



# Baromètre de l'Engagement Durable des Citoyens Zoom sur l'économie collaborative

**LEVEE D'EMBARGO IMMEDIATE**

Juin 2014


Regis Olagne  
Email. [regis.olagne@bva.fr](mailto:regis.olagne@bva.fr)  
Tel. 06 82 82 46 05



# Le baromètre BVA

Un dispositif d'aide à la décision

# Le Baromètre BVA de l'Engagement Durable des citoyens

 Il vise à fixer le niveau de connaissance, de pratique et d'attente des citoyens pour faciliter la mise en place de la démarche des marques.

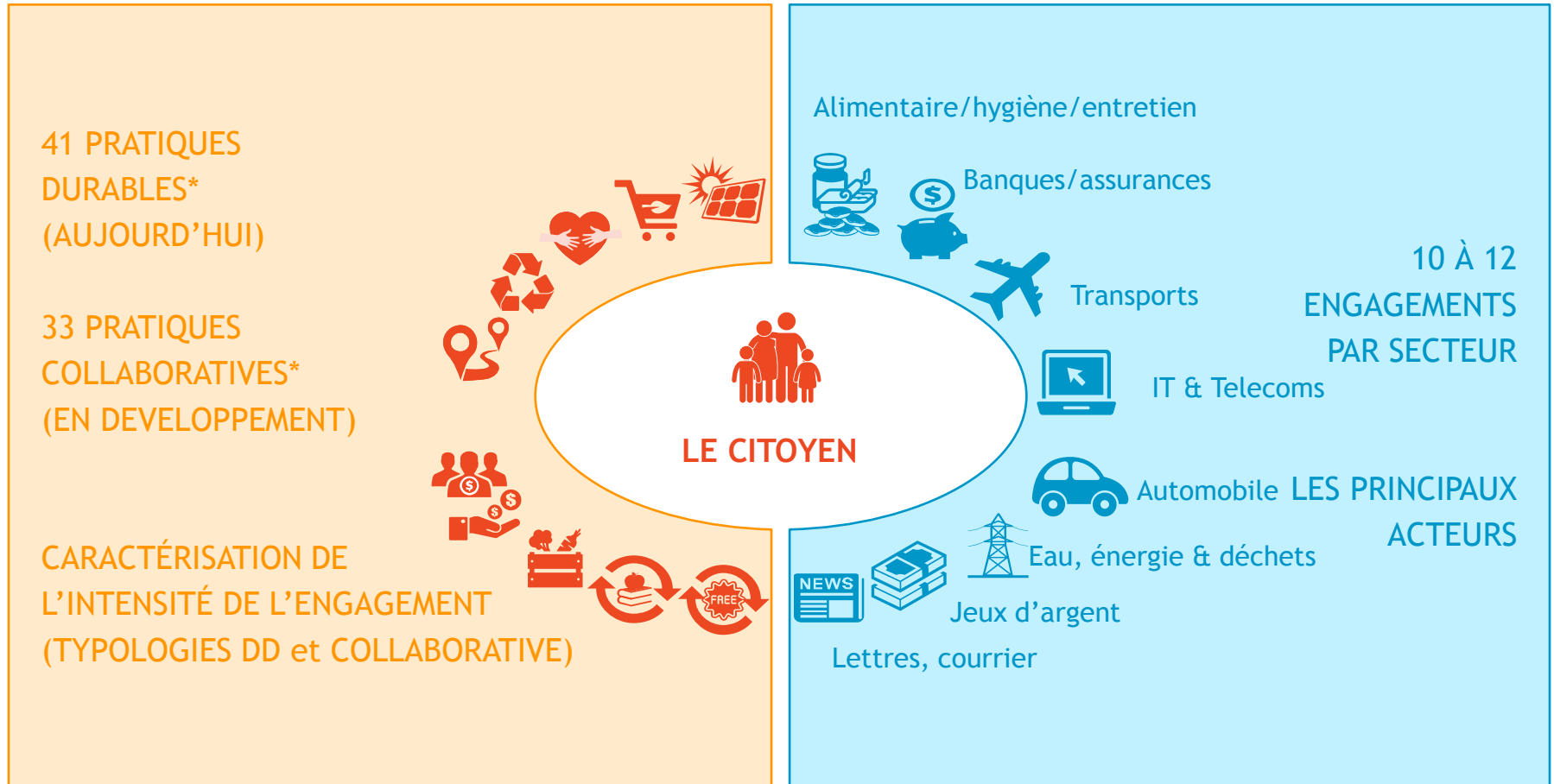
- En 2014, il est résolument tourné autour des « PRATIQUES COLLABORATIVES » et l'articulation de celles-ci avec les « PRATIQUES DE DEVELOPPEMENT DURABLE » :
  - *Quelles sont les pratiques de développement durable des citoyens et les différents niveaux d'engagement ?*
    - Analyse des pratiques des citoyens relatives à des actions installées c'est-à-dire réalisées ou envisagées par la majorité de la population (liste de 41 pratiques élaborées dans la lignée de 2012 et enrichies).
  - *Quelles sont les pratiques collaboratives et quelle part de la population touchent-elles ? Sont-elles révélatrices de nouvelles attentes et nouveaux types d'engagement ?*
    - 33 pratiques encore peu installées mais susceptibles de se développer. L'analyse de ces pratiques est conduite dans une démarche prospective afin d'anticiper les évolutions des attentes des citoyens.
- Il évalue également les ATTENTES D'ENGAGEMENT vis-à-vis des ACTEURS ECONOMIQUES de différents secteurs d'activités (automobile, opérateurs de transport, grande consommation, banque/assurances, Informatique et télécoms, énergie) et les EFFORTS FOURNIS par les marques sur ces engagements.
  - *Quels sont les engagements attendus vis-à-vis des marques d'un secteur à l'autre ?*
  - *Quels sont les efforts fournis par les marques sur ces engagements ?*
- Il recueille, enfin, la perception des citoyens vis-à-vis des enjeux de la TRANSITION ENERGETIQUE :
  - *Quel est le contenu associé à la Transition énergétique ? Quel est l'enjeu associé ?*
  - *Quelles sont les sources d'énergie qui vont se développer ou baisser dans les 10 prochaines années ?*



Ce document présente les principaux indicateurs issus du baromètre  
...POUR ALLER PLUS LOIN, les résultats détaillés sont disponibles en souscription

# Le Baromètre de l'Engagement Durable des Citoyens 2014

## Objectifs et champs



Des sources d'inspiration pour la construction des démarches durables des entreprises et acteurs publics

# Le Baromètre de l'Engagement Durable 2014

## Précisions méthodologiques

1000 enquêtes auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus réalisées entre le 17 et le 28 mars 2014

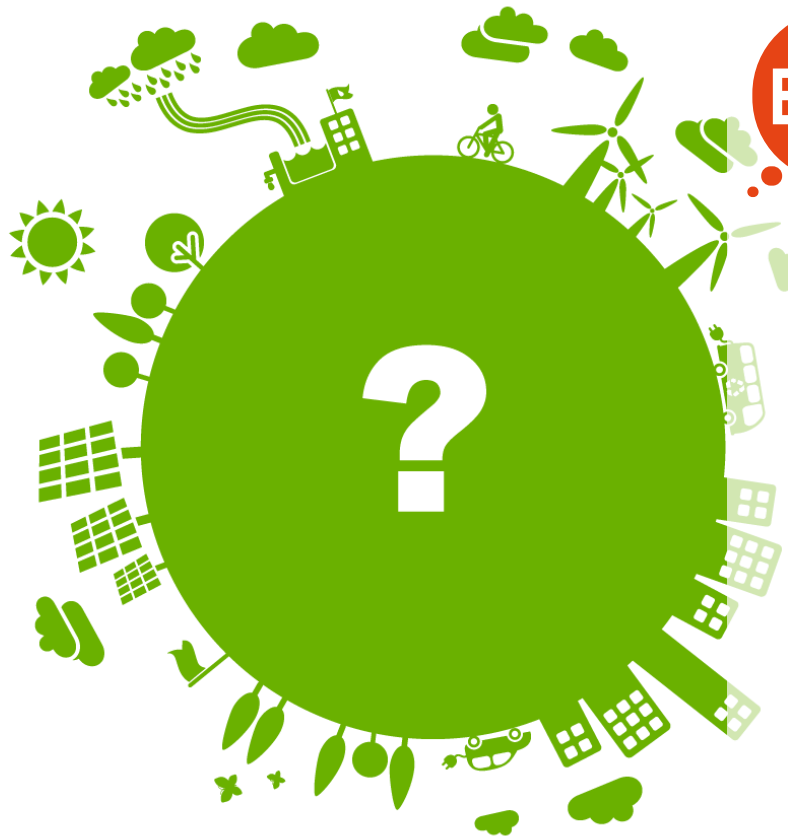


Recueil On Line : questionnaire de 25 minutes

- Un mode de recueil permettant de réduire les biais de sur-déclaration (« biais de désirabilité sociale »)
- Une mise en forme « gamifiée » pour limiter les effets de réponses systématiques :



- Une structure d'échantillon adaptée aux contraintes du Développement Durable :
  - Stratification par région, taille habitat,
  - Quotas sexe âge, CSP chef de ménage, statut de propriété, type de logement, nombre personnes foyer



BVA

# Les enseignements clefs du Baromètre BVA 2014...



1



**En cette période de crise, les citoyens, plutôt pessimistes, se recentrent sur des valeurs individuelles (santé et pouvoir d'achat) ....et l'engagement tend à faiblir ...:**

L'importance accordée à « la protection de ma santé » et à « l'amélioration de mon niveau de vie » progresse (respectivement 40% (+2%) et 30% (+2%) au détriment de la « protection de l'environnement » 15% (-3%) et de « l'équité sociale » 15% (-1%).

Si une majorité déclare maintenir ou accélérer leurs efforts en faveur d'un développement plus durable, leur nombre tend à baisser (62% et -5%) au profit d'un comportement plus pragmatique (« *je fais au plus simple* » (38% et +5%)

2



**S'ils considèrent qu'ils doivent agir et changer de comportement ...leurs attentes se renforcent vis-à-vis de l'Etat et ....du progrès technique :**

On observe une légère **progression des attentes vis-à-vis de l'Etat** : 44% pensent c'est à l'Etat d'agir en priorité contre 41% l'an passé (+3 points). 26% disent que c'est au citoyen de se mobiliser (-1%) et 23% aux acteurs économiques (-1%).

Comme les années précédentes les citoyens pensent que la **solution passe d'abord par une modification des modes de vie (79%)**, on note cependant cette année une **progression des attentes inhérentes au progrès technique (48% et +4%)**. Une façon de reporter les responsabilités ?

3



**On note une pose, voir un reflux des pratiques durables qui traduisent une mise à distance des enjeux collectifs et long terme et un certain pragmatisme fortement contraint par les enjeux économiques**

L'ensemble de la population conserve des pratiques durables et notamment celles générant un bénéfice économique ou sanitaire ( suivi des consommation d'énergie, achat de produits bio,...)

En revanche, on observe cette année une pause ou une baisse sur les actions éthiques, sociales et nécessitant un investissement (boycott de marques en particulier, stop pub, activités de bénévolat ...)

La typologie est à l'avenant et on note une baisse de la part des acteurs les plus actifs : Ambassadeurs (22% et -3%) au profit des Consom'acteurs (25% et +4%) (groupe s'engageant sur des actions ponctuelles à visée économique ou sanitaire).

4



**...Dans ce contexte, les offres collaboratives entrent en résonance avec les recherches d'optimisation budgétaires et séduisent la quasi-totalité de la population...**

Un phénomène qui touche presque tout le monde ...même si peu réalise régulièrement de nombreuses pratiques : 94% des interviewés déclarent avoir réalisé au moins une des pratiques étudiées, 65% déclarent en réaliser au moins une régulièrement. 27% de la population réalisent des actions diversifiées : les « animateurs » (7%), « les systèmes D » (11%) et les « Wiki » (9%) ; une population jeune et urbaine.

Un taux de réalisation et des profils qui varient d'un type de pratique à l'autre : « à chacun sa pratique »

Des pratiques que l'on réalise souvent à la fois comme offreur et comme demandeur ce qui garantit un certain équilibre au plan économique et des modalités d'optimisation proactives (retours d'information) : 64% achètent et vendent des produits d'occasion, 31% partagent des produits ou services en tant qu'offreur et en tant que demandeur.

Pour la plupart (67%) les motivations sont d'abord économiques... les bénéfices environnementaux et sociaux constituent souvent des effets induits bienvenus et appréciés... mais 27% expriment avant tout pour motivation le partage/lien social.

Un gain moyen généré d'ailleurs très hétérogène (même s'il atteint 380 Euros en moyenne\*) et un bénéfices qui s'inscrit plutôt dans la maîtrise du budget et la conservation d'un certain pouvoir d'achat. \*tel que perçu par les usagers de tels services



5

**...Des pratiques plébiscitées, sur lesquelles l'engagement des entreprises traditionnelles mais aussi, des élus est souhaité...**

Des pratiques qui, pour les citoyens, stimulent la concurrence et obligent les entreprises traditionnelles à se remettre en question (84% d'accord), qui contribuent au développement économique local et génèrent des emplois de proximité (77%) et qui profitent à tous et renforcent la solidarité (79%).

Des pratiques sur lesquelles l'engagement des entreprises traditionnelles et des élus est attendu (respectivement 76% de oui et 87%)



**...Au final, dans cette période de repli sur soi...le développement de l'économie collaborative en phase avec les besoins fondamentaux des citoyens constitue une opportunité de développement de pratiques plus vertueuses au plan social et environnemental et donc, d'accélération potentielle de la transition vers un développement plus durable.**

6

## L'engagement des entreprises est attendu, en particulier en ce qui concerne l'emploi local :

23% des citoyens estiment que les entreprises doivent agir en priorité (-1 point par rapport à 2013), une attente qui ne doit pas faire oublier l'existence d'une certaine défiance vis-à-vis des entreprises, en particulier des plus grandes d'entre elles même si le niveau de confiance tend à progresser (25% et + 7 %).

**L'intensité des attentes concernant la préservation ou le développement direct ou indirect de l'emploi comme un enjeu clef transversal à l'ensemble des secteurs.**

Ce sujet apparaît comme particulièrement prégnant pour les secteurs It & télécommunications, Grande consommation, automobile, banques & assurances, distribution de courrier ou colis.

On note cette année l'émergence de la thématique de protection des données personnelles notamment vis-à-vis des banques et opérateurs de télécommunications.

Les autres engagements varient sensiblement d'un secteur à l'autre : impact environnemental, durabilité, santé,...

La bonne image accordée aux associations sociales et environnementales et aux organismes institutionnels constitue malgré un léger repli par rapport à 2013 autant d'opportunités de développement de partenariats ciblés susceptibles de renforcer l'efficacité et la crédibilité des engagements.



7

## A noter comme en 2013, une certaine défiance vis-à-vis de l'Etat et des élus.

Pour 44% c'est l'Etat qui doit agir en priorité (+3% par rapport à 2013) ...mais seulement 18% leur accordent leur confiance





→ Les acteurs économiques doivent se réappropriier plus fortement leur rôle d'acteur économique local au service du territoire. Une dimension dont la valorisation peut devenir un élément constitutif du choix du consommateur.

→ Les entreprises doivent se « reconnecter » aux besoins exprimés par les citoyens et aux pratiques collaboratives en apportant leur professionnalisme au développement ou à l'approfondissement d'offres permettant de réconcilier les besoins individuels et collectifs :



- Fiabiliser, approfondir et faciliter l'accès aux offres collaboratives développées par les citoyens pour leur donner plus de résonance sans en modifier le sens.



- Imaginer des offres ou propositions susceptibles de correspondre aux nouveaux modes de vie ou aux nouvelles aspirations des citoyens.

- Proposer des offres économiquement accessibles à tous et permettant de réconcilier les contraintes économiques, environnementales ou sociales :



Incitation et récompense des gestes vertueux (cf tarifs moins élevés en cas de limitation des consommations d'énergie, offre assurance réduite pour des véhicules à faible émission ,...)

Suppression des offres ou produits ayant un impact négatif au plan social ou environnemental (cf produits avec Bisphénol A, avec huile de palme ,...).



**Se réapproprier un rôle de tuteur, guide et moteur vers la transition durable.**

## ...Et pour les acteurs institutionnels?



→ Les élus doivent favoriser le développement des activités de services collaboratifs générateurs d'activité économique et d'emploi local; via une démarche proactive structurée:

- Mise à disposition de lieux
- Intégration de services collaboratifs au sein des structures
- Financement de projets ou associations
- Soutien et accompagnement technique, formation aux nouveaux enjeux
- Cartographie et promotion de l'offre existante
- Organisation d'échanges entre les acteurs de l'économie actuelle et collaborative



→ Cette démarche nécessite au préalable la clarification de certaines règles de fonctionnement au plan réglementaire et fiscal pour garantir une concurrence équitable

→ Elle constitue une opportunité de reconstruction d'un lien avec les citoyens dans une période de défiance (forte abstention aux différentes élections)...pour peu qu'elle soit soutenue par des initiatives favorisant la démocratie participative (concertation sur les projets d'aménagement, appel au financement participatif,...)





**Quelle est la perception des citoyens à l'égard des enjeux du développement durable? Comment évolue-t-elle?**

# Un niveau de bonheur ressenti contrasté...

## Comment qualifieriez-vous votre niveau de bonheur personnel actuel?

(Veuillez utiliser une échelle de 1 à 10 où 1 correspond à pas du tout heureux et 10 très heureux)



**37%** ne sont pas « heureux »



**63%** sont « heureux »

Les plus engagés sont les plus heureux :  
action et bonheur vont de pair



Citoyens



■ ST 1-4

■ ST 5-6

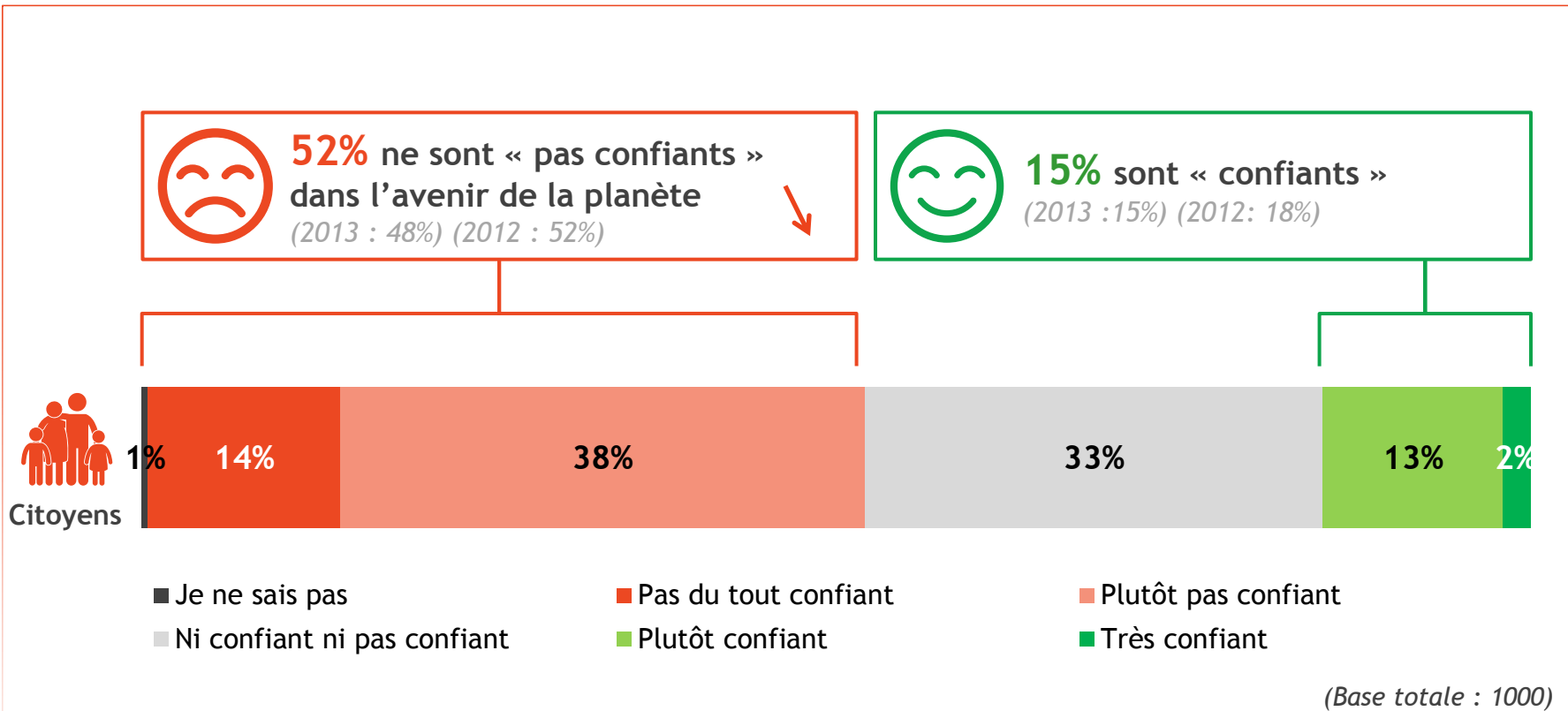
■ ST 7-8

■ ST 9-10

(Base totale : 1000)

