

# Economie collaborative : de quoi parle-t-on ?

Godefroy Dang Nguyen, IMT Atlantique, Marsouin

## Introduction

L'économie collaborative peut se définir par le fait que des individus participent à titre individuel et sous les formes les plus variées mais de façon plutôt informelle, à la production d'un bien ou d'un service. Bien que cela ait toujours existé, la participation des individus à des activités de production sur une telle base a acquis, avec le recours à Internet, une ampleur sans précédent. Si l'on pratiquait l'autostop avant BlaBlaCar, si on louait sa résidence secondaire ou une chambre avant AirBnB et si les voitures avec chauffeur ont toujours côtoyé les taxis avant Uber, ces plateformes ont donné l'occasion à bien des personnes de développer de nouvelles activités. BlaBlacar a plus de 20 millions d'inscrits, AirBnB donne accès à plusieurs millions de chambres ou d'appartements, et Uber a dans ses répertoires plusieurs centaines de milliers de personnes qui sont prêts à louer leur service de chauffeur. En tirant leur inspiration des écrits de Toni Negri, Nicolas Colin et Henri Verdier parlent à propos de ce phénomène d'un « âge de la multitude » (Colin et Verdier, 2016).

En permettant à cette multitude de développer de nouvelles activités, l'économie collaborative crée des opportunités d'échanges et de transactions qui n'auraient pas existé sans elle, et ce faisant elle contribue, selon la théorie économique standard, à accroître le « bien être général », en particulier la satisfaction des consommateurs et de ces nouveaux producteurs. L'exemple habituellement mis en avant sur l'intérêt social de l'économie collaborative, est celui des perceuses : on les utilise peu (elles sont la plupart du temps rangées dans le placard à outil), et les prêter ou les louer augmente ainsi leur utilité, leur propriétaire en retire des gains supplémentaires et celui qui loue le matériel peut faire l'économie d'un achat. Ainsi grâce à Internet et par l'intermédiaire de sites spécialisés appelés « plateformes », on peut effectuer une grande quantité de micro-échanges ou de micro-transactions entre individus, comme prêter ou louer sa perceuse. François Meunier<sup>1</sup> nomme cela « l'extension du domaine du marché ».

Puisque les individus, deviennent producteurs ou fournisseurs de services et comblent, ce faisant, les besoins d'autres individus, nous utiliserons le terme de « pair à pair », en référence aux ordinateurs qui « s'interpellent » directement « de pair à pair » grâce à Internet. Ici il s'agit évidemment de relations d'individu à individu. Le terme de « consom'acteur » est parfois employé pour souligner la dualité des rôles que jouent les personnes, à la fois consommateurs et producteurs.

Dans certains domaines, cette économie collaborative pair à pair a désormais acquis sa pleine visibilité : on a déjà évoqué les cas emblématiques d'AirBnB, BaBlaCar et Uber. Mais les initiatives se

---

<sup>1</sup> François Meunier : « Faut-il craindre l'uber-économie ? 1) L'extension du domaine du marché »  
<http://www.paristechreview.com/2015/09/23/uber-extension-domaine-marche/>

multiplie dans les champs les plus variés. On peut échanger des heures de piano contre des heures de jardinage (ou de bricolage) en adhérant aux Accorderies ou aux « Systèmes d'échanges locaux », on peut louer sa voiture à d'autres particuliers sur des sites comme Drivy ou Koolicar, on peut proposer à des inconnus de dîner chez soi (contre rémunération) grâce à Vizeat. On peut même louer son tracteur sur le site de Wefarmup.

Mais l'économie collaborative ne consiste pas seulement à produire de nouvelles transactions entre les individus. Elle fait aussi référence à d'autres pratiques d'interaction. La coopération, le transfert de connaissance en sont des éléments à part entière. Ainsi dans les Repair Cafés on peut apporter son petit matériel à réparer, et un bénévole vous montrera comment il faut procéder (et vous prêtera même, le cas échéant, ses outils le temps que vous effectuiez la réparation). Dans les Fablabs on apprend à usiner ses propres productions en utilisant du matériel et des programmes informatiques mis à votre disposition. Les crèches parentales sont aussi une forme d'économie collaborative qui semble ainsi couvrir, cet exemple le montre bien, pas mal d'activités considérées jusqu'à présent comme associatives, parties prenantes de ce que l'on appelle en général l'économie sociale et solidaire.

L'exemple de la perceuse montre aussi que l'on passe, avec l'économie collaborative, d'une économie de la possession à une économie de la fonctionnalité. Comme le disent les gourous de l'économie collaborative, « vous n'avez pas besoin d'une perceuse, vous avez besoin de faire des trous »<sup>2</sup>. Cette évolution avait été déjà notée en 2002 par Jeremy Rifkin, dans son livre « L'âge de l'accès »<sup>3</sup>. Il soulignait à l'époque que l'on n'aurait besoin plus dans le futur, de posséder sa voiture, sa maison, sa perceuse donc..., mais qu'il suffisait de les louer à des entreprises spécialisées dans la mise à disposition de ces immobilisations. Mais ce que Rifkin n'avait pas vu, c'est que tout un chacun pouvait lui aussi devenir loueur d'à peu près tout ce qu'il possédait<sup>4</sup>.

Une autre notion à laquelle renvoie parfois l'économie collaborative, c'est celle d'économie circulaire. Celle-ci rend compte de la nécessité, dorénavant, de se préoccuper des conséquences énergétiques et environnementales de la production des objets. L'idée de recycler est devenue, dans certains cas (les énergies nucléaires en sont l'exemple le plus dramatique, le tri des déchets l'exemple le plus quotidien), un impératif catégorique. Avec le développement des sites de revente entre particuliers comme Leboncoin.fr en France ou eBay aux USA, les objets que l'on n'utilise plus peuvent avoir une nouvelle vie. Certes, puisqu'on parle de revente, ce n'est que du commerce électronique et ça a démarré depuis longtemps, en 1996 pour eBay. Mais la location des objets elle, a pris récemment un véritable élan. Et même des enseignes comme Mr Bricolage offrent ainsi à leurs clients la possibilité de louer leurs propres outils à d'autres particuliers, par l'intermédiaire du site de l'enseigne. Ces loueurs reçoivent en retour comme rémunération des bons d'achat dans les magasins de Mr Bricolage. Ainsi, alors qu'encourager la promotion de l'économie collaborative semblait aller à l'encontre de ses intérêts –si les particuliers se louent entre eux leurs perceuses, cela fait moins de vente pour elle-, l'enseigne récupère au moins une partie de la mise (et peut être

---

<sup>2</sup> Par exemple, R. Botsman et Y. Rogers (2010) : "What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption." HarperBusiness

<sup>3</sup> J. Rifkin (2000) « L'âge de l'accès », La Découverte.

<sup>4</sup> S'il l'avait vu, une telle préscience aurait été extraordinaire, puisqu'on ne connaissait pas en 2002 le Web 2.0, c'est-à-dire la prise de parole (donc de pouvoir) des individus sur le Net.

plus !) en fidélisant des clients et en encourageant l'accélération de l'usage de ses produits donc leur renouvellement auprès d'elle.

