



sopra  steria

# Observatoire Ipsos Sopra Steria Crédit Agricole Assurances des attitudes des Européens face aux risques

## Volet 3: L'essor de la consommation collaborative

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



## ÉCHANTILLON

Ensemble : **7 000** répondants

### Dont :

- France : **1 000** répondants
- Allemagne : **1 000** répondants
- Espagne : **1 000** répondants
- Grande-Bretagne : **1 000** répondants
- Italie : **1 000** répondants
- Pologne : **1 000** répondants
- Suède : **1 000** répondants



## TERRAIN

Du **12** au **22** mai 2015



## METHODE

- Échantillons représentatifs des populations nationales des **7** pays concernés, interrogés par internet



**Ce document a été rédigé selon les standards Qualité d'Ipsos France.**  
Il a été relu et validé par : *Amandine LAMA, directrice d'études*



## VOLET BAROMETRIQUE

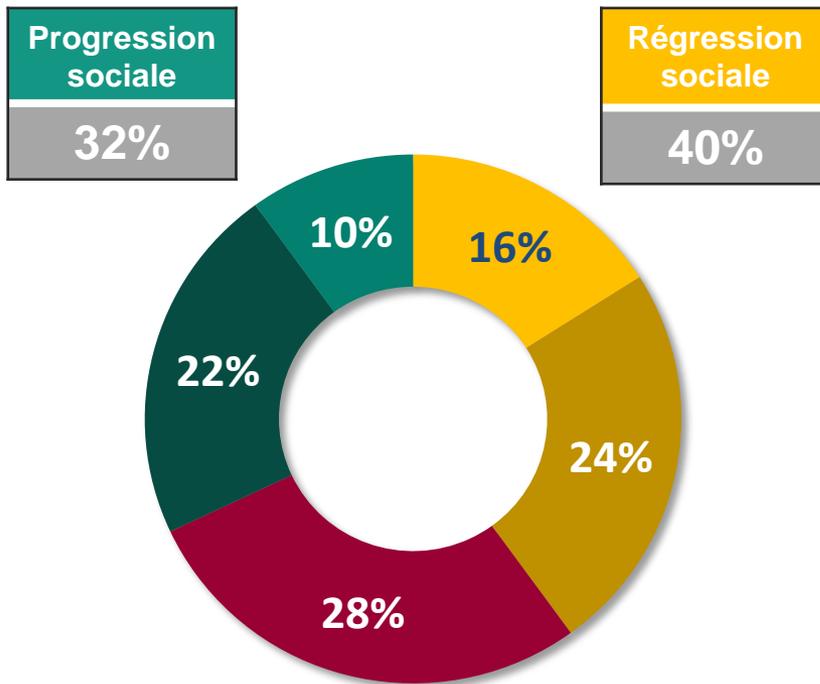
---

Le rapport des Européens au risque

# Un sentiment majoritaire de régression sociale en Europe du Sud, toujours fort mais qui s'atténue en France

- Par rapport à vos parents à votre âge, vous avez le sentiment d'être...

- En forte régression sociale
- En légère régression sociale
- En stabilité sociale
- En légère progression sociale
- En très forte progression sociale



Pays où le sentiment de déclassement reste le plus fort:



Italie



Espagne



France

## Détail

	Régression sociale		Progression sociale		Stabilité sociale	
	2015	2013	2015	2013	2015	2013
🇪🇺 Ensemble	40	50	32	29	28	21
🇫🇷 France	49	60	23	22	28	18
🇩🇪 Allemagne	24	7	26	55	50	38
🇪🇸 Espagne	51	48	27	37	22	15
🇬🇧 GB	30	34	44	42	26	24
🇮🇹 Italie	60	50	15	31	25	19
🇵🇱 Pologne	35	58	51	33	14	9
🇸🇪 Suède	30	39	35	34	35	27

# Les risques de santé (dont la dépendance) sont de loin ceux qui inquiètent le plus les Européens, devant risques financiers et risques de la route

- Parmi les risques suivants, quels sont les **3** qui vous inquiètent le plus ?

Ensemble



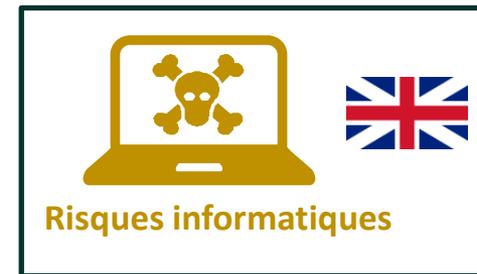
Total supérieur à 100 trois réponses possibles

# Les trois risques qui inquiètent le plus: des variations selon les pays

- Parmi les risques suivants, quels sont les **3** qui vous inquiètent le plus ?

Détail	 Ensemble	 France	 Allemagne	 Espagne	 GB	 Italie	 Pologne	 Suède
Les risques de santé	X	X	X	X	X	X	X	X
Les risques financiers	X		X	X	X		X	X
Les risques de la route	X	X				X		X
Les risques de chômage				X		X	X	
Les risques d'agression ou de vol		X	X					
Les risques naturels								
Les risques d'attentat								
Les risques informatiques					X			
Les risques alimentaires								
Les risques industriels								
Les risques d'accidents domestiques								

Les risques spécifiquement mis en avant dans certains pays:



# Un sentiment de vulnérabilité qui continue d'augmenter, mais moins fortement

- Par rapport à il y a 5 ans, avez-vous aujourd'hui le sentiment d'avoir plus, moins ou ni plus ni moins de risques de...