Note moyenne du niveau de Bonheur : 6,7

# ...et un niveau de confiance faible vis-à-vis de l'avenir de la planète...qui confirme la baisse observée l'an passé

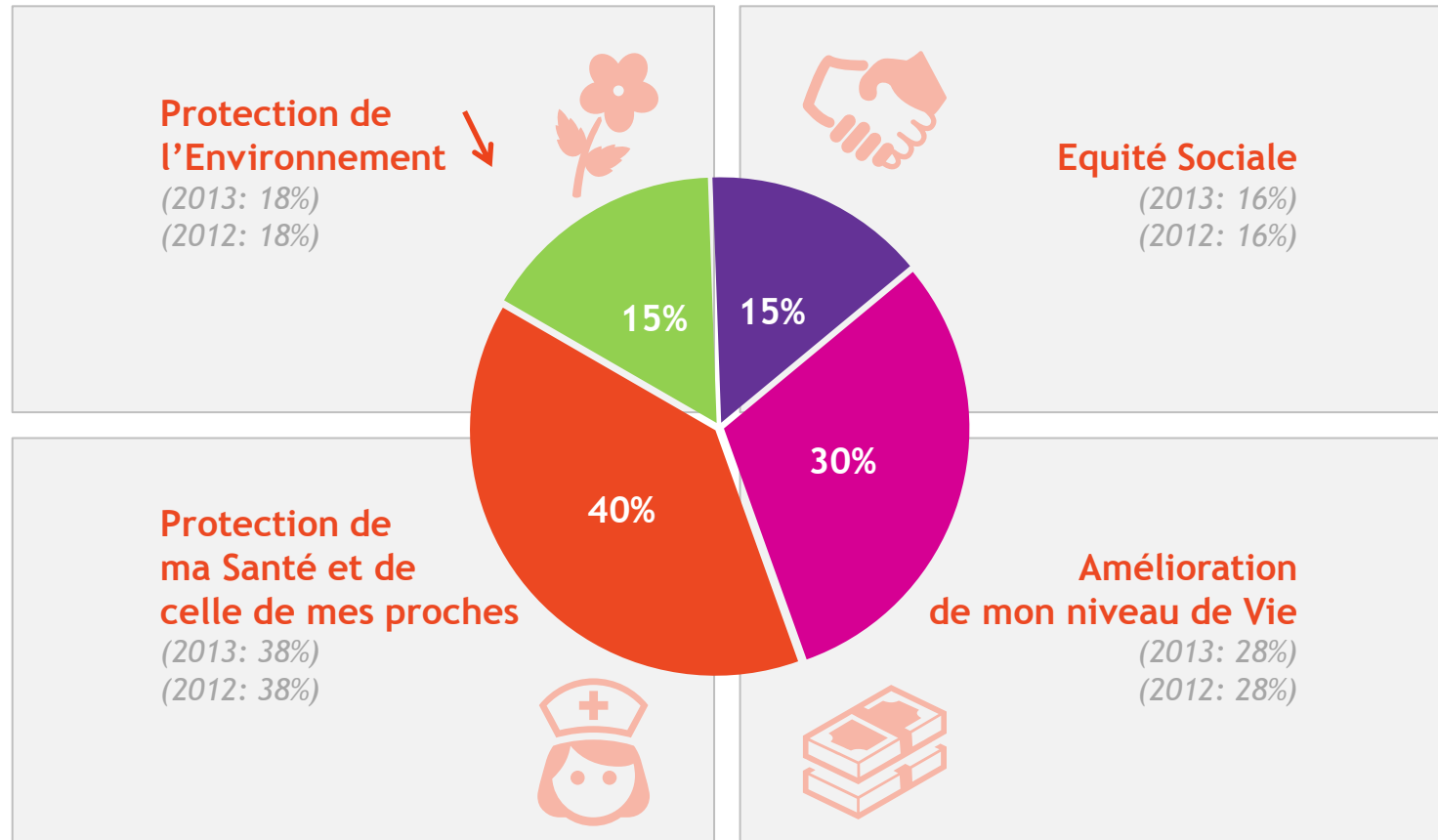


**Les plus engagés sont les plus confiants : action et espérance vont de pair**

**L'enjeu : passer de l'intention à l'action**

# Des préoccupations qui se recentrent sur la santé et l'amélioration du niveau de vie au détriment de l'environnement voire de l'équité sociale...

% moyen de la répartition de 100 points entre les 4 propositions suivantes  
(Base totale : 1000)

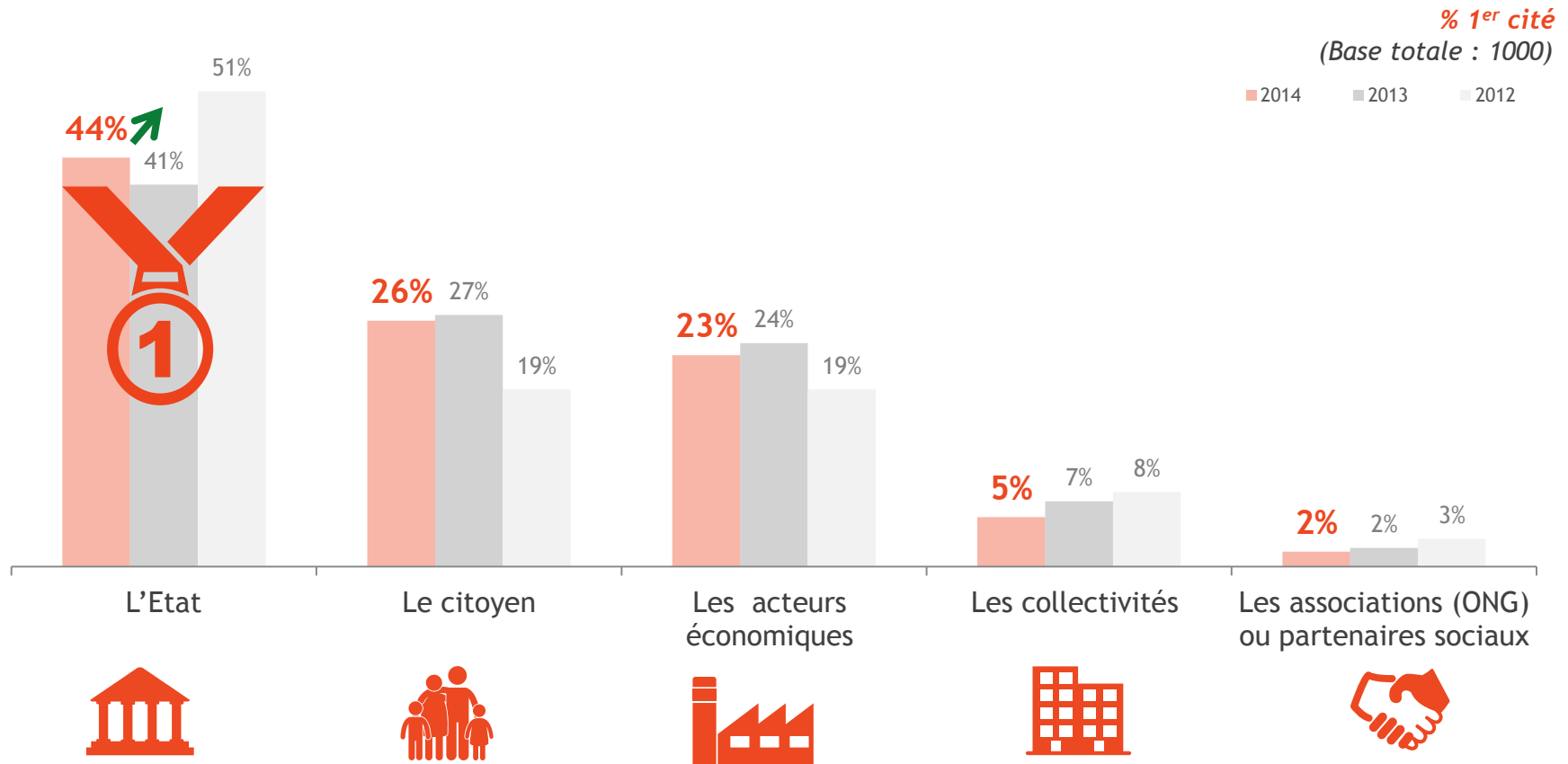




# Le citoyen renforce ses attentes vis à vis de l'Etat ...mais considère également qu'il doit agir au même titre que les acteurs économiques

## Qui doit agir en priorité?

(Veuillez sélectionner le type d'acteur prioritaire parmi la liste suivante)



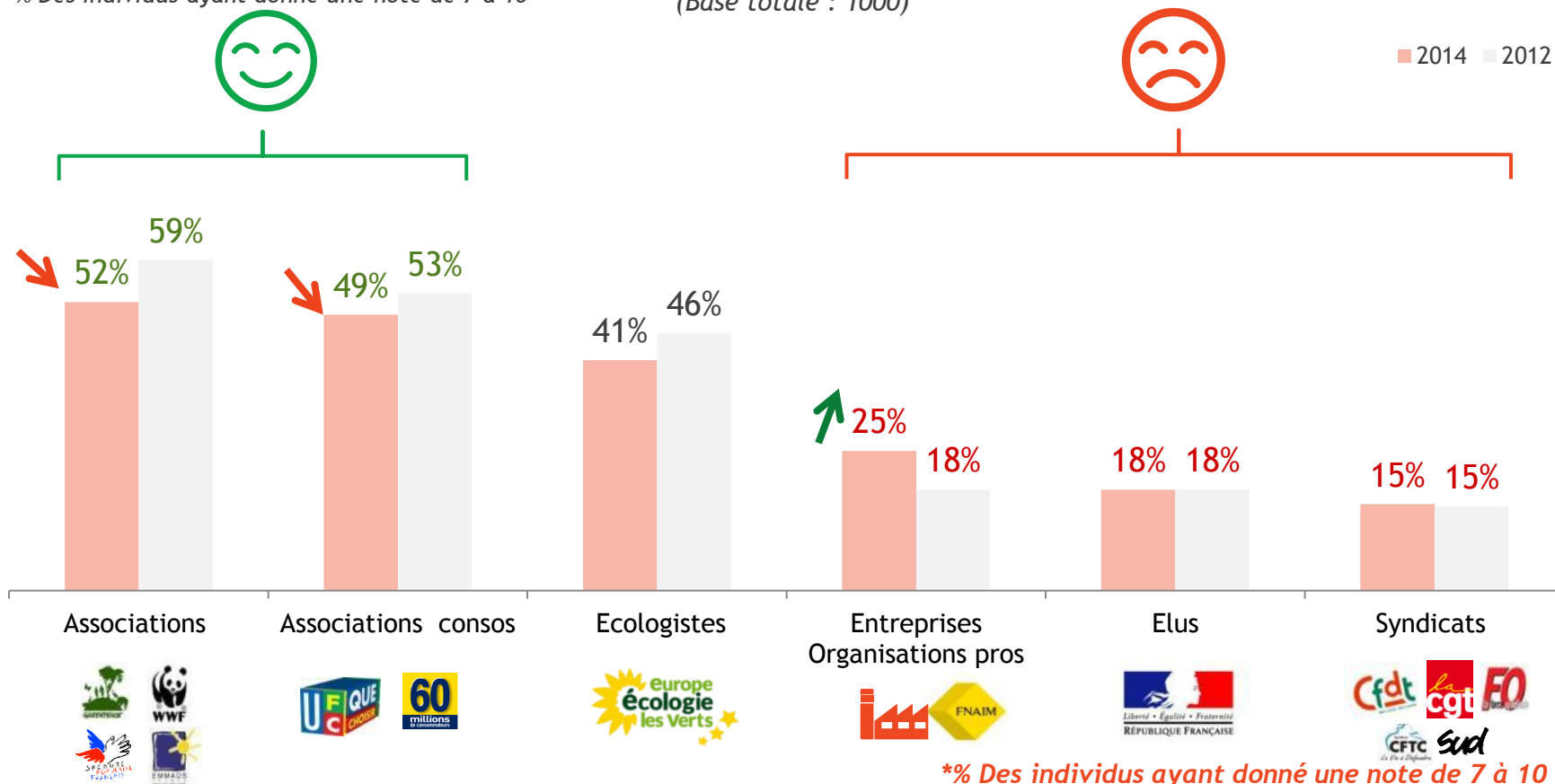
# Pour autant, beaucoup de défiance quels que soient les acteurs : seules les associations tirent encore leur épingle du jeu.

