



Université Saint-Joseph
Faculté de Gestion et de Management

**L'économie collaborative : partage et / ou
business**

Pr associé Léonel Matar



Les caractéristiques de l'économie collaborative

- 1- Transactions marchandes ou non, entre offreurs et demandeurs
- 2- Les offreurs sont des particuliers (la majorité) et non des professionnels
- 3- Le lien entre les transactions est un dispositif numérique (plateforme)

- 
- Société plus horizontale
 - Emancipation individuelle et collective
 - Partage / information
 - Institutionnalisé



Valeur estimée de ces entreprises

→ Uber 40 M \$ / Hertz 12.5 M \$ et Avis 5.2 M \$

→ Airbnb 31 M \$

→ Blablacar 1.2 M \$

→ Valeur estimée de la sharing economy en 2025, 335 M \$

- 
- Le numérique donne le pouvoir d'agir au consommateur (empowerment)
(Rachel Botsman et Roo Rogers, *What's Mine Is Yours : The Rise of Collaborative Consumption*,
 - Usage plutôt que propriété
 - Sortir de la logique de l'hyperconsommation



Economie du partage ?

- La motivation du client/consommateur est surtout financière
- 3 profils d'utilisateurs :
 - 1- Les utilisateurs contraints / budgets restreints
 - 2- Les utilisateurs malins / optimisateurs
 - 3- Les utilisateurs entrepreneurs qui cherchent un revenu
- Partage choisi / Partage subi



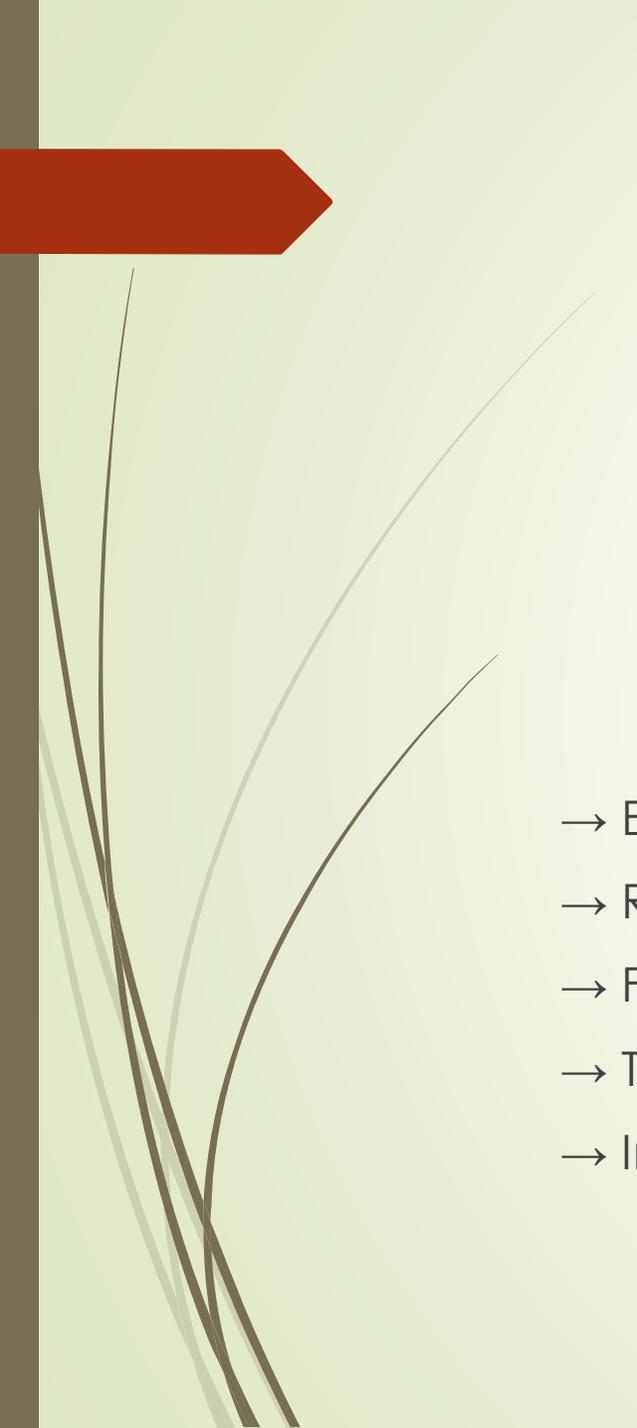
→ Motivation, consommation engagée

1- Lien social

2- Environnement

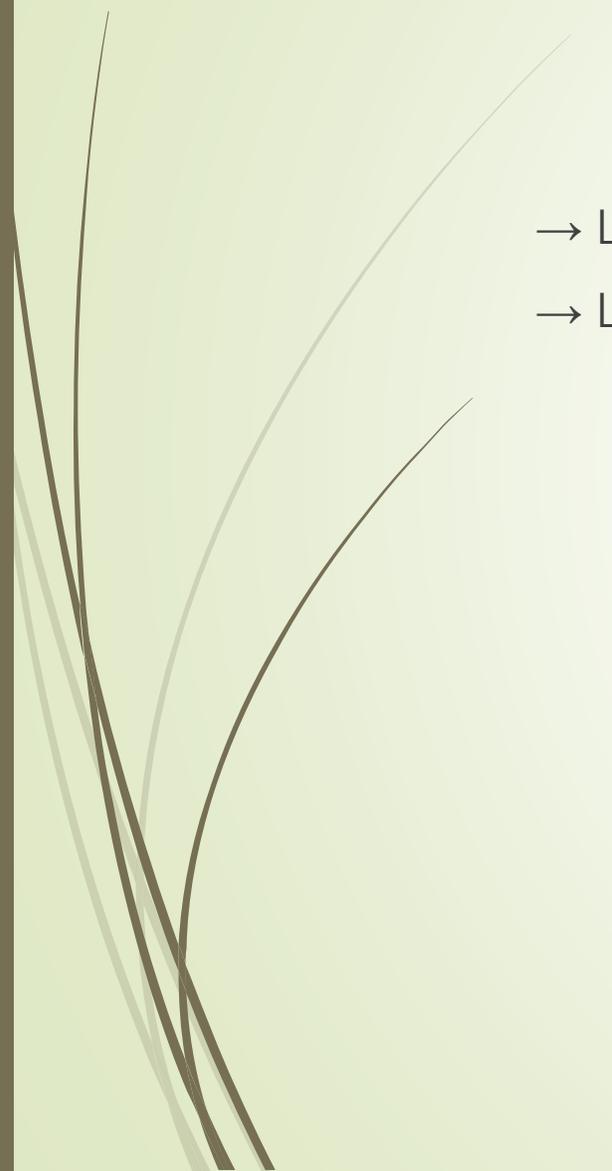
3- Initiative locale

4- Dogmatique, idéologique



Les plates-formes : moteurs de l'économie collaborative

- Elles définissent la relation entre offreurs et demandeurs
- Relation triangulaire efficace
- Facilitateurs de la transaction
- Travaillent sur un code de conduite / confiance
- Interface entre offreurs et demandeurs (ex :paiement)

- 
- 
- Les offreurs se professionnalisent
 - Les demandeurs plus exigeants



Client, consommateur et travailleur

- Travail dissimulé au regard du droit, du risque et du fisc
- Client / consommateur co - producteur du bien ou du service acheté
(Marie-Anne Dujarier, *le Travail du consommateur. De McDo à eBay, comment nous coproduisons ce que nous achetons*)
- (Supermarché à partir de 1929), Ikea, transaction en ligne, e-formalité



Commerce de l'échange social

- Transformation des biens et services privés en marchandises et travail
- Marchandisation de tout ce qu'on possède
- Transformation du système économique et du capitalisme
- Système moins équitable que le capitalisme ?



Culture de la contribution

- Contribution à un monde meilleur, moins de gaspillage, optimisation
- Contribution désintéressée (Wikipedia)
- Individualisme entrepreneurial
- Activisme politique
- (Monique Dagnaud, « Économie collaborative : un programme politique pour la jeunesse rebelle ? » (<http://www.telos-eu.com/fr/societe/economie-collaborative-un-programme-politique-pour.html>)).



Importance de la qualité de la relation

- Mise en jeu de la qualité de la relation (Airbnb, BlaBla car,...)
 - Relation de coopération
 - Professionnalisme remplacé par une implication personnelle et relationnelle
 - Pas de frontières entre producteurs et clients/ consommateurs
- 

- 
- Plus d'incertitude mais plus de créativité
 - Compétences sociales, réduction des coûts de transaction
 - Pas de frontières entre la consommation, le travail, le loisir et le relationnel
 - Des niches d'échanges ignorées dans le passé
 - Sans l'internet et les NTIC, pas d'économie collaborative



Les défis sociaux et réglementaires de *l'économie sur demande*

- L'emploi à vie n'est plus la règle
- Les tenants de la "on demand" economy conteste la régulation du travail
- Respect du code du travail, protection sociale