

PICO

IDDRI
UNIVERSITÉ PARIS SUD
ESCP EUROPE
UNIVERSITÉ PARIS-DAUPHINE
OUI SHARE
CNIID – ZERO WASTE FRANCE

Les Ploniers du Collaboratif



L'économie collaborative, réservoir d'innovations pour le développement durable

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS DU PROJET PICO VERSION COURTE

Damien **DEMAILLY**, IDDRI

Valentina **CARBONE**, ESCP-EUROPE

Aurélien **ACQUIER**, ESCP-EUROPE

David **MASSÉ**, ESCP-EUROPE

Dominique **ROUX**, UNIVERSITÉ DE REIMS

Simon **BOREL**, UNIVERSITÉ PARIS SUD

Florence **BENOIT-MOREAU**, UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE

Valérie **GUILLARD**, UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE

Beatrice **PARGUEL**, UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE

Flore **BERLINGEN**, ZERO WASTE FRANCE

Maele **CAPPELLO**, ZERO WASTE FRANCE

Arthur **DE GRAVE**, OUI SHARE

Benjamin **TINCO**, OUI SHARE

Le projet Pionniers du Collaboratif (PICO) a été réalisé par l'Iddri, l'ESCP-Europe, les Universités Paris Sud et Paris Dauphine, Zero Waste France et Ouishare, grâce au soutien financier du ministère de l'Environnement (programme MOVIDA) et de la MAIF.

Le projet PICO a pour objectif de clarifier ce qu'est l'économie collaborative et la place des enjeux environnementaux et sociaux chez ses acteurs; étudier ses impacts environnementaux et sociaux; apporter des pistes d'action pour les pouvoirs publics qui voudraient mettre l'économie collaborative au service du développement durable.

L'ensemble des articles publiés dans le cadre du projet PICO est accessible sur : www.iddri.org/Projets/PICO-Ploniers-du-Collaboratif

Citation: D. Demailly, Carbone V., Acquier A., Massé D., Roux D., Borel S., Benoit-Moreau F., Guillard V., Parguel B., Berlingen F., Cappello M., de Grave A., Tincq B. (2016). *L'économie collaborative, réservoir d'innovations pour le développement durable*. Synthèse courte du projet PICO. PICO Working Paper, Paris, France, 8 p.



Airbnb, Drivy, Blablacar, La Ruche qui dit Oui, Leboncoin, Techshop, FabLab, wikipedia, kickstarter, Coursera... L'économie collaborative recouvre un ensemble d'initiatives portées par des entreprises ou des associations, qui transforment nos manière de nous déplacer, de consommer, de produire, de financer, d'apprendre. La définition de l'économie collaborative est controversée, et elle apparaît comme un grand fourre-tout, un réservoir d'innovations caractérisées par le recours aux technologies numériques et la volonté de contourner les acteurs en place.

L'économie collaborative est au cœur de nombreux débats : concurrence déloyale, fraude à l'impôt, précarisation de l'emploi. La manière de réguler l'économie collaborative est une question clef, dont les pouvoirs publics se sont saisis. Deux autres questions sont tout aussi importantes. Est-ce que l'économie collaborative apporte de nouvelles solutions à des enjeux collectifs de développement durable comme la prévention des déchets, la mobilité, l'énergie ? Et si c'est le cas, quel peut être le rôle joué par les décideurs publics pour soutenir les initiatives « d'intérêt général » ?

Telles sont les questions centrales auxquelles le projet Pionniers du Collaboratif (PICO) tente de répondre, sur la base d'une trentaine d'entretiens avec des porteurs de projets collaboratifs, d'entretiens avec soixante-dix usagers de plateformes, d'enquêtes quantitatives sur ces usagers, d'une vingtaine d'entretiens avec des décideurs publics et d'un atelier multi-acteurs.

PICO se concentre sur l'économie collaborative dans le domaine des biens matériels, en étudiant des initiatives telles les FabLab et les Repair Cafés, ainsi que des plateformes d'échange entre particuliers comme Le Bon Coin (achat-vente d'occasion), Place de la loc (location), kika-kwa (prêt), Récupe.net (don) et Commentréparer (réparation). Un domaine intéressant du point de vue environnemental et social : les biens que les particuliers peuvent échanger représentent un quart du budget des ménages et un tiers des déchets ménagers¹.