## Niveau de confiance accordée aux acteurs

(veuillez exprimer votre appréciation vis-à-vis des deux propositions suivantes à partir d'une note de 1 à 10 où 10 correspond à totalement d'accord et 1 à pas du tout d'accord)

\*% Des individus ayant donné une note de 7 à 10

(Base totale : 1000)



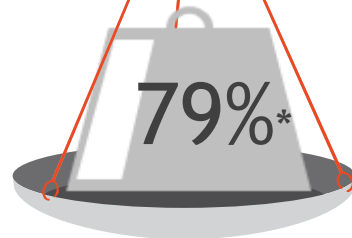
\*% Des individus ayant donné une note de 7 à 10

# S'il est clair pour tous que la solution repose avant tout sur l'évolution de nos modes de vie, le citoyen semble compter de plus en plus sur le progrès technique

## On empêchera la détérioration de l'environnement et de la planète...

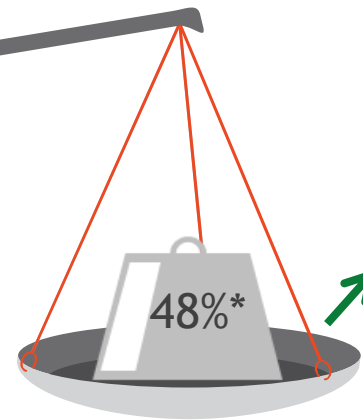
(Veuillez exprimer votre appréciation vis-à-vis des deux propositions suivantes à partir d'une note de 1 à 10 où 10 correspond à totalement d'accord et 1 à pas du tout d'accord)

D'abord en modifiant de façon importante nos modes de vie



(2013: 79%)  
(2012: 77%)

*\*% Des individus ayant donné une note de 7 à 10  
(Base totale : 1000)*



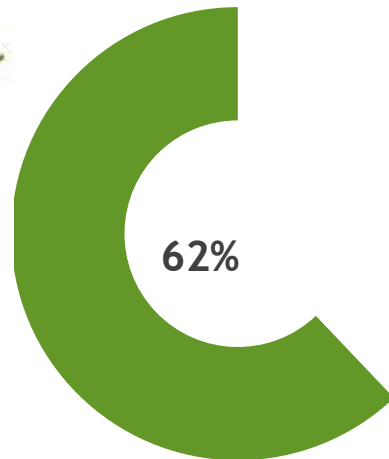
(2013 : 44%)  
(2012: 43%)

D'abord par le progrès technique

# Si la majorité souhaite toujours maintenir, voire accélérer ses efforts en faveur d'un développement plus durable...on note un certain essoufflement

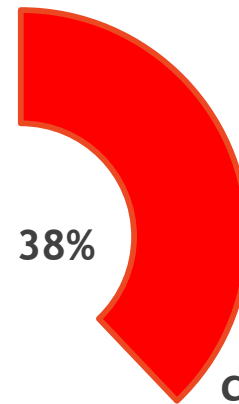
Dans le contexte de crise actuelle...

Je maintiens ou accélère mes efforts en faveur d'un développement plus durable



(2013: 67%)

(Base totale : 1000)

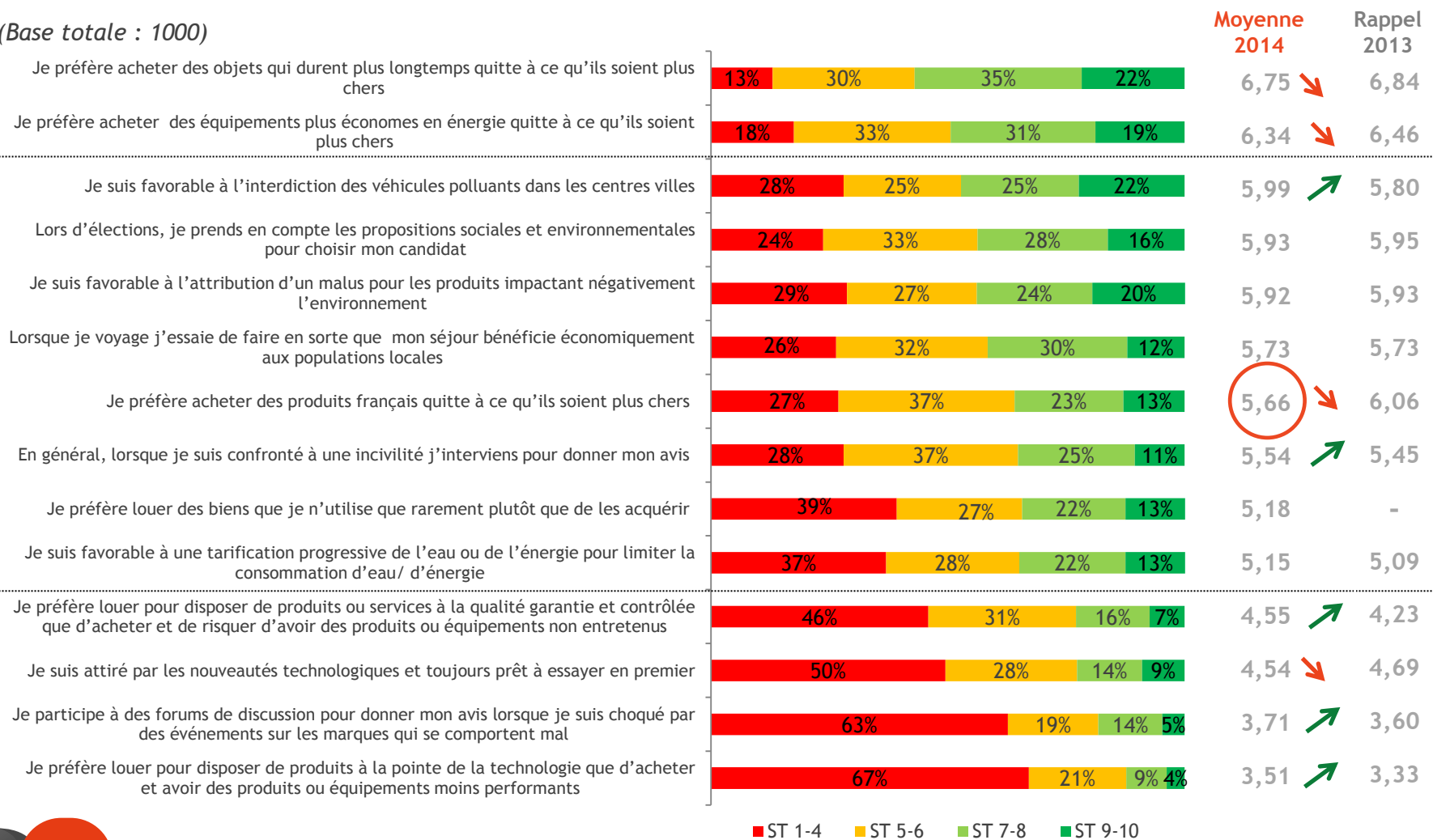


Je fais au plus simple et les enjeux du développement durable passent pour moi au second plan

(2013: 33%)

# Avec, en toile de fond, une sensibilité aux prix renforcée, qui pèse sur l'achat « français », mais aussi, sur des choix plus qualitatifs; par ailleurs, montée de l'envie de participer.

(Base totale : 1000)



■ ST 1-4 ■ ST 5-6 ■ ST 7-8 ■ ST 9-10



Quelles pratiques durables réalisent-ils?  
Avec quelles évolutions ?

# 41 pratiques durables articulées autour de 8 engagements

## ECONOMIES PECUNIAIRES

- Fermeture de l'eau pendant la vaisselle
- Essai pour limiter la consommation en achetant moins en général
- Don des objets qui ne sont plus utilisés
- Demande de générique lors de l'achat de médicament
- Suivi de la consommation d'énergie
- Extinction des appareils qui restent en veille
- Limitation du chauffage et ou climatisation dans le logement
- Incitation des proches à économiser l'eau et l'énergie
- Attention portée sur la consommation en carburant pendant la conduite

## GESTE ENVIRONNEMENT

- Boire l'eau du robinet plutôt que l'eau en bouteille
- Acheter/vendre des produits d'occasion
- Trier les produits et emballages donnant lieu à une collecte sélective
- Ramener les médicaments périmés
- Ramener dans les points de collecte les équipements non recyclables
- Investir dans les équipements économes en énergie
- Prise en compte de l'étiquette énergie lors du dernier achat d'un équipement électroménager
- Prise en compte de la consommation de lors de l'achat du dernier véhicule
- Privilégier les produits avec peu d'emballages
- Acheter des éco-recharges
- Prendre les éco-labels comme principaux critères de choix
- Limiter les impressions dans l'activité professionnelle
- Suivre une formation d'éco-conduite

## SANTÉ

- Parler de pollution et d'environnement à ses proches
- Regarder la provenance des produits ou biens achetés
- Privilégier les produits en additifs, sans colorants, sans conservateurs
- Lire systématiquement la composition des produits achetés pour vérifier qu'ils ne sont pas mauvais à la santé

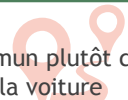
## DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

- Privilégier les produits français
- Privilégier les produits de la région



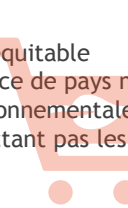
## ECO-MOBILITÉ

- Utilisation des transports en commun plutôt que la voiture
- Marche à pied ou vélo plutôt que la voiture



## ENGAGEMENT ÉTHIQUE

- Achat de produits du commerce équitable
- Boycott des produits en provenance de pays ne respectant pas les réglementations sociales et environnementales
- Boycott des entreprises ne respectant pas les réglementations sociales et environnementales
- Stop pub sur la boîte aux lettres



## LIEN SOCIAL

- Adhésion ou don à des ONG ou associations caritatives
- Participation à une réunion d'information locale ou une formation sur le thème du DD
- S'engager personnellement ou professionnellement
- Activités de bénévolat
- Exercer des responsabilités au sein d'une organisation / association



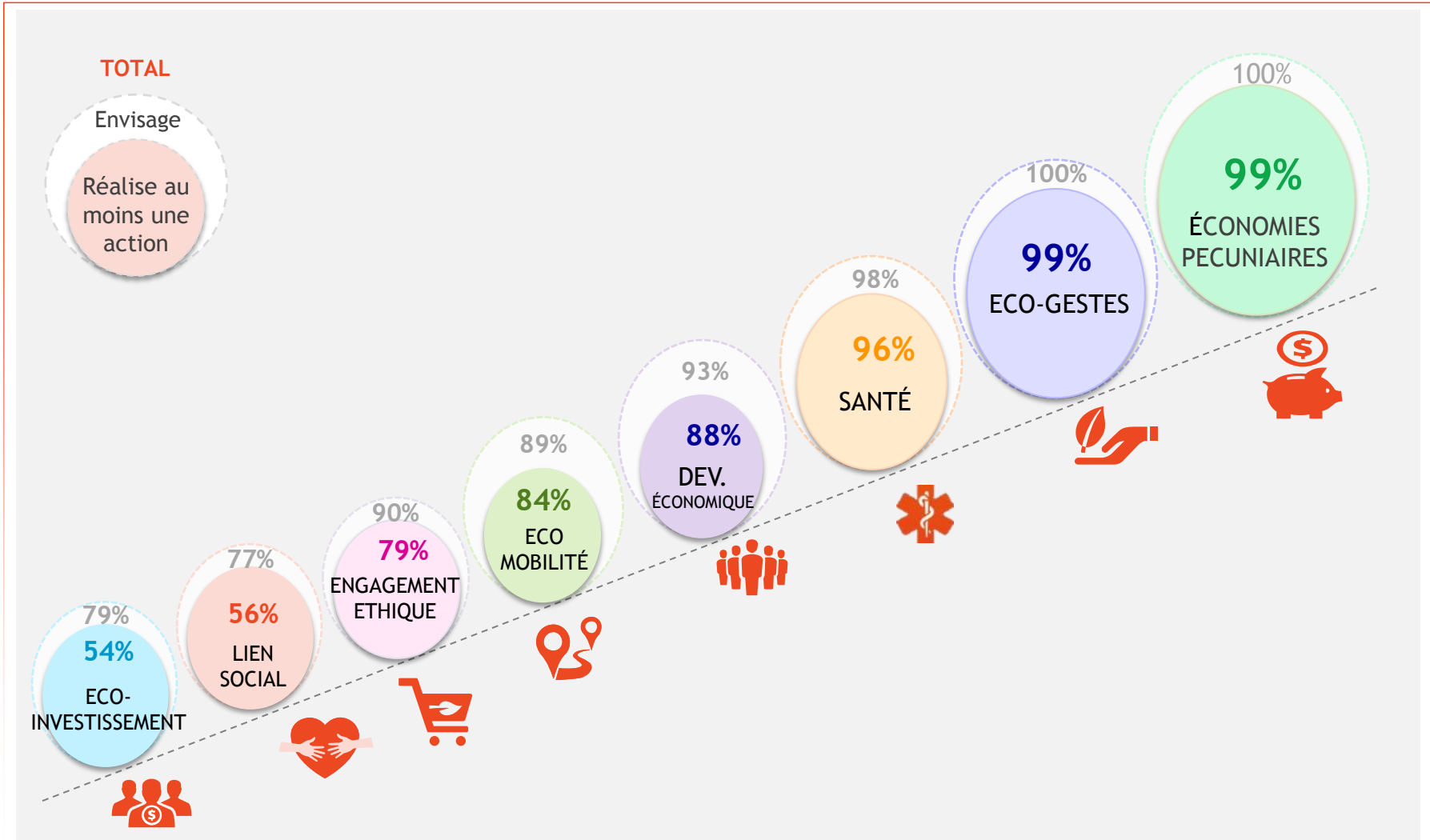
## ECO-INVESTISSEMENT

- Compost
- Travaux pour améliorer l'efficacité énergétique du logement
- Installation de systèmes de programmation ou équipements permettant de suivre et limiter la consommation (Smart Grids)
- Installation d'équipements utilisant des énergies renouvelables



