

LEBONCOIN, UNE *SUCCESS STORY* EN MATIÈRE DE SOBRIÉTÉ ?

Entretien avec Amandine de Souza
Directrice générale de leboncoin



Diplômée de l'ESCP Business School, Amandine de Souza démarre sa carrière en 2005 au sein du cabinet de conseil Bain & Company, où elle opère entre la France et Singapour avec un focus sur les sujets biens de consommation et distribution. En 2009, elle décide d'ajouter une dimension opérationnelle à son expérience stratégique en rejoignant le groupe Casino en tant que directrice du département « maison », avant d'y ajouter toutes les catégories non-alimentaires.

En 2015 elle est nommée CEO de la filiale française de Westwing, site de ventes privées de mobilier et décoration en ligne. Trois ans plus tard, elle saisit l'opportunité de devenir directrice générale du grand magasin Le BHV Marais et des achats « maison, bricolage et loisirs » du groupe Galeries Lafayette. Elle y lance notamment une offre vintage, par conviction. Un an plus tard, elle ajoute la food et la restauration à son périmètre en prenant la direction d'Eataly Paris Marais, franchise du groupe Galeries Lafayette et rejoint le Comité Exécutif du groupe.

Depuis le 3 avril 2023, Amandine de Souza est Directrice générale du boncoin.

En parallèle de cette carrière en entreprise, elle a cofondé un réseau de femmes dirigeantes du retail, « Le Retail Club », et a rejoint en 2022 l'initiative Leia Capital, groupe de business angels 100% féminin, aussi bien au niveau du board que des entreprises soutenues.

Enfin, Amandine est administratrice indépendante de la biotech Carbios qui propose des solutions biologiques pour recycler le plastique, grâce aux enzymes.

Avec plus de 28 millions d'utilisateurs mensuels, leboncoin s'est désormais imposé comme l'une des incarnations les plus réussies de l'économie circulaire. En contribuant à démocratiser et normaliser la consommation de seconde main, leboncoin encourage une forme de sobriété. Comme le rappelle la Directrice générale du site Amandine de Souza dans cet entretien, il s'agit néanmoins d'une sobriété spontanée, non explicite, qui coexiste aussi avec les différentes aspirations des consommateurs : se faire plaisir, acheter « malin », trouver un objet unique, limiter son empreinte environnementale... mais aussi retrouver une forme de pouvoir d'agir et de maîtrise de sa consommation dans un univers incertain. *In fine*, le succès du boncoin incarne les multiples facettes, nuances et complexités de la sobriété, plus que jamais à prendre en compte pour en faire un horizon désirable auprès du plus grand nombre.

Avec plus de 28 millions d'utilisateurs mensuels, leboncoin est le premier site de e-commerce français et l'exemple par excellence de l'économie circulaire en acte. Diriez-vous que leboncoin contribue à encourager une forme de sobriété ?

Amandine de Souza : Bien-sûr ! Les millions d'actes d'achats, reventes et dons d'objets de seconde main réalisés chaque année sur leboncoin contribuent indéniablement à encourager une forme de sobriété. Mais je le formulerais différemment. La sobriété n'est pas un concept auquel nous nous référons spontanément, pour différentes raisons. En premier lieu car nous ne prétendons pas dicter une quelconque « norme » de consommation. L'histoire du boncoin est avant tout celle des usages et pratiques concrètes, quotidiennes, de nos utilisateurs. Ce sont leurs aspirations et envies qui façonnent les catégories de la plateforme. Il y a 18 ans, quand leboncoin est né, jamais nous n'aurions soupçonné que des catégories comme les offres d'emploi ou les ventes immobilières puissent prendre une telle importance. Aujourd'hui, leboncoin est pourtant le troisième site d'emploi privé le plus consulté, et de très loin leader sur l'immobilier avec plus d'un million d'annonces en permanence sur la plateforme. Cette forme « d'auto-organisation », la façon dont les utilisateurs redéfinissent collectivement l'utilité sociale du boncoin en fonction des problèmes qu'ils rencontrent au quotidien, est l'une de nos singularités.



Cette dimension est importante, car elle reflète l'une des grandes forces du boncoin : celle de redonner à chacun une certaine capacité d'agir individuelle. L'expérience individuelle c'est d'abord de (re)trouver un pouvoir d'agir, une forme de contrôle sur sa consommation et donc d'une certaine manière sur sa vie. L'une des dimensions les plus valorisées par les utilisateurs que nous interrogeons chaque année dans notre étude d'impact économique et sociétal est cette « capacité de se débrouiller seul sans intermédiaire ». Cette forme « d'encapacitation » est d'autant plus précieuse dans une période où de nombreux individus ont le sentiment d'avoir de moins en moins de maîtrise sur leur vie et le monde qui les entoure, notamment en raison de l'urgence climatique qui semble nous dépasser par son ampleur et son caractère systémique.

Ce pouvoir d'agir individuel a des effets concrets et explique que leboncoin soit devenu un véritable objet de la vie quotidienne, approprié de multiples façons : pouvoir consommer tous les jours de manière « maline », réconcilier facilement l'abordable et le désirable, garder son statut dans une société de consommation si excluante, trouver des compléments de revenus au moment où le pouvoir d'achat baisse... en répondant à ses besoins, sans mot d'ordre extérieur. Si sobriété il y a sur leboncoin, c'est donc une sobriété « spontanée », non conceptualisée, une sobriété bien réelle mais qui ne dit pas son nom.

L'un des défis de la sobriété est celui de la désirabilité aux yeux du plus grand nombre – une perspective qui demeure encore lointaine. En normalisant la seconde main, leboncoin semble pourtant avoir réussi en partie ce pari. Quel est votre regard sur cette dimension ?

AdS. : Cet enjeu de désirabilité et d'imaginaire est central pour garantir demain l'acceptabilité de la transition aux yeux du plus grand nombre.

leboncoin a, je crois, contribué à accélérer de nouvelles normes sociales et valeurs collectives et à redéfinir l'imaginaire associé à la seconde main, en la normalisant. Il y a encore quelques années, acheter de la seconde main était sans doute moins bien vu ! Aujourd'hui, du fait des contraintes de pouvoir d'achat bien sûr, mais aussi d'une évolution réelle des mentalités, la seconde main n'est plus taboue ! Un exemple parmi tant d'autres : l'intérêt des Français vis-à-vis des cadeaux de seconde main pour Noël. Comme le démontre une étude récente que nous avons menée avec l'Ifop¹, pour 4 Français sur 5, que le cadeau soit neuf ou d'occasion, c'est surtout le geste qui compte à Noël. Par ailleurs, élément remarquable, la proportion de personnes ayant déjà offert ou reçu un cadeau de seconde main est nettement plus élevée parmi les jeunes générations que dans le public le plus âgé.

¹ Sondage Ifop pour leboncoin : « Étude sur les achats de cadeaux de « seconde main » au sein de la population française », Novembre 2023.

Si leboncoin constitue un bon exemple d'articulation entre soutenabilité et désirabilité, c'est aussi en vertu de son caractère universel. Nos études montrent que leboncoin est un miroir véritablement fidèle de la France : à l'heure de l'archipellisation de la société française et contrairement à certaines plateformes qui ciblent des communautés spécifiques, leboncoin est en effet une plateforme universelle. leboncoin est au service de tous : en termes de sexe, d'âge – avec une petite sur-représentation des 25-50 ans –, ou de revenus. Au service également de tous les territoires : petites et moyennes villes, territoires péri-urbains, France métropolitaine et France rurale. Ce qui est vrai des particuliers est également vrai des professionnels : 75% des entreprises utilisatrices sont des TPE de moins de 10 salariés, là encore à l'image du tissu d'entreprises dans le pays.

Cette universalité, qui permet de créer une aspiration commune, va de pair avec une envie de redonner du sens à la consommation, comme nous le disent nos utilisateurs. Nos études en témoignent, le site façonne de nouvelles normes d'achat, plus écologiques. La deuxième main est normalisée, quotidienne et faisant de chacun, comme aime le dire Antoine Jouteau mon prédécesseur au poste de Directeur Général, un « héros discret de la transition écologique ».

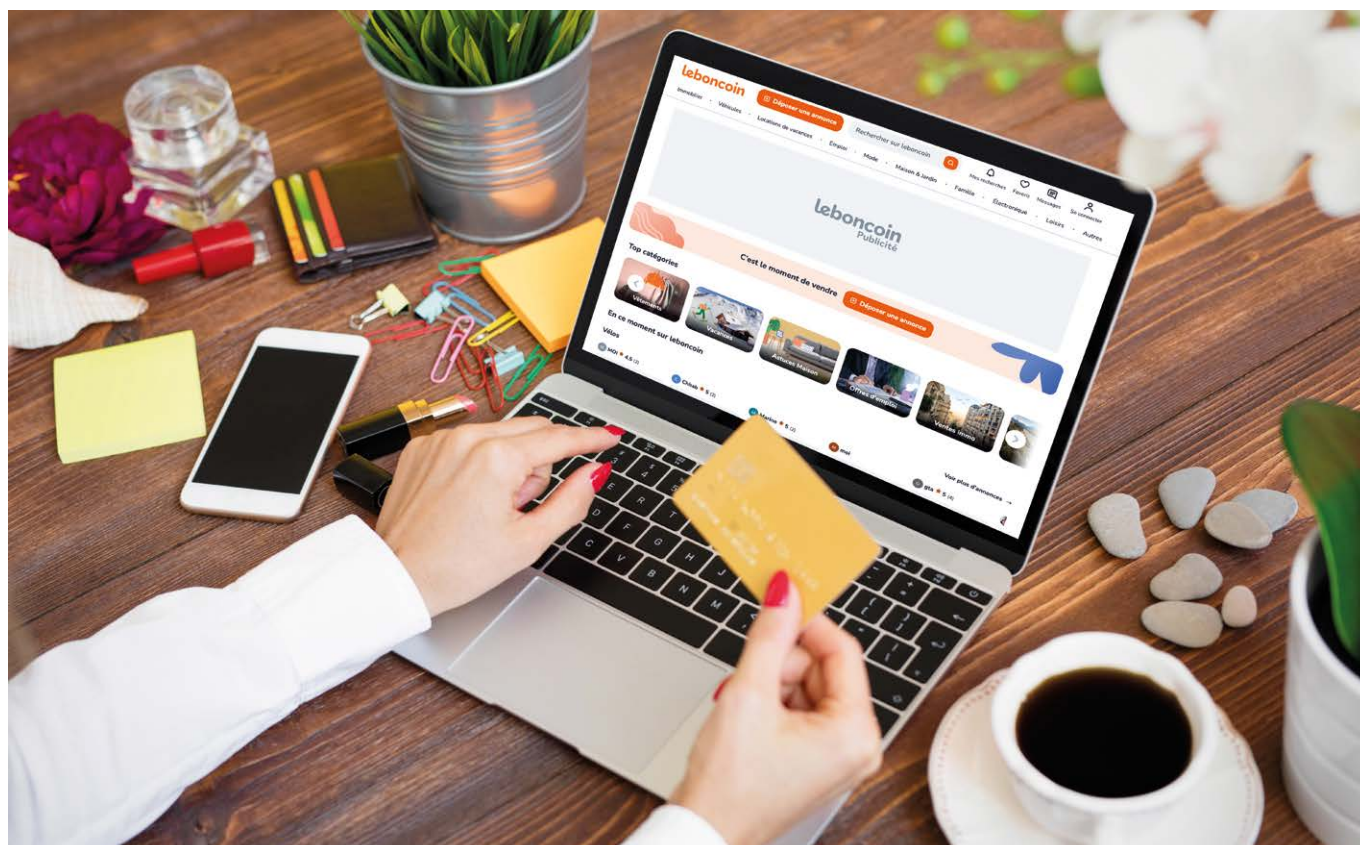
Un dernier mot concernant la désirabilité. leboncoin permet de réaliser des achats qui dépassent la bonne affaire, le petit prix. Il permet à chacun d'accéder à des objets uniques, qui font plaisir, par-delà leur seule utilité. C'est un angle que nous poussons largement dans nos communications et collaborations, cette accessibilité au beau, au ludique,

au divertissant... en somme à ce qui contribue à rendre le quotidien plus agréable. C'est une des clés d'une sobriété « heureuse », souhaitable, à laquelle on adhère, plutôt que subie, résultant d'un discours reposant sur une forme « d'auto-contrainte » culpabilisante, qui nous semble inefficace pour embarquer le plus grand nombre.

