

Nantes, le 30 juin 2016

Economie du partage, Made In France et numérique Vraiment au cœur de la vie des Français ?

Pas si sûr. [L'assureur en ligne Amaguiz](#) s'est penché sur le mode de vie des Français et surprise : les résultats de ce premier observatoire révèlent que le numérique n'est peut-être pas aussi présent qu'on le penserait dans nos vies, passant au second plan derrière les relations humaines. En termes de consommation, les produits français et même locaux terrassent l'argument prix. Et alors que l'économie de partage est en plein boom, les Français ne sont pas aussi prêteurs que ce que l'on pourrait croire. Focus sur les résultats d'un sondage OpinionWay pour Amaguiz.com.

L'économie du partage : les Français prêts au partage, mais pas pour tout !

AirBnb, Blablacar, Drivy... Ces dernières années ont vu fleurir un grand nombre de sites Internet dédiés à la **consommation collaborative**. Une nouvelle tendance qui semble être aujourd'hui au cœur de la vie des Français, mais qui, dans les faits, se révèle bien plus **nuancée**.

A l'approche des vacances, la première édition de l'Observatoire du mode de vie des Français d'Amaguiz révèle que [plus de la moitié des Français \(58 %\) préfèrent que leur domicile reste inoccupé pendant les vacances](#), tandis que seuls 3% d'entre eux se laisseraient tenter par la location à des inconnus.

Si peu de Français se déclarent prêts à tenter l'expérience de **louer leur domicile** à un inconnu, une part bien plus importante **partagerait un véhicule** dans le cadre des vacances : [54 % des personnes interrogées seraient prêtes à optimiser leur trajet en prenant une personne dans leur voiture](#) (17 % l'ont déjà fait). On notera qu'une proportion moins importante (40 %) accepterait de se laisser conduire et utiliserait le covoiturage en tant que passager pour se rendre sur son lieu de villégiature (12 % l'ont déjà fait). La question du covoiturage révèle par ailleurs un fort clivage générationnel avec des écarts compris entre 12 et 20 points entre les moins de 35 ans et les plus de 50 ans.

Enfin, côté **bricolage**, l'étude révèle que le partage n'est pas prépondérant. Une grande partie des Français (47 %) préfèrent en effet se débrouiller seuls pour réaliser de petits travaux contraignants à leur domicile, l'appel aux proches arrivant en deuxième position (41 %). Le recours au troc de services demeure quant à lui marginal, avec 2 % des personnes déclarant se faire aider en contrepartie d'un autre service, derrière le recours à des professionnels (9 %).

Le Made In France terrasse l'argument prix

Le Made In France connaît actuellement ses heures de gloire : la crise économique et les enjeux écologiques semblent avoir eu raison de l'argument prix, devenu secondaire dans la décision d'achat des Français. Pour 45 % d'entre eux, **consommer en 2016** (alimentation, produits ménagers, vêtements) signifie en effet avant tout acheter français. Si l'on inclut le choix des produits locaux

(44 %), ce sont donc près de 9 Français sur 10 (89 %) qui considèrent que la consommation actuelle doit être une **consommation de proximité**, reléguant l'argument prix en troisième position (34 %).

Une tendance qui semble également faire écho au désir de lien, de traçabilité des produits et de consommation responsable : en 2016, consommer, pour un grand nombre de Français, signifie aussi rencontrer les producteurs en achetant **des produits en vente directe (31 %)**, tandis que le choix de la proximité revient à réduire l'empreinte carbone des biens de consommation et se retrouve dans le souhait de consommer des **produits respectueux de l'environnement (31 %) ou bio (18 %)**.

Numérique : une fracture toujours présente ?

E-commerce, réservations en ligne, réseaux sociaux... Le numérique est aujourd'hui au cœur des usages, pour les utilisateurs comme pour les marques. Dans la sphère privée, les réseaux sociaux sont pour près d'un tiers des Français un bon moyen d'entretenir les liens familiaux entre petits-enfants et grands-parents, loin derrière les moments passés en famille (75 %).

Les rencontres authentiques avant tout donc, et quand cela n'est pas possible, c'est le téléphone (71 %) qui demeure le moyen le plus courant pour petits-enfants et grands-parents de rester en contact. On notera tout de même que **près d'un tiers des Français de 65 ans et plus les utilisent pour échanger avec leurs petits-enfants**, un chiffre qui traduit l'appropriation croissante, par les plus anciens, de l'outil numérique dans la vie de tous les jours, comme vecteur de lien.

« Les résultats de ce premier Observatoire Amaguiz révèlent l'importance de la proximité et du partage dans le quotidien des Français. On note notamment que pendant les vacances, les Français choisissent de confier ce qui leur est cher à des proches, notamment les animaux de compagnie, qu'ils ne confient qu'à 11 % à des professionnels. Ces valeurs d'échange et de relations humaines nous parlent. On remarque que dans le quotidien des Français comme dans le nôtre, le numérique est un moyen, pas une fin », conclut Julien Hue, Responsable Amélioration Performance et en charge de l'innovation.

A propos d'Amaguiz

Amaguiz, filiale du groupe Groupama, propose des offres d'assurances (auto, habitation, garantie des accidents de la vie, emprunteur et chien-chat) par Internet ou téléphone.

Amaguiz compte 200 000 contrats, plus de 150 000 clients et emploie 240 collaborateurs.

Plus d'informations sur amaguiz.com et sur la page [Facebook](https://www.facebook.com/Amaguiz) d'Amaguiz.



Contacts Presse

Nathalie Suchaud – 02 52 20 02 13 – nathalies@oxygen-rp.com

Charline Robert - charline@oxygen-rp.com

A propos du groupe Groupama

Fort de ses trois marques – Groupama, Gan, Amaguiz, le groupe Groupama, l'un des premiers groupes d'assurance mutualistes en France, développe ses activités d'assurance, de banque et de services dans onze pays. Le groupe compte 13 millions de clients et 34 000 collaborateurs à travers le monde, avec un chiffre d'affaires de 13,7 milliards d'euros. Retrouvez toute l'actualité du groupe Groupama sur son site internet (www.groupama.com) et sur son compte Twitter ([@GroupeGroupama](https://twitter.com/Groupama)).