

IDÉES

Comment adopter des comportements écoresponsables grâce au recommerce



(Crédits : DR)

Michiel Wielhouwer

OPINION. Entre inflation et changement climatique, les consommateurs et les entreprises changent de comportement, comme l'atteste la montée en puissance du recommerce, une alternative à la surconsommation, définie comme le partage, l'échange ou la vente à bas prix de choses qui ne sont plus nécessaires. Par Michiel Wielhouwer, directeur général de Visa pour la France, la Belgique et le Luxembourg.

La hausse du coût de la vie ainsi que l'impact évident du changement climatique sont à l'origine d'une prise de conscience de la part des consommateurs en France et en Europe. Celle-ci les amène à repenser leurs habitudes de consommation et à rechercher des moyens plus durables d'acheter et de vendre des produits et services. Si la transition d'une économie linéaire

« prendre, fabriquer, jeter » à une économie circulaire nécessite un changement complet du système, il existe cependant déjà des alternatives qui commencent à gagner du terrain auprès des consommateurs et des entreprises.

L'une d'elles est le « recommerce », et ses déclinaisons (revente, location, recharge, réparation, retour et redistribution) - qui est défini comme le partage, l'échange ou la vente à bas prix de choses qui ne sont plus nécessaires ou pas assez. Il apparaît comme une réponse et une solution à la surconsommation et semble se diffuser au sein de la population : sur la période novembre 2021-novembre 2022, les recherches en ligne ont par exemple augmenté de 25 % pour les termes « reconditionné » et de 80 % pour « seconde main ».[1]

Se concentrer sur les économies de coût

Le recyclage, via la consommation de produits d'occasion, leur réparation ou leur recharge, permet d'éviter la fabrication de nouveaux produits, source d'émissions de CO2 et nécessitant l'extraction et la transformation de ressources naturelles. Il s'inscrit donc pleinement dans les objectifs d'une transition écologique et solidaire en permettant de réduire l'impact écologique de la consommation des biens du quotidien tout en les rendant accessibles au plus grand nombre. Dans la plupart des cas, il permet également aux consommateurs de gagner du pouvoir d'achat en achetant des biens à un prix inférieur à celui des biens neufs et de transformer les biens dont ils souhaitent disposer en une source de revenus. En se concentrant spécifiquement sur les économies de coûts, les consommateurs qui ont participé au recommerce estiment que cela leur permet d'économiser en moyenne 50 euros par mois, un cinquième affirmant qu'il leur permet d'économiser 75 euros ou plus. Par ailleurs, ceux qui vendent ou retournent des produits estiment qu'ils gagnent en moyenne 36 euros par mois, passant à 50 euros chez les 18-34 ans.[2]

À mesure que les préférences des consommateurs changent, les opportunités pour les entreprises changent également. D'ici 2030, la transition vers une économie circulaire en Europe devrait ainsi représenter une opportunité économique d'environ 900 milliards d'euros, les données montrant que les entreprises en ressentent déjà les effets. Ainsi, les PME françaises proposant des dispositifs de recommerce ont constaté une augmentation de leur chiffre d'affaires annuel de 26% au cours des deux dernières années, avec plus de croissance probable à venir.

Une majorité de PME ont des pratiques durables

Presque toutes les PME françaises (98 %) ont déjà des pratiques durables, notamment le recyclage (47 %), l'encouragement à la réduction de la consommation d'énergie ou à l'amélioration de l'efficacité énergétique (28 %) et l'encouragement à la réduction des déplacements professionnels (25 %). Quatre PME françaises sur cinq (82%) proposent également une activité liée au recommerce, notamment la redistribution (25%), la location (24%) et la réparation (23%)[3].

Il est encourageant de constater que presque toutes les PME européennes interrogées (91 %) déclarent qu'elles cherchaient à mettre en place des pratiques plus durables, un quart indiquant

qu'elles investiraient 20 % de leur chiffre d'affaires ou plus. En outre, plus d'un quart (26%) mentionnent avoir attiré de nouveaux clients depuis qu'ils ont adopté un modèle « recommercial », la même proportion (26%) reconnaissant des économies de coûts, 25% constatant une augmentation des ventes et 24% une réduction de leur impact environnemental.[4]

Cependant, alors que l'avenir des pratiques commerciales durables est prometteur, l'économie de la revente ne constitue pas encore un réflexe. Un tiers des Européens déclarent en effet qu'ils étaient ouverts à participer au recommerce, mais sauteront le pas une fois qu'il sera plus facile et plus pratique à mettre en œuvre, les consommateurs n'étant par ailleurs pas encore convaincus de la qualité de certains produits disponibles en location et à la revente. Il est donc essentiel d'accompagner et faciliter la transformation des entreprises et des marchands vers la mise en place de solutions de recommerce, en leur proposant les infrastructures appropriées : *marketplaces*, systèmes de paiement, mécanismes de distribution, d'envoi et de récupération. Cela peut passer par un soutien des pouvoirs publics, ou l'apport de solutions par les sociétés déjà spécialisées dans les services de vente en ligne par exemple.

Atteindre les objectifs de l'Accord de Paris

Que ce soit pour les vêtements, les smartphones ou tout autre produit de consommation courante, le passage d'une économie linéaire à une économie circulaire fait désormais clairement partie des solutions pour promouvoir une consommation plus écoresponsable et atteindre les objectifs de l'Accord de Paris. Cependant, cela nécessite un changement de mentalité, qui est bien engagé, et dans le système de consommation, alors qu'il existe un appétit clair de la société pour des options plus durables. Travailler ensemble pour fournir davantage d'éducation et de soutien aux PME et aux consommateurs devrait donc continuer à inspirer des choix plus durables à l'échelle mondiale.

[1] Données Google Trends.

[2] Données issues de l'étude Recommerce de Visa, 2022

[3] Données issues de l'étude Recommerce de Visa, 2022

[4] Données issues de l'étude Recommerce de Visa, 2022 ■