## Ensemble



Plus	
2015	2013
59	62
53	59
44	51
35	33

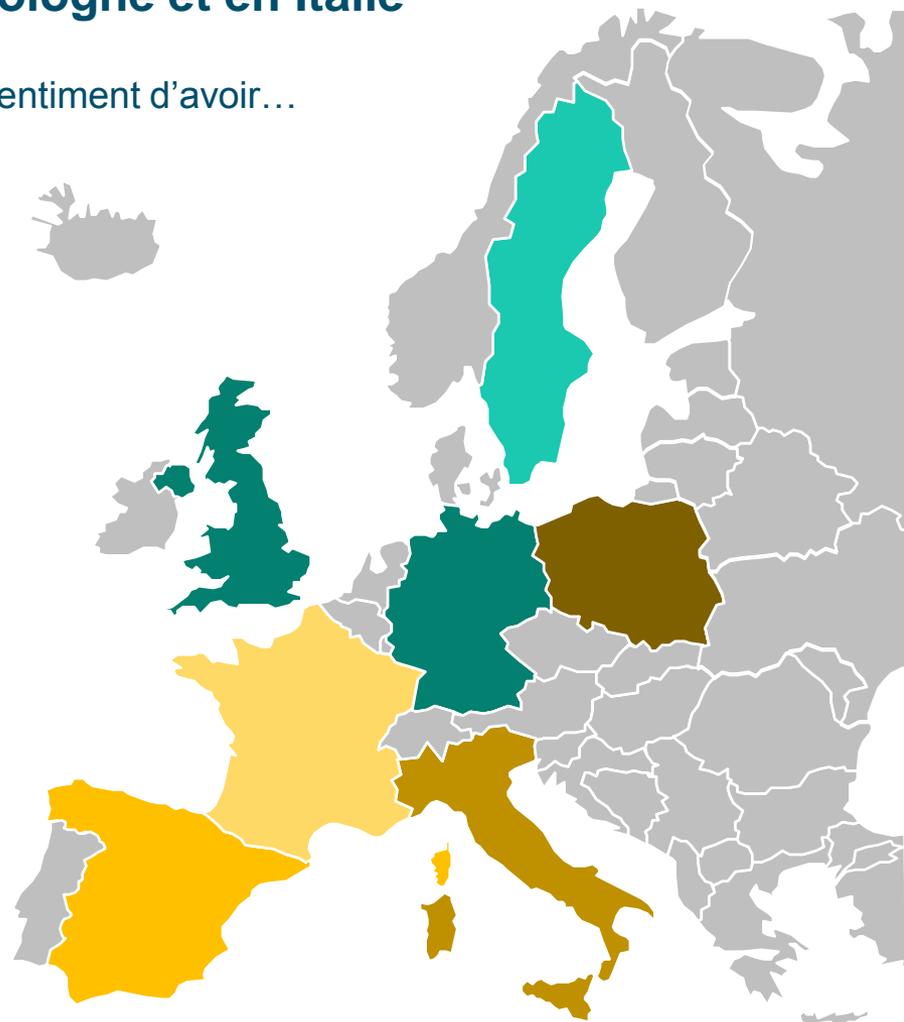
# Le sentiment d'un risque accru de basculer dans la précarité, particulièrement en Pologne et en Italie

- Par rapport à il y a 5 ans, avez-vous aujourd'hui le sentiment d'avoir...

PLUS de risques de basculer dans la précarité:

**53%**

Détail	Plus de risques de basculer dans la précarité		
	2015	2013	2012
 Ensemble	<b>53</b>	59	-
 France	<b>53</b>	61	50
 Allemagne	<b>37</b>	42	41
 Espagne	<b>57</b>	73	71
 GB	<b>36</b>	47	46
 Italie	<b>69</b>	69	76
 Pologne	<b>72</b>	83	71
 Suède	<b>42</b>	37	-



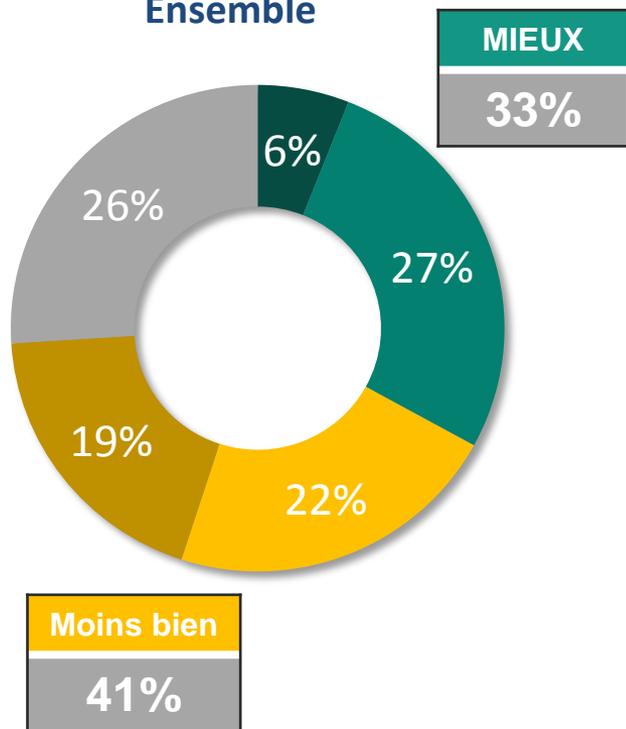
Plus de risques  Moins de risques

# Une majorité relative d'Européens a le sentiment d'être moins bien protégée

- Et globalement, par rapport à il y a 5 ans, avez-vous le sentiment d'être mieux protégé face à ces risques ?

- Beaucoup mieux
- Un peu mieux
- Un peu moins bien
- Beaucoup moins bien
- Ni mieux, ni moins bien

Ensemble





Sentiment majoritaire d'être moins bien protégé:



Italie



France

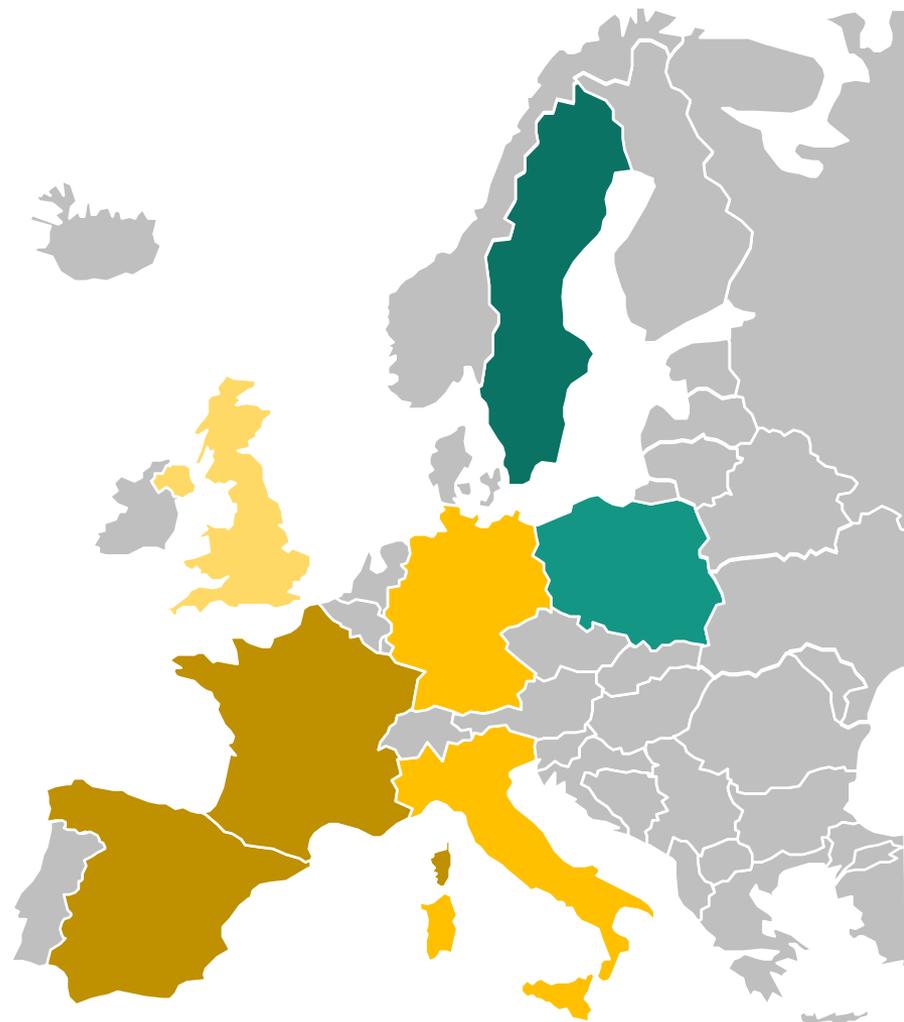
Détail	Moins bien		
	2015	2013	2012
🇪🇺 Ensemble	41	40	-
🇫🇷 France	52	41	37
🇩🇪 Allemagne	30	26	31
🇪🇸 Espagne	46	48	49
🇬🇧 GB	29	27	30
🇮🇹 Italie	67	69	73
🇵🇱 Pologne	43	48	42
🇸🇪 Suède	18	21	-

# Le risque, toujours un danger à éviter pour une majorité d'Européens

- Selon vous le risque c'est... ?

