

À QUI PROFITENT LES SITES DE PARTAGE ?

AIRBNB, BLABLACAR, UBER... LES SITES COLLABORATIFS PERMETTENT D'ACHETER OU LOUER MOINS CHER, D'ÉCHANGER DES SERVICES, D'AUGMENTER SES REVENUS. QUI SORT VRAIMENT GAGNANT DE CETTE NOUVELLE ÉCONOMIE ?

LES FAITS

Fondé il y a dix ans, **Airbnb**, le site de location d'appartements, annonce aujourd'hui 150 millions d'inscrits dans 190 pays.

Cet été, les livreurs de **Deliveroo** ont manifesté contre leurs nouveaux contrats de travail. Des coopératives sont en train de se créer.

Google Maps propose depuis fin août les services de **Blablacar**, une plateforme de covoiturage qui compte 40 millions d'utilisateurs dans 22 pays.

NOTRE EXPERT

Paul Belleflamme

Ce professeur à l'université d'Aix-Marseille est spécialiste de l'économie collaborative. Il tient un blog qui fait autorité sur le sujet, ainsi que sur la propriété intellectuelle : www.ipdigit.eu. Il a également participé à l'ouvrage collectif *La Consommation collaborative* (éd. DeBoeck Supérieur), dans lequel il décrypte le fonctionnement et les enjeux de ces plateformes de partage.



Dr. (2)

Texte Julia Zimmerlich

Cartons de déménagement, congélateur, boucles d'oreilles et maillot de bain : voici la liste des objets à donner dans un rayon de deux kilomètres autour de la rédaction de *Ça m'intéresse*, un matin du mois d'août. Tous auront trouvé preneur en moins de deux heures grâce à l'application GEEV, l'une des dernières nées de l'économie collaborative. Fondée en 2016 par Hakim Baka, cette plateforme, disponible uniquement sur smartphone pour l'instant, met en lien des *geervers* (des « donneurs ») et des repreneurs situés à quelques kilomètres les uns des autres. En un clic, l'objet à donner est réservé et il ne reste plus qu'à passer le récupérer. Ici, tout est gratuit. Une aubaine ! Pourtant ses fondateurs ne sont pas des bons samaritains, mais des entrepreneurs qui travaillent depuis plus d'un an à la constitution des communautés de *geervers*, à développer une application ergonomique, à optimiser l'expérience utilisateur... Comment espèrent-ils être rentables ? Pourront-ils préserver leur esprit collaboratif ?

On peut dater l'origine de l'économie de partage à l'an 2000. Cette année-là, l'Américain Casey Fenton, alors étudiant, prépare un voyage en Islande. Au lieu de réserver une chambre d'hôtel, il prend contact avec des étudiants locaux pour se faire héberger. Surprise : il reçoit près d'une cinquantaine de réponses positives. À son retour, il décide de créer un réseau en ligne pour permettre à d'autres voyageurs de partir dans les mêmes conditions. La communauté prend de l'ampleur. Casey Fenton finit par lancer en 2004 la plateforme CouchSurfing, dont le principe est d'accueillir gratuitement un étranger sur son canapé. Le site compte aujourd'hui plus de 4 millions d'utilisateurs dans le monde. La consommation collaborative était née !

« Cette notion de « collaboratif » ou de « partage » demeure un concept flou », note Paul Belleflamme, professeur d'économie à l'université d'Aix-Marseille. « Ces termes se sont néanmoins imposés dans le langage courant pour désigner des places de marché [ou plateformes, ndlr] qui facilitent l'échange de biens et de services entre particuliers. La nouveauté, c'est qu'il n'y a plus de frontière nette entre l'offre et la demande. Chacun peut ainsi tour à tour se retrouver consommateur ou vendeur. » Un jour, on loue sa tondeuse ; un autre, on achète le plat du jour mitonné par son voisin, puis on offre sa chambre à Lyon contre deux nuits à Dublin avec, à la clé, des success-stories qui font rêver. Parmi les pionniers du secteur, les fondateurs d'Airbnb, qui ont eu l'idée, en 2007, de louer à la nuitée une chambre de leur colocation pour boucler les fins de mois. Ils développent un site Internet en quarante-huit heures sans savoir qu'ils viennent de



MARTA NASCIMENTO/REA

donner naissance à ce qui va se révéler être une énorme *cash machine*, valorisée 31 milliards de dollars en mars dernier.

1 DES UTILISATEURS QUI PENSENT D'ABORD À FