

05/10 | 01:00 | Julie Chauveau **La Toile permet d'inventer une nouvelle économie du partage**

**Circuit court, covoiturage, location en ligne : la consommation collaborative se développe.**

*L a crise doit être le moment pour les entreprises de réfléchir à leur rôle et à la demande des consommateurs. Le pire serait qu'elles fassent le gros dos et se persuadent que tout reprendra comme avant lorsque la croissance repartira ! »* Elisabeth Laville, qui aide depuis des années les entreprises à élaborer leur stratégie en matière de responsabilité sociale et environnementale à la tête de son cabinet de conseil Utopie, en est persuadée : les consommateurs changent de pratiques. Aidés par Internet et poussés par la crise, ils arbitrent aujourd'hui entre acheter des produits neufs ou d'occasion et commencent même à louer au lieu d'acheter.

### **La folie du circuit Court**

Le développement des Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (Amap), qui conduisent des consommateurs à souscrire une sorte d'abonnement auprès d'un agriculteur pour lui assurer un revenu régulier et recevoir des paniers de produits chaque semaine, a changé les mentalités. Dernière initiative en date, la création, soutenue par le fonds de Xavier Niel, Marc Simoncini -fondateur de Meetic -et Christophe Duhamel -inventeur de Marmiton -, de La Ruche qui dit Oui, un site Internet destiné à mettre en relation producteurs et consommateurs, pour des achats directs de voisinage. Les distributeurs ont senti venir ce phénomène depuis deux ans et se sont lancés dans la création de lignes de produits locaux. Leclerc a notamment créé des « alliances locales », partenariats entre les hypermarchés et les PME régionales.

### **Louer à ses voisins plutôt qu'acheter**

Les consultants ont inventé un nouveau terme : la « consommation collaborative ». Après le succès de sites de vente en ligne comme eBay, Priceminister ou Le Bon Coin, le nouveau concept à la mode est la location. Créé il y a trois ans, e-Loue met à disposition du consommateur plus de 120.000 articles loués par des particuliers à d'autres particuliers en se rémunérant lors du paiement en ligne. De même, Zilok annonce 200.000 objets et propose même depuis quelques mois... la location de voitures. Autre site Web, Livop a sophistiqué le système en proposant la location sans échange de clef. Une carte est remise aux adhérents qui permet d'ouvrir la porte du véhicule réservé doté d'une Livop-box. Citroën s'apprête à faire de même au début de l'année prochaine via son portail Citroën Multicity.

### **Donner au lieu de jeter**

La crise a aussi pour effet de remettre au goût du jour l'idée de don. Créé en février 2010, Donnons.org annonce disposer de 500.000 objets et a fait des émules sur la Toile avec Récupe.net, Co-recyclage.com. Les petites annonces de ces sites proposent des produits dont les consommateurs ne veulent plus et qu'ils refusent de jeter. Si vous êtes intéressés, vous venez le chercher directement à domicile ! Cette générosité se construit en réseau. Vous avez un jardin ? Vendez, troquez ou donnez vos (sur)productions à vos voisins affirme le site Lepotiron.fr. Vous voulez voyager sans dépenser ? Réservez une chambre chez des particuliers sur Airbnb dans 16.000 villes et 186 pays. Depuis sa création, il y a trois ans, la

start-up de San Francisco revendique 2 millions de nuits réservées et 300.000 téléchargements de son application.

La plus belle illustration de ces nouvelles pratiques est l'explosion du covoiturage. Le ministère de l'Ecologie estime que 3 millions de personnes pratiquent le covoiturage en France et a compté plus de 200 services de covoiturage organisés. Un trajet de 30 kilomètres effectué chaque jour permet d'économiser 1.760 euros par an et par personne. Avec 1,3 million de Français inscrits, Covoiturage.fr permet à plus de 250.000 personnes par mois de se déplacer ensemble. Carpooling.fr affiche, lui, 1,7 million d'inscrits et 600.000 trajets dans toute l'Europe.

Et les financiers ont déjà commencé à s'intéresser à ces démarches. Le site Airbnb a levé 110 millions de dollars cette année, son concurrent britannique Couchsurfing.org, 4,7 millions de livres. Et l'américain Thredup (échange de vêtements et jouets d'enfant) a reçu, en mai, 7 millions de dollars. Les échanges sont gratuits, mais les opérateurs du site vendent les boîtes. Outre-Atlantique, un premier fonds, Thecollaborativefund, doté de 6 millions de dollars, s'est même donné pour mission de financer ce type d'activités.

### **Réparer et acheter d'occasion**

La multiplication de ce type de démarches est-elle de nature à inquiéter l'économie traditionnelle ? « *Le temps des ressources abondantes et bon marché est révolu. Chaque citoyen de l'Union européenne consomme chaque année 16 tonnes de ressources, dont 6 sont gaspillées, la moitié prenant la direction des décharges* », a averti le mois dernier le commissaire chargé de l'Environnement, Janez Potocnik. Pour l'instant, les plus avertis ont commencé à surfer sur l'idée. Patagonia, spécialiste des vêtements « outdoor », vient de s'allier avec eBay aux Etats-Unis pour créer une rubrique spéciale sur son site et celui du vendeur en ligne sur lequel les consommateurs peuvent proposer des produits Patagonia dont ils ne veulent plus. A Strasbourg, Ikea expérimente depuis un an le fait de permettre à ses clients de ramener ses vieilles étagères en magasin contre un bon d'achat pour un produit neuf.

Les associations caritatives traditionnelles aussi ont réagi. Elles mettent en avant le fait que donner dans leurs réseaux permet aussi de créer des emplois. Mais, face à cette nouvelle concurrence, elles s'organisent pour être plus visibles. Il y a deux mois, Emmaüs a créé un site Internet spécial pour permettre aux habitants d'Ile-de-France de savoir où donner et acheter dans les boutiques du mouvement ([www.emmaus-idf.org](http://www.emmaus-idf.org)). On y trouve des cartes pour savoir où déposer ses vêtements, ou tous types d'objets, mais aussi et surtout où acheter dans les boutiques de l'association. Une page Facebook J'emmaüs a également été lancée afin de promouvoir auprès des jeunes l'acte de don.

**J. C.**