Il est difficile malgré tout d'évaluer l'ampleur du phénomène que représente l'économie collaborative, d'autant que sa définition est floue, ses frontières mouvantes et qu'elle est en pleine expansion : la variété des activités dans lesquelles les individus sont impliqués à titre personnel, la multiplicité des initiatives de la part de « startups » mais aussi d'associations, font que l'on a parfois du mal à en apprécier aussi bien les contours que la portée. Quelques chiffres toutefois donnent des ordres de grandeur. Ainsi en Grande Bretagne, on comptait, en 2015, 5 millions de personnes qui exerçaient une activité, de façon occasionnelle ou permanente, dans l'économie collaborative<sup>5</sup>. Uber avait 30 000 chauffeurs indépendants dans ce pays et 1,5 million de personnes utilisait leurs services dans le Grand Londres. En France, l'offre de chambres via AirBnB avait attiré 5 millions de personnes en 2015, contre 2 millions en 2014<sup>6</sup>. Selon une étude du cabinet PWC pour la Commission Européenne<sup>7</sup>, la valeur des transactions nouées sur les plateformes d'économie collaborative des cinq secteurs d'activité principaux<sup>8</sup>, s'élevait en 2015 à 28,1 milliard € pour l'ensemble de l'Union Européenne. Les plateformes de leur côté avaient eu un chiffre d'affaires de 3,6 milliard €.

Le phénomène suscite pas mal d'appréhensions, résumées par le terme « ubérisation », inventé par Maurice Lévy. Les manifestations des chauffeurs de taxis face à l'arrivée de la concurrence des « chauffeurs Uber » qu'ils jugent déloyale puisque ces chauffeurs n'ont pas acquis une licence d'exploitation parfois onéreuse<sup>9</sup>, mais, plus récemment, de ces mêmes chauffeurs Uber vis à vis de leur « fournisseur d'affaires », ont montré que certains ont peur de voir leurs travail ou leurs affaires menacées ou fragilisées par l'irruption de ces plateformes, quand d'autres ressentent un espoir déçu<sup>10</sup>.

Mais l'économie collaborative déclenche aussi beaucoup d'incompréhension, car on a du mal à percevoir comment un phénomène social fondé sur l'idée de partage peut conduire à voir émerger des entreprises dont la capitalisation boursière a atteint plusieurs milliards (ou dizaines de milliards). Ainsi, à l'été 2015 celle de AirBnB avoisinait les 50 milliards de dollars, et celle de Uber 24 milliards. En fait, cette « économie » recouvre deux réalités bien distinctes. D'un côté, ce que nous appelons le pair à pair marchand, de l'autre le pair à pair collaboratif.

---

<sup>5</sup> Courrier International, 25 Mars 2016.

<sup>6</sup> On estime qu'à Paris, la licence (originellement gratuite) peut coûter jusqu'à 200 000 € lorsqu'un chauffeur la vend à un autre. Depuis l'arrivée d'Uber ce prix e cession a diminué.

<sup>7</sup> R Vaughan, R. Daverio : Assessing the size and presence of collaborative economy in Europe » rapport PWC pour la Commission Européenne, Avril 2016

<sup>8</sup> Ces secteurs sont le transport, l'hébergement, les services domestiques, les services professionnels et la finance participative (crowdfunding).

<sup>9</sup> 200 000 € en moyenne à Paris par exemple.

<sup>10</sup> Uber, après avoir conquis des parts de marché à Paris, a augmenté sa commission de 20 à 25% en décembre 2016, provoquant la colère des chauffeurs.

## Pair à pair marchand et pair à pair collaboratif

Dans le terme « économie collaborative » il y a la notion de collaboration, de coopération. Or celle-ci n'est pas si aisée lorsqu'on est face à des inconnus. Comme Internet vous met aisément en relation avec eux, cela peut certes vous permettre de trouver plus facilement un collaborateur, mais comme celui-ci vous sera, la plupart du temps, complètement étranger, cela provoquera chez vous une certaine méfiance. Paul Seabright<sup>11</sup> a écrit il y a quelques années un ouvrage où il montrait que l'essence même de l'activité humaine c'était justement de coopérer avec des inconnus, et que toute l'organisation sociale (notamment l'organisation de marché) était faite pour rendre cette collaboration efficace.

Seabright suggérait notamment que l'échange marchand était une forme particulière de coopération : lorsque j'achète un bien, j'apporte de l'argent, donc je donne un pouvoir à mon vendeur d'obtenir d'autres choses, et lui de son côté me procure ce que je lui demande : chacun coopère pour que l'autre voit sa situation améliorée. La théorie économique classique a montré que sous certaines conditions cette forme de coopération (la transaction) était particulièrement efficace. Mais pour cela il faut qu'il existe des institutions : la monnaie en est une, qui a une nature collective, c'est un « bien public »<sup>12</sup>, sans lequel l'échange marchand perd beaucoup en efficacité (cela devient du troc). La reconnaissance collective de la propriété individuelle est un autre prérequis majeur et c'est également un bien public, porté par un ordre juridique. Mais il faut aussi, pour que les transactions soient possibles, qu'elles puissent être contrôlées et évaluées le cas échéant par une instance qui s'impose aux parties (un juge aidé par une police). Il faut enfin qu'il y ait de la concurrence entre vendeurs et parfois entre acheteurs. Pour Seabright, tout ce lourd appareil institutionnel et organisationnel est nécessaire pour piloter le fonctionnement de cette forme très particulière de la coopération généralisée qu'est l'économie de marché. Mais celle-ci s'est très largement imposée dans la vie économique d'aujourd'hui grâce à cet appareil.

Rien n'empêche toutefois les individus de coopérer sur une base plus classique, sous forme d'équipe, sans envisager des rapports interpersonnels régis par des transactions marchandes, mais au contraire en mettant en place une gestion collective : les utopies proudhoniennes ou marxistes du XIXème siècle ont imaginé que l'on pouvait organiser des sociétés entières sur cette base. Mais l'expérience du communisme et son effondrement ont montré que si toute l'organisation sociale est fondée sur la systématisation des formes de coopération excluant les transactions marchandes, cela fonctionne beaucoup moins bien. Par contre il existe, on l'a dit plus haut, de nombreux exemples de coopération « classique » (c'est-à-dire à finalité non marchande) au sein même de l'économie de marché, ce que l'on qualifie aujourd'hui d'économie sociale et solidaire. En France, ce secteur employait 2,39 million de personnes en Juin 2016, selon le gouvernement<sup>13</sup>. A titre d'exemple les mutuelles, héritières de la vision proudhonienne du XIXème siècle, sont largement présentes dans les économies modernes, même si leur fonctionnement s'est fortement rapproché de celui d'un acteur de l'économie marchande (l'entreprise en l'occurrence). Le volontariat ou bénévolat impliquent aussi des millions de personnes dans notre pays.

---

<sup>11</sup> P. Seabright (2010) : « La société des inconnus », Editions Markus Haller

<sup>12</sup> La monnaie repose sur la confiance dans sa « solidité », qui doit être partagée par tous sous peine de risquer une panique provoquant des conséquences économiques graves

<sup>13</sup> <http://www.economie.gouv.fr/cedef/economie-sociale-et-solidaire>

La mise en relation grâce à Internet offre de nombreuses possibilités de transaction et de coopération. Par contre, la rapidité de diffusion du Net tend parfois à occulter le rôle des institutions comme garant de la « coopération avec les inconnus ». Certes, pour acheter et vendre sur Internet, il faut respecter le code du commerce, pour collaborer il faut que les relations ne soient pas conflictuelles et si elles le sont, cela peut être arbitré par une tierce partie, notamment un juge. Mais le fait d'être mis en relation à distance rend plus difficile le recours à ces institutions, en principe garantes de la bonne exécution d'une coopération. Cette difficulté est source, dans le cas des transactions marchandes, d'une forme de coût que l'on appelle coût de transaction<sup>14</sup>. La moindre présence des institutions est bien sûr, en partie due à la rapidité de diffusion de l'économie collaborative et à la difficulté de l'appareil institutionnel à s'adapter à ce nouveau contexte. En conséquence, la coopération sur le Net avec les inconnus engendre une appréhension légitime, source de coût de transaction (ou de collaboration). Aussi pour lever ces appréhensions, se sont mis en place des mécanismes alternatifs aux institutions.

