



Les Français et l'uberisation de l'économie

Sondage OpinionWay pour Capgemini Consulting



Les résultats du sondage OpinionWay pour Capgemini Consulting



des Français pensent que les nouvelles entreprises de type Uber, Blablacar, Airbnb vont obliger les entreprises « traditionnelles » à se transformer



des Français sont **déjà clients !**
15% ont l'intention de le devenir

POURQUOI ?



65%
pour un prix perçu plus abordable



44%
pour la meilleure qualité de service



55%
sont prêts à s'engager aux côtés des entreprises dans la création de nouveaux services



64%
sont prêts à partager plus de données personnelles pour bénéficier d'une meilleure qualité de service

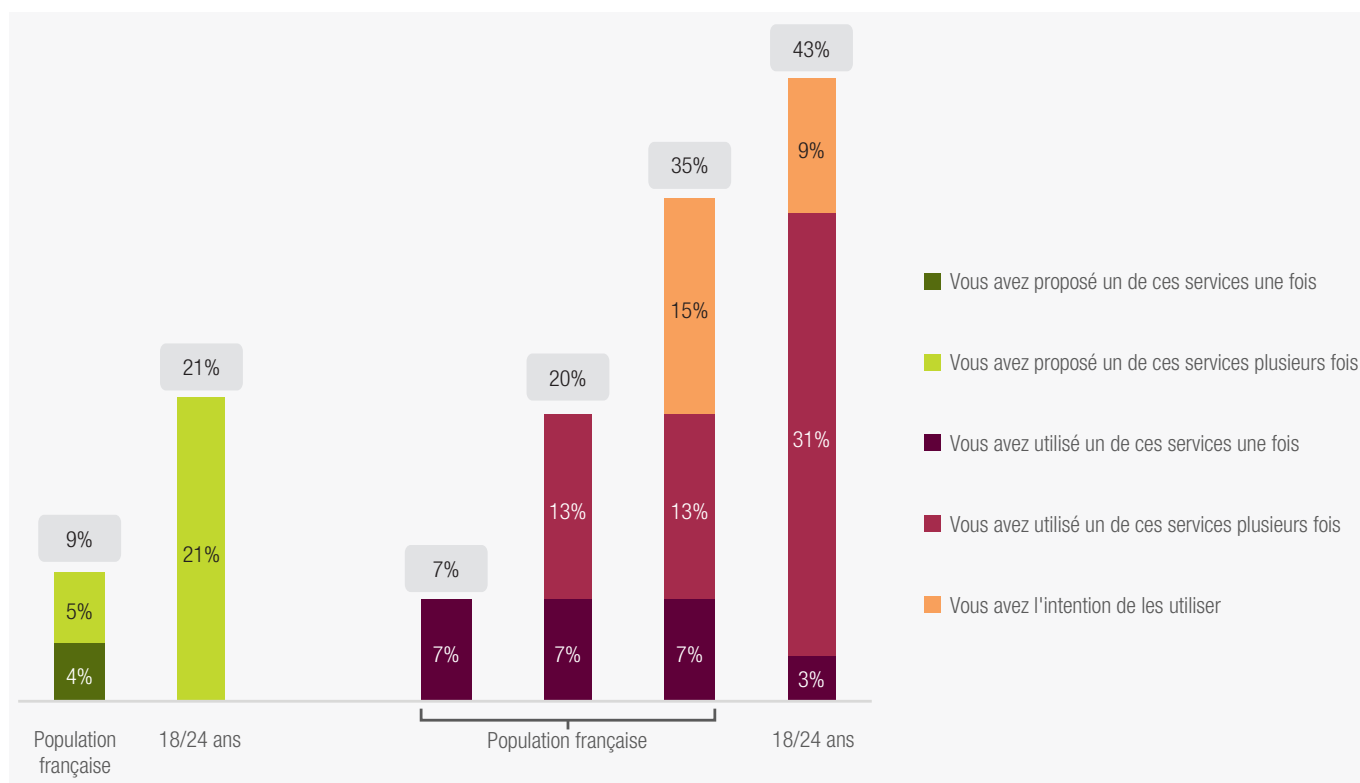
Préambule

L'uberisation de la société française semble être une évolution irréversible. Celle-ci se base sur la confiance dans ces nouveaux acteurs. Comment expliquer un tel engouement ? Prix et qualité de service arrivent en tête. En parallèle, l'essor de l'économie collaborative se traduit dans la propension toujours plus grande des Français à co-créer avec les entreprises. Avides de changement, ils sont prêts à donner du temps et à partager plus de données personnelles. Quid des entreprises « traditionnelles » ? Les Français sont unanimes : elles devront se transformer pour