

S'informer

Tirer parti de la consommation collaborative

Covoiturage, échange de maison, achat groupé... La consommation collaborative se définit par le partage et l'échange de biens ou de services par opposition à l'achat et la propriété.

? de quoi parle-t-on ?

Ces dernières années, la consommation collaborative s'est peu à peu implantée dans notre société en redéfinissant la manière de consommer les biens et les services. Elle a émergé progressivement grâce à Internet, aux réseaux communautaires et à l'augmentation de l'intérêt pour l'environnement et le développement durable.

En effet, la consommation collaborative est une tendance de fond qui touche de plus en plus de secteurs d'activité comme :

- l'hôtellerie-tourisme : échanger son appartement, loger gratuitement quelqu'un chez soi (airbnb.fr, couchsurfing.org)
- le transport de personnes : covoiturage, vélo en libre-service, etc. (covoiturage.fr, carpooling.fr, buzzcar.com)
- le financement de projets ou de sociétés grâce au crowdfunding (mymajorcompany.com, ulule.com, kisskissbankbank.com)
- le stockage : location d'espace de stockage de matériels entre particuliers (jestocke.com, costockage.fr)

Les entreprises doivent tirer parti de la consommation collaborative pour réinventer les modes de distribution et proposer elles-mêmes des systèmes alternatifs. Elles peuvent aussi s'appuyer sur ce nouveau modèle afin de créer une coopération entre entreprises basée sur l'échange et le partage de biens ou services (la pratique du "barter", **échange** de marchandises entre entreprises, est en train de se développer).

👍 quels avantages ?

Pour l'entreprise :

- réaliser des économies en se regroupant pour acheter
- innover en transformant un produit en service
- amortir plus rapidement outil de production, surface immobilière ou parc automobile, etc., en partageant les ressources de l'entreprise
- accéder à de nouveaux marchés en intégrant la consommation collaborative dans la stratégie de l'entreprise. Par exemple Castorama a lancé un site de partage d'heures de bricolage (www.lestrocheures.fr) avec des rendez-vous dans les magasins pour générer des ventes
- fidéliser davantage les clients en créant du lien social entre eux et des communautés et en les rendant acteurs de leur consommation

Pour les clients :

- obtenir un meilleur prix en se regroupant pour acheter, en louant le produit et non en le possédant
- pouvoir bénéficier en permanence d'un service technique associé à une location
- créer du lien social entre usagers en partageant du temps, des compétences, etc.
- redéfinir, inventer des modes de consommation plus responsables et utiles à tous



S'informer



par où commencer ?

Pour s'insérer dans ces nouvelles dynamiques de consommation, il est important d'imaginer des solutions différentes de celles qui existent déjà :

Pratiquer une veille

Faire un état des lieux des modes de consommation collaboratifs et estimer les impacts et les opportunités de marché sur son secteur d'activité.

Repenser les produits et les services

Intégrer les concepts de la consommation collaborative dans sa stratégie d'entreprise en trouvant des solutions innovantes adaptées à son produit/service. Pour cela l'entreprise peut s'appuyer sur les outils offerts par les nouvelles technologies mais aussi collaborer avec des entreprises de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) ou des *startup* précurseurs dans ce domaine.

Exemple : Patagonia partenaire de eBay pour offrir la possibilité à ses clients de vendre en ligne leurs vêtements usagés.

Partager les biens et services entre entreprises

Le principe du partage et de l'échange de la consommation collaborative peut aussi se faire entre entreprises. Les ressources qu'une entreprise a en sa possession et qu'elle pourrait partager sont nombreuses : production invendue, outils de production (pour les biens physiques), temps des salariés "non utilisés", surface immobilière excédentaire, parc automobile ou encore trésorerie "dormante". Chacune des ressources pourrait avoir un réel intérêt pour toute entreprise qui serait prête à les partager avec d'autres entreprises en toute confiance.



pour aller plus loin

www.consocollaborative.com

Le blog de la consommation collaborative est le media de référence pour toute l'actualité des startups et des services de consommation collaborative.

www.ouishare.net/fr

OuiShare est une communauté ouverte internationale qui se donne pour mission d'explorer, de mettre en lien et de promouvoir les idées et projets à impact sociétal, basés sur les modèles du partage, de la collaboration et de l'ouverture.

www.editionsalternatives.com/site.php?type=P&id=1086

L'ouvrage "Vivre la co-révolution ! Pour une société collaborative" d'Anne-Sophie Novel et Stéphane Riot montre en quoi le phénomène collaboratif influence profondément nos organisations (groupes humains, associations, collectivités, mouvement politique, entreprises, etc.).

AlpCoRe est un projet cofinancé par l'Union européenne. L'Europe s'engage en Savoie, Haute-Savoie et Région Piémont avec le Fonds européen de développement régional.