Deux formes majeures se sont imposées : l'intermédiation et l'auto-organisation. Quand la coopération (ou la transaction) passe par un intermédiaire indépendant, on parlera de pair à pair marchand. A l'inverse, un collectif d'individus ayant décidé de coopérer et qui s'organise sans intermédiaire, sera qualifié de pair à pair collaboratif.

### **Le Pair à pair marchand, ou le triomphe de l'intermédiation**

La forme la plus visible et dont le développement est le plus spectaculaire, est l'*intermédiation*. Elle utilise le numérique pour connecter les personnes qui souhaitent coopérer (ou échanger) et l'on parle donc de *plateformes*<sup>15</sup>. C'est ce cas qu'illustrent les trois grandes « stars » de l'économie collaborative, AirBnB, BlaBlaCar et Uber. Pour mettre en relation, l'intermédiaire doit identifier qui veut échanger (ou coopérer) avec qui, et sur quelle base. Ce travail *d'appariement* est fondamental. L'intermédiaire doit pour cela disposer d'un grand « réservoir » de partenaires potentiels. Par conséquent, les plateformes sont engagées dans une course à la croissance afin d'attirer le plus d'inscrits, et cela exige des moyens financiers. Comme la plupart des plateformes sont montées par des startups, ces dernières doivent convaincre des sociétés de capital-risque de soutenir financièrement cette croissance. Ainsi en septembre 2015 BlaBlaCar a pu mobiliser 200 millions de dollars auprès de d'investisseurs américains en majorité. AirBnB de son côté a pu lever plus de 3 milliards de dollars depuis sa création, dont 850 millions en Juillet 2016<sup>16</sup>.

---

<sup>14</sup> Le coût de transaction, notion due au Prix Nobel d'Economie R. Coase, est beaucoup plus large. La difficulté de faire respecter ses droits n'en est qu'une des formes. Il y a aussi le coût de négociation, le coût d'acquisition d'information préalable à la transaction, le coût d'obtention de garanties, le coût du recours à la justice en cas de litige, sont d'autres éléments des coûts de transaction.

<sup>15</sup> Dans ce chapitre nous traitons principalement de plateformes organisant des activités économiques entre individus (AirBnB, BlaBlaCar, Leboncoin). Celles structurant les relations sociales (Facebook), Twitter, LinkedIn ou les hébergeurs de blogs) sortent de ce cadre. Nous renvoyons au chapitre de R. Grumbach pour un traitement plus général des plateformes.

<sup>16</sup> S. Coquil, A. Vasseur, A. Busson « Economie collaborative : comment encadrer et encourager le pouvoir de la multitude ? » manuscrit non publié pp. 37 et 40.

Dans cette course à la croissance les plateformes sont aidées par une caractéristique particulière du marché sur lequel elles interviennent, *l'effet de réseau indirect*. Prenons l'exemple de BlaBlaCar : pour que les personnes qui veulent trouver une possibilité de covoiturage viennent sur son site, il faut que les petites annonces de places disponibles soient suffisamment nombreuses pour qu'elles puissent espérer trouver quelqu'un leur proposant un passage pour le trajet et à la date qu'elles envisagent. Inversement les covoitureurs n'ont intérêt à proposer leurs places sur le site que si celui-ci est très visité par les passagers potentiels. Ainsi on observe que les décisions des passagers de consulter le site, et celle des chauffeurs d'y déposer une annonce sont *indirectement* liées. Plus les unes sont nombreuses et plus les autres le seront et réciproquement. Déposer une annonce a un effet indirect sur la décision de visiter le site, et de nombreuses visites peuvent encourager un chauffeur à déposer une annonce. A partir d'une certaine taille, dite « taille critique », le phénomène peut même *s'auto-entretenir* sans effort particulier de la part des opérateurs du site, si ce n'est de faire fonctionner ce dernier correctement.

Mais une conséquence immédiate de l'effet de réseau indirect est qu'il donne une *prime au leader*, qui a toutes les chances de le rester s'il ne commet pas d'erreur, car demandeurs et offreurs de service viendront consulter son site en priorité à cause de sa taille. Ceci explique la course effrénée à la croissance dans laquelle sont engagées les plateformes marchandes.

Notons également que les deux côtés de la plateforme (offreurs et demandeurs) ne représentent pas nécessairement le même intérêt pour celle-ci. Dans le cas de BlaBlaCar ou d'AirBnB, déposer une annonce (un « contenu ») demande plus d'effort que consulter le site, et pourtant c'est bien la richesse des contenus (la variété des annonces) qui fait d'abord la valeur du site. Celui-ci doit donc encourager et aider les déposants (AirBnB fait prendre des clichés du logement par des professionnels pour que les photos soient ensuite déposées sur le site), et ne pas les faire payer (ce que fait BlaBlaCar qui prend une commission sur le passager, pas sur le chauffeur qui fixe librement son prix).

Mais les plateformes ne font pas que mettre en relation et apparier. Elles doivent vaincre les appréhensions légitimes des individus amenés à coopérer avec des inconnus. Elles doivent donc leur donner confiance, et pour ce faire leur fournir des *garanties*. Lorsqu'on loue du matériel on souhaite le récupérer en bon état. Dans le cas du covoiturage, le passager potentiel ne veut pas monter dans la voiture d'un chauffard, et le conducteur lui-même ne veut pas faire de mauvaises rencontres. Aussi les mécanismes d'assurance traditionnels peuvent ne pas être suffisants pour protéger contre les risques que recèle la coopération avec les inconnus. Grâce à internet les plateformes ont pu développer des systèmes de notations mutuelle (eBay en fut l'initiateur), qui, une fois agrégés, établissent la réputation d'une personne. Ce sont ceux avec qui j'ai coopéré qui témoignent de ma capacité à le faire correctement, et inversement je contribue à établir leur réputation en les notant. Une des informations les plus précieuses que les individus fournissent aux plateformes est donc un jugement qu'ils donnent sur celui ou celle avec lequel ou laquelle ils ont conclu une coopération.

Ce système n'est pas sans défaut : les personnes ont tendance à se noter avec mansuétude par peur de se voir infliger à leur tour des notes sévères. On a pu également montrer<sup>17</sup> que les systèmes de notation mutuelle étaient biaisés la plupart du temps. Ainsi les plateformes n'évitent pas les

---

<sup>17</sup>G. Zervas, D. Proserpio, Davide, J. Byers : " A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average". 2015.

discriminations <sup>(18)</sup>. Uber peut présenter une course à un chauffeur mais pas à un autre pourtant situé plus près du client potentiel, car le premier aurait « une meilleure réputation ». Ou bien en voyant la photo d'un client potentiel, le loueur sur AirBnB peut répondre qu'il est complet.

Mais en première approximation ces systèmes de notation servent à discipliner les comportements des uns et des autres et produisent un bien collectif, la confiance de la communauté des utilisateurs vis-à-vis de chacun de ses membres. Les gestionnaires de plateforme ont donc tout intérêt à mettre en place de tels systèmes de notation car ceux-ci facilitent, à cause de l'effet de réseau indirect, la croissance de leur activité et, partant, leur réussite à terme.

Néanmoins cette notation étant un bien collectif, elle peut aussi être récupérée et utilisée dans d'autres contextes que celui pour lequel a été établie, ce qui peut avoir des conséquences négatives pour les individus. Elle pose un problème de protection de la vie privée et de données personnelles.

De manière générale les plateformes encouragent les individus à fournir un maximum d'information sur les expériences de coopération qu'ils vivent grâce à elles. Cela contribue à réduire la méfiance des utilisateurs potentiels, les incite à s'inscrire et favorise l'effet de réseau indirect, donc leur réussite à terme. Ainsi le dépôt de commentaires, l'ajout d'information sur la plateforme au-delà de la notation mutuelle, constituent des actes non rémunérés qui contribuent à augmenter la valeur de la plateforme, en plus du service direct que les individus se rendent entre eux par son intermédiaire. On parle à propos de toutes ces contributions gratuites de « digital labor »<sup>19</sup>. Par exemple quelqu'un ayant séjourné à Paris grâce à AirBnB sera incité à partager sur la plateforme ses bonnes adresses, ses coups de cœur. La plupart des plateformes promeut ses ambassadeurs, des clients particulièrement fidèles et formulant des commentaires très élogieux sur celui-ci. L'« animation de la communauté » fait donc partie du savoir-faire des intermédiaires numériques.

### ***Disruption et ubérisation***

Le succès des plateformes de pair à pair marchand AirBnB, Uber et plus récemment BlaBlaCar, en a surpris beaucoup, en premier lieu les entreprises auxquelles ces plateformes commençaient à prendre de la clientèle. On se souvient des manifestations des chauffeurs de taxis contre Uber ; mais le PDG du groupe Accor, Sébastien Bazin, a lui aussi perçu la menace qu'AirBnB fait peser sur les groupes hôteliers, notamment à Paris, qui a décidé d'investir 225 millions € dans le numérique. Il a d'ailleurs déclaré : « J'aurais adoré participer à AirBnB »<sup>20</sup> !

Un des reproches que l'on fait à ces plateformes est de solliciter de la part de la « foule » une contribution donc un travail, en dehors de tout cadre institutionnel : les personnes concernées n'ont pas de statut si ce n'est, dans le meilleur des cas, celui d'autoentrepreneur, et sont soumises à une relation contractuelle qui s'apparente à une franchise, sans que toutes les obligations des parties et

<sup>18</sup> [Yanbo Ge](#), [Christopher R. Knittel](#), [Don MacKenzie](#), [Stephen Zoepf](#) : « Racial and Gender Discrimination in Transportation Network Companies ». NBER Working Paper No. 22776, October 2016.

Farajallah, M., Hammond, R. and Pénard, T. (2016), What Drives Pricing Behavior in Peer-to-Peer Markets? Evidence from the Carsharing Platform Blablacar. Working Paper CREM. Disponible à l'adresse [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2828046](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2828046)

<sup>19</sup> D. Cardon, A. Casilli (2015) « Qu'est-ce que le Digital labor? » INA Editions

<sup>20</sup> <http://www.usine-digitale.fr/editorial/j-aurais-adore-participer-a-airbnb-avoue-sebastien-bazin-pdg-d-accor-hotels.N336355>

notamment du mandant, soient toujours respectées. Moyennant quoi ces plateformes peuvent bénéficier d'avantages concurrentiels vis-à-vis d'entreprises traditionnelles qui s'ajoutent au fait de n'avoir que très peu d'immobilisations et d'offrir ainsi un service « low cost » aux clients.

Deux problèmes se cumulent ainsi : celui de la précarisation des personnes liées, en tant qu'offreuses de service, à ces plateformes, et celui de la concurrence des dites plateformes à l'égard d'entreprises installées, concurrence souvent perçue comme déloyale. La précarisation des personnes renvoie à l'idée « d'ubérisation », celle de concurrence plutôt à la « disruption ».

En ce qui concerne l'ubérisation, elle a largement commencé à s'installer dans le débat public et fait l'objet de mesures règlementaires et/ou législatives. La Commission européenne notamment a publié des « lignes d'action » censées orienter les gouvernements des Etats Membre dans leur travail de régulation. Leur esprit est de ne pas bloquer le développement de l'économie collaborative. En particulier, ces lignes directrices semblent affirmer que lorsque le rôle de l'intermédiaire est de mettre en relation, sa responsabilité ne saurait être engagée. Une telle position paraît pour le moins légère, car lorsqu'elles ont une présence mondiale et plusieurs dizaines millions d'inscrits, ces plateformes ont des capacités d'action qui leur permettent de piloter les comportements de leurs membres. Elles portent donc potentiellement une coresponsabilité en cas de manquement de certains de ces membres.

Par ailleurs les conditions dans lesquelles les individus offreurs de service exercent leur activité via une plateforme ne sauraient être ignorées par celle-ci. En effet, elle collecte beaucoup de données (qui servent à ses algorithmes d'appariement) et a ainsi une connaissance relativement poussée de leurs conditions de travail. Cela doit l'inciter à tout mettre en œuvre pour que la législation sur ces conditions soit appliquée. En outre, la plateforme ne devrait pas abuser de sa position dominante en tant qu'apporteur d'affaires à ces individus. Ainsi même dans le cadre d'une relation commerciale (et non pas d'un contrat de travail) les plateformes devraient être soumises à certaines obligations de surveillance et de contrôle visant à protéger les personnes qui grâce à elles, coopèrent en tant que demandeurs mais aussi en tant qu'offreurs de services. On le voit, la législation doit être aménagée et appliquée pour prendre en compte ces nouvelles formes d'organisation de l'activité.

Pour ce qui est de la « disruption », comme on dit au jeu d'échecs la menace semble plus forte que son exécution. En effet il faut noter que les avancées les plus spectaculaires ne concernent que deux secteurs : le transport et l'hébergement. Pour le reste, les initiatives de startups se multiplient mais sont loin d'atteindre une masse critique sur un plan mondial, ce qui n'empêche pas certaines de s'installer dans un marché de niche au niveau local. Dans l'étude de PWC sur le marché européen citée plus haut<sup>21</sup>, le transport et l'hébergement représentaient 78% des transactions européennes liées à l'économie collaborative, et 71% des revenus des plateformes.

Ce qui rend le transport et l'hébergement si attractifs pour le pair à pair marchand c'est que la foule dispose de ressources inemployées de valeur (une maison ou un véhicule, cela vaut plus qu'une perceuse). Par ailleurs, mobiliser ces ressources ne requiert pas une expérience forte (beaucoup de personnes savent conduire et donner les clefs d'une maison n'est pas difficile, même si cela exige certaines précautions), enfin organiser l'appariement entre l'offre et la demande n'est pas non plus si compliqué pour la plateforme. Du coup, il est normal que ces activités de transport et

---

<sup>21</sup> Vaughan et Daverio, cité.



d'hébergement se développent dans le cadre de l'économie collaborative. Il n'est pas sûr que l'on retrouve beaucoup de secteurs aussi favorables à l'épanouissement du pair à pair marchand.

Ce n'est donc pas de l'économie collaborative que viendra sans doute la fameuse disruption, mais peut être du *numérique*, notamment de la robotisation. Cette menace n'est pas immédiate mais semble être prise très au sérieux par bon nombre d'observateurs. L'étude souvent citée de Osborne et Frey<sup>22</sup> parue en 2013 montre qu'à terme, la moitié des emplois pourrait être potentiellement substituée par des robots. Cela ne veut pas dire qu'ils le seront nécessairement, des questions de coûts, de standards techniques, de régulation pourraient freiner cette substitution (outre les mouvements sociaux que cela pourrait engendrer). Mais il s'agit d'une tendance qui même si elle est moins forte que ce que l'on anticipe, aura des effets sur l'organisation des entreprises dans des secteurs les plus variés.

### ***Le futur du pair à pair marchand***

Quel sera le futur de ce pair à pair marchand ? Lorsqu'on voit le nombre de startups qui se lancent dans ce type d'activité et la poignée de celles qui réussissent, il y a de quoi s'interroger. Pour les raisons que l'on a évoquées, le développement mondial du pair à pair marchand risque de se cantonner à quelques secteurs particuliers, ce qui n'empêchera pas des intermédiaires de trouver leur survie ailleurs, dans des marchés de niche voire de micro-niche.

Et même si un intermédiaire pense avoir identifié une opportunité d'affaires et a convaincu des business angels et des fonds d'investissement de lui donner suffisamment de moyens, son chemin de la réussite sera sans doute cahoteux. Dans un très intéressant article paru dans Le Monde<sup>23</sup>, V. Segond explique pourquoi les plateformes de l'économie collaborative (par exemple AirBnB et Uber) se tournent désormais vers des offreurs de services professionnels plutôt que de faire appel à « la foule ». C'est le cas pour AirBnB avec les multipropriétaires de meublés, et d'Uber avec les sociétés dotées de flottes de véhicules et de chauffeurs. Cela leur permet d'atteindre plus rapidement la masse critique et de mieux satisfaire la clientèle. Car la course à la taille est non seulement provoquée par la recherche de l'effet de réseau, mais aussi parce que les coûts de la croissance sont particulièrement élevés. Ils recouvrent le développement technique des plateformes (complexité des algorithmes d'appariement, traitement des données massives déposées par « la multitude » sur les serveurs, ergonomie et attractivité du site) mais aussi des dépenses de promotion et de publicité. A cet égard l'achat aux enchères de mots clés sur Google est aussi nécessaire que dispendieux, car il faut bien se faire reconnaître dans la masse du Web.

D'autres startups s'adossent à des entreprises installées disposant de larges moyens. C'est ce qu'a fait Ouicar (plateforme de location de véhicule entre particuliers) avec la SNCF, ou Frizbiz (plateforme d'aide au bricolage entre voisins) avec Leroy-Merlin. Mais comme le dit V. Segond, à terme c'est bien la « multitude » qu'il faudra conquérir pour atteindre la masse critique, car c'est chez elle que réside la plus large offre potentielle de ressources inemployées, pas chez les professionnels. La plupart des startups ferment boutique avant d'avoir approché cette masse critique.

---

<sup>22</sup> [www.oxfordmartin.ox.ac.uk/.../The\\_Future\\_of\\_Employment.pdf](http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/.../The_Future_of_Employment.pdf)

<sup>23</sup> V. Segond : « Le nouvel âge de l'économie collaborative » Le Monde Economie et Entreprise, 12/ 04/2016.

Ainsi, la dynamique de croissance d'une startup est fortement non linéaire, une longue phase d'éclosion, ponctuée par de gigantesques dépenses techniques et de promotion, précède (si tout va bien) une phase d'accélération rapide qui permet de dépasser la masse critique et d'envisager la rentabilité. Celle-ci sera sans doute acquise bien après la maturité. Dans le cas où l'accélération ne s'enclenche pas, soit l'intermédiaire met la clef sous la porte ce qui constitue la majorité des cas, soit il se cantonne à un marché de niche en limitant drastiquement ses dépenses, s'il a conservé suffisamment de ressources avant d'opérer ce tournant stratégique. Dans l'hypothèse où l'intermédiaire est assimilé par un acteur « traditionnel », il se passe ce qui s'est passé pour le commerce électronique après l'éclatement de la bulle Internet. L'activité nouvelle est incorporée à l'offre de l'acteur traditionnel en question et ne le « disruptive » en aucune façon : Le pair à pair marchand rentre dans le rang.

## **Le Pair à pair collaboratif ou comment s'auto-organiser**

Si le pair à pair marchand connaît un développement spectaculaire, le pair à pair collaboratif lui, a plus de mal à se développer, sauf exceptions : Wikipédia, certains logiciels libres comme Linux ou Apache sont de telles exceptions, car produire ensemble de la connaissance à distance via Internet est relativement aisé, ce qui permet à ces communautés de production de s'étendre facilement. La raison de ce différentiel de croissance entre marchand et collaboratif est assez simple. Le développement rapide du pair à pair marchand est piloté par des intermédiaires qui dans bien des cas, organisent la coopération entre deux parties sous une forme transactionnelle : l'une vend à l'autre. Comme l'a montré Adam Smith il y a bien longtemps, les transactions sont une forme efficace de coopération, car les parties ne sont pas tenues de vouloir aider l'autre, et peuvent poursuivre des objectifs purement individuels. Avec un appareil de contrôle et d'incitation mis en place par la plateforme et suffisamment bien fait, cette coopération particulière avec des inconnus qu'est la transaction, s'avère efficace et engendre des effets de réseau indirects.

Le pair à pair collaboratif fonctionne sur de toutes autres prémices que le pair à pair marchand. Il résulte de la volonté explicite des individus de coopérer en tenant compte des intérêts des autres, et de s'organiser sans intermédiaire pour mettre en œuvre cette coopération. On se doute que cela puisse être compliqué. Ainsi, alors que le pair à pair marchand est focalisé sur la croissance externe, le pair à pair collaboratif se consacrera d'abord au fonctionnement interne, sur la gouvernance. L'exemple de Wikipedia montre comment s'y prendre.

### Encadré : La gouvernance de Wikipedia

Dans le projet de Wikipedia il y a un document fondateur, la Charte, à laquelle tous les « wikipédiens » sont censés adhérer dès lors qu'ils souhaitent contribuer à l'encyclopédie. Cette charte inscrit les valeurs du projet : la neutralité, l'égalité de tous les contributeurs et donc l'absence d'autorité au nom d'une expertise supposée, la liberté de correction, la volonté de transmettre des connaissances plutôt que d'en produire de nouvelles, la nécessité de citer ses sources, etc. On se doute que ces valeurs, parce qu'elles sont « généreuses », peuvent susciter des difficultés de gouvernance, d'autant que la charte n'est en aucun cas un document contractuel. Les promoteurs du projet (la Wikimedia Foundation) ont donc mis en place des procédures de contrôle et de surveillance, notamment pour gérer les conflits entre contributeurs, puisqu'aucun d'eux n'a d'autorité. Ils utilisent pour ce faire des robots, qui ont pour objet de détecter des contenus litigieux. Mais ils invitent surtout lecteurs et contributeurs à signaler au plus vite des contenus inappropriés. En outre, pour résoudre les éventuelles polémiques entre deux contributeurs sur un article, la communauté de ceux qui ont contribué est invitée à chercher le consensus et le cas échéant à trancher par un vote. Si cela ne suffit pas, des recours peuvent être faits. Une hiérarchie de personnes sélectionnées, notamment en raison de leurs nombreuses contributions et de la démonstration de leur attachement au projet, a été mise en place. Tout ceci est nécessaire pour organiser la production d'une communauté qui se compte en millions de personnes<sup>1</sup>.

En règle générale, le pair à pair collaboratif gère un bien collectif appelé « commun ». Dans le cas de Wikipedia il s'agit du savoir encyclopédique déposé dans des serveurs et accessible en ligne pour consultation, sans restriction. Ce dépôt et cet accès ont un coût mais comme l'usage est gratuit, ils sont financés par des dons de particuliers et d'entreprises (Google par exemple). Dans d'autres cas, le coût est couvert par des cotisations (ce qui peut conduire à une restriction de l'accès, assimilant la communauté à un club) ou par des activités marchandes (c'est le cas de certains Fablabs qui peuvent louer leurs machines ou leurs services). Le choix du mode de financement est l'une des nombreuses décisions que la communauté doit prendre pour assurer la gouvernance.

Elinor Ostrom a observé les communautés qui préservent une ressource commune dans des contextes géographiques, culturels et sociaux extrêmement variés. Elle a montré que cette gestion collective ne conduisait pas à la « tragédie des communs » soulevée par Hardin<sup>24</sup> : selon celui-ci, les individus qui gèrent ensemble un bien collectif, ont individuellement intérêt à contourner les règles de la communauté, et le feront nécessairement, conduisant à la disparition de la communauté (et de sa ressource). En réalité les communautés observées par Ostrom existent parfois depuis la nuit des temps. De leur permanence elle a tiré huit principes d'action pour viser une bonne gouvernance. Ces principes sont les suivants :

- D'abord définir clairement les frontières de la communauté : ce principe vaut pour celles qui gèrent un bien collectif susceptible d'être amenuisé par l'usage, notamment les ressources naturelles épuisables.

<sup>24</sup> G Hardin (1968) : « The Tragedy of the Commons » ; Science, Vol. 162, Issue 3859, pp. 1243-1248

- Adapter les règles de fonctionnement de la communauté aux conditions et aux besoins locaux.
- S'assurer que ceux qui sont les plus concernés par une règle de fonctionnement participent à leur élaboration et leur évolution
- Faire en sorte que les autorités extérieures reconnaissent la validité des droits que confère la communauté à ses membres.
- Mettre en place un système de pilotage effectué par les membres de la communauté
- Utiliser des sanctions graduées à l'encontre d'éventuels fautifs
- Mettre en place des systèmes de résolution de conflits peu onéreux
- Généraliser un principe de subsidiarité avec système de contrôle partant du niveau le plus bas jusqu'à celui, en dernier ressort, de la communauté dans son ensemble

La nature du bien géré en commun a un lien direct avec la taille de la communauté. Ce que produit Wikipedia c'est un bien informationnel facilement stockable et reproductible à très faible coût. Dans ces conditions il n'est pas économiquement utile d'en limiter l'accès, d'autant que c'est socialement nuisible (on prive les exclus de l'accès à la connaissance). Par ailleurs une encyclopédie peut être élaborée en mettant des contributeurs à l'ouvrage en parallèle, ce qui permet d'augmenter la taille de la communauté des contributeurs sans trop créer de problèmes de coordination, puisque la rédaction des articles peut se faire largement indépendamment les uns des autres. Pour les logiciels libres, qui sont aussi des biens informationnels, la coordination est au contraire nécessaire car l'ensemble des producteurs doit contribuer conjointement à élaborer ce pour quoi le logiciel est conçu. En outre l'expertise est très ponctuelle. Dans ces conditions les logiciels libres ne peuvent pas avoir une communauté de contributeurs trop élevée. Mais il peut y avoir une communauté plus large d'utilisateurs testeurs qui font remonter les « bugs » du programme<sup>25</sup>.

Pour les biens et ressources matériels, l'accès doit être limité car la ressource s'épuise au fur et à mesure qu'on la consomme, de sorte que le « commun » devient un bien collectif à accès réservé, géré par un club. La communauté a, par la force des choses, une taille plus réduite même si en réalité il existe des « communs » matériels qui concernent toute l'humanité : le climat, l'énergie et toutes les ressources écologiques. Mais la gouvernance est médiée dans ce cas par les relations interétatiques.

En règle générale donc, les communautés auto-organisées (pair à pair collaboratif) qui gèrent une ressource commune locale, impliquent un nombre réduit de participants. Cela rend les problèmes de gouvernance moins difficiles mais ne dispense pas d'une certaine « verticalisation »<sup>26</sup>. Dans les associations il y a toujours un bureau dont les membres exercent une forme d'autorité. Cependant beaucoup de ces communautés ont des difficultés à « passer à l'échelle » comme on dit, c'est-à-dire à augmenter leur taille. Certes les communautés liées à la préservation d'une ressource matérielle géographiquement limitée n'ont pas vocation à s'étendre, puisque la ressource manquera inmanquablement au-delà de sa zone d'exploitation. Mais même dans ce cas, la nécessité d'un passage à l'échelle existe.

---

<sup>25</sup> Il en est de même pour les jeux vidéos (forme particulière de logiciel) où il existe des communautés de testeurs au moment de la conception d'un jeu.

<sup>26</sup> Coquil et all., cité

Il y a plusieurs raisons à cela. D'abord, comme l'a indiqué Ostrom les communautés auto-organisées ont besoin de la reconnaissance des institutions extérieures, même si celles-ci leur délègue le soin de gérer le bien collectif et n'intervient pas dans la gouvernance. Mais outre la reconnaissance institutionnelle, les communautés de pair à pair collaboratif peuvent obtenir de ces institutions une aide particulière quand l'objet pour lequel une communauté s'est constituée, induit des effets externes positifs même pour ceux qui ne sont pas directement concernés par cet objet.

Par exemple une municipalité peut décider de participer à une AMAP<sup>27</sup> en devenant elle-même acheteuse pour fournir les cantines scolaires (ou en suggérant aux cantines de le faire). Cela constitue une forme d'aide indirecte qui peut être précieuse pour la survie de l'association. Dans ces conditions, les AMAP auraient intérêt à se regrouper (passer à l'échelle) pour faire pression sur leur municipalité locale afin qu'elle adhère à leur propre projet en montant la force du réseau AMAP, et en utilisant l'exemple d'autres municipalités pour inciter la leur à rejoindre le mouvement. L'intérêt du regroupement est aussi de susciter des échanges inter-AMAP (en limitant la zone d'échange pour rester dans l'esprit « circuit court »), ce qui peut être un avantage direct du passage à l'échelle<sup>28</sup>.

Un autre avantage est de pouvoir constituer des « entrepôts de connaissance » mettant en avant des bonnes pratiques (que les autres communautés locales peuvent imiter) diffusant des innovations (qu'elles soient techniques ou organisationnelles). Elles peuvent aussi mutualiser des ressources informatiques (applications, serveurs, accès...) ou même des entrepôts. Des réseaux de collectifs locaux peuvent enfin mieux dialoguer avec les pouvoirs publics et ce dialogue sera d'autant plus riche qu'il peut, si le réseau est suffisamment développé, intervenir à plusieurs échelles : locale, régionale, nationale.

Ce passage à l'échelle est au fond ce qu'ont connu les organismes mutualistes au début du XXème siècle. Mais dans le cas précis des mutuelles, le mouvement était quasiment inévitable car elles sont fondées sur le partage des risques, et plus la mutuelle est grande plus le risque individuel diminue car il y a plus de personnes qui vous aident en cas de pépin, ce qui diminue le coût individuel de cette aide.

Dans le cas des communautés de gestion de biens collectifs locaux, le regroupement en réseau ou en « collectif de collectifs » est moins évident car les gains potentiels que nous avons signalés plus haut s'accompagnent de coûts induits de bureaucratisation liée à la verticalisation (il faut centraliser les décisions et les contrôles sur leur exécution, s'assurer qu'il n'y a pas ou peu de passager clandestin, etc.). La plupart des initiatives de pair à pair collaboratif « local », refusent actuellement ce passage à l'échelle, et ne voient donc pas l'intérêt d'utiliser le numérique pour fonctionner, puisque presque toutes les interactions pour gérer la gouvernance du collectif se font en face à face.

Pourtant le numérique peut grandement aider au passage à l'échelle non seulement en diminuant certains coûts de fonctionnement (même au niveau local), mais aussi en favorisant la gouvernance, grâce à une limitation du recours à la verticalisation. En effet, l'information circulant beaucoup mieux au sein d'un collectif de façon horizontale, le contrôle par les pairs peut être favorisé, ce qui réduit le besoin de verticalisation et par conséquent les coûts d'organisation. Wikipédia le montre très bien où

---

<sup>27</sup> Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne, dont l'objet est un circuit court achetant des produits généralement « bio » à un ou plusieurs agriculteurs locaux

<sup>28</sup> Les agriculteurs fournissant deux AMAP pourraient alors se spécialiser car leur zone de chalandise s'étend. On connaît ça depuis Adam Smith !

dans une communauté de plusieurs millions de contributeurs, finalement la « bureaucratie » est très légère par rapport à la taille de la communauté.

### *Le futur du pair à pair collaboratif*

Comme nous l'avons fait pour le pair à pair marchand, on peut tenter d'esquisser un scénario d'évolution future du pair à pair collaboratif. Certains auteurs notamment Michel Bauwens<sup>29</sup>, y voient un nouveau paradigme capable de remettre en cause la façon la plus répandue de coopérer avec les inconnus, la transaction de marché et son corollaire, l'économie capitaliste de marché. L'évolution respective du pair à pair marchand et du pair à pair collaboratif laisse penser que cette vision est assez optimiste. C'est bien le pair à pair marchand qui mobilise des fonds gigantesques et se développe sur une échelle mondiale, malgré toutes les difficultés que l'on a évoquées. Le pair à pair collaboratif lui, bute sur des problèmes de gouvernance et de passage à l'échelle.

Notons que certaines technologies nouvelles, encore peu diffusées comme les « blockchains », à l'instar des mécanismes et institutions de marché, permettent aussi aux personnes de coopérer avec des inconnus tout en gardant une attitude purement individualiste, car ces technologies sont conçues pour authentifier les transactions sans un intermédiaire tiers de confiance. Cela semble donc rendre inutile le rôle des plateformes de pair à pair marchand en identifiant l'apport de chacun à la coopération, pour autant qu'il y a un indicateur de mesure unique de cet apport. Les « blockchains » seraient en quelque sorte un pourvoyeur algorithmique de garanties, assurant la confiance nécessaire à la coopération de tous avec tous, et la technologie remplacerait l'intermédiaire. Cependant de nombreuses difficultés techniques et institutionnelles subsistent qui empêchent pour l'instant ces technologies de décoller<sup>30</sup>. Une de celles-ci est : qui crée le code des blockchains ? quel pouvoir cela lui confère-t-il ?

Le pair à pair collaboratif tel que nous l'avons identifié ici, fonctionne sur d'autres bases que la technologie, même si celle-ci lui est utile. Des motivations de type « altruiste » ou un esprit simplement « coopératif » justifient que des communautés se créent pour gérer un bien commun, pour produire ensemble, pour partager. Nous avons signalé que face au risque de « passagers clandestins » ou à d'autres risques, elles se « verticalisent » et se heurtent à des problèmes de gouvernance, de surveillance et de contrôle. Même si les préconisations d'Ostrom permettent de limiter ces effets négatifs, ils deviennent plus prégnants à mesure que ces communautés « passent à l'échelle ». Mais la technologie peut aider la gouvernance en facilitant le contrôle par les pairs, au niveau le plus bas.

Cependant le futur du pair à pair collaboratif dépend fondamentalement de la volonté des individus de « bricoler », de trouver ou de retrouver en réalité, un « pouvoir d'agir ». Cette volonté peut avoir plusieurs origines : des difficultés matérielles obligeant à être inventif, le goût du jeu et du défi que l'on se lance à soi-même, une défiance vis-à-vis des institutions (privées ou publiques), mais aussi de la technologie, c'est l'esprit « maker »<sup>31</sup>. Internet offre à ces individus les outils pour agir de façon

---

<sup>29</sup> M. Bauwens (2015) « Sauver le monde : vers une économie post-capitaliste avec le peer to peer » Les Liens qui libèrent.

<sup>30</sup> Une de ces difficultés est que les technologies pourraient être très gourmandes en énergie et ressources non renouvelables.

<sup>31</sup> C. Anderson (2012) : « Makers : la nouvelle révolution industrielle » Pearson France

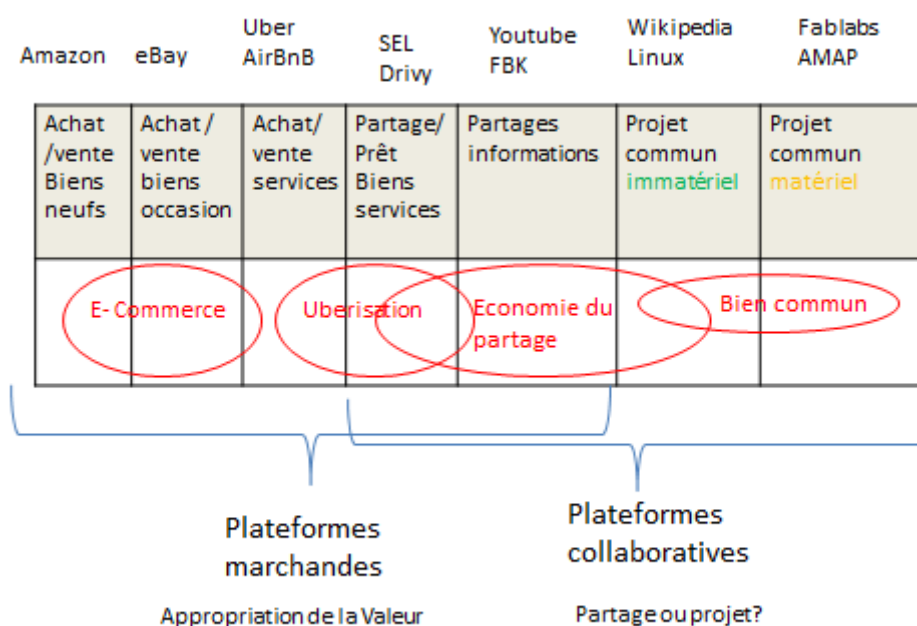
collective autour d'un bien commun, car le Net fournit les moyens de communiquer et de partager une connaissance construite pour tous. Or la communication et le partage des connaissances sont conditions nécessaires à la gestion des biens communs.

Mais cela n'est pas suffisant. Les communautés de pair à pair collaboratif doivent apprendre à utiliser ces outils pour passer à l'échelle, condition sine qua non du développement du pair à pair collaboratif comme du pair à pair marchand. On peut donc conjecturer que pour un temps encore, le pair à pair collaboratif mettra du temps à croître, même si l'exemple historique des mouvements mutualistes montre qu'une trajectoire coopérative dans un environnement marchand est parfaitement viable. Un lien dialectique doit se construire entre le passage à l'échelle des communautés collaboratives et leur institutionnalisation.

