proposons une typologie de services et d'usages.

### Du service d'intermédiation à l'organisation collaborative

Loin d'être opposables, les singularités urbain/rural et numérique/physique - bien souvent mises en avant - ne constituent pas des clés de lecture pertinentes. Les services de consommation collaborative se distinguent plus nettement au regard de leur inscription territoriale ou encore de leur modèle économique.



## D'une démarche pragmatique à l'engagement alternatif

Face à cette diversité de services, les consommateurs adoptent plusieurs stratégies d'usages. Si les pratiques varient d'une personne à une autre (en fonction de son âge, de son statut, de son territoire), elles se différencient également selon les occasions ; il existe ainsi plusieurs types d'usages, qui peuvent coexister, évoluer, etc.



Ces clés de lecture mettent en lumière la diversité et la complémentarité des formes de consommation collaborative. Elles constituent autant d'outils pour s'intéresser aux plus-values sociales, économiques et territoriales de ce mouvement.

## VERS DES TERRITOIRES COLLABORATIFS

Le territoire collaboratif par excellence n'existe pas. Si les pôles urbains constituent des milieux privilégiés pour le développement des pratiques de consommation collaborative, ils n'en ont pas pour autant l'exclusivité. En revanche, les formes de consommation collaborative divergent d'un territoire à l'autre ; la diversité et la richesse des services et usages de consommation collaborative s'expriment différemment en fonction des territoires.

Mouvement récent et au développement exponentiel, la consommation collaborative reste aujourd'hui peu appropriée par l'acteur public local. Pourtant, les enjeux territoriaux de son développement sont nombreux. On met généralement en avant le potentiel économique des services de consommation collaborative, ou à l'inverse on dénonce facilement la captation des richesses par les grandes plate-formes, ou encore la concurrence accrue pour les acteurs traditionnels. Mais on se pose encore peu la question des opportunités et des enjeux en termes de gestion et de rétribution au niveau local de la valeur créée, mais aussi d'équité entre citoyens et entre les territoires - pourtant sous-jacentes.

Des services locaux de consommation collaborative peuvent-ils fonctionner aux côtés des plate-formes nationales ou internationales ? Comment ces services peuvent-ils créer de la valeur sur les territoires, au-delà des gains économiques potentiellement perçus par les consommateurs/entrepreneurs ?

Comment faire pour que les personnes les plus exclues ne le soient encore davantage avec ces nouveaux services ? Comment éviter une simple marchandisation des échanges et une généralisation des petits emplois précaires ?

Face à ces enjeux économiques et sociaux, l'acteur public local a un rôle à jouer. Certaines grandes capitales européennes commencent à s'y intéresser, en interdisant (Berlin par exemple) ou en encadrant (Amsterdam par exemple) les grands acteurs du secteur (Airbnb, Uber). Mais au-delà de ces aspects réglementaires, les collectivités sont souvent peu attentives aux enjeux et opportunités que pose la consommation collaborative. Pourtant nombreuses sont celles qui encouragent déjà ces pratiques, en témoignant le nombre de sites de covoiturage portés par les conseils généraux, les flottes de vélo en libre-service, etc. Mais rares sont les acteurs publics locaux qui embrassent pleinement ce mouvement.

Laisser faire, interdire ou accompagner sont autant de postures possibles pour les collectivités. C'est en prenant le parti de cette troisième option que nous lancerons en 2015 une nouvelle exploration : dans quelles mesures la consommation collaborative peut permettre le développement de modes de vie plus durables sur les territoires ? Quels rôles les collectivités territoriales peuvent-elles jouer pour faire de ce mouvement un levier pour le mieux vivre ensemble de leurs territoires ?

« Les dynamiques territoriales de la consommation collaborative en Bretagne historique », un programme de recherche-action menée par [Collporterre](#) et [Télécom Bretagne](#), avec le soutien financier de la Région Bretagne et du Conseil Général du Finistère.

*Nous remercions tous les participants qui ont pris le temps de partager avec nous leur rapport à la consommation collaborative, ainsi que les membres du [groupe de travail](#) qui se sont impliqués dans les réflexions et la mise en œuvre de l'étude.*

Retrouvez l'ensemble des résultats sur le site de l'étude :

[www.bretagne-consommation-collaborative.net](http://www.bretagne-consommation-collaborative.net)

## POUR ALLER PLUS LOIN

- [Notre vision de la consommation collaborative](#)
- [Notre définition de la consommation collaborative](#)
- Note de La Fabrique Écologique : [Villes et territoires en partage](#)
- Le programme d'accompagnement [Sharitories](#)
- Le programme de recherche-action [Sharevolution](#)