

Communiqué de presse  
Paris, le 21 février 2023

**Classement de la consommation responsable :**  
**leboncoin, Too Good to Go et BlaBlaCar établissent avec l'IFOP le premier classement des villes dans lesquelles les habitants ont adopté un mode de vie plus responsable**

- *Bordeaux et St Herblain arrivent en tête respectivement pour le classement des grandes et moyennes villes*
- *Les villes de l'Ouest de la France dominent le classement*

À l'heure où 76 % des Français se mobilisent en faveur de la consommation responsable<sup>1</sup>, les applications de l'économie durable font partie du quotidien pour des millions d'entre eux. leboncoin, Too Good To Go et BlaBlaCar se sont associées pour établir, ensemble, le classement des villes où leur utilisation est la plus répandue. Jérôme Fourquet, Directeur du département Opinion de l'ifop, apporte son regard et son analyse socio-démographique à ces résultats, qui montrent l'engagement responsable de leurs habitants afin de réduire leur impact environnemental et leur propension à adopter les pratiques favorisant le pouvoir d'achat.

#### TROIS PLATEFORMES DE RÉFÉRENCE POUR RÉDUIRE SON IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Présentes sur l'ensemble du territoire français, **leboncoin, Too Good To Go et BlaBlaCar réunissent respectivement 40, 14 et 20 millions d'utilisateurs**. Permettant à leurs utilisateurs d'acheter ou vendre en seconde main, de sauver des paniers anti-gaspi et de covoiturer, elles contribuent à **l'adoption de pratiques éco-responsables en matière de consommation, d'alimentation et de transport**.

À travers les données cumulées de ces 3 plateformes, ce tout premier palmarès analyse leur utilisation dans chaque ville de France, permettant d'établir un **classement des villes ayant le plus fort taux d'habitants qui sont acteurs de l'économie durable pour réduire leur impact sur l'environnement**.

#### LES BORDELAIS.E.S ET LES HERBLINOIS.E.S EN TÊTE DU CLASSEMENT

**Bordeaux** est la grande gagnante du classement des grandes villes, devant **Rennes et Rouen**. **Saint-Herblain** prend la tête du classement des villes moyennes, devant **Vannes et Saintes**.

Deux régions tirent leur épingle du jeu, la **Nouvelle Aquitaine et l'Auvergne-Rhône-Alpes**, qui comptabilisent respectivement 9 et 7 villes représentées dans les deux top 20.

---

<sup>1</sup> La consommation responsable doit conduire l'acheteur, qu'il soit acteur économique (privé ou public) ou citoyen consommateur à effectuer son choix en prenant en compte les impacts environnementaux à toutes les étapes du cycle de vie du produit (biens ou service). » selon la définition retenue par l'ADEME. Le chiffre des 76% provient du Baromètre de la consommation responsable 2022 (Ademe / Greenflex).

Le palmarès dans son ensemble est dominé par l'ouest de la France, avec plus de 50 % des villes des deux top issues des régions de l'Ouest : Normandie, Bretagne, Pays de la Loire et Nouvelle Aquitaine.

Les 20 grandes villes dont les habitants ont le mode de vie le plus responsable (plus de 100 000 habitants)	Les 20 villes moyennes dont les habitants ont le mode de vie le plus responsable (entre 20 000 et 100 000 habitants)
1. BORDEAUX (33)	1. SAINT HERBLAIN (44)
2. RENNES (35)	2. VANNES (56)
3. ROUEN (76)	3. SAINTES (17)
4. CLERMONT-FERRAND (63)	4. CHAMBERY (73)
5. LYON (69)	5. ANNEMASSE (74)
6. CAEN (14)	6. POITIERS (86)
7. GRENOBLE (38)	7. BLAGNAC (31)
8. NANCY (54)	8. BAYONNE (64)
9. TOULOUSE (31)	9. LANNION (22)
10. TOURS (37)	10. LA ROCHELLE (17)
11. LILLE (59)	11. MERIGNAC (33)
12. NANTES (44)	12. ORVAULT (44)
13. ANGERS (49)	13. RODEZ (12)
14. AIX-EN-PROVENCE (13)	14. BIARRITZ (64)
15. PARIS (75)	15. CARQUEFOU (44)
16. MONTPELLIER (34)	16. CHARTRES (28)
17. ORLÉANS (45)	17. PAU (64)
18. BREST (29)	18. VALENCE (26)
19. VILLEURBANNE (69)	19. ANGOULÊME (16)
20. DIJON (21)	20. LA ROCHE SUR YON (85)