MESSAGES CLEFS

- Lutter contre l'obsolescence, réduire les déchets, construire du lien social sont des motivations fortes chez certains théoriciens de l'économie collaborative, chez certains entrepreneurs, et chez les usagers de certaines plateformes.
- L'étude approfondie de cinq plateformes d'échange entre particuliers laisse penser qu'elles réduisent la quantité de déchets, mais elles doivent faire face à de multiples « effets rebonds » ; le caractère local des échanges est crucial pour réduire les déplacements et garantir un bilan environnemental positif. Si des plateformes locales renforcent les liens sociaux préexistants, dans d'autres cas la rencontre est perçue comme une contrainte.
- Certains projets de l'économie collaborative apportent de nouvelles solutions au développement durable, mais sont confrontés à des enjeux de développement et à des difficultés pour travailler avec les pouvoirs publics. Ces difficultés tiennent au fonctionnement en silos des administrations ou à la concurrence entre les nouvelles pratiques et des pratiques plus anciennes.
- Si les innovateurs reçoivent dans certains territoires un bon soutien public à leur démarrage (accès à un réseau d'acteurs, financement, incubateurs), l'aide à la communication reste défailante et ils peinent à nouer des partenariats renforcés : intégration de leurs plateformes sur les sites web des pouvoirs publics, expérimentation, prestation de service public.

1. Demailly, D., Novel, A.-S. (2014). Économie du partage : enjeux et opportunités pour la transition écologique, *Studies* N°03/14, Iddri, Paris, France, 32 p.

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE : UNE MOTIVATION CHEZ CERTAINS ACTEURS DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE

Le premier constat dressé est que le développement durable est présent dans les logiques d'action de certains porteurs de projets collaboratifs. En effet, l'analyse des projets d'économie collaborative dans le domaine des biens matériels fait émerger différents *business model*, différentes logiques d'action qui se caractérisent par différentes manières de créer et de capturer de la valeur. Parmi les porteurs de projets, les « altruistes » utilisent la logique de plateforme au profit d'une cause sociétale, quand les « collectivistes » cherchent à partager gratuitement des ressources et des compétences dans des lieux physiques partagés, au profit également d'une telle cause. (Cf Figure 1). Lutter contre l'obsolescence, réduire les déchets, construire du lien social sont des objectifs mis en avant par ces porteurs de projets collaboratifs, qui doivent néanmoins gérer la tension entre leur cause initiale et la nécessité de générer des revenus pour pérenniser leur modèle. Mais tous les porteurs de projets collaboratifs étudiés ne sont pas des « collectivistes » ou des « altruistes » : comme le résumaient à propos deux journalistes, l'économie collaborative est « *un grand fourre-tout qui voit se côtoyer des jeunes pousses du web aux dents longues, des entreprises qui valent des millions en bourse et des néobabas aux ambitions autant politiques que sociales* »².

Cette diversité ressort également de l'analyse des courants de pensée mobilisés par les théoriciens et les acteurs de l'économie colla-

borative, et qui montre qu'à côté de références à l'économie du don, à l'économie de fonctionnalité ou aux communs, certains d'entre eux empruntent à l'idéologie de la contre-culture américaine une volonté de changer le monde et de casser les rentes des grandes institutions établies (Etats et grandes entreprises). Ces courants nourrissent différentes visions politiques de l'économie collaborative, dont certaines font la part belle aux enjeux environnementaux et sociaux. Leur multiplicité et leur hétérogénéité constituent par ailleurs l'une des sources des controverses qui traversent ce domaine : c'est à la fois un atout (elles facilitent l'identification et le rattachement d'un grand nombre de parties prenantes) et un défi (elles diminuent sa cohérence idéologique et empirique, rendent sa coordination plus complexe et peuvent aboutir à multiplier les contestations internes et à fragmenter le champ en sous-communautés).

Les enjeux environnementaux et sociaux sont-ils présents chez les usagers du collaboratif ? Font-ils partie de leurs motivations à entrer et à demeurer dans ces pratiques ? Les entretiens qualitatifs conduits avec des usagers de plateformes d'échange de biens entre particuliers montrent que prolonger la durée de vie des objets, lutter contre l'obsolescence, faire plaisir aux autres – ce qui ne veut pas dire créer du lien social – sont des motivations fortes sur certaines plateformes, à l'image du don ou du prêt entre voisins, et quasiment absente sur d'autres, comme l'achat-vente d'occasion. Si certaines motivations (facilité d'utilisation, contournement du système de consommation classique) se retrouvent chez tous les usagers collaboratifs, ce n'est pas le cas des motivations économiques, environnementales et sociales : de ce point de vue, il n'y a pas UN consommateur collaboratif mais des consommateurs collaboratifs.

2. Turcan, M. et Sudry-le-Dù, C. (2015). La share economy : vers un nouveau modèle de société ? *Les Inrocks*, n° Juin.

Figure 1 : L'économie collaborative : quatre types de *business models* (Acquier et al. 2016')



Légende O : Objectifs ; E : Exemples analysés. Acquier et al (2016).

*Les mondes de l'économie collaborative: une approche par les modèles économiques. Working paper PICO.

DES MOTIVATIONS AUX IMPACTS RÉELS

Si la place du développement durable dans les « intentions » des usagers et porteurs de projets collaboratifs est intéressante à étudier, l'impact réel de l'économie collaborative l'est encore plus. Le projet PICO s'est donc attelé à mieux comprendre les impacts environnementaux et sociaux de cinq plateformes d'échange entre particuliers.

En ce qui concerne l'impact environnemental, ces plateformes permettent-elles de prolonger la durée d'usage des biens, de réduire l'achat de biens neufs et donc l'empreinte écologique de la consommation (ressources, transport, déchets) ? Contrairement à ce qu'affichent certains entrepreneurs³, les biens échangés sur ces plateformes ne se substituent pas automatiquement à l'acquisition de biens neufs car différents « effets rebonds » sont observés. Ainsi, de nombreux acquéreurs de biens sur les plateformes – que l'on parle de vente d'occasion, de don, de prêt ou de location - en profitent aussi pour avoir accès à des biens « en plus », des biens qu'ils n'auraient jamais acheté. On observe même des comportements d'acqui-

sition compulsive, les plateformes étant utilisées pour faire du « lèche-vitrine ». Paradoxalement, sur LeBonCoin, ces comportements compulsifs se retrouvent plus chez les consommateurs qui se définissent comme « écolos » ! Au final, sur cette plateforme, 30 % des achats d'occasion se substituent directement à l'achat de biens neufs.

Citation d'un usager de Recupe.net : « Il y a des choses qui m'intéressent, mais que je n'achèterais pas de toute manière. C'est parce que l'occasion se présente, qu'une personne le donne, que je le récupère ».

Citation d'un usager du Bon Coin : « Parfois c'est impulsif. Si je vois une belle affaire, je me dis "ça c'est pas mal" et hop. Bah oui, entre guillemets, je fais du lèche-vitrines, alors si je vois une occasion.... »

Des effets rebonds chez les offreurs font-ils échos aux effets rebonds observés du côté des demandeurs ? On peut en effet anticiper, sur les plateformes d'achat-vente d'occasion ou de location, que des personnes achètent plus de biens neufs en anticipant le fait qu'ils pourront facilement les revendre ou les louer. Ou que des personnes revendent leur bien usagé pour financer l'achat d'un neuf, comme cela est obser-

3. <http://secondhandeffect.schibsted.com/the-full-report/>

vé sur le marché de la voiture d'occasion. Si 25 % des vendeurs du Bon Coin disent avoir anticipé la revente de leur bien quand ils l'ont acheté, les entretiens qualitatifs menés ne font apparaître – aujourd'hui - que de rares cas d'effets rebonds du côté des offreurs. Est-ce parce que ces pratiques sont encore récentes ? Parce que le déclaratif est parfois éloigné de la réalité ? Quoiqu'il en soit, on peut faire l'hypothèse que de tels effets rebonds sont plus forts pour certains types de biens (voiture, vêtements de luxe, produits high tech), et donc sur les plateformes spécialisées sur ces biens (à l'image de Vestiaire Collective).

Citation d'un usager du Bon Coin :
 « Bérénice elle va s'acheter un sac Jérôme Dreyfuss. Elle me dit, "tu sais, pendant des années je peux le revendre sur le Bon Coin". Parce qu'effectivement, elle sait qu'il y a un marché pour ce genre de trucs là. »

Un enjeu qui apparaît comme crucial dans le bilan environnemental de ces pratiques est le transport. Si certaines plateformes privilégient les échanges ultra-locaux, comme par exemple le prêt sur Kikakwa, d'autres induisent des déplacements importants en voiture. 80 % des usagers du Bon Coin par exemple se déplacent en voiture, et sur des distances qui dépassent dans la moitié des cas 10 km. Ces besoins de déplacement peuvent-ils compenser les gains en transport pour importer/acheminer les biens dans un magasin et pour que les particuliers s'y rendent ? Difficile à dire. Quoiqu'il en soit, la proximité des échanges apparaît cruciale pour garantir un bilan environnemental positif de ces pratiques, d'autant plus pour les plateformes de location et de prêt qui impliquent des déplacements répétés.

En ce qui concerne les liens sociaux, les expériences vécues par les usagers dépendent beaucoup des plateformes étudiées. Ainsi les usagers du Bon Coin et de Placedelaloc sont plus nombreux à vivre les transactions en face à face comme une contrainte, et s'ils relatent des expériences de rencontres agréables au moment des transactions, il est rare que ces relations se pérennisent. A l'inverse, les usagers de Kikakwa sont plus fréquemment motivés par la rencontre et en retirent plus souvent des liens faibles et/ou forts (échanges réguliers, réunions entre voisins). On peut d'ailleurs conclure ici à la présence de liens forts entre usagers uniquement pour les plateformes territorialisées dont certains de ses membres entretenaient des relations préalables

que l'usage de la plateforme vient entretenir et renforcer.

Enfin, il est important de noter que l'on assiste à des hybridations fréquentes entre les mondes marchands et domestiques sur les plateformes collaboratives. Les usagers oscillent en permanence entre les logiques marchandes (primat de la valeur du bien et du donnant-donnant, calcul et anticipation, maximisation des gains, professionnalisation de la vente par des «consommerçants», etc.) et celles du don (primat de la valeur de lien, gratuité, réciprocité élargie, inconditionnalité, générosité). Ainsi, les donateurs sur *Recupe.net* ne donnent pas à n'importe qui, n'importe comment, mais anticipent à qui ils donnent, posent des conditions et demandent des comptes aux récupérateurs.

POUR DE NOUVEAUX PARTENARIATS ENTRE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE ET LES POUVOIRS PUBLICS

L'analyse précédente montre que tous les projets de l'économie collaborative n'ont pas un impact positif du point de vue environnemental et social. La nature des biens échangés ou les déplacements induits sont par exemple clefs pour anticiper le bilan environnemental de ces pratiques, et la pré-existence de relations sociales ou le caractère local des échanges facilitent la constitution de liens sociaux forts.

Néanmoins, il apparaît que certains projets qui relèvent de l'économie collaborative peuvent apporter de nouvelles solutions à des enjeux collectifs, comme la prévention des déchets ; et que certains porteurs de projets mettent ces enjeux sociétaux au cœur de leur démarche d'innovation. Les porteurs de ces projets collaboratifs sont donc des interlocuteurs avec lesquels les pouvoirs publics pourraient travailler, dans un intérêt mutuel, d'autant plus pour les projets qui peinent aujourd'hui le plus à se développer : si certaines plateformes comme Le Bon Coin connaissent un succès populaire, c'est loin d'être le cas d'autres initiatives confrontées à la difficulté d'atteindre une masse critique d'utilisateurs et de trouver un modèle de revenu pérenne, à l'image des systèmes de don ou de prêt entre particuliers.

