

ÉCONOMIE DE PARTAGE

Un avenir solidaire



Article réflexif
NoventID | Team Academy
HES-SO Valais/Wallis
Semestre 4
Avril 2022
Manu Keller

AVIS DE NON-DIVULGATION DES MATIÈRES

Ce document contient des données confidentielles. Il n'est pas supposé être disponible à des tiers, à l'exception des lecteurs chargés de superviser cet article, ainsi qu'aux membres autorisés de la Team Academy, sans le consentement de l'auteur. Une copie et/ou la publication de ce document - même par extraits - sont formellement interdites sans permission préalable.

TABLE DES MATIÈRES

Avis de non-divulgence des matières	2
Executive summary	4
Avant-propos et introduction	4
Vers une définition	5
Opportunités	5
Comment s'intégrer dans l'économie collaborative ?	5
Comment faire émerger de la motivation	7
Risques pour les entreprises	8
Points d'attention	9
Conclusion	10
Sources	11

EXECUTIVE SUMMARY

Cet article a pour but de définir et d'explorer la notion d'économie collaborative. Il dévoile les opportunités que cette dernière offre, les risques qui y sont liés et la manière de l'intégrer au mieux à un projet émergent. Notre environnement ne nous laissera tantôt plus le choix de nous adapter à lui, et ce de manière drastique. Il est bénéfique d'avoir toujours plus conscience et connaissance des alternatives existantes. Cet essai est un premier pas dans ce sens.

AVANT-PROPOS ET INTRODUCTION

Dans un monde qui fait face à « une catastrophe environnementale » (Brière, 2020), nous nous devons de réfléchir à une nouvelle manière d'appréhender l'économie. Les enjeux de durabilité ne peuvent désormais plus être ignorés et il semble judicieux, au sein d'un programme tel que « *Business Team Academy* » visant notamment à apprendre à innover, d'étudier une économie qui peut s'inscrire dans les changements qui nous attendent.

D'un point de vue personnel, le désir de rédiger un essai sur cette thématique m'est venu de l'observation. Dans le cadre de mes études, je suis amené à développer des idées de projet et tenter de leur donner vie. Dès lors, je dois me questionner sur le contexte qui m'entoure. Il faut notamment que je me pose deux principales questions : Quel besoin le marché souhaite combler ? Quel impact sur l'environnement est-ce que le développement d'un projet pouvant combler ce besoin peut avoir ? J'ai d'abord commencé par étudier les *success stories* qui m'entourent : *Airbnb*, *Uber*, Yomi Denzel et le monde de la formation en ligne (non pas du *dropshipping*), ou encore le jeu de *NFT (Non Fungible Token) Axie Infinity*. Toutes ces entreprises ont un point en commun : elles permettent aux personnes, qui le désirent et le peuvent, de générer de l'argent. En d'autres termes, il y a un marché dans le marché. En effet, *Airbnb* permet à certain.e.s propriétaires d'être indépendant.e.s et totalement rentier/ère.s, en mettant leur(s) bien(s) à disposition. *Uber* a créé des dizaines de milliers d'emplois (SudOuest.fr, 2021). Il existe pléthore de formations en ligne, plus ou moins qualitatives, permettant, si les conseils sont bien appliqués, de générer de l'argent et nous parlons aujourd'hui d'infopreneuriat. Finalement, j'ai généré un certain montant de « WETH » (*Wrapped Ethereum*) grâce au jeu *Axie Infinity*, basé sur le fonctionnement novateur et encore très volatile du *play-to-earn*. Ainsi, nous pouvons dire que ces entreprises vendent aussi la possibilité de générer un revenu. J'ai dès lors cherché à comprendre d'où venait cette tendance économique et ai ainsi pu la nommer : économie collaborative. « [Elle] est un modèle économique où la propriété et l'accès sont partagés entre les entreprises, les startups et les personnes. Il en résulte des efficacités de marché qui portent de nouveaux produits, services, et la croissance des entreprises » (Owyang, Tran, Silva, 2013).