survivre. Les Français expriment une exigence de qualité et des expériences plus innovantes. Un sondage OpinionWay pour Capgemini Consulting qui révèle le passage d'une société de la possession (de produits) à l'accès à un nouvel univers (de services et d'expériences).

L'uberisation de la société française : une transformation irréversible

La pénétration de services dits « uberisés » concerne déjà 20% des Français. Auxquels s'ajoutent 15% qui comptent l'utiliser prochainement. Cette croissance s'accélérera dans les prochains mois car la génération 18/24 ans est indéniablement la plus impliquée. Qu'il s'agisse d'offrir ou de consommer ces nouveaux services : 21% ont déjà proposé du covoiturage, leur appartement, etc. et 43% les utilisent ou comptent les utiliser prochainement.

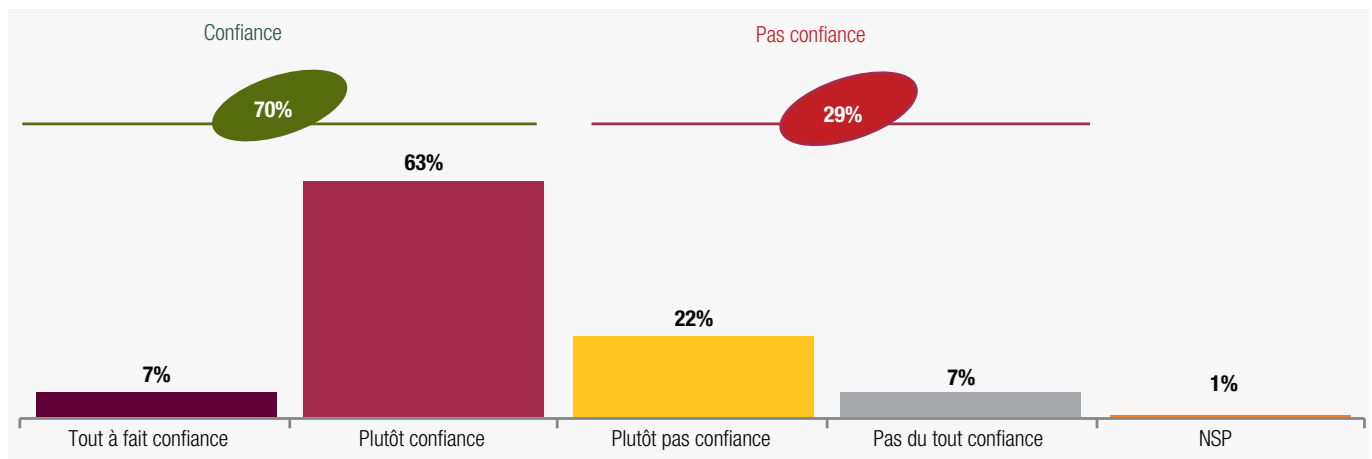
Pénétration des services uberisés au sein de la population



Une confiance solide dans les pure players du web

La notoriété et la réputation des sites de e-commerce (Amazon, Cdiscount ou Priceminister) concourent à la confiance accordée par les Français aux vendeurs tiers puisqu'elles crédibilisent ces vendeurs et agissent comme un label de garantie. Cette confiance illustre la maturité des consommateurs face au e-commerce, et à toutes relations/transactions via le numérique.