## Conclusion

Au final, l'économie collaborative évoque plusieurs choses : le partage, l'échange (entre pairs), la collaboration, la contribution<sup>32</sup>. En croisant ces grandes formes de coopération avec les grandes catégories « d'objets » sur lesquels portent cette coopération (biens, services, information, « projets ») Daudey et Hoibian<sup>33</sup> ont proposé une typologie qui est donnée dans la zone grisée de la figure suivante. Notre cadre d'analyse peut ainsi se résumer dans cette figure. A la gauche sont regroupées les activités d'achat vente entre particuliers (mais pas uniquement) : c'est le domaine du commerce électronique « pair à pair » ou règne par exemple Leboncoin.fr. Mais lorsqu'il s'agit de vente de services on retrouve les grandes plateformes du pair à pair marchand (AirBnB, BlaBlaCar, Uber). Pour l'échange de service ou le prêt/ location de biens (une forme de service) il n'y a pas d'acteur global et les plateformes de pair à pair marchand (Koolicar, Drivy, côtoient le pair à pair collaboratif (SEL, Accorderies). Le partage d'informations rassemble les grandes plateformes de mise en relation à visée sociale (Facebook, Twitter...) ainsi que les hébergeurs de blogs, de vidéos (Youtube), les plateformes d'information où la foule contribue significativement, comme au Huffington Post. Enfin il existe des formes d'économie collaborative où les individus contribuent à un projet commun qu'il soit immatériel (créer une encyclopédie) ou matériel (faire vivre un agriculteur en circuit court, produire grâce à des imprimantes 3D, des objets dont les plans sont accessibles à tous).

**Figure 1 : Typologie des activités concernant l'économie collaborative**



La distinction pair à pair marchand/ pair à pair collaboratif s'inscrit bien dans la typologie ainsi présentée. On voit que le pair à pair marchand est placé à gauche sur la figure, dans les activités

<sup>32</sup> Comité de prospective de la CNIL « Partage! », Cahiers IP, CNIL/ LINC, Juin 2016.

<sup>33</sup> E. Daudey, S. Hoibian « La société collaborative- mythe et réalité » Cahier de recherche du Credoc, n° 313, Décembre 2014.



d'achat/ vente et, pour partie, dans certaines activités de prêt (c'est le cas de la mythique perceuse) et dans le partage d'informations (les réseaux sociaux sont le plus bel exemple). L'objectif de l'intermédiaire du pair à pair marchand c'est de créer de la valeur et de se l'approprier autant que faire se peut, compte tenu des contraintes qui pèsent sur son activité (coûts de démarrage pour atteindre la masse critique).

Les plateformes de pair à pair coopératif concernent également le partage d'information (Openstreetmap en est un exemple, comme l'association des Repair Cafés). Mais il est clair que les réseaux sociaux « commerciaux » (Facebook, Youtube...) ont une surface de visibilité bien plus grande. Le cœur de l'activité du pair à pair collaboratif se retrouve dans la construction d'un projet commun, matériel ou immatériel, et dans une moindre mesure dans le partage d'objets ou l'échange de services.

Nous avons également mis en évidence, dans la figure ci-dessous, des catégories se référant à une problématique : le commerce électronique, « l'uberisation », l'économie du partage, celle des biens communs. De fait, ces éléments structurants de l'économie collaborative sont de nature très différente, ce qui laisse penser que cette économie collaborative n'est pas un champ homogène :

- L'achat/ vente de biens renvoie au commerce électronique, c'est-à-dire à une évolution caractérisée par une adoption progressive par les acteurs traditionnels des pratiques collaboratives de ventes entre particuliers. Une poignée de plateformes dominantes « pure players » pourrait malgré tout aussi émerger dans ce domaine.
- L'achat vente de services ou la location de biens s'inscrivent plutôt dans la question de « l'uberisation », c'est-à-dire du développement d'emplois à statut précaire, ce qui a pour effet de créer de l'activité mais exige une évolution du cadre juridique, une reconnaissance institutionnelle (au sens d'Ostrom) de pratiques collectives nées spontanément mais se développant rapidement.
- L'économie du partage structure les échanges d'information où domine le pair à pair marchand. L'information, comme la connaissance est par essence un bien public dont le contrôle est assuré par ces acteurs privés (les Facebook, Youtube et autres...), dont la position est souvent écrasante. Une tension existe donc entre les attentes et les intérêts de la « foule » qui souhaite contrôler ses propres informations et accéder à toutes celles qui lui sont potentiellement disponibles, et l'intermédiaire qui s'approprie ces informations et les valorise suivant ses propres intérêts.
- Enfin l'économie des biens communs est fondée sur la motivation des individus à porter collectivement un projet, notamment celui de créer ou de préserver une ressource. Cette dimension collective doit être affirmée aussi bien dans le fonctionnement interne, par un recours accru au pilotage « par les pairs » et par la reconnaissance institutionnelle. Cela exige un passage à l'échelle qui est le vrai défi des communautés de biens communs.

Entre le pair à pair marchand et le pair à pair collaboratif se dessine une voie intermédiaire, un modèle hybride en quelque sorte. D'un côté les plateformes marchandes (au moins quelques unes d'entre elles) sont conscientes que leur objectif « égoïste » de création de profit pour le seul avantage des fonds qui les financent, peut être perçu comme antinomique avec l'idée de partage. La Ruche Qui Dit Oui, une plateforme qui organise des circuits courts entre des producteurs agricoles ou des artisans de l'agro-alimentaire locaux (boulangers, transformateurs..) et des consommateurs,

délègue l'organisation de la logistique à des « abeilles » qu'elle rémunère au pourcentage<sup>34</sup>. Ces intermédiaires sont essentiels à son modèle d'affaires. Elle coopte donc quelques « abeilles » dans son comité stratégique avec voix consultative, afin de les associer à ses décisions.

Dans l'autre sens, des initiatives de pair à pair collaboratif se visent d'emblée comme des plateformes cherchant à fédérer des initiatives locales. C'est le cas de l'initiative Repair Cafés, fondée à Amsterdam, et qui veut essaimer partout dans le monde au niveau local, fournissant aux porteurs de projets des conseils, une aide et de la publicité. Dans le même esprit Open Food Network est une plateforme développée en « open source » qui permet à des porteurs de projets locaux de circuits courts (notamment des agriculteurs qui veulent faire de la vente directe), de mettre en place aisément un site de vente ou d'échange en ligne. Par ailleurs Open Food Network encourage les regroupements régionaux ou nationaux de ces initiatives, pour le partage de bonnes pratiques l'entraide mutuelle, et l'action collective. Certains auteurs<sup>35</sup> prônent d'ailleurs que toutes les initiatives coopératives s'emparent des plateformes et en fassent un vecteur essentiel de leur fonctionnement.

Ainsi l'économie collaborative, loin d'être un objet figé et homogène, recouvre une réalité multiple et en devenir, dont les contours sont encore à tracer. Même si elle n'est pas l'alpha et l'oméga de la « société numérique », elle pose des défis économiques et sociétaux particulièrement riches.

---

<sup>34</sup> La Ruche Qui Dit Oui prend 16,5% sur le prix payé par les consommateurs aux producteurs. Elle garde la moitié de la commission, le reste est revers à « l'Abeille » qui a assuré la logistique.

<sup>35</sup> N. Schneider et T. Scholz (2016) « The Next System Project (@thenextsystem) », publication à la demande