

## L'ECONOMIE NUMERIQUE : LES CONSEQUENCES SUR LES MODES DE CONSOMMATION

### Le mobile au cœur des usages des « digital natives »

La génération des « digital natives » (15-34 ans) se caractérise par un usage massif du smartphone, une forte présence sur les réseaux sociaux, un faible temps passé à regarder la télévision, une consommation abondante de musique en streaming, une très faible appétence pour la presse papier... Instantanéité, mobilité et partage constituent leur credo. Ils représentent un quart de la population française et influencent de plus en plus les générations plus âgées. [...] Un milliard de smartphones sont vendus chaque année dans le monde. Les applications sont désormais au cœur des usages et le consommateur a une consommation « ATAWAD » : Any Time, Any Where, Any Device (n'importe quand, n'importe où et sur n'importe quel support).

© Dila, Cahiers français, n° 392, mai-juin 2016.

### Les réseaux sociaux transforment la consommation

Les réseaux sociaux transforment la consommation car les marques ne contrôlent plus les usages et n'ont plus le monopole de la parole. C'est en grande partie par les réseaux sociaux que les individus prennent le pouvoir sur leur consommation : ils rendent visibles les produits et les services, les évaluent, les critiquent et peuvent jouer un rôle d'« influenceur » encadré ou non par une marque. Face à ces consommateurs connectés, les stratégies marketing changent totalement de rôle. Il ne s'agit plus d'imposer un produit mais de capter l'attention du consommateur en évoquant ses centres d'intérêt, ses désirs matériels et symboliques, et ainsi tenter de créer l'attachement à une marque. [...]

V. Chabault, *Journal du Net*, 23 août 2017.

Un quart de la population mondiale est inscrit sur un réseau social. Une telle audience intéresse fortement les annonceurs, les marques et les agences web qui peuvent rapidement fédérer des communautés avec des budgets dérisoires et mesurer aisément le retour sur investissement. Dans ce cadre, l'information n'est plus l'exclusivité des professionnels, elle est universelle et participative.

© Dila, Cahiers français, n° 392, mai-juin 2016.

### Vers la fin de la propriété ?

Selon un sondage de l'Observatoire société et consommation (Obsoco), 77 % des Français disent privilégier l'usage à la possession [...]. Ces pratiques de consommation, [...] apparues il y a dix ans, « changent le rapport au produit, à la possession [...] ». Selon une étude d'ING publiée début avril, les consommateurs européens consacrent 5 % de l'ensemble de leurs dépenses aux abonnements et déclarent dépenser environ 130 euros par mois à cet effet [...].

Les motivations sont multiples, précise l'Obsoco : parfois, c'est la seule façon d'accéder au service (Netflix), souvent c'est par économie, pour utiliser sans compter, ou découvrir des nouveautés (les

« box » à thèmes) [...]. Ce que l'on observe, explique M. Moati [le cofondateur d'Obsoco], « c'est que la formule de l'abonnement permet aux consommateurs de monter en gamme », ce qu'ils ne feraient pas forcément en achetant le bien [...].

La Dépêche, 11 avril 2018

Indiquez pourquoi les consommateurs peuvent « privilégier l'usage à la possession ».

Expliquez pourquoi le numérique renforce les pratiques de consommation d'usage.

1. Plus abordable.

### Consommation : l'usage plutôt que la possession

#### De la propriété à l'usage

La révolution numérique bouscule nos habitudes de consommation. En effet, à l'heure du partage, consommer ne signifie plus posséder. La vente de la propriété du bien est de plus en plus souvent remplacée par la vente de l'usage du bien. On bascule ainsi d'une économie de la propriété à une économie de l'usage.

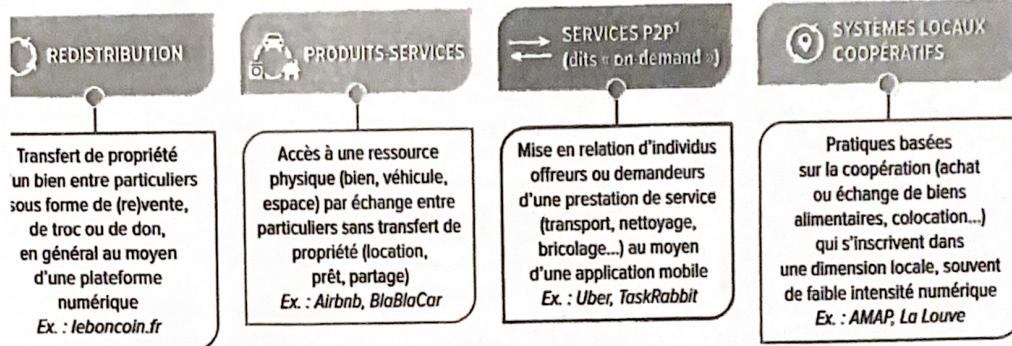
#### Le boom de l'économie collaborative

La bonne santé des sites de l'économie collaborative en témoigne : on assiste au développement des sites de vente entre particuliers (Leboncoin, eBay...) ainsi que des sites de partage (BlaBlaCar, Airbnb, Vélib' Métropole...). Petit à petit, l'usage se substitue à la possession et les modèles reposant sur la location ou l'abonnement deviennent de véritables modèles de consommation. Cela explique le succès de Deezer et de Netflix, par exemple.

## L'économie du partage

économie du partage (ou économie collaborative) est un modèle économique favorisant l'usage sur la possession et permettant d'optimiser les ressources : le partage, le troc, la revente, la location, le prêt

ou le don. C'est un secteur en plein essor : 9 Français sur 10 ont déjà pratiqué la consommation collaborative. On en distingue 4 formes principales :



r à pair, pratique d'échange d'égal à égal entre d'individus.

Expliquez ce qu'est l'économie du partage.

Montrez en quoi le numérique favorise l'essor de l'économie du partage. Mise en place de plateforme entre vendeurs et clients.

Identifiez les opportunités et les menaces de l'économie du partage pour l'activité des entreprises.

## L'économie de l'usage et le développement durable

En remplaçant la vente du bien par la vente de l'usage du bien, le producteur a donc intérêt à faire durer le produit, ce qui favorise un moindre gaspillage des ressources naturelles, dans une perspective de développement durable. D'autre part, les citoyens ont pris conscience des dangers auxquels la planète est exposée du fait du développement de ce modèle d'hyperconsommation mondialisée et qui pourraient mettre en cause leurs modes de vie : pollution directe et indirecte, changement climatique, problématiques de recyclage, maladies, gaspillage, épuisement ou raréfaction des ressources (pétrole, eau...).

### Impact du numérique sur la consommation

Le consommateur devient un acteur

→ Un accès élargi à l'information,

→ Qui donne un pouvoir d'appréciation des entreprises.

### Développement d'une consommation d'usage > propriété

→ Grâce à des plateformes d'économie collaborative qui succitent l'usage plutôt que la propriété [prix bas, + de choix, optique de recyclage (économie circulaire)]