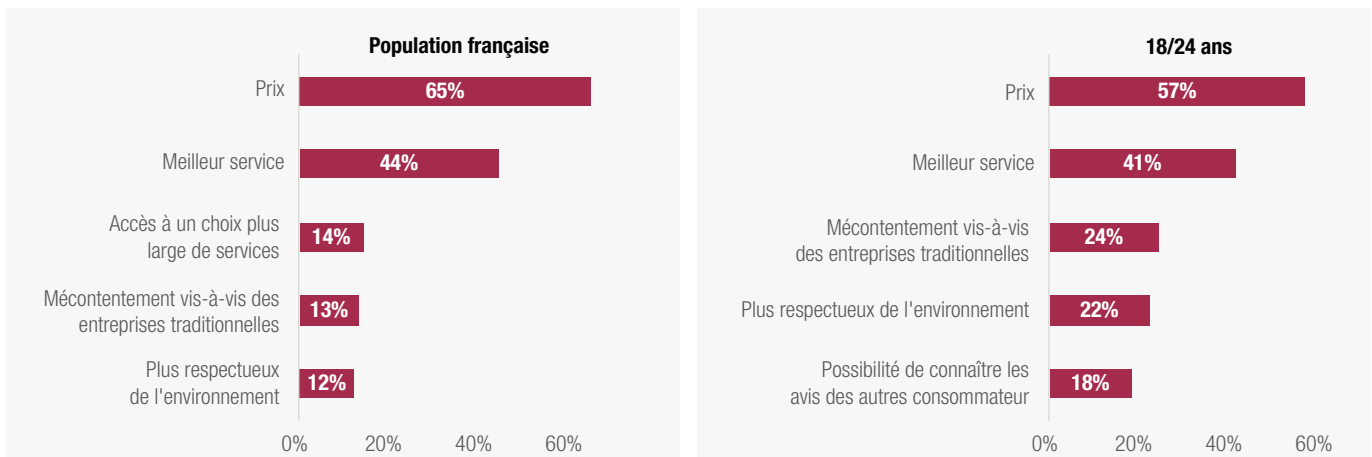
Confiance accordée aux vendeurs tiers référencés sur les sites de commerce en ligne



Pourquoi un tel engouement ? Prix et qualité de service arrivent en tête

Les bénéfices perçus de ces nouveaux services sont multiples. Cependant, prix et qualité des services proposés se détachent nettement, cités respectivement par 65% et 44% des Français. Le 3ème item est l'accès à un choix plus large de services avec 14%. Ces bénéfices perçus invitent les entreprises traditionnelles à se poser des questions quant à leur stratégie de services et le niveau de qualité proposé aujourd'hui aux clients. Là encore, les 18/24 ans se distinguent avec une surpondération de 3 autres raisons de passage à ces nouveaux services : le mécontentement vis-à-vis des entreprises traditionnelles (24%), un plus grand respect de l'environnement (22%) ou encore la possibilité de connaître les avis des autres consommateurs (18%).

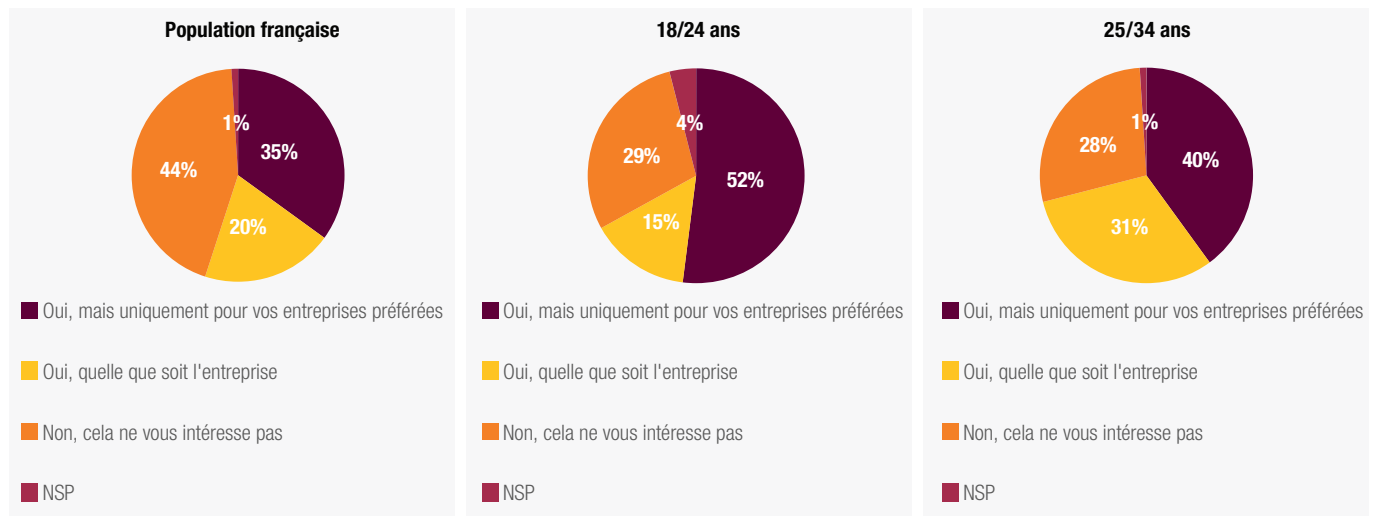
Top 5 des raisons de choix de services "uberisés"