Mes réflexions sur l'élaboration d'un projet se sont alors orientées vers un système respectant les principes de fonctionnement du style d'économie défini ci-dessus. J'ai ensuite esquissé une idée répondant à un besoin personnel en rapport avec l'industrie de l'alimentation. Je n'accorde que très peu de temps à cuisiner car je n'apprécie pas

particulièrement cette activité, cependant il m'est coûteux de ne pas aimer cette dernière. J'ai ainsi imaginé un système collaboratif dans cette industrie. En bref, mon idée peut être nommée, pour faciliter sa compréhension, *Eatbnb*. Dans les grandes lignes, le concept est le suivant : les personnes ayant plaisir à cuisiner et/ou souhaitant générer de l'argent, cuisinent pour les personnes qui n'ont pas le temps, l'envie (ou autre) de se faire à manger, pour un prix inférieur à celui de la livraison de plats à domicile actuel. Dès lors il m'a semblé pertinent d'étudier cette thématique qu'est l'économie collaborative, afin d'explorer ses diverses facettes et connaître une partie de l'environnement dans lequel mon idée de projet pourrait se développer.

VERS UNE DÉFINITION

Aujourd'hui de plus en plus de termes émergent pour décrire les nouvelles tendances économiques, tels qu'économie de partage, économie circulaire, économie de pair-à-pair, économie durable. Cette diversité de tendances peut parfois engendrer de la confusion et une difficulté à définir clairement l'économie à la fois innovante, de partage et durable. Ainsi, nous parlerons dans cet article d'économie collaborative, regroupant plusieurs concepts de chaque secteurs susmentionnés, suivant les termes utilisés par Frenken (2015) : « *les consommateurs s'accordent mutuellement un accès temporaire à des actifs physiques sous-utilisés ("capacité inactive"), éventuellement contre de l'argent* ». Telle sera l'approche et la perspective d'analyse de l'économie sujette de cet essai.

OPPORTUNITÉS

Selon Damien Demailly et Anne-Sophie Novel (2014), les biens considérés comme partageables au sein des ménages représentent un quart des dépenses au sein d'un foyer, et un tiers des déchets de ce même foyer. En optimisant l'utilisation de nos biens, grâce notamment à un esprit collaboratif et au partage, « *c'est jusqu'à 7 % du budget et 20% des déchets des ménages qui pourraient être économisés* » (Demailly et Novel, 2014). De plus, nous permettons potentiellement à d'autres personnes d'utiliser un bien dont elles ont le besoin et dont elles n'ont pas le désir, les moyens (ou toute autre raison) de posséder. Nous pouvons ainsi observer que l'impact de la collaboration peut se faire sur les trois entités d'un développement durable : l'environnement, la société et l'économie. Nous verrons plus tard dans cet essai comment créer de la motivation sur un ou plusieurs de ces trois piliers soutenant la durabilité.

COMMENT S'INTÉGRER DANS L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE ?

D'un point de vue de consommateur/rice, la collaboration peut se faire par le partage, le prêt (et l'emprunt), la rachat (et la revente), le don (et le gain), la location, l'échange, le troc, entre autres. Au sein d'une économie collaborative, les consommateur/rice.s développent un certain pouvoir. Comme ils/elles partagent (de l'une des diverses manières citées ci-dessus) entre eux/elles, le pouvoir des entreprises diminue face à

celui des particulier/ère.s. Un risque s'établit donc dans la potentialité que les consommateur/rice.s court-circuitent les entreprises.

En tant qu'entreprise innovante ayant à coeur de s'inscrire dans cette économie durable, deux enjeux principaux émergent du risque précédemment cité. Le premier est de créer un esprit de collaboration au travers de la responsabilisation de ses consommateur/rice.s. Et le second est de trouver un modèle de fonctionnement économique viable pour l'entreprise. De ce fait l'approche ne doit pas être axée sur la poursuite du profit ou encore la propriété individuelle, mais sur l'intérêt et la propriété commune. L'un des grands avantages de s'intégrer dans cette économie durable, selon une étude de Owyang, Tran et Silva (2013), est la possibilité de recevoir des fonds de capital-risque par des sociétés d'investissement. En effet, leurs résultats montrent que plus d'un tiers des *startups* (études sur plus de 200 *startups* s'inscrivant dans l'économie collaborative) ont bénéficié de financements, et ces derniers s'élèvent en moyenne à 29 millions de dollars par *startup* (Owyang, Tran et Silva, 2013).