**60%** Plutôt un danger à éviter

**40%** Plutôt un stimulant



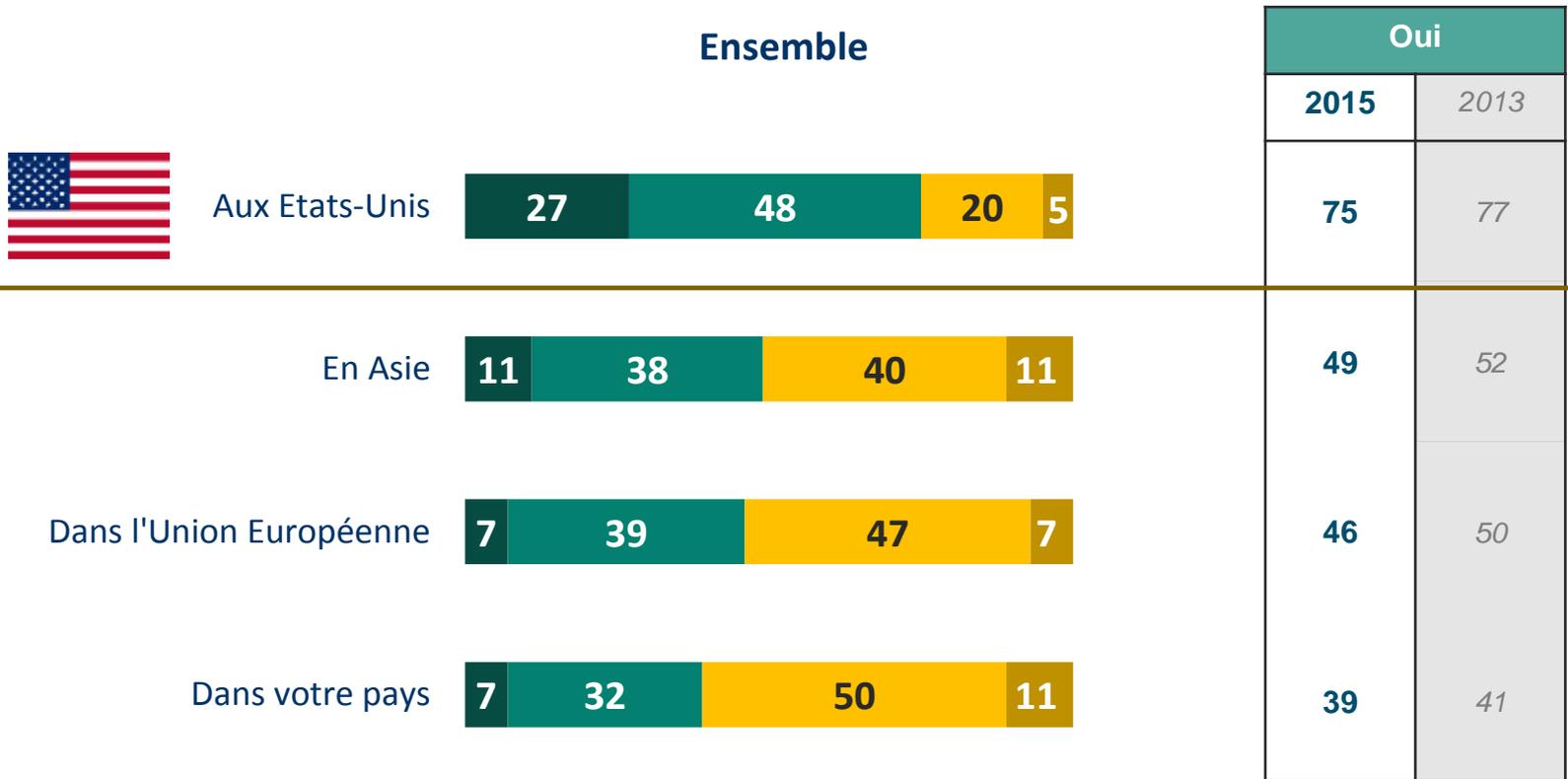
Risque le plus considéré comme un danger  Risque le plus considéré comme un stimulant

Détail	Plutôt un danger		
	2015	2013	2012
 Ensemble	60	59	-
 France	70	67	62
 Allemagne	66	62	57
 Espagne	75	73	66
 Grande-Bretagne	58	59	52
 Italie	63	59	58
 Pologne	48	51	42
 Suède	42	42	-

# Mise à part aux USA, un sentiment majoritaire que la prise de risque n'est pas valorisé

- Avez-vous le sentiment que la prise de risque est valorisée...

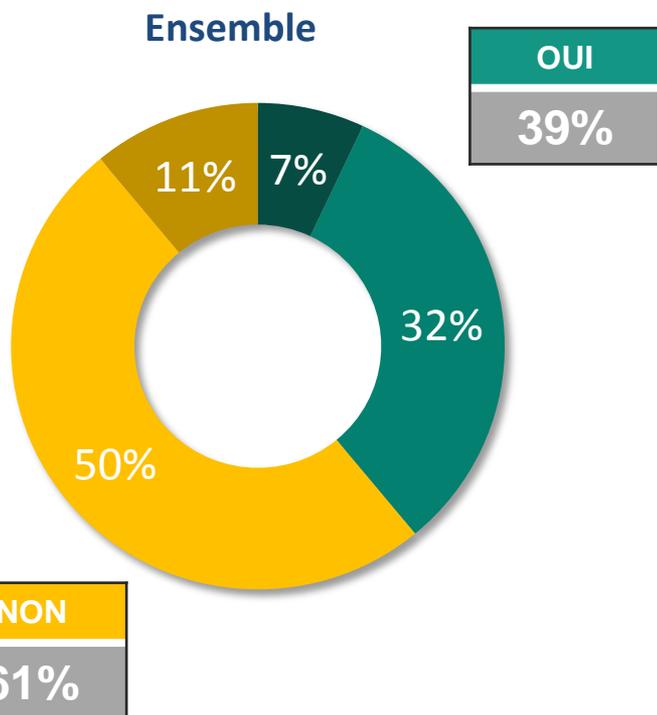
■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout



# Dans tous les pays européens sondés, seule une minorité a le sentiment que la prise de risques est valorisée

- Avez-vous le sentiment que la prise de risque est valorisée **dans votre pays** ?