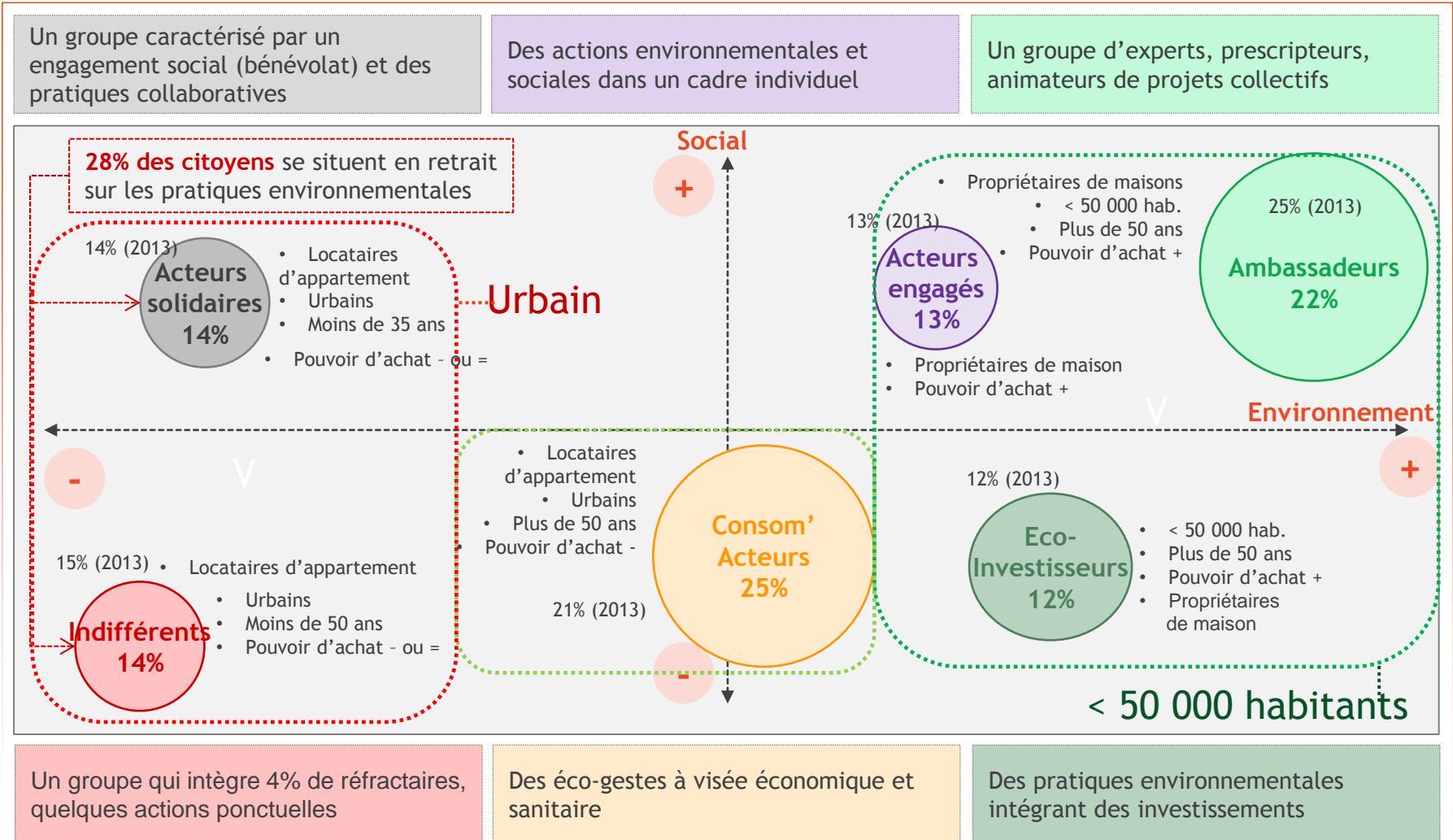
- Ne pas traiter les plantes ou produits du jardin/balcon
- Acheter des produits issus de l'agriculture biologique
- Prise en compte de l'indice DAS lors du dernier achat d'un mobile

# Les pratiques durables : des pratiques qui concernent l'ensemble de la population...mais un taux de réalisation qui varie sensiblement d'un engagement à l'autre





# La typologie d'engagement DD : 6 groupes dont les pratiques s'articulent entre la dimension sociale et environnementale



# Des pratiques durables qui marquent une pose ou en repli par rapport à 2013



- **Les pratiques durables touchent l'ensemble de la population et notamment les pratiques qui permettent de faire des économies ou de mieux veiller à sa santé :**
  - La quasi totalité des interviewés déclarent réaliser au moins une des actions relatives aux dimensions économies pécuniaires (99%), éco-gestes (99%), santé (96%),
  - Les aspects liés au développement économique (88%), à l'éco-mobilité (88%) ou à l'engagement éthique (79%) se situent un cran en dessous
  - Les dimensions lien social (56%) et éco-investissement (54%) touchent un public plus restreint.
- **Si les actions à visée économique ou sanitaire restent stables, on note cette année une pause ou une baisse sur de nombreuses pratiques en particulier concernant les pratiques éthiques et de développement économique (« achat français » notamment ...), même si elles restent encore fortes :**
  - Boycott des produits en provenance de pays ne respectant pas les réglementations sociales et environnementales (57% et -10%)
  - Boycott des entreprises ne respectant pas les réglementations sociales et environnementales (54% et -6%)
  - Mise en place d'un stop pub (16% et -4%)
  - Privilégie les produits français (78% et -8%)
- **Les actions de lien social et celles nécessitant un investissement sont également en repli et ne concernent au final qu'une minorité de personnes (certaines ont été impactées par un durcissement des systèmes d'aides) :**
  - Réalisation de travaux d'efficacité énergétique (31% et -4%)
  - Installation d'équipements de production d'énergies renouvelables (17% et -4%)
  - Activité de bénévolat (25% et -5%)
  - Engagement dans la vie personnelle ou professionnelle (22% et -4%)
  - Participation à des réunions d'information sur un des thèmes du Développement Durable (8% et -5%)



**Des évolutions qui traduisent une certaine mise à distance des enjeux collectifs et long terme et un certain pragmatisme**



**Quelles pratiques collaboratives réalisent-ils? Avec quelles motivations?**

# 33 pratiques collaboratives qui se déclinent autour de 8 dimensions

## RÉCUPÉRATION OU VENTE DE PRODUITS D'OCCASION

- Récupération ou vente de produits d'occasion
- Récupération d'objets pour réparer et réutiliser
- Récupération d'objets pour réparer ou revendre
- Ventes de produits d'occasion sur internet
- Vente dans des vides greniers

## ACHATS PRODUITS D'OCCASION OU RÉCUPÉRATION

- Achat de produits d'occasion sur internet
- Achat dans des vides greniers

## TROCS ÉCHANGES NON RÉMUNÉRÉS

- *Covoiturage pour déplacements domicile-travail\*\**
- *Échanges de logement pour les vacances ou week-ends\**
- Troc, échanges d'objets, vêtements
- Échanges de livres/musiques/films
- Échanges de bons plans, recettes
- Systèmes collaboratifs d'échanges de services

## ACHAT DIRECT DE PRODUITS ALIMENTAIRES

- Achat direct de produits alimentaires (sur site ou dans des marchés)
- Adhésion à une AMAP
- Adhésion à un groupement d'achat direct de produits alimentaires

## INVESTISSEMENT SOLIDAIRE OU FINANCEMENT PARTICIPATIF

- Souscription à une offre d'épargne dont les fonds sont utilisés pour un projet responsable
- Investissement dans un projet de financement participatif

## ECHANGE ÉDUCATIF OU CULTUREL, EMPOWERMENT

- Échanges et partage dans des lieux culturels
- Mise en ligne d'informations d'ordre éducative, pratique culturelle
- Participation à l'enrichissement ou la consolidation de contenus ou programmes open sources
- Participation à des enquêtes publiques et concertation relative à ma ville ou quartier
- Abonnement à une newsletter d'ONG
- Membre d'une communauté DD sur Facebook ou sur d'autres réseaux sociaux

