

## Toujours plus d'achats low-costs

Aucun secteur de la consommation n'échappe aujourd'hui au phénomène des petits prix dénichés sur Internet.

À MESURE que la communauté des radins s'agrandit, le boom du low-cost se poursuit. Jusqu'ici cantonné essentiellement au secteur du tourisme, de l'alimentaire et du textile, le phénomène touche aujourd'hui des domaines inédits, parfois même élitistes comme l'art ou l'immobilier. Pour les cyberéconomistes, c'est le paradis. Ils peuvent désormais faire des achats immobiliers bas coût ou plus exactement faire des économies sur les frais d'agence. Mais c'est toujours ça de pris ! Deux sites relativement similaires ont vu le jour dans ce secteur en moins d'un an : site-leader-immobilier.fr et l'agence Efficity. L'idée est de rapprocher davantage les acheteurs des vendeurs pour baisser les coûts de service.

Mais la vogue du low-cost ne s'arrête pas là. Les esthètes pas forcément pleins aux dents peuvent désormais s'offrir une œuvre d'art ou un objet design à mini-prix. « Par exemple, Red Edition,

*une boutique de déco design en ligne, s'est donné pour objectif de vendre des meubles aux lignes stylées sans snobisme financier, en étudiant les coûts de près »,* rapporte Carine Gouriadec, coauteur du *Guide malin pour dépenser moins*, dont le livre et le blog regorgent de vraies bonnes affaires\*. Pendant deux ans, cette journaliste et sa consœur ont mené l'enquête et vérifié le sérieux des plans malins qu'elles proposent. Elles ont notamment trouvé comment acheter un véhicule neuf... à prix d'occasion, en faisant appel à un mandataire spécialisé qui obtient une ristourne de 30 % auprès des concessionnaires à qui il achète plusieurs milliers de voitures par an ([www.auto-ies.com](http://www.auto-ies.com)).

### **Bas prix, pas bas de gamme**

« Mais gare aux pièges, le low-cost n'est pas à l'abri d'offres abusives. Certains sites par exemple promettent des réductions accrocheuses qui deviennent subitement introuvables pour le consommateur. » De nature, le cyberéconomiste est prudent. « La première chose qu'il cherche, c'est évidemment le meilleur prix », indique Tobias Steinberger, fon-

dateur du site radins.com. La qualité vient tout de suite après.

Car le low-cost ne veut pas automatiquement dire bas de gamme. Au contraire, les stars du design sont désormais accessibles à un large public lors de ventes privées, de même que le plaisir de s'offrir des tirages photos en édition limitée, jusqu'ici réservé à quelques privilégiés. « Tout ce qui était à vocation élitiste peut se vendre moins cher sur Internet, explique Carine Gouriadec. Pour la simple raison que les modèles sont vendus directement sur le Net, sans passer par des intermédiaires ou des boutiques de déco dont le loyer dispendieux et les charges font souvent grimper la note. » Les shoppeuses en quête de chic pas cher trouvent facilement sur le dépôt-vente en ligne, cote-enfants.com : le coquet lit blanc Bonpoint à 325 € ou le cheval à bascule Jacadi à 50 €. Autant de « must have » qui titillent les fringales acheteuses. Car à force d'être si attractif pour le portemonnaie, le low-cost peut finir par coûter cher.

C. D.

\* <http://leblogmalin.typepad.fr/about.html>