- Oui, tout à fait
- Oui, plutôt
- Non, plutôt pas
- Non, pas du tout



Détail	OUI		
	2015	2013	2012
🇪🇺 Ensemble	39	41	-
🇫🇷 France	27	29	32
🇩🇪 Allemagne	36	41	38
🇪🇸 Espagne	48	47	45
🇬🇧 GB	41	43	48
🇮🇹 Italie	36	34	35
🇵🇱 Pologne	43	43	41
🇸🇪 Suède	44	47	-

Les pays dans lesquels le risque est le plus valorisé:



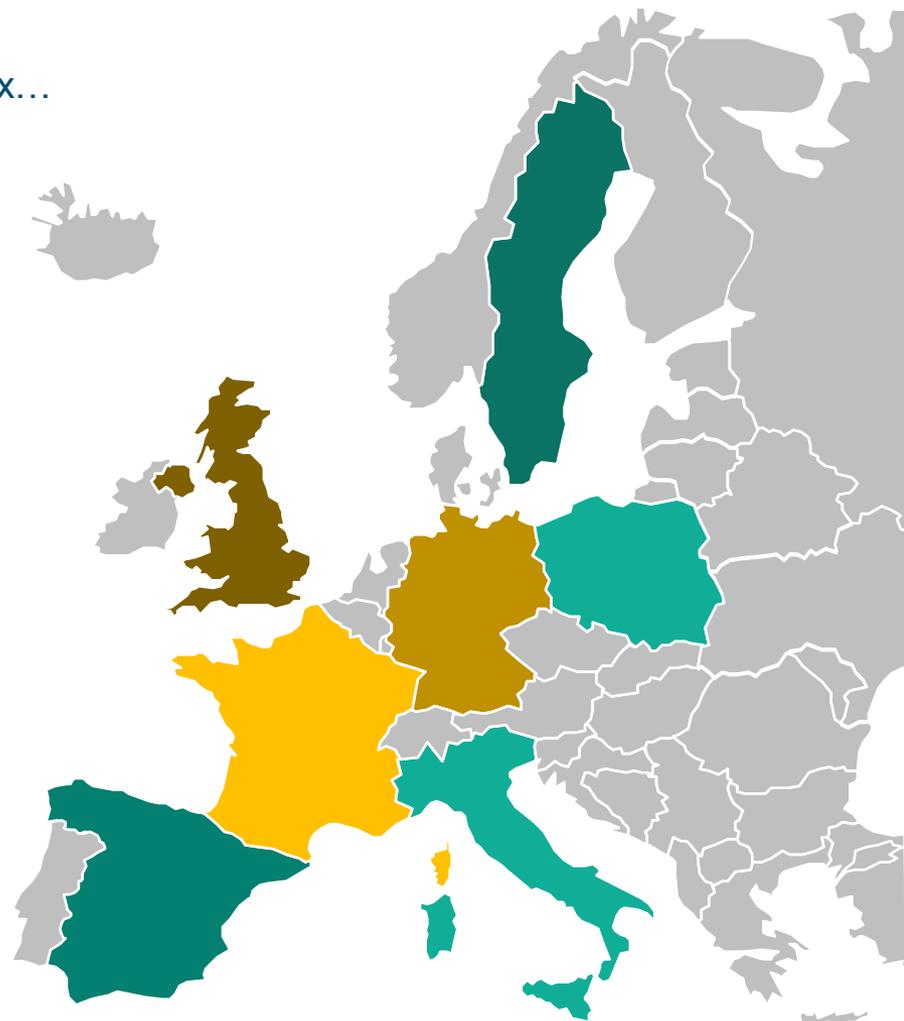
# Les Européens restent divisés sur l'attitude à adopter face au risque pour réussir

- Avez-vous le sentiment que pour réussir, il vaut mieux...

**52%** Plutôt faire attention  
à ne pas prendre trop de risques

**48%** Plutôt prendre beaucoup de risques

Détail	Plutôt faire attention à ne pas prendre trop de risques		
	2015	2013	2012
 Ensemble	<b>52</b>	52	-
 France	<b>55</b>	53	51
 Allemagne	<b>61</b>	61	63
 Espagne	<b>44</b>	45	45
 GB	<b>68</b>	69	66
 Italie	<b>48</b>	50	73
 Pologne	<b>48</b>	50	39
 Suède	<b>42</b>	39	-

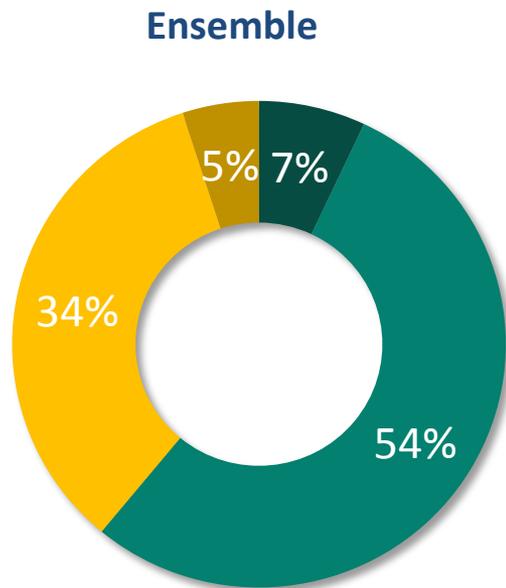


Faire attention  Prendre beaucoup de risques

# Une majorité d'Européens déclare néanmoins prendre des risques à titre individuel

- Et vous, avez-vous le sentiment de manière générale que vous êtes quelqu'un qui prend beaucoup, un peu, pas vraiment ou pas du tout de risques ?