## PARTAGE/LOCATION RÉMUNÉRÉS EN TANT QUE DEMANDEUR

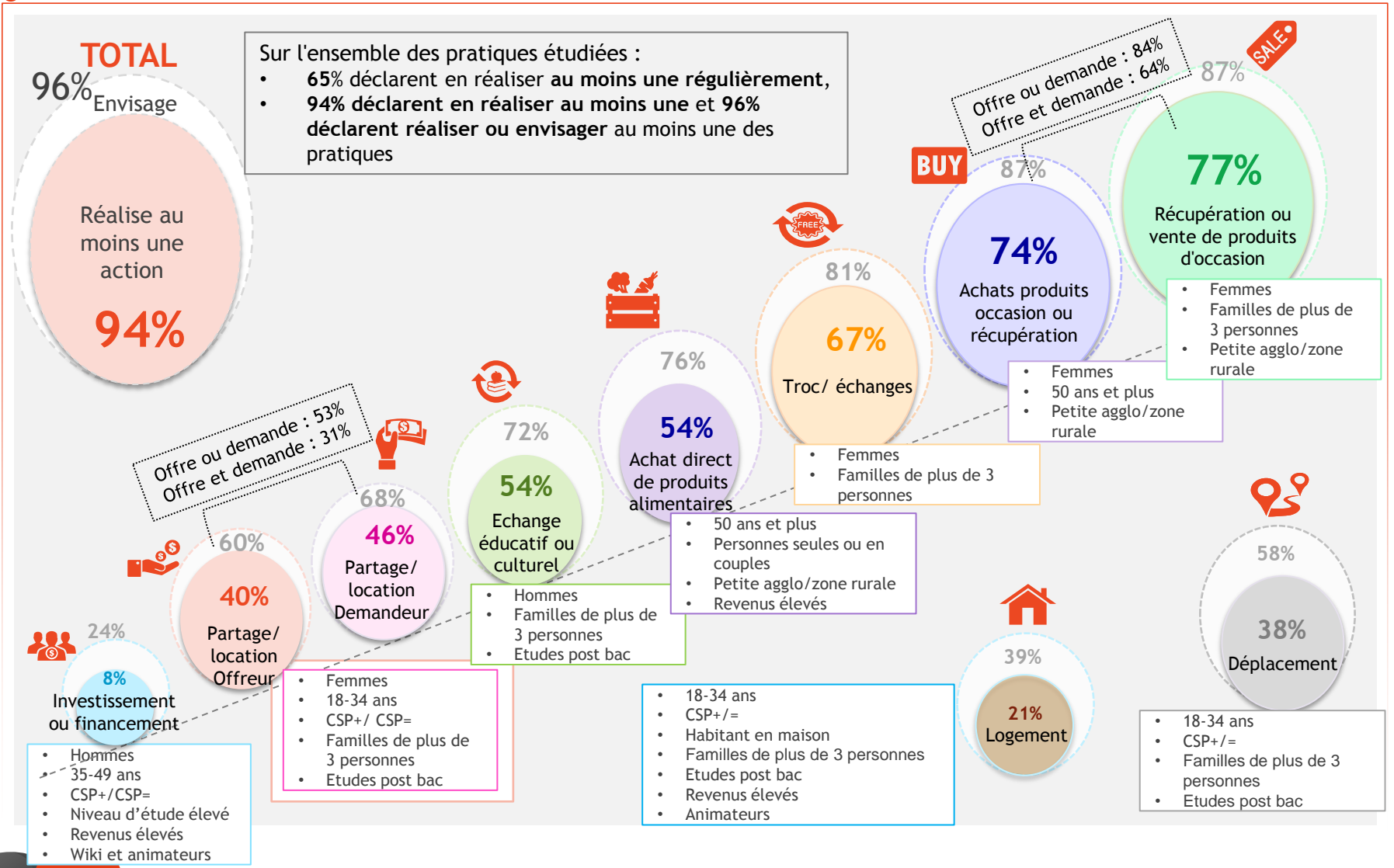
- *Covoiturage pour déplacements loisirs en tant que passager\*\**
- *Utilisation d'un système d'auto-partage\*\**
- *Utilisation d'un système de vélo-partage\*\**
- *Location d'un véhicule d'autres particuliers pour les week-ends, vacances\*\**
- *Location d'un logement d'autres particuliers pour les week-ends, vacances\**
- Participation à des ventes à domicile
- Location d'objets à d'autres particuliers
- *Partage d'un potager\**
- *Partage de locaux professionnels\**

## PARTAGE/LOCATION RÉMUNÉRÉS EN TANT QU'OFFREUR

- *Covoiturage pour déplacements loisirs en tant que chauffeur\*\**
- *Location de mon véhicule à d'autres particuliers\*\**
- *Location de mon logement à d'autres particuliers le week-end et les vacances\**
- Location d'objets que je possède à des particuliers
- Fabrication ou customisation des objets à vendre

\*DEPLACEMENT  
\*\*LOGEMENT

# Les pratiques collaboratives : des actions qui varient sensiblement selon les domaines concernés



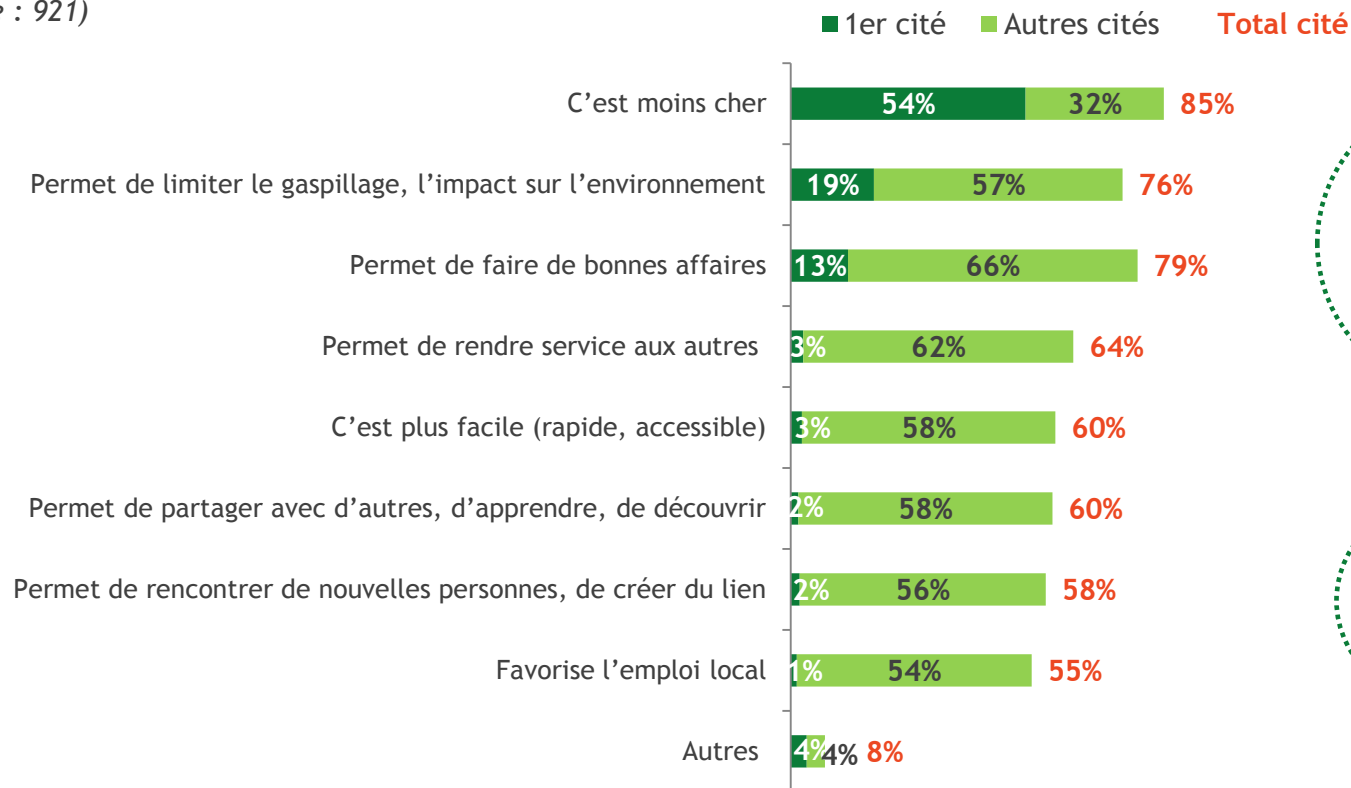
# 67% s'engagent dans des pratiques collaboratives avant tout pour des motivations économiques, et 27% avant tout pour des raisons sociales ou environnementales



Les principales motivations qui incitent à partager, échanger, acheter, louer ou vendre des biens ou services à d'autres particuliers

(question ouverte non pré-codée)

(Base : 921)



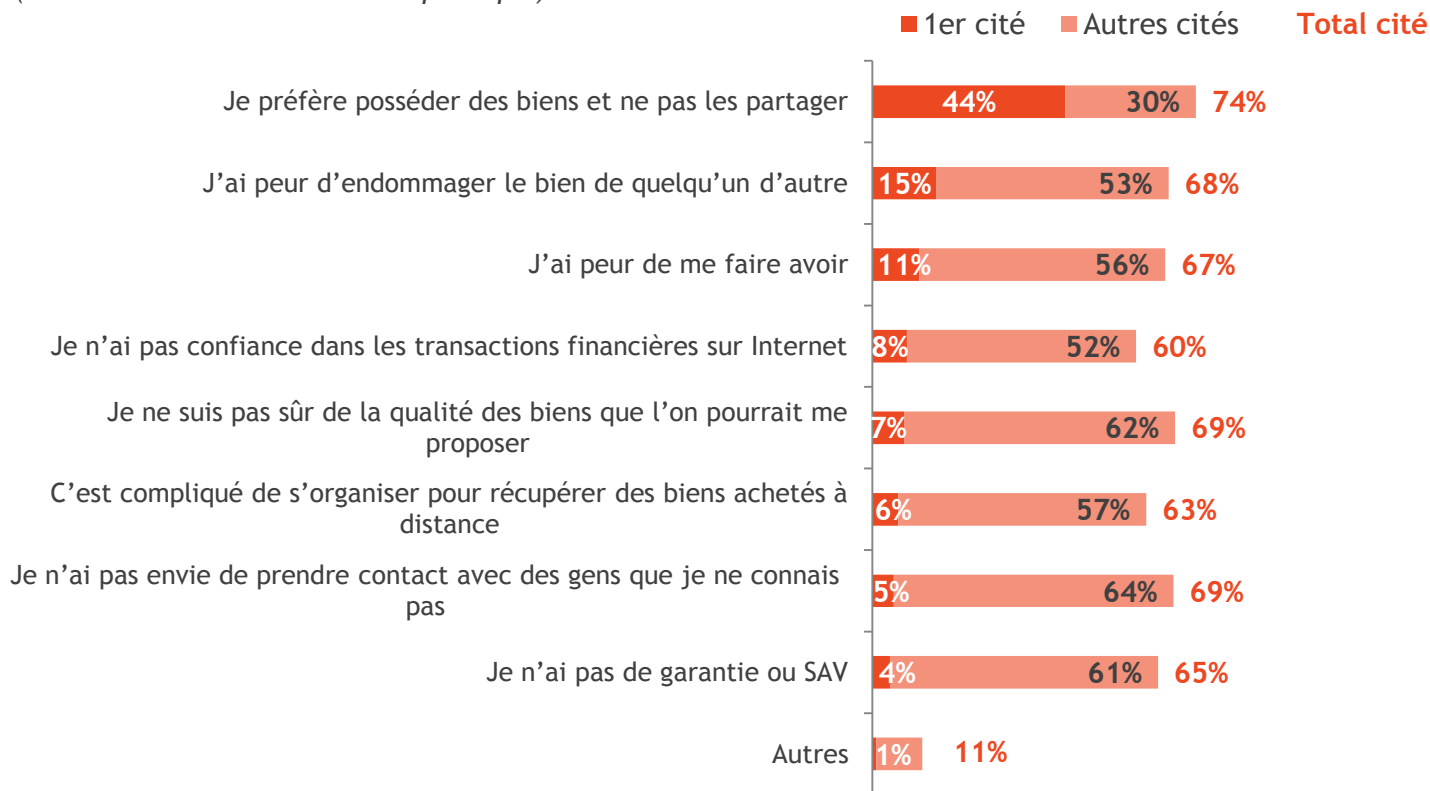
# Les réticences sont variées : besoin de possession, peur d'endommager un bien partagé ou encore, de se faire avoir sans compter les contraintes d'organisation



## Les freins à participer à l'économie collaborative

(question ouverte non pré-codée)

(Base : 79 ne réalisant aucune pratique)

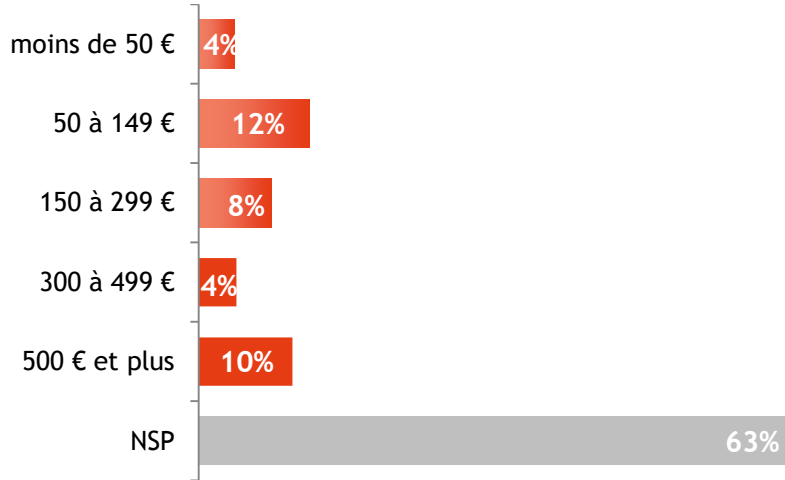


# Le gain généré varie sensiblement d'un individu à l'autre (380 € en moyenne) ...il est principalement utilisé pour couvrir les dépenses et rarement déclaré