Afin d'être en mesure de créer cette volonté de collaboration, cette responsabilisation des consommateur/rice.s ainsi qu'un système économique viable, il est nécessaire de développer une entreprise (ou un projet) orientée vers le service. Il ne faut plus essayer de vendre un bien, mais son utilité. On ne cherchera pas à vendre une voiture, mais la mobilité. On ne proposera pas une imprimante, mais la possibilité d'imprimer. Le système économique est dès lors orienté vers des possibilités d'abonnement ou de location et non plus de vente unique d'un bien. Désormais, je n'achète plus de films en *DVD Blu-ray*, en revanche je m'abonne à une plateforme contenant de multiples films accessibles en tout temps, pour autant que je renouvelle continuellement mon abonnement. *Idem* pour la musique où je n'ai plus besoin de posséder, ni de disques, ni de lecteurs permettant de lire ces disques. L'accent est donc mis sur la relation à long terme (fidélité) avec notre clientèle.

Il devient opportun de créer une communauté autour de notre marque en permettant à notre clientèle d'échanger (revendre, racheter, ou donner). Il est encore difficile aujourd'hui de statuer sur la tendance qu'aura l'aspect collaboratif au sein de l'économie, tant elle est dépendante des régulations juridiques de l'environnement qui l'entoure (Grosdhomme, 2021). Cela-dit il est judicieux, en tant qu'entreprise, de s'insérer dans le processus de partage, plutôt que de l'observer se créer indépendamment de nous, si la tendance collaborative continue d'évoluer. La marque peut, par exemple, prendre une commission sur chaque transaction et/ou offrir une meilleure visibilité aux personnes qui sont prêtes à investir pour ce bénéfice. *Facebook* a même engendré de l'impulsivité d'achat chez ses utilisateur/rice.s (Chang, Lu et Li, 2020). Bien qu'ils/elles cherchent dans un premier temps à acheter ce dont ils/elles ont besoin, l'algorithme aura tendance à proposer d'autres biens sur lesquels leur attention se sera posée auparavant, favorisant l'achat impulsif. Il devient possible d'avoir un impact sur l'esprit collaboratif de notre communauté et de le monétiser. Cela ne devant pas être dans un but de maximisation du profit, mais de compensation pour la réutilisation de notre offre. Pour certaines marques, cette présence dans le marché de

seconde main a même offert de nouvelles opportunités. Vincent Stanley, responsable des ventes de la marque Patagonia, a dit « *Le marché de l'occasion permet de faire connaître la marque à un grand nombre de jeunes qui n'ont pas les moyens de l'acheter. D'une certaine manière, il nous ouvre un marché que nous n'aurions peut-être pas eu autrement* » (2013).

Aujourd'hui, les plateformes de partage, telles que *Marketplace* de Facebook précédemment cité, *eBay* et bien d'autres sont malheureusement en dehors de la marque elle-même. Offrir sa propre technologie collaborative a de nombreux avantages pour créer une solide communauté et optimiser le processus de partage. La récolte de *datas* spécifiques est l'un d'eux.

COMMENT FAIRE ÉMERGER DE LA MOTIVATION

Comme nous l'avons vu précédemment, l'économie collaborative peut avoir un impact sur le plan social, environnemental et économique. Il convient donc de générer chez sa clientèle une motivation liée à l'un ou plusieurs de ces trois plans. Böcker et Meelen (2017) ont étudié ces trois formes de motivation pour voir lesquels sont prédominants selon les secteurs d'activité, tant pour les pourvoyeur/se.s que les utilisateur/rice.s (voir figure ci-dessous).

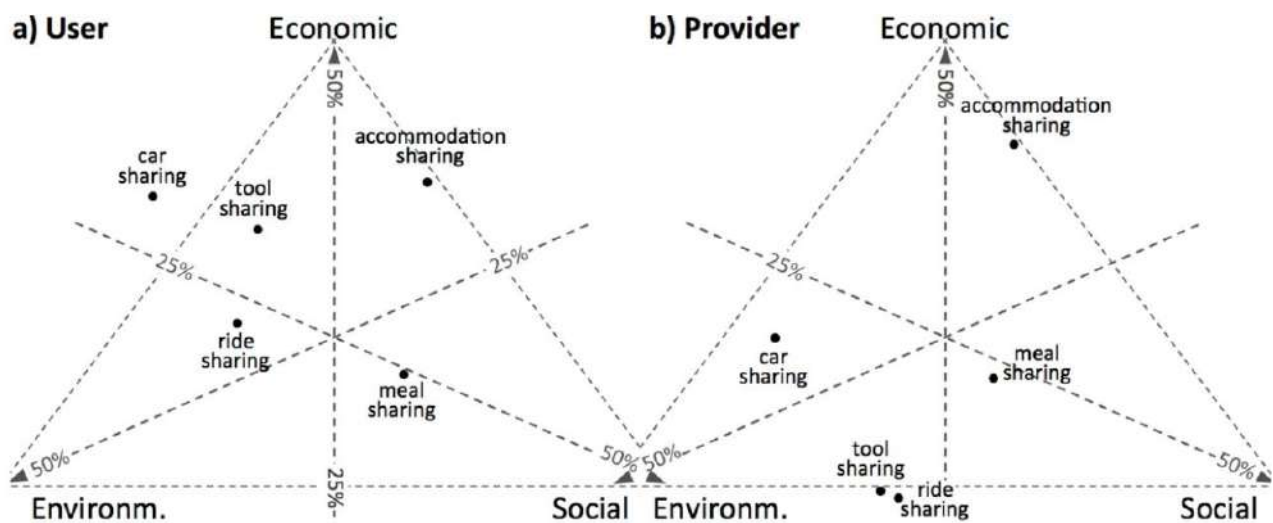


Figure 1 - Motivations à participer à différents secteurs de l'économie de partage (Böcker et Meelen, 2017)

Les recherches de Böcker et Meelen (2017) démontrent que les motivations divergent selon le secteur d'activité et le rôle (pourvoyeur/se ou utilisateur/rice). La mise à disposition d'hébergements est motivée par la forte rentabilité économique, mais aussi par l'aspect social. Certain.e.s hôtes ont plaisir à mettre en location un espace non-utilisé qu'ils/elles possèdent, afin d'avoir des interactions humaines. Nous pouvons aussi observer que le partage de repas est davantage motivé par les aspects social et environnemental que par l'aspect économique. Böcker et Meelen (2017) ont tout de même constaté que le facteur économique est une source de motivation constante et

importante, quasiment dans tous les domaines d'activité. Pour mener au changement, il est bénéfique de garder à l'esprit que l'aspect économique reste une dimension clé pour toute personne, même dévouée au partage et à la collaboration.

Pour revenir sur le thème de ce chapitre, et l'erreur que son titre contient, il s'agit plus de trouver quelle(s) motivation(s) (sociale, environnementale et/ou économique), et par qui (pourvoyeur/se et utilisateur/rice), sont concernées par notre secteur d'activité, plutôt que de « faire émerger » de la motivation au sein de notre communauté. Böcker et Meelen (2017) ont, par exemple, analysé divers secteurs d'activité économiquement collaboratifs, afin d'analyser les probabilités d'utilisation et de pourvoyance (voir figure ci-dessous).

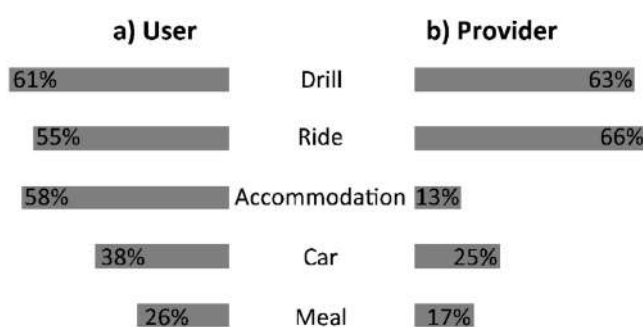


Figure 2 - Part des répondants (fortement) susceptibles d'utiliser (a) et de fournir (b) divers secteurs de l'économie du partage (Böcker et Meelen, 2017)

RISQUES POUR LES ENTREPRISES

Risques de s'inscrire dans le processus collaboratif.

Nombreuses sont les lois et règles qui affectent les entreprises basées sur le partage, car elles ont été rédigées durant l'ère de production industrielle et de consommation de masse et ne sont donc plus appropriées aujourd'hui. Ces lois peuvent être le droit transactionnel et droit des affaires, lois des logements, l'utilisation des sols et zonage, lois liées au travail et à l'emploi, la propriété intellectuelle, la gouvernance d'entreprise, les droits des organisations à but non lucratif, les réglementations relatives au commerce, à la production et à la collecte de fonds, et bien d'autres encore (Rinne, 2012). Il faut donc que les États et les villes accordent une attention particulière pour réguler ces lois et peuvent s'inspirer des *politiques pour une économie de partage* définies par le site SPUR (2012). Damien Demailly et Anne-Sophie Novel soulignent aussi que le cadre fiscal actuel paraît « *inadapté au développement de l'économie du partage et plus généralement de l'économie pair-à-pair. Pour les partisans de cette « nouvelle » économie, au-delà de la fiscalité, c'est un ensemble de réglementations sectorielles qui sont à revoir* » (2014).

Diverses peurs sont aussi liées à cette tendance collaborative, telle qu'une décroissance économique ou encore une diminution de l'emploi (Demailly et Novel, 2014).

Néanmoins, ces réflexions sont spéculatives et des alternatives peuvent être trouvées aux changements qu'imposent l'adoption de cette économie.

Risques de ne pas s'inscrire dans le processus collaboratif.

L'enjeu majeur de l'économie collaborative reste la durabilité environnementale. Au risque de passer pour un projet ou une entreprise qui fait du simple « *greenwashing* », il devient aujourd'hui essentiel de prendre très au sérieux l'impact écologique de nos actions. L'heure est grave et une adaptation de notre comportement et de nos habitudes de consommation va s'imposer à nous dans les années à venir. Cela ne sera pas différent pour les commerces et le futur de l'innovation. Au sein d'un projet innovant, « *la protection de l'environnement doit passer du statut d'argument à celui d'objectif* » (Demailly et Novel, 2014). Il devient nécessaire d'identifier l'impact sur l'environnement, de prendre des mesures et de comprendre les réglementations qui peuvent potentiellement affecter l'évolution durable.

D'autre part, ne pas « monter dans le train » est un risque aujourd'hui. Comme le relève l'expert Owyang, « *le modèle "consommer et jeter" va céder la place à "consommer et collaborer". Grâce aux nouvelles plateformes et à l'adoption croissante des consommateurs, les particuliers trouveront plus facilement des moyens de monétiser leurs biens ou services et d'acheter directement les uns aux autres à moindre coût et, parfois, avec plus de commodités* ». Bien que les commerces peuvent influencer le marché, ce dernier aussi peut avoir une influence sur les commerces. Ainsi, si cette tendance se perpétue et que les consommateur/rice.s continuent d'adopter cette économie émergente, les entreprises qui ne se seront pas adaptées en souffriront.

POINTS D'ATTENTION

Comme nous le voyions au début de cette essai, il est compliqué de définir avec précision ce qu'est l'économie collaborative, de partage ou pair-à-pair. Comme cité précédemment, la définition donnée par Frenken et Meelen (2015) et à laquelle nous nous sommes attachés tout au long de cet article, est la suivante : « *les consommateurs s'accordent mutuellement un accès temporaire à des actifs physiques sous-utilisés ("capacité inactive"), éventuellement contre de l'argent* ». Il est important de relever les notions de « sous-utilisation » ou d' « inaction ». L'enjeu collaboratif n'a donc d'intérêt que si l'utilisation du service partagé allait de toute façon se produire. De ce fait, peut-on réellement considérer *Airbnb* et *Uber* comme des entreprises intégrées dans l'économie collaborative au sens où nous la définissons ? En effet, il s'agirait de partage si les pourvoyeur/euse.s de mobilité ou de logement pourvoiraient leur service dans tous les cas. Autrement dit, si les conducteur/rice.s feraient le trajet (qu'ils/elles partagent) quoi qu'il en soit, ou si les logements sont loués parce qu'ils sont vacants pour une raison spécifique (voyage, affaires, visite familiale ou autre). En revanche, « *si des personnes vivent en permanence dans une autre maison et louent continuellement leur propre bien, elles ne font en réalité que gérer un hôtel (souvent illégal)* » (Frenken et Meelen, 2015). De la même manière, « *si [...] le chauffeur [Uber] n'effectue la course que*

pour transporter quelqu'un de A à B, il s'agit alors d'un service de taxi régulier ». Dans ces deux cas, il ne s'agit plus d'économie collaborative à proprement parler.

