

- Après explicitation du terme, **les Français associent avant tout l'Ubérisation à des offres plus compétitives (83%) et mieux adaptées aux attentes des consommateurs (80%) mais une majorité considère également qu'il va de pair avec les notions d'emplois précaires (70%) et de destruction de secteurs professionnels (66%).** 58% l'associent enfin à l'idée d'économie collaborative.

Ces chiffres confirment en plus des propos spontanés que les Français tendent à la fois à voir l'Ubérisation comme un phénomène portant des évolutions positives (notamment pour les consommateurs) et des changements plus risqués (notamment en termes d'emploi). On note que les plus âgés et les personnes vivant en province se révèlent un peu plus critiques à l'égard de ce concept que la moyenne alors que les jeunes, les Franciliens et les personnes en recherche d'emploi se montrent plus sensibles aux bénéfices qu'ils y associent.

- Lorsqu'on les interroge sur les **secteurs aujourd'hui concernés** par l'Ubérisation et ceux qui pourraient l'être, les Français évoquent avant tout **le transport** (95% dont 81% pour qui l'Ubérisation y est déjà en cours) puis de manière plus projective **l'hôtellerie** (89% dont 57%) et **la distribution** (86% dont 42%) et dans une moindre mesure les télécoms (73% dont 29%), les assurances (71% dont 23%), les médias (69% dont 26%) et la banque / finance (68% dont 30%). **La politique et la justice sont en revanche considérées comme des secteurs plus difficilement « ubérisables »** (respectivement 36% et 29% dont 9% et 7%).

On note que les moins de 25 ans envisagent nettement plus souvent une Ubérisation des médias (78% contre 69% en moyenne), probablement du fait de leur usage plus fréquent des réseaux sociaux comme émetteurs et vecteurs d'information.

- Les entreprises les plus souvent désignées comme contribuant au phénomène d'Ubérisation sont **Uber, Airbnb et Blablacar**, les grandes entreprises du web (Amazon, Google, etc.) étant ensuite citées en mineur ainsi que les banques en ligne.