**Argent économisé / gagné :  
380€ en moyenne**

(Base : 921)



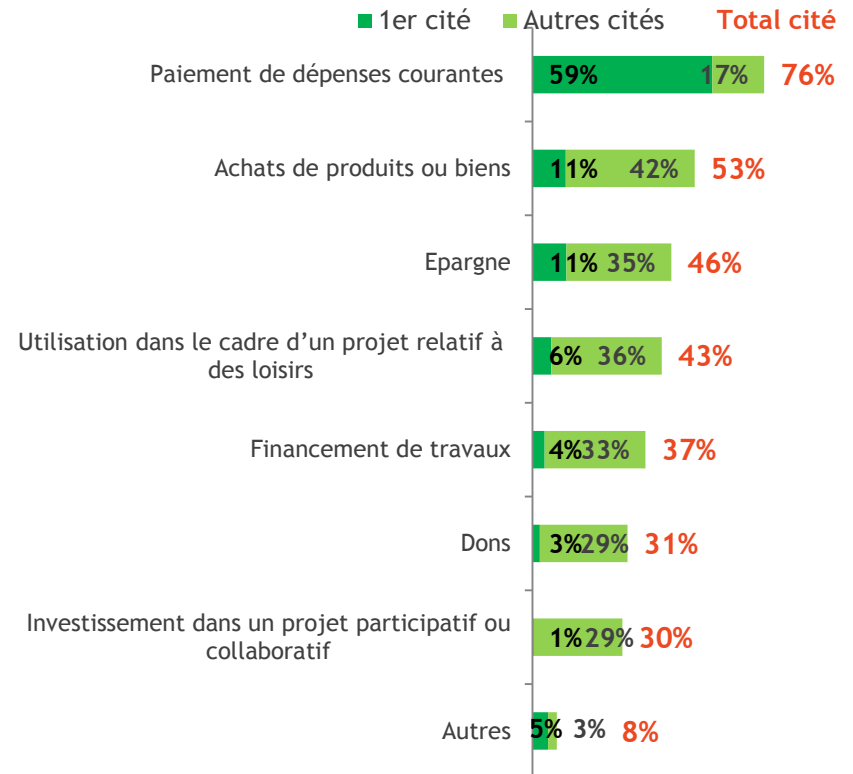
**Déclaration aux impôts : 15% l'ont inclus ou envisagent de le déclarer aux impôts**

■ Oui, totalement ■ Oui, en partie ■ Non ■ NSP



**Usages réalisés  
avec l'argent économisé/ gagné**

(Base : 921)



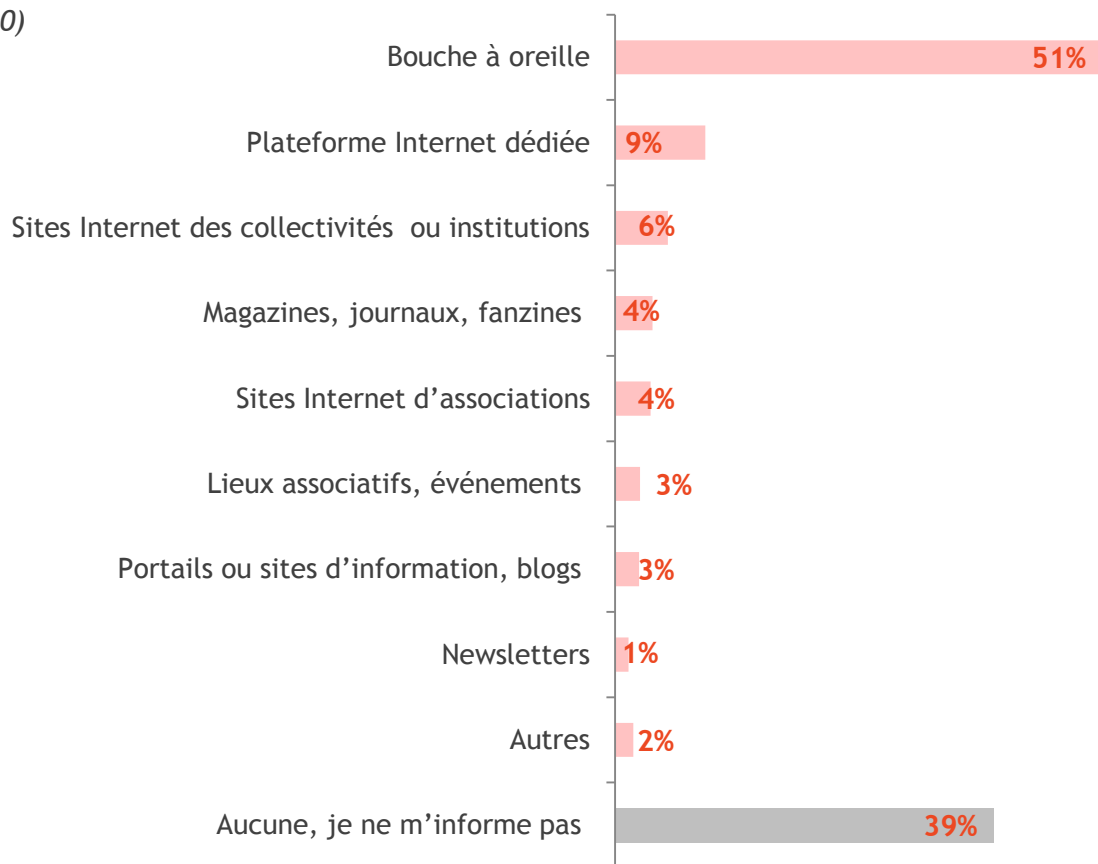


# Des sources d'information diversifiées avec une influence importante du bouche à oreille



## Les sources d'information utilisées pour s'informer sur les possibilités de services et d'échanges collaboratifs

(Base totale : 1000)



# Les pratiques collaboratives : un phénomène boosté par le numérique et les avantages économiques

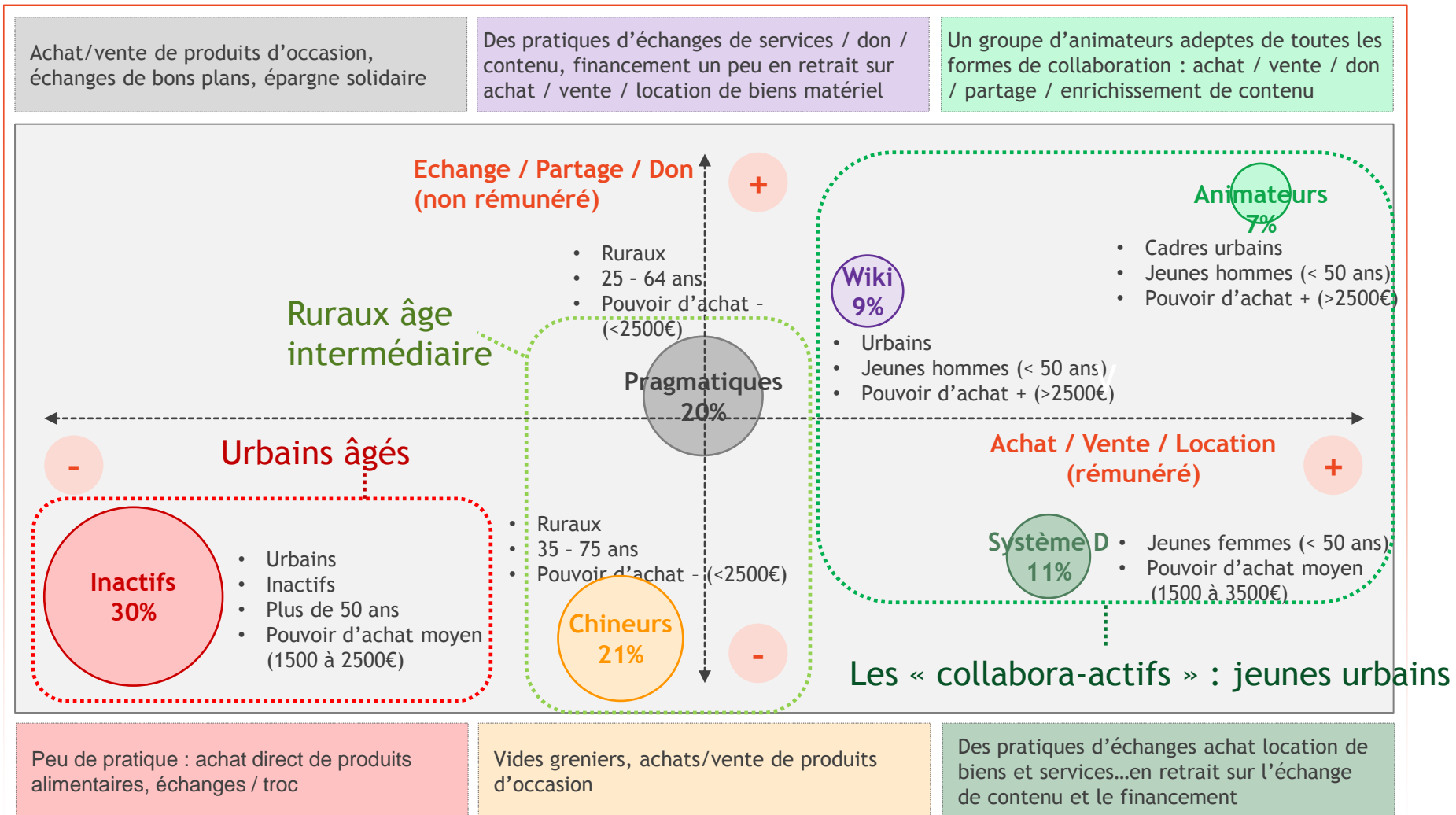


- Pour résumer, un phénomène qui touche presque tout le monde ...même si peu réalise régulièrement de nombreuses pratiques :
  - 94% des interviewés déclarent avoir réalisé au moins une des pratiques étudiées, 65% déclarent en réaliser au moins une régulièrement
  - 27% de la population réalise des actions diversifiées : les « animateurs » (7%), « les systèmes D » (11%) et les « Wiki » (9%) (page suivante)
- Un taux de réalisation et des profils qui varient d'un type de pratique à l'autre : « à chacun sa pratique »
  - Une très forte pénétration des achats (74%)/ ventes (77%) de produits d'occasion : plutôt des femmes en zone rurale
  - Le troc/ échange touche 2/3 de la population (67%) : plutôt des femmes et des familles
  - Les achats directs de produits alimentaires (54%) sont pratiqués par plus de la moitié de la population : des plus de 50 ans habitant en zone rural avec des revenus élevés
  - Les échanges éducatifs ou culturels touchent également plus de la moitié des interviewés (54%) : une forte proportion d'hommes, de familles ayant un niveau d'étude élevé (post bac)
  - Le partage ou la location de biens et services concernent respectivement 46% (demandeur) ou 40% (offreur) de la population : des femmes, jeunes, des CSP diversifiées et niveau d'étude élevé (post bac)
  - L'investissement solidaire ou le financement participatif est encore pratiqué par une minorité (8%) avec toutefois des perspectives de progression non négligeables (24%) : des hommes, âge intermédiaire, csp et revenus élevés
  - Si l'on regarde sous un angle thématique, les pratiques relatives au déplacements touchent 38% et celles pour le logement 21% : des jeunes, des familles, des CSP élevées.
- Des pratiques que l'on réalise souvent à la fois comme offreur et comme demandeur ce qui garantit un certain équilibre au plan économique et des modalités d'optimisation proactives (retours d'information)
  - 64% achètent et vendent des produits d'occasion
  - 31% partage des produits ou services en tant qu'offreur et en tant que demandeur