Il s'agit d'une excellente indication pour le projet que j'ai nommé en début de rédaction « *Eatbnb* » (pour faciliter la compréhension son concept). Il serait plus durable de créer un fonctionnement visant à revendre (si ce n'est donner) des excédants de plats cuisinés, plutôt que de cuisiner uniquement dans le but de générer un revenu et faire concurrence à l'industrie de la restauration.

CONCLUSION

En définitive, les entreprises devront rejoindre l'économie collaborative avec ou contre leur gré. Le marché et/ou l'environnement les y forceront, et c'est louable. À titre personnel, j'aime à penser que nous devons nous diriger vers un avenir solidaire plutôt que vers un avenir économiquement performant au détriment du bien-être de la planète et de sa population. Le chemin est encore long et l'adaptation demandera des efforts à chacune et chacun d'entre nous. Et c'est pour cette raison qu'il est fondamental de garder à l'esprit que c'est avant-tout pour nous que nous devons fournir ces efforts et pas simplement pour la planète. Cette dernière survivra. Nous en revanche ... sommes désormais maîtres de notre sort.

SOURCES

Böcker, L., & Meelen, T. (2017). *Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation*. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39. Accès : <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210422416300892>

Brière, M. A., & Raufflet, E. B. (2020). *L'institutionnalisme ostromien à l'ère de l'économie du partage*. Doctoral dissertation, HEC Montréal. Accès : https://biblos.hec.ca/biblio/memoires/Briere_Marc_Antoine_m2020.pdf

Chang, H. H., Lu, Y. Y., & Lin, S. C. (2020). *An elaboration likelihood model of consumer response to facebook second-hand marketplace: Impulsiveness as a moderator*. *Information & Management*, 57(2), 103171. Accès : https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378720618305202?casa_token=MXbJ2iOw5lkAAAAA:wBeJMMIPyHHEALxjFIMHtHO-leYWW2Kzt3S-tEjTGD7yBu4WGFpxxeG8__tSo8gISFvEbQLlvh_

Demilly, D., & Novel, A. S. (2014). *Économie du partage: enjeux et opportunités pour la transition écologique*. *Studies*, 3(14), 1-32. Accès : [https://www.psychanalyse.com/pdf/TRANSITION%20ECOLOGIQUE%20ECONOMIE%20DU%20PARTAGE%20ENJEUX%20ET%20OPPORTUNITES%20SCIENCES%20PO%202014%20\(32%20Pages%20-%201,9%20Mo\).pdf](https://www.psychanalyse.com/pdf/TRANSITION%20ECOLOGIQUE%20ECONOMIE%20DU%20PARTAGE%20ENJEUX%20ET%20OPPORTUNITES%20SCIENCES%20PO%202014%20(32%20Pages%20-%201,9%20Mo).pdf)

Frenken, K., Meelen, T., Arets, M., & Van de Glind, P. (2015). *Smarter regulation for the sharing economy*. *The Guardian*, 20(5), 2015. Accès : <https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy>

Frenken, K., Meelen, T. (2015). *Stop Saying Uber Is Part Of The Sharing Economy*. *Fast Company*. Accès : <https://www.fastcompany.com/3040863/stop-saying-uber-is-part-of-the-sharing-economy>

Grosdhomme, É. (2021). *L'économie collaborative peut-elle contribuer en France à la croissance économique, à la réduction des dépenses publiques et à la création d'emplois?*. Accès : https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=PUF_PEBER_2018_01_0217&download=1

Owyang, J., Tran, C., & Silva, C. (2013). *The collaborative economy*. Altimeter, United States. Accès : <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phpapp02-2.pdf>

Rinne, A. (2012). *Sharing Economy Law: Outdated Rules Create Opportunity*. *Shareable*. Accès : <https://www.shareable.net/this-week-in-sharing-open-cities-open-education-opennews/>

SPUR. (2012). A Policy Agenda for the Sharing Economy. Urbanist Article. Accès : <https://www.spur.org/publications/urbanist-article/2012-10-09/policy-agenda-sharing-economy>

SudOuest. (2021). *Pour ses 10 ans, Uber révèle ses records insolites*. Accès : <https://www.sudouest.fr/france/uber-affiche-ses-kilometres-pour-ses-dix-ans-en-france-7151012.php#:~:text=Profil%20des%20chauffeurs,Uber%20dont%2030%20000%20>