Aides de changement, les Français sont prêts à donner du temps et leurs données personnelles

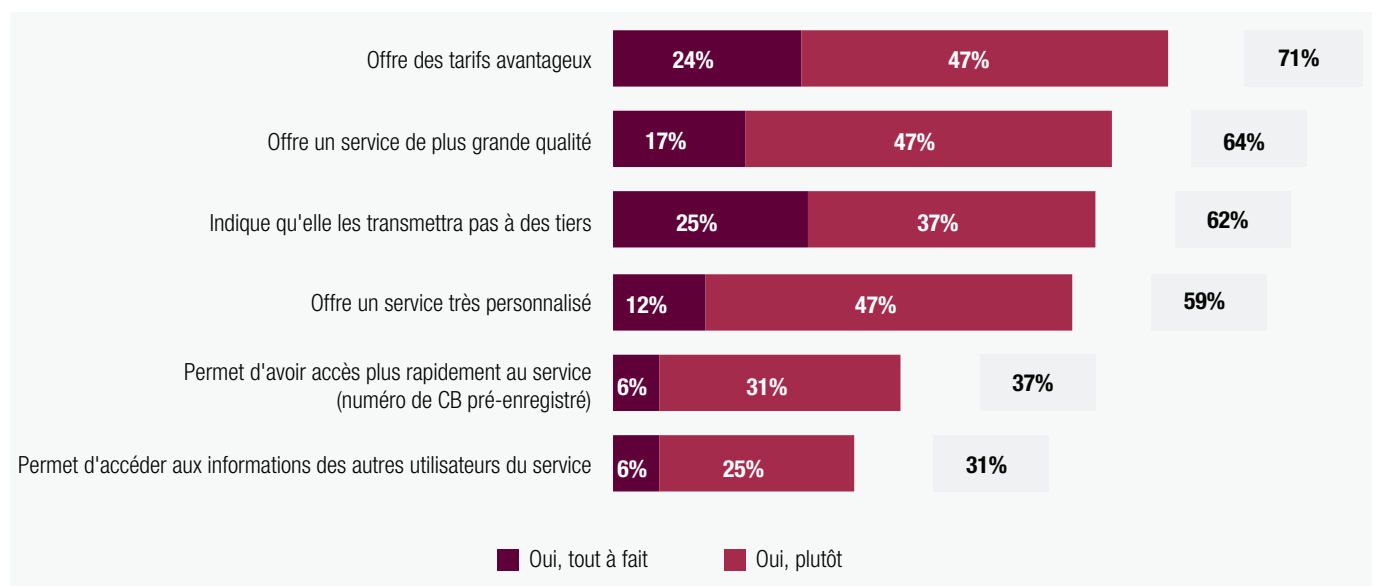
Changement majeur dans l'attitude des Français. Pour une meilleure expérience, ils sont prêts à donner du temps, et à partager leurs données. En effet, 55% des Français sont prêts à participer à la création de nouveaux services ou de produits afin qu'ils répondent mieux à leurs attentes. Les 18/24 ans et les 25/34 ans sont encore plus nombreux à souhaiter s'investir, notamment quand il s'agit de leurs marques préférées.

Pour avoir des services conformes à vos attentes, seriez-vous prêts à participer à la création de nouveaux services ?



Dans une même dynamique, on observe une forte évolution de la société française quant au partage de données. Là encore, les déterminants du prix (71%), d'un service de plus grande qualité (64%) et plus personnalisé (59%) motivent l'échange de données personnelles et surpassent le respect de la confidentialité des données. Les Français dépassent leurs craintes par l'acquisition d'éléments de réassurance et une meilleure appropriation d'Internet. Une opportunité à saisir pour les entreprises !