Pour autant, les porteurs de projets collaboratifs et les pouvoirs publics ont des difficultés à nouer des partenariats. Parmi les multiples raisons, citons en quatre :

- Le fonctionnement en silos des pouvoirs publics : les institutions en charge des déchets,

de l'environnement ou du développement durable, connaissent peu ces initiatives « numériques », n'ont pas toujours la culture et les outils pour les soutenir, et se concentrent sur « ce qu'ils savent faire », en lien avec les acteurs « traditionnels » comme les ressourceries.

- La concurrence avec les acteurs traditionnels : même si le Bon Coin ou les plateformes de don font grandir le « marché » des biens d'occasion, du réemploi, elles sont aussi en concurrence avec des acteurs comme Emmaüs. Des acteurs traditionnels qui collaborent étroitement avec les pouvoirs publics et qui, au-delà de leurs actions en faveur du réemploi et de la prévention des déchets, ont aussi une mission sociale, d'insertion de personnes exclues du monde du travail.
- La pérennité financière des porteurs de projets : les décideurs hésitent à s'engager sur le long terme avec des jeunes pousses, associatives ou non, car ils s'inquiètent de leur assise financière. La création de partenariats entre les jeunes pousses et des acteurs « installés » pourrait lever ces craintes.
- La pérennité des « valeurs » portées par les porteurs de projets : si certains mettent aujourd'hui en avant leurs objectifs environnementaux et/ou sociaux, notamment pour travailler avec les pouvoirs publics, qu'en sera-t-il demain s'ils trouvent un modèle de revenu privé rentable ?

Pour ces raisons, la coopération entre les pouvoirs publics et les acteurs de l'économie collaborative est aujourd'hui limitée, alors même que nombre de ces acteurs sont aujourd'hui en recherche d'une telle coopération :

- Pour démarrer les projets : en France, dans certains territoires, le démarrage des projets est bien soutenu (accès au réseau d'acteurs, financement, incubateurs).
- Pour communiquer : les développeurs de plateformes ont un fort besoin de communication auprès du grand public pour atteindre la masse critique d'utilisateurs et faire fonc-

La stratégie publique de Séoul

La Métropole de Séoul a lancé en 2012 une stratégie publique inspirante à plusieurs égards. Tout d'abord, alors que les porteurs de projets collaboratifs en France ont rarement droit à des dispositifs publics de soutien dédiés à l'économie collaborative – ou à un concept proche comme l'économie du partage – Séoul a adopté une stratégie « active » de Sharing City qui cible spécifiquement ce type de projets.

Deuxièmement, la stratégie de la Métropole repose sur un ensemble cohérent d'outils : financement, incubation, communication, expérimentation, etc. Troisièmement, elle adopte une vision large de ce qu'est l'économie collaborative : les projets de partage entre particuliers (C2C) sont soutenus tout comme ceux en B2C, les projets de plateformes comme les lieux physiques, ceux développés par des associations comme ceux portés par des entreprises.

Enfin, elle ne cherche pas à soutenir l'économie collaborative pour l'économie collaborative : elle identifie les enjeux auxquels elle souhaite répondre (économie circulaire, mobilité, logement) et invite les acteurs de l'économie collaborative à les résoudre, en partenariat avec elle. Elle puise dans le réservoir d'innovateurs qui se cachent sous le concept d'économie collaborative pour trouver des réponses innovantes à des enjeux collectifs.

tionner leur service, et l'aide des pouvoirs publics en la matière reste insatisfaisante à leurs yeux.

- Pour nouer des partenariats renforcés : intégrer leur plateforme sur les sites web des pouvoirs publics (par exemple une plateforme de don sur le site des encombrants d'une ville) ; expérimenter leur systèmes sur certains territoires ; devenir prestataire de service public en se faisant rémunérer pour mettre leur plateforme à disposition des habitants. De tels partenariats sont aujourd'hui quasi inexistantes. *

Pico

**Les Ploniers
du Collaboratif**



IDDR1
UNIVERSITÉ PARIS SUD
ESCP EUROPE
UNIVERSITÉ PARIS-DAUPHINE
OUI SHARE
CNIID - ZERO WASTE FRANCE