Le succès du boncoin est aussi celui du digital. Pensez-vous que le numérique ait un rôle spécifique à jouer pour encourager l'émergence de comportements de consommation plus durables ?

AdS. : Le succès du boncoin est en effet au croisement de deux mouvements très structurants : la numérisation des modes de vie, encore accrue par la crise sanitaire, et l'épuisement de la capacité de séduction des valeurs de l'hyperconsommation.

Le digital joue un rôle puissant d'accélérateur, et permet de « libérer » le potentiel de l'action collective à très grande échelle. En l'occurrence, c'est le numérique qui a rendu possible la naissance d'un réel marché de la seconde main, facilement accessible à tous, sans barrière à l'entrée. À sa création en 2006, le site a été porté par la démocratisation d'internet dans les foyers. Un autre point clé à nos yeux, c'est de conserver une expérience client la plus simple possible. Cela a toujours été notre boussole, malgré les nombreuses évolutions





qu'a connues leboncoin depuis son lancement. C'est une énorme machine, leboncoin, avec des millions de connexions chaque jour, 80 millions d'annonces en ligne en permanence. 1500 collaborateurs dont plus d'un tiers sur la partie technique la font vivre. Mais pour autant, elle est facile à utiliser même par les personnes mal à l'aise avec le numérique ou ne parlant pas bien la langue. C'est un peu comme de la danse classique finalement, beaucoup de travail et d'efforts, mais il faut les laisser en coulisse face au public !

Cette facilité d'accès à un mode de consommation plus vertueux est cruciale : parmi les nombreux freins à l'adoption de comportements plus « sobres », la complexité et l'investissement nécessaires – par exemple, acheter uniquement des produits locaux – jouent indéniablement un rôle. À l'inverse, notre simplicité d'utilisation nous permet de massifier les usages et d'avoir *in fine* un impact réel en termes d'économie circulaire. Et le prix joue évidemment un rôle. Aujourd'hui encore, la plupart des biens « durables », par exemple dans le domaine de l'alimentation ou du textile, sont synonyme d'un coût nettement plus élevé, inaccessible à une grande partie des ménages. La seconde main offre une voie pour résoudre cette équation.

leboncoin, et c'est un élément à la fois central et singulier de notre ADN, illustre avec force la façon dont le numérique peut contribuer au lien social dans la vie réelle. C'est la puissance de ce que le sociologue Mark Granovetter nomme « la force des liens faibles » : la multiplication des relations interpersonnelles, fussent-elles brèves, contribue à recréer de la confiance et à accroître

le capital social des individus. Plateforme numérique mais aussi intermédiaire physique, leboncoin constitue un réel accélérateur de lien social, avec chaque année en France près de 31 millions de rencontres ponctuelles réalisées grâce au site. Voir même quelques mariages imprévus !

Une dernière remarque ?

AdS. : Comme évoqué au début de notre échange, leboncoin est intéressant en ceci qu'il repose sur un principe vieux comme le monde, de l'achat de seconde main, mais qu'il incarne parfaitement les tendances de consommation de notre temps. Il répond à des contraintes budgétaires – le pouvoir d'achat reste invariablement le premier moteur des utilisateurs – mais aussi à des ambitions environnementales. Il est dans sa forme résolument utilitaire et sans fioritures, mais il permet d'échanger des biens qui créent une émotion, pour soi ou pour gâter ses proches. Il est numérique, donc foncièrement assez froid, mais il est réchauffé par 28 millions de Français qui s'y connectent chaque mois, se rencontrent, se lient parfois d'amitié. Les motivations ne sont pas toujours les mêmes, elles peuvent même être contradictoires d'un jour à l'autre, même au sein de la même personne.

Mais c'est cette multiplicité qui fait la force de notre plateforme. En ce sens, elle permet d'illustrer les « cinquante nuances » de sobriété qui coexistent aujourd'hui dans notre société, qu'il convient, à coup sûr, de pérenniser et d'encourager. Nous espérons y contribuer de notre mieux.

La multiplicité des motivations qui poussent les utilisateurs à venir sur leboncoin permet d'illustrer les « cinquante nuances » de sobriété qui coexistent aujourd'hui dans notre société, qu'il convient, à coup sûr, de pérenniser et d'encourager. Nous espérons y contribuer de notre mieux