% prêt à transmettre des données personnelles



Un besoin de transformation des entreprises « traditionnelles » ? Les Français sont unanimes

Un très large consensus se forme chez les Français sur l'effet de l'arrivée de ces nouvelles entreprises. En effet, 70% des personnes interrogées considèrent que la réforme et la modernisation de l'offre des entreprises traditionnelles sera la première conséquence de l'entrée sur le marché de nouveaux acteurs. Cet avis se rencontre notamment chez les fournisseurs de ces services (82%), premiers acteurs de cette uberisation. Pour 20% des Français, ces nouvelles entreprises menacent l'existence même des entreprises traditionnelles.

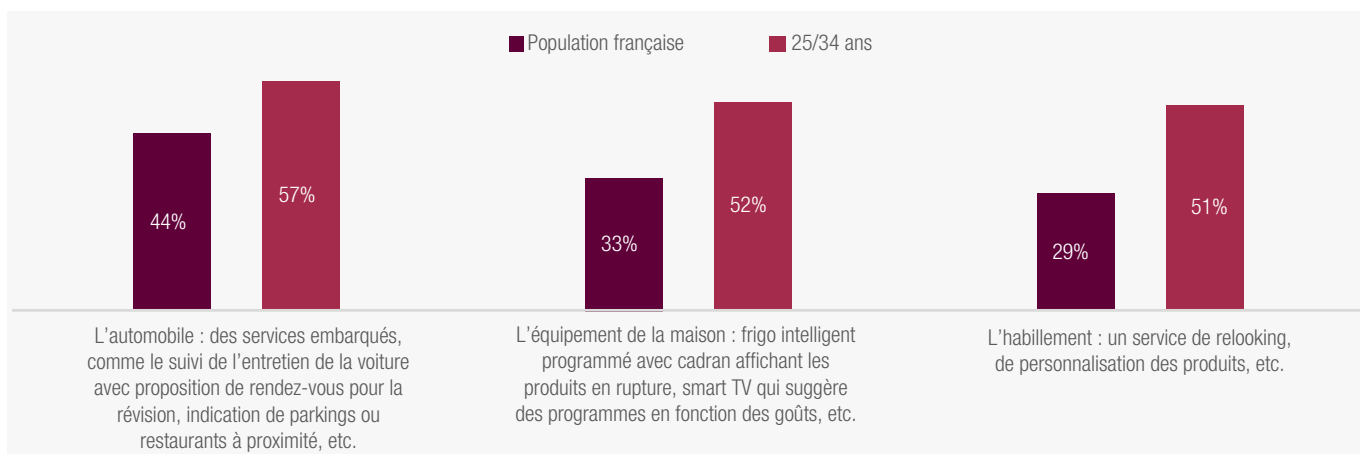
Ces nouvelles entreprises/ces nouveaux services...



Moins un attachement au produit qu'une volonté d'accéder à des services complémentaires

Les Français montrent également leur intérêt pour des services proposés en complément de produits vendus : à titre illustratif, 44% des personnes interrogées se déclarent intéressées par des services en complément de l'offre automobile, un tiers (33%) par des services pour l'équipement de la maison et 29% pour l'habillement. Pour tous les secteurs, ces services proposés en complément rencontrent particulièrement de l'intérêt chez les 25/34 ans : ceux-ci ont à la fois un attrait pour la nouveauté et un pouvoir d'achat important.

% de Français intéressés par des services proposés en complément des produits vendus dans 3 secteurs : l'automobile, l'équipement de la maison et l'habillement



Les résultats du sondage OpinionWay pour Capgemini Consulting

Ubérisation de l'économie : d'après le sondage OpinionWay mené pour Capgemini Consulting, les Français sont prêts à partager leurs données personnelles pour obtenir des services de meilleure qualité

Paris, le 11 février 2016 – Capgemini Consulting, la marque de conseil en stratégie et transformation du groupe Capgemini, dévoile une étude¹ portant sur « les Français et l'ubérisation de l'économie » visant à décrypter l'opinion des Français sur les nouveaux acteurs de l'économie numérique et à comprendre leurs attentes en matière de services collaboratifs.