Jérôme Fourquet, Directeur opinion de l'IFOP, a analysé ces résultats : *“L'intensité du recours à ces plateformes dans un territoire donné traduit à la fois le degré de sensibilité écocitoyenne de la population locale, mais également sa propension à adopter les pratiques s'apparentant à ce que nous avons appelé « l'économie de la débrouille ». Grâce à ce palmarès, on peut aussi identifier des territoires, où les relations sociales sont plus maintenues qu'ailleurs et au sein desquelles la confiance interpersonnelle et la propension à la coopération sont plus répandues. À la lecture de ce classement on peut en conclure que la moitié ouest du pays s'est davantage appropriée ces outils et est manifestement entrée plus rapidement dans l'ère de l'économie collaborative.”*

Lire l'analyse complète de Jérôme Fouquet en annexe du CP.

## UNE UTILISATION MOTIVÉE PAR LE POUVOIR D'ACHAT ET LA VOLONTÉ DE MIEUX CONSOMMER

Si le **pouvoir d'achat** reste le principal moteur<sup>2</sup>, les utilisateurs souhaitent pouvoir coupler leurs usages à des actions de protection de la planète et de l'environnement. Parmi les motivations les plus exprimées par les utilisateurs, on retrouve : la **volonté de préserver l'environnement**, de ne pas jeter ou acheter des produits neufs qui auront une durée de vie déterminée, d'**éviter le gaspillage** ou de rendre service à autrui...

<sup>2</sup> Etude sur la contribution économique et sociétale du boncoin - 2022

L'envie de consommer de façon plus responsable a été accentuée ces dernières années, notamment suite à une prise de conscience de l'urgence climatique. En effet, 59 % des consommateurs français estiment que le **développement durable est plus important pour eux** qu'il y a deux ans<sup>3</sup>.

L'année 2022, marquée par l'inflation, a accéléré le développement de plateformes plus responsables proposant des services aux utilisateurs souhaitant concilier bénéfice économique et bénéfice environnemental :

- Sur 50 millions de paniers sauvés depuis 2016 via l'application **Too Good To Go**, 16 millions ont été sauvés en 2022, soit près de 50 000 paniers sauvés par jour en moyenne aujourd'hui. En 2022, 3 millions de nouveaux utilisateurs ont rejoint l'application et la tendance ne fait qu'augmenter. Depuis mars, on note une augmentation de +35 % du nombre de téléchargements.
- **leboncoin** a connu des records de fréquentation sur sa plateforme en 2022, a dépassé les 60 millions d'annonces en ligne en permanence, et note +12 % de demande sur les annonces de biens de consommation vs. 2021.
- Depuis 1 an, le covoiturage a connu des pics de croissance corrélés à l'augmentation record du prix des carburants. Près de 4,5 millions de personnes ont voyagé avec **BlaBlaCar** en France durant l'été 2022, soit 30 % de plus qu'en 2021. Pour le covoiturage du quotidien, plus de 1,5 million de trajets par an sont partagés avec BlaBlaCar Daily, un usage qui devrait fortement augmenter cette année grâce à la mise en place d'un Bonus gouvernemental de 100€ pour encourager l'adoption du covoiturage.