■ Beaucoup      ■ Un peu  
■ Pas vraiment      ■ Pas du tout

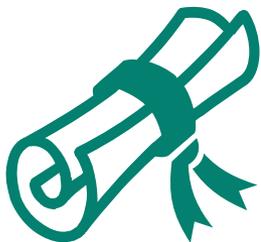


Détail	Prend des risques		
	2015	2013	2012
Ensemble	61	62	-
France	51	59	58
Allemagne	66	72	77
Espagne	64	65	81
GB	61	59	66
Italie	65	63	61
Pologne	64	63	67
Suède	56	55	-

Le podium de la prise de risques :



# Le profil des Européens qui disent prendre le plus de risques



## Les plus diplômés

(65% contre 52% des Européens les moins diplômés)



## Les hommes

(65% contre 57% des femmes)



## Les plus riches

(66% contre 60% des revenus faibles ou moyens)



## Les jeunes

(65% contre 59% des 35 ans et plus)



## Ceux qui vivent dans un pays où la prise de risque est valorisée

(68% contre 56%)



## VOLET THEMATIQUE

---

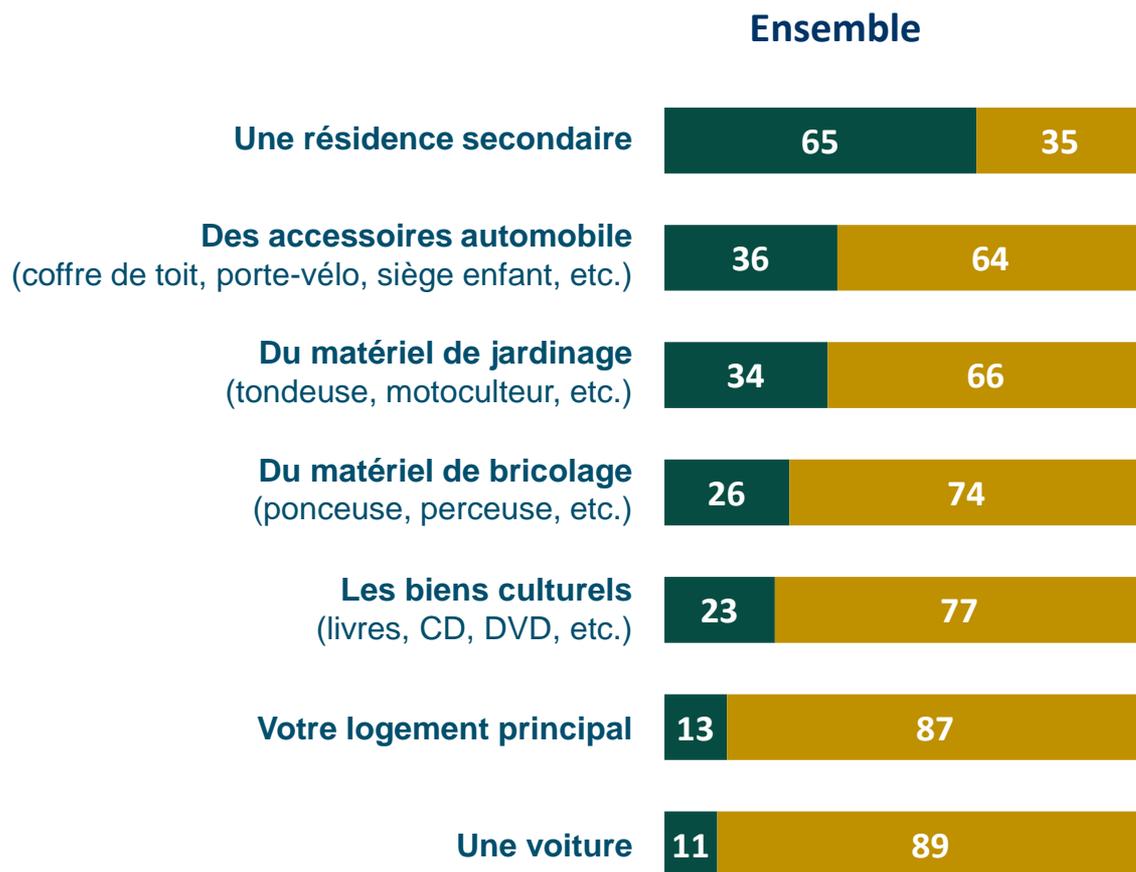
L'essor de la consommation collaborative

# Une préférence pour l'emprunt et la location qui se développe

- Pour chacun de ces produits, de laquelle des attitudes suivantes vous sentez-vous le plus proche ?

■ Vous préférez emprunter ou louer ce type de bien

■ Vous préférez posséder ce type de bien



Nombre moyen de biens que les Européens préfèrent emprunter ou louer:  
**2,1 / 7**

Les pays dans lesquels la préférence pour l'emprunt ou la location est la plus forte:

  
 Espagne

  
 Suède

Les pays dans lesquels la préférence pour la possession est la plus forte:

  
 Pologne

  
 GB

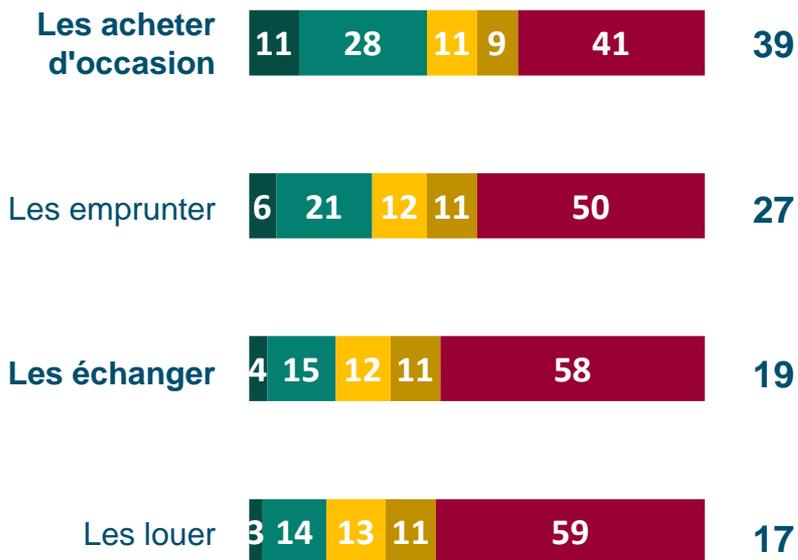
# L'achat d'occasion, l'emprunt, l'échange ou la location deviennent plus fréquents, particulièrement en Europe du Sud et en France

- Depuis 5 ans, faites-vous plus souvent, moins souvent ou ni plus, ni moins souvent les choses suivantes lorsque vous avez besoin de certains produits que vous n'avez pas chez vous ?

■ Beaucoup plus souvent    ■ Un peu plus souvent  
■ Un peu moins souvent    ■ Beaucoup moins souvent  
■ Ni plus, ni moins souvent

**Plus souvent**

**Ensemble**



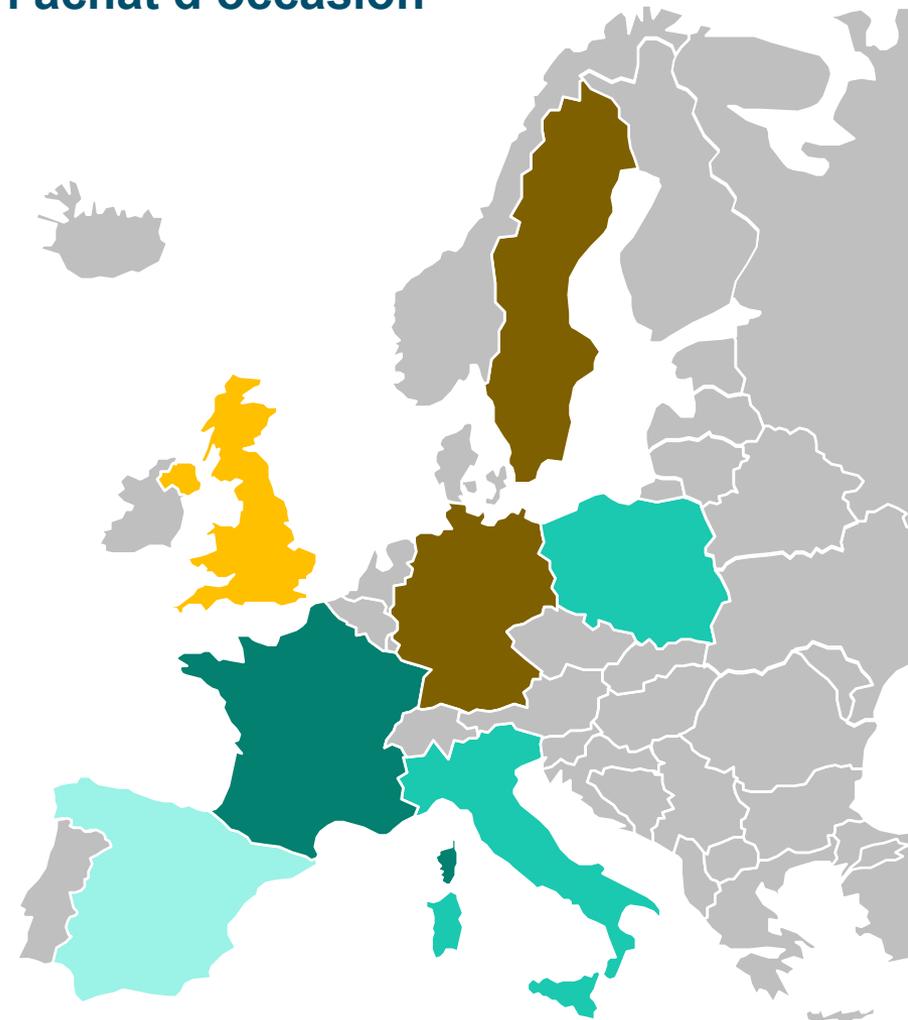
**51%** des Européens ont plus souvent loué, échangé, emprunté et/ou acheté d'occasion depuis 5 ans

Détail	Plus souvent			
	Les acheter d'occasion	Les emprunter	Les échanger	Les louer
Ensemble	39	27	19	17
France	49	34	18	21
Allemagne	23	18	11	13
Espagne	41	38	27	27
GB	36	22	13	11
Italie	46	35	32	23
Pologne	45	18	22	13
Suède	29	21	11	12

# La France, championne d'Europe du développement de l'achat d'occasion

- Depuis 5 ans, faites-vous plus souvent, moins souvent ou ni plus, ni moins souvent les choses suivantes lorsque vous avez besoin de certains produits que vous n'avez pas chez vous ?  
- **les acheter d'occasion**

Détail	Plus souvent
	Les acheter d'occasion
 Ensemble	39
 France	49
 Allemagne	23
 Espagne	41
 GB	36
 Italie	46
 Pologne	45
 Suède	29



Augmentation la plus faible  
de l'achat d'occasion



Augmentation la plus forte  
de l'achat d'occasion

# Près des deux tiers des Européens ont constaté l'émergence de nouvelles formes de consommation collaborative

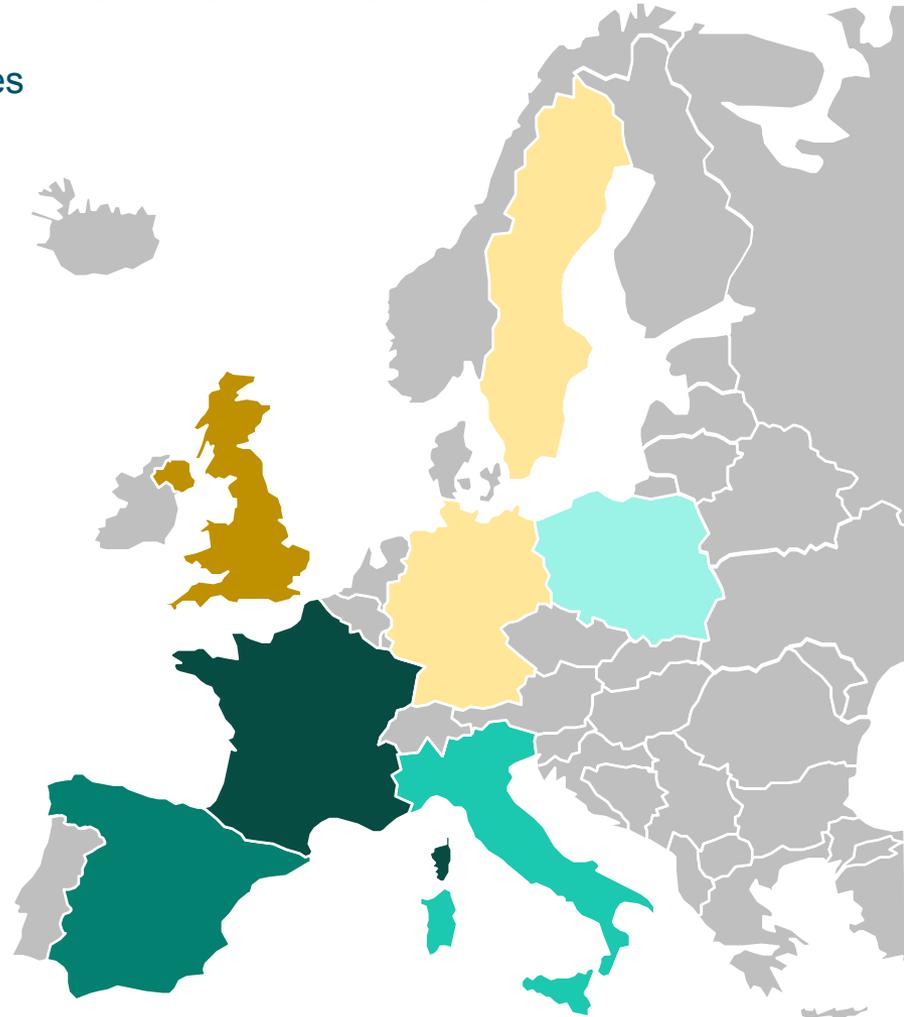
- Avez-vous constaté dans votre pays l'émergence de ces nouvelles formes de consommation dite collaborative (location, prêt ou échange de savoirs entre particuliers, auto-partage, échange de logements...)?

**OUI : 65%**

Dont « Oui, beaucoup »: 14%

Dont « Oui, un peu »: 51%

Détail	Oui
	2015
 Ensemble	65
 France	83
 Allemagne	53
 Espagne	79
 Grande-Bretagne	44
 Italie	68
 Pologne	65
 Suède	59



Peu constaté l'émergence de la consommation collaborative



Beaucoup constaté l'émergence de la consommation collaborative

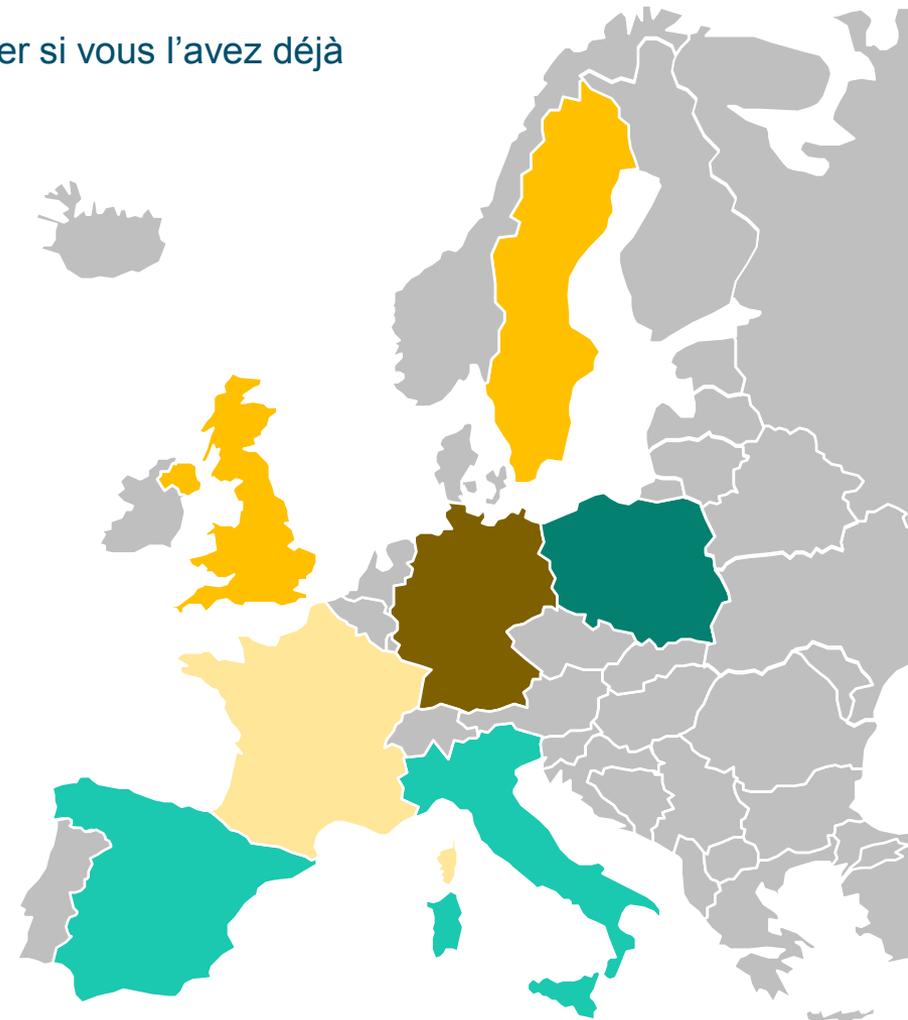
# L'Europe de la consommation collaborative

- Pour chacune des choses suivantes, veuillez indiquer si vous l'avez déjà faite ou pas.

*Liste de 17 items.*

**4,6** pratiques sur 17 en moyenne  
déjà adoptées par les Européens

	Nombre moyen de choses déjà faites
 Ensemble	4,6
 France	4,3
 Allemagne	3,7
 Espagne	5,3
 GB	3,9
 Italie	5,2
 Pologne	5,9
 Suède	4,0



Nombre moyen de pratiques adoptées le plus faible



Nombre moyen de pratiques adoptées le plus fort

# Les pratiques de consommation collaborative en Europe\*

\*Résultats détaillés en annexe

- Pour chacune des choses suivantes, veuillez indiquer si vous l'avez déjà faite ou pas ?

		Déjà fait	Déjà fait ou compte le faire
 <b>Achats / vente</b>	Achat à de petits producteurs locaux	65	85
	Achat / vente de biens culturels d'occasion (DVD, CD, livres...)	54	74
	Achat / vente des produits électroménagers, vidéo ou hi-fi d'occasion	46	68
	Achats groupés de biens ou de services	30	60
 <b>Partage / échange</b>	Recours à un tutoriel	48	67
	Echange / troc avec des particuliers	33	60
	Partage / échange de biens avec des personnes près de chez soi	32	55
	Partage de services avec ses voisins	25	46
	Echange de services	19	49
 <b>Voiture</b>	Demande de location de sa voiture ou de co-voiturage à un particulier	19	36
	Utilisation d'une voiture en libre-service	13	33
	Location de sa voiture ou co-voiturage	10	23
 <b>Logement</b>	Location du logement d'un particulier pour vacances ou court séjour	17	37
	Location de votre logement à un particulier pour vacances ou court séjour	12	28
	Echange de logement avec un particulier pour des vacances ou un court séjour	9	28
 <b>Financement</b>	Investissements financiers dans des produits d'épargne solidaire	16	42
	Participation au financement d'un projet ou d'une activité d'une personne	14	35

# Le profil des adeptes de la consommation collaborative



## Les plus diplômés

(5,1 pratiques en moyenne contre 3,8 pour les moins diplômés)



## Les jeunes

(5,6 pratiques en moyenne pour les moins de 35 ans contre 4,2 chez les 35 ans et plus)



## Les parents

(5,4 pratiques en moyenne quand au moins un enfant de moins de 18 ans au sein du foyer, contre 4,3 pour les autres)



## Les Européens du Sud et de l'Est

(5,3 pratiques en moyenne pour les Espagnols, 5,2 pour les Italiens et 5,9 pour les Polonais)



Autant les hommes que les femmes

# Le rôle crucial d'internet dans le développement de la consommation collaborative

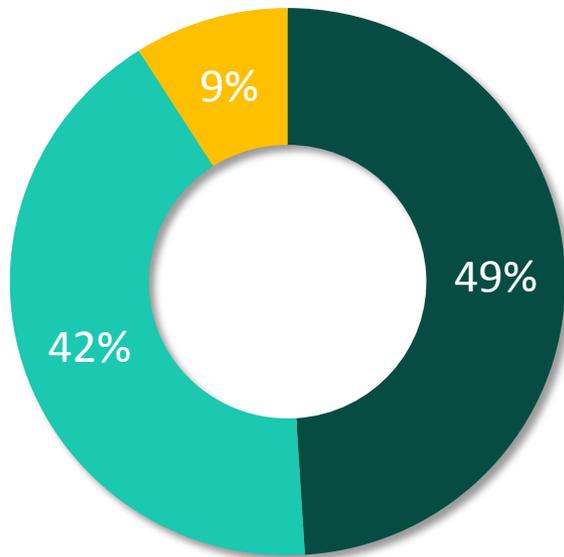
- Selon vous, quel rôle joue internet dans le développement de la consommation collaborative aujourd'hui ?

**91%**

considèrent qu'internet joue **un rôle important voire primordial** dans le développement de la consommation collaborative



**Ensemble**



- Un rôle primordial
- Un rôle important mais pas primordial
- Un rôle secondaire

Détail	Un rôle...		
	Primordial	Important mais pas primordial	Secondaire
🇪🇺 Ensemble	49	42	9
🇫🇷 France	39	50	11
🇩🇪 Allemagne	50	37	13
🇪🇸 Espagne	58	34	8
🇬🇧 GB	40	47	13
🇮🇹 Italie	56	38	6
🇵🇱 Pologne	48	47	5
🇸🇪 Suède	51	42	7

# Le contexte économique, principale cause de l'émergence de la consommation collaborative

- Selon vous, qu'est-ce qui explique le mieux l'émergence de ces nouvelles pratiques de consommation ?

## Ensemble

**Le contexte économique :** 52%  
avec la crise, les individus cherchent à dépenser le moins possible

**Les évolutions technologiques :** 30%  
c'est internet qui offre de nouvelles opportunités de consommer différemment

**Une véritable transformation de nos sociétés :** 18%  
un besoin de retrouver du lien, de se passer des intermédiaires

Détail	Le contexte économique	Les évolutions technologiques	Une véritable transformation de nos sociétés
Ensemble	52	30	18
France	69	16	15
Allemagne	41	38	21
Espagne	59	24	17
GB	50	37	13
Italie	66	19	15
Pologne	50	34	16
Suède	26	45	29



# Le développement de la consommation collaborative, une tendance de fond

- D'une façon générale, diriez-vous que...

# 73%

C'est une tendance de fond, ce phénomène va s'accroître

# 27%

Les nouvelles formes de consommation dite collaborative ne dureront pas, ce phénomène va s'essouffler

Détail	C'est une tendance de fond, ce phénomène va s'accroître
 Ensemble	73
 France	77
 Allemagne	69
 Espagne	73
 GB	68
 Italie	75
 Pologne	71
 Suède	74
Hommes	69
Femmes	76
Moins de 35 ans	72
35 ans et plus	73

# Economies et gains de place: deux motivations principales identiques dans tous les pays européens

- Et quelles sont les **2** raisons qui expliquent le mieux que vous ayez plus fréquemment loué, échangé, emprunté ou acheté d'occasion ?

A ceux qui ont plus souvent loué, échangé, emprunté ou acheté d'occasion depuis 5 ans (51% de l'échantillon)

## Ensemble

Faire des économies ou gagner un peu d'argent



Ne pas s'embarasser avec des objets qui servent rarement



Consommer de façon plus respectueuse de l'environnement



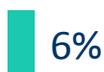
Eviter les intermédiaires



Pouvoir consommer de façon plus originale, ludique



Créer plus de liens, aller vers les autres



Total supérieur à 100 car 2 réponses possibles

## Détail

	Faire des économies ou gagner un peu d'argent	Ne pas s'embarasser avec des objets qui servent rarement
🇪🇺 Ensemble	71	44
🇫🇷 France	75	51
🇩🇪 Allemagne	64	50
🇪🇸 Espagne	74	44
🇬🇧 GB	78	33
🇮🇹 Italie	68	44
🇵🇱 Pologne	68	33
🇸🇪 Suède	69	52

# Des pratiques souvent considérées seulement « en partie » comme relevant de la solidarité

- Plus précisément, dites-moi pour chacune de ces pratiques de consommation collaborative si elle relève selon vous de la solidarité ou pas ?

■ Oui, complètement  
■ Oui, en partie  
■ Non, pas du tout

OUI



**Faire des échanges de service**  
(comme par ex. donner des cours de soutien à des enfants en échange d'aide au bricolage)



82



**Sensibiliser ses contacts sur les réseaux sociaux**  
à propos de l'action d'un organisme ou d'une personne



80



**Participer à la création d'un tutoriel sur internet**  
(par ex. une vidéo permettant de former les gens à l'utilisation d'un logiciel)



76



**Proposer aux gens de les covoiturer**  
en échange d'une petite participation aux frais



76



**Prêter de l'argent via un site de financement participatif** en percevant des intérêts

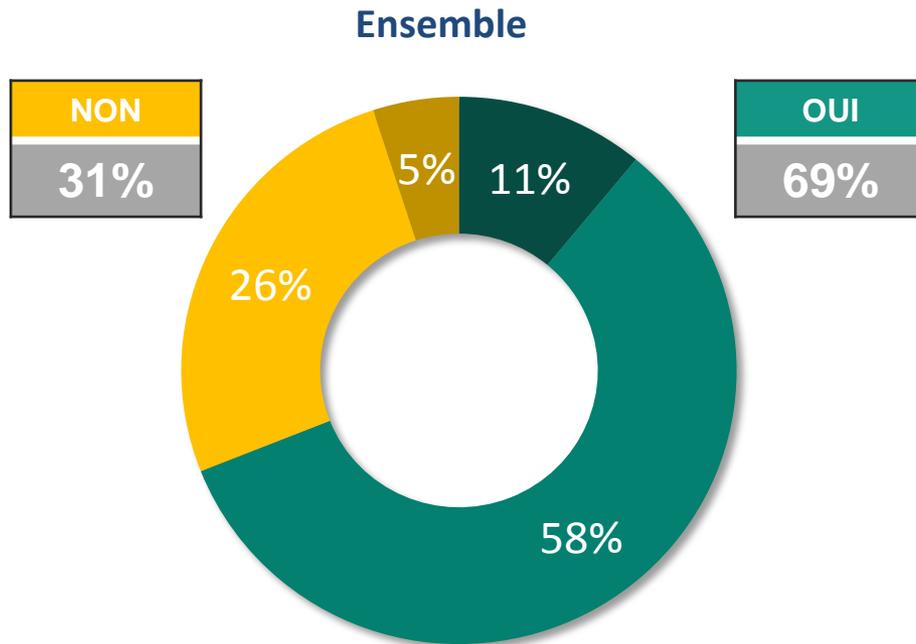


53

# Mais des pratiques qui ont pour conséquence de créer une société plus solidaire

- Et selon vous, le développement de la consommation collaborative conduit-il à une société plus solidaire ?

■ Oui, tout à fait      ■ Oui, plutôt  
■ Non, plutôt pas      ■ Non, pas du tout



	Oui
Détail	2015
🇪🇺 Ensemble	69
🇫🇷 France	74
🇩🇪 Allemagne	55
🇪🇸 Espagne	84
🇬🇧 GB	61
🇮🇹 Italie	76
🇵🇱 Pologne	76
🇸🇪 Suède	60
Hommes	66
Femmes	72
Moins de 35 ans	73
35 ans et plus	67



© 2015 Ipsos. All rights reserved.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.