Un Français sur cinq (20%) a déjà utilisé un service issu de la nouvelle économie collaborative, lié par exemple au transport de personnes (taxi, co-voiturage) ou à l'hébergement. Ajoutons également que 15% des personnes interrogées comptent faire appel à l'un de ces services prochainement. Sans surprise, la génération des 18/24 ans se trouve la plus impliquée dans ce phénomène d'adoption de masse, qu'il s'agisse d'offrir ou bien de consommer ces nouveaux services : 21% d'entre eux ont déjà proposé du covoiturage ou offert leur appartement à une location ponctuelle, et 43% de cette tranche d'âge les utilisent déjà ou comptent les utiliser prochainement.

Le premier facteur qui explique cette courbe d'adoption globalement ascendante, c'est la confiance désormais accordée par 70% des Français aux services d'e-commerce et aux vendeurs tiers référencés sur ces sites qu'ils côtoient et utilisent depuis maintenant une bonne dizaine d'années.

Ensuite, ce sont le prix (en pole position avec 65% des suffrages) et la qualité des services proposés (citée par 44% des Français) qui font pencher la balance en leur faveur.

L'on constate par ailleurs que le recours à des services « ubérisés » s'explique aussi par la dégradation de l'offre des entreprises traditionnelles, dont 24% des 18-24 ans se disent mécontents. D'ailleurs, une personne sur cinq (20%) estime que ces nouveaux services, innovants, pratiques et le plus souvent gratuits, menacent l'existence même de leurs concurrents traditionnels, qui semblent, par contraste en perte de vitesse...

Mais le constat va encore plus loin. Au-delà de l'usage personnel qu'ils peuvent faire de ces outils, les Français sont désormais enclins, pour plus de la moitié d'entre eux (55%), à partager leurs données personnelles si, à la clé, ils sont certains de bénéficier d'un service plus intéressant en termes de tarif (74%), de qualité (64%) et de personnalisation (59%).

Pour Arnaud Bouchard, Senior Vice President en charge de l'entité Marketing & Sales chez Capgemini Consulting : « Via ce sondage, les Français expriment très clairement une exigence de qualité ainsi que le souhait d'accéder à des services innovants, renouvelés. Nous observons peut-être ici le passage d'une société de la possession à une société qui fait la part belle à l'économie collaborative, au sein de laquelle la co-création de nouveaux services ou produits avec les entreprises deviendrait monnaie courante ».

¹ Sondage réalisé par OpinionWay pour Capgemini Consulting auprès d'un échantillon de 1014 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas). Les interviews ont été administrées par questionnaire autoadministré en ligne le 21 et 22 octobre 2015.



www.capgemini-consulting.fr

Contacts



Arnaud Bouchard
Senior Vice President
Head of Digital Customer Experience
arnaud.bouchard@capgemini.com
@ArnaudJBouchard



Sylvain Canu
Vice President
Digital Customer Experience
sylvain.canu@capgemini.com
@SylvainCanu



Marque de conseil en stratégie et transformation du Groupe Capgemini, Capgemini Consulting accompagne ses clients dans leurs projets de transformation en les aidant à concevoir et mettre en œuvre des stratégies innovantes au service de leur croissance et de leur compétitivité. Cette entité globale propose aux entreprises de l'ensemble des secteurs économiques une approche nouvelle qui conjugue l'utilisation de méthodes novatrices, le recours à la technologie et l'expertise de son réseau mondial de plus de 4 000 consultants.

Plus d'informations sur :
www.capgemini-consulting.fr

Rightshore® est une marque du groupe Capgemini



A propos de Capgemini

Fort de plus de 145 000 collaborateurs et présent dans plus de 40 pays, Capgemini est l'un des leaders mondiaux du conseil, des services informatiques et de l'infogérance. Le Groupe a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires de 10,573 milliards d'euros. Avec ses clients, Capgemini conçoit et met en œuvre les solutions business et technologiques qui correspondent à leurs besoins et leurs apportent les résultats auxquels ils aspirent.

Profondément multiculturel, Capgemini revendique un style de travail qui lui est propre, la « Collaborative Business Experience™ », et s'appuie sur un mode de production mondialisé, le « Rightshore® ».