**Un phénomène de grande ampleur susceptible de bouleverser la relation aux marques, les besoins et attentes et le prix psychologique associé aux offres de produits & services**

# Au final, 6 groupes dont les pratiques collaboratives s'articulent entre les échanges rémunérés et non rémunérés



# Les « collabor-actifs » sont souvent également engagés dans le Développement Durable...mais pas toujours : élargissement vers une cible plus jeune et plus urbaine

## Croisement entre l'Engagement durable et les pratiques collaboratives



Les pratiques collaboratives sont globalement plus développées par les personnes engagées dans le Développement Durable



76% des plus « collabor-actifs » "sont des Ambassadeurs/Acteurs engagés/ Eco-investisseurs

...mais



Certaines personnes engagées dans le Développement Durable n'ont pas de pratiques collaboratives



32% des « collabor-inactifs » sont des Ambassadeurs/Acteurs engagés/ Eco-investisseurs (plutôt âgés)

...et

Parmi les personnes les plus actives en matière de pratiques collaboratives une forte proportion n'est pas engagée dans le Développement Durable



15% des « collabor-actifs » sont peu engagés dans le Développement Durable

Les « collabor-actifs » constituent au final plutôt une cible de personnes engagées dans le Développement Durable, plutôt jeune et urbaine...Elle intègre également des personnes néophytes vis-à-vis des enjeux durables ...dont on peut espérer le ralliement à court ou moyen terme.

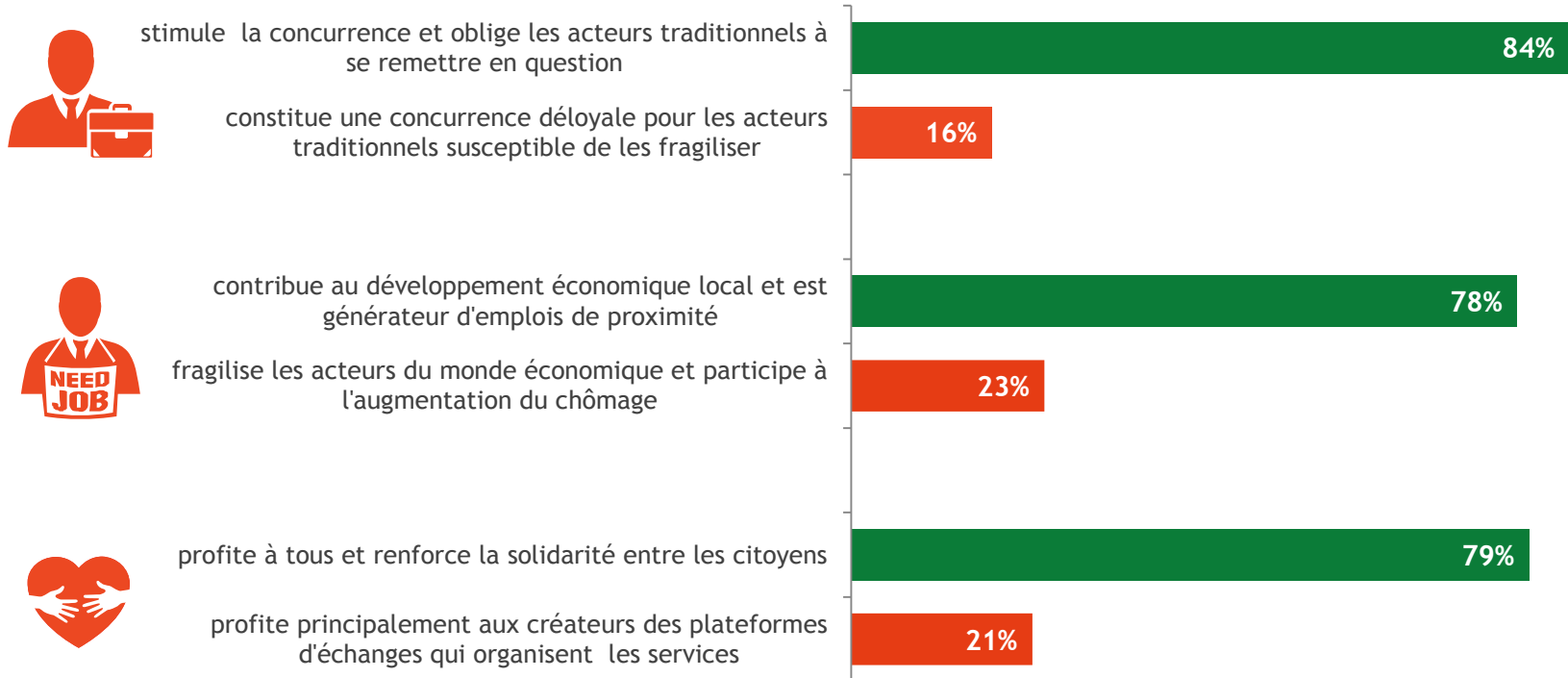


**Quelle opinion ont-ils vis-à-vis de  
l'économie collaborative?**

# Un plébiscite pour une économie qui stimule la concurrence, contribue au développement économique local et profite à tous...

## Le développement d'activités et de services collaboratifs d'échanges entre les citoyens...

(Base totale : 1000)



# ...et sur laquelle l'engagement des entreprises traditionnelles et encore plus, des élus est attendu

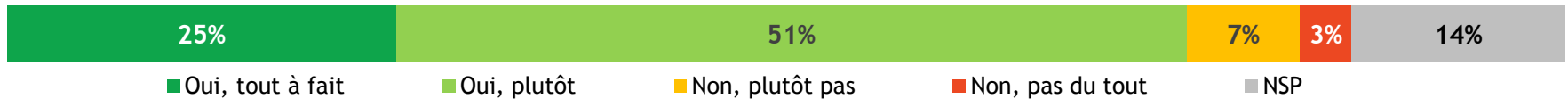


## Les entreprises traditionnelles doivent-elles s'engager dans cette économie collaborative et proposer des offres ou solutions?

(Base totale : 1000)



ST Oui : 76%



## Les élus doivent-ils favoriser l'émergence des activités de services collaboratifs sur leur territoire ?

(Base totale : 1000)



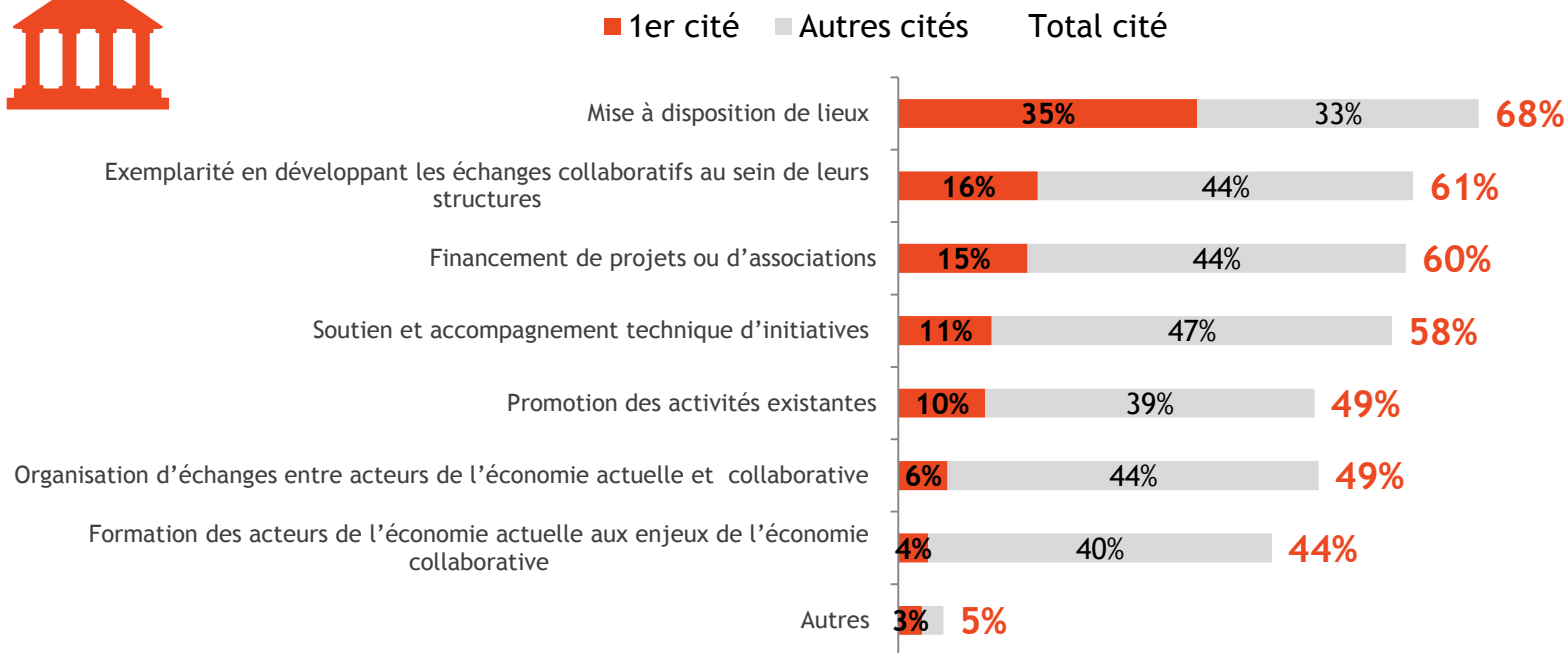
ST Oui : 87%



# Des élus dont on attend qu'ils s'activent : mise à disposition de lieux, exemplarité, financement/soutien/promotion de projets, organisation d'échanges

Quelles actions parmi les suivantes, pensez-vous que les élus doivent développer en priorité pour favoriser le développement des activités de services collaboratifs ?

(Base totale : 1000)







Et pour aller plus loin...?

Et pour aller plus loin...

contactez-nous pour recevoir l'intégralité des résultats du baromètre disponibles en souscription



## Les indicateurs détaillés

- Le détail des 41 « PRATIQUES DURABLES » et des 33 « PRATIQUES COLLABORATIVES » :
  - *Taux de réalisation et d'intention, profils associés*
  - *Détail des typologies d'engagement*
- les ATTENTES D'ENGAGEMENT vis-à-vis des ACTEURS ECONOMIQUES des secteurs d'activités suivants : automobile, opérateurs de transport, grande consommation, banques/assurances, Informatique et télécoms, énergie) et les EFFORTS FOURNIS par les principales marques sur ces engagements?
  - *Les engagements attendus vis-à-vis des marques d'un secteur à l'autre*
  - *Les efforts fournis par les marques sur ces engagements*
- La perception des citoyens vis-à-vis des enjeux de la TRANSITION ENERGETIQUE :
  - *Le contenu associé à la Transition énergétique. L'enjeu associé*
  - *Les sources d'énergie qui vont se développer ou baisser dans les 10 prochaines années.*

Regis Olagne  
Email. [regis.olagne@bva.fr](mailto:regis.olagne@bva.fr)  
Tel. 06 82 82 46 05