### Méthodologie :

Chaque plateforme a réalisé son propre classement des villes où le taux d'utilisateurs par rapport au nombre d'habitants était le plus élevé, sur une période d'un an, en se basant sur : le nombre d'utilisateurs actifs par ville sur la catégorie "Biens de consommation" pour leboncoin, le nombre de paniers sauvés par ville pour Too Good To Go et le nombre de conducteurs et passagers actifs par ville pour BlaBlaCar. Les 3 classements ont été mis en commun en additionnant les positions de chaque ville pour établir le résultat final. Les grandes villes françaises de plus de 100 000 habitants et les villes de taille moyenne entre 20 000 et 100 000 habitants selon les critères de l'INSEE ont ainsi été prises en considération.

### Contacts presse :

**leboncoin** : Alicia Cosme - [alicia.cosme@adevinta.com](mailto:alicia.cosme@adevinta.com) - 06 27 61 33 86 / [presse.leboncoin@adevinta.com](mailto:presse.leboncoin@adevinta.com)

**Too Good to Go** : Clémentine Lindon - [clindon@toogoodtogo.fr](mailto:clindon@toogoodtogo.fr) - 06 27 17 89 01 / Luisa Ravoyard - [lravoyard@toogoodtogo.fr](mailto:lravoyard@toogoodtogo.fr) - 06 74 96 25 03

**BlaBlaCar** : [presse@blablacar.com](mailto:presse@blablacar.com) - 01 76 42 02 04 / Agence Jin - [blablacar@jin.com](mailto:blablacar@jin.com) / 06 59 78 76 30 / 07 80 54 47 37

### À propos du boncoin

leboncoin, 1er site de vente entre particuliers en France, est leader sur les marchés de l'automobile, de l'immobilier et 2ème site privé français d'emploi. Plébiscité chaque mois par 28 millions de visiteurs uniques(1) qui apprécient la richesse de son offre et la facilité des échanges qu'il permet au quotidien, il est 2ème au classement des plateformes ecommerce (2) et application préférée des Millenials (3).

---

<sup>3</sup> Étude menée par NielsenIQ auprès de 10 000 foyers dans le monde en octobre 2022



leboncoin



leboncoin a pour filiales les marques Agriaffaires (matériel agricole), MachineryZone (B.T.P.), Truckcorner (Poids lourds), A Vendre A Louer (immobilier), Videdressing (mode), Paycar (paiement de véhicules d'occasion), Locasun (location de vacances B2C), leboncoin hôtel (ex.Pilgo, réservation hôtelière) et L'Argus (auto). leboncoin fait partie du groupe international de marketplaces Adevinta, coté à Oslo.

1 Médiamétrie NetRatings janvier 2022; 2 classement France FEVAD (1er trimestre 2022); 3 AppAnnie 2020

### **À propos de Too Good To Go France**

Co-fondé par la Française Lucie Basch et certifié B-Corp, Too Good To Go est le leader dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Téléchargée par plus de 14 millions de Français, l'application Too Good To Go a sauvé 50 millions de paniers depuis son lancement, grâce à son réseau de 40 000 commerçants partenaires aux profils variés.

En France, Too Good To Go est la 2<sup>e</sup> application Food & Drink la plus téléchargée sur le Google Play Store et la 5<sup>e</sup> application Food & Drink la plus téléchargée sur l'Apple Store (données Similarweb). Too Good To Go fait partie de la liste des "100 entreprises les plus influentes" du magazine Time.

Plus d'informations sur [www.toogoodto.go.fr](http://www.toogoodto.go.fr) - Kit presse disponible ici (visuels et anciens communiqués).

### **A propos de BlaBlaCar**

BlaBlaCar est un réseau de transport fondé sur une communauté de plus de 100 millions de membres, qui partagent des trajets en covoiturage et en bus dans 22 pays.

BlaBlaCar met la technologie au service de l'environnement et de l'humain en optimisant le remplissage des sièges vides sur les routes, et rend le voyage plus économique et pratique. Chaque année 1,6 million de tonnes de CO2 sont économisées et 80 millions de connexions humaines sont créées grâce à BlaBlaCar. Pour en savoir plus et télécharger des visuels, rendez-vous sur [blabla.com/fr/presse](http://blabla.com/fr/presse)

## ANNEXE 1

## ANALYSE DE JÉRÔME FOURQUET - Directeur du département Opinion de l'IFOP

En préambule :

Le recours aux plateformes comme leboncoin, To Good To Go et BlaBlaCar, renvoient certes à un engagement écocitoyen de la part des utilisateurs (privilégier le réemploi de certains objets, lutter contre le gaspillage alimentaire ou privilégier le covoiturage sur l'utilisation individuelle de la voiture), mais le ressort éco-responsable n'est pas le seul moteur du recours à ces plateformes. Dans un contexte économique marqué par une inflation importante, l'argument du pouvoir d'achat et de la recherche d'économies constitue également un levier important. L'intensité du recours à ces plateformes dans un territoire donnée traduit donc à la fois le degré de sensibilité écocitoyenne de la population locale, mais également sa propension à adopter les pratiques s'apparentant à ce que nous avons appelé « l'économie de la débrouille ».

*Last but not least*, ces trois plateformes s'inscrivent pleinement dans l'économie collaborative et le fait qu'elles soient plus ou moins utilisées dans une ville constitue également un bon indicateur de la prégnance de la démarche collaborative dans la population concernée, et *in fine* de la qualité des liens interpersonnels et de la propension à faire confiance à autrui, attitude culturelle voire anthropologique qui se trouve à la base de l'économie collaborative.

**1- Une absence de corrélation entre l'intensité du recours à ces plateformes et la structure démographique de la population des villes...**

On pourrait penser que le poids variable des jeunes générations et inversement des seniors dans les différentes villes aurait une influence significative sur l'intensité et la fréquence d'usage de ces plateformes. Schématiquement, les villes aux populations les plus jeunes compteraient davantage de *digital natives* et seraient donc plus enclines à recourir à ces plateformes, quand symétriquement les communes plus âgées auraient tendance à afficher une moindre fréquentation de ces plateformes, du fait de l'existence d'une barrière numérique dans une part significative de sa population.

Si séduisante que soit cette hypothèse, force est de constater... qu'elle n'est pas validée par les chiffres ! L'analyse réalisée par l'Ifop met en effet en lumière une absence de corrélation statistique entre l'intensité du recours à ces plateformes et les pourcentages de 65 ans et plus comme de moins de 35 ans dans la population de ces villes. Cette absence de lien statistique nous incite à penser que la fréquentation de ces plateformes s'est aujourd'hui largement diffusée dans les différentes strates de la pyramide des âges et que la variable d'âge ne constitue manifestement plus un critère significatif.

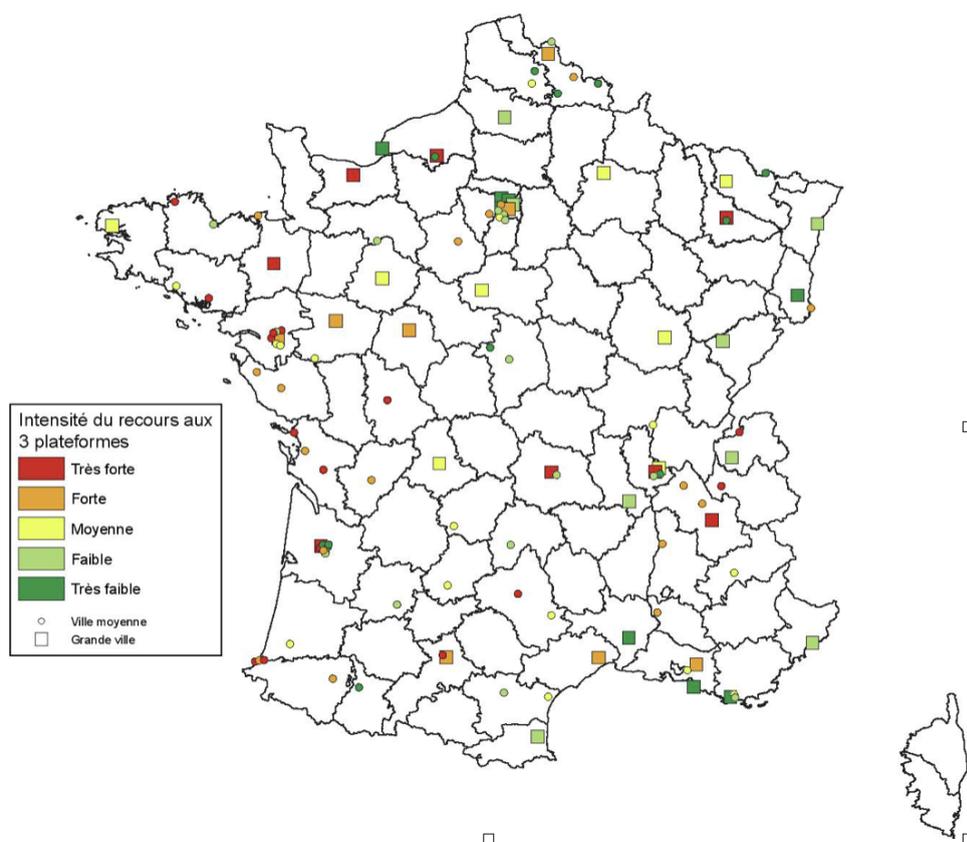
**2-... tout comme avec leur composition sociologique.**

Si la variable d'âge n'est donc pas opérante, est-ce que le poids des différentes catégories socioprofessionnelles influe ou non sur l'intensité du recours à ces plateformes ? leboncoin, To Good To Go comme BlaBlaCar, faisant partie intégrante des pratiques se rattachant à l'économie de la débrouille, on pourrait penser que dans les villes les plus populaires, l'usage de ces plateformes serait plus soutenu. Or une fois encore, les analyses statistiques invalident cette hypothèse de travail. Le coefficient de corrélation entre la proportion d'ouvriers et d'employés dans une ville et l'intensité du recours à ces plateformes est en effet très faible. On constate d'ailleurs que les villes moyennes qui sortent dans le haut du classement (Vannes, Chambéry, Annemasse...) ne sont pas sinistrées, ce

qui vient battre en brèche l'idée que ces plateformes seraient prioritairement fréquentées par des populations fragilisées financièrement, faisant la chasse aux économies.

### 3- La façade ouest et la région Rhône-Alpes se détachent

Si les facteurs sociologiques et démographiques entrent peu en ligne de compte dans ce classement des villes dont les habitants sont les consommateurs les plus responsables, des tendances géographiques se font jour en revanche. En effet, comme le montre la carte suivante, les villes les mieux classées sont souvent situées sur la façade atlantique (Saint-Herblain, Vannes, Saintes, Bayonne, Lannion, La Rochelle) et en Rhône-Alpes (Chambéry, Annemasse), quand les lanternes rouges sont regroupées plutôt dans le quart nord-est : Forbach, Cambrai, Lens, Maubeuge ou bien encore Vandoeuvre-les-Nancy.



Cette géographie ne nous est pas inconnue. Elle renvoie notamment à la densité de la vie associative plus active en Rhône-Alpes et sur la façade atlantique, et sur le plan électoral et politique à des zones d'influence traditionnelles des courants écologistes. Grâce à ce palmarès, on peut ainsi identifier des territoires, où les relations sociales sont plus maintenues qu'ailleurs et au sein desquelles la confiance interpersonnelle et la propension à la coopération sont plus répandues.

Sans même parler de la position dans le classement, la façade ouest, Rhône-Alpes et le grand sud-ouest sont bien représentés sur la carte, avec une forte densité de communes faisant partie du panel, alors que la densité est nettement plus faible dans le quart nord-est et dans le centre du pays. Ceci nous renseigne sur une moindre présence de BlaBlaCar et Too Good To Go<sup>4</sup> dans ces régions, alors que la moitié ouest du pays s'est davantage appropriée ces outils et est manifestement entrée plus rapidement dans l'ère de l'économie collaborative.

---

<sup>4</sup>Compte-tenu de sa large assise, leboncoin est présent de manière plus homogène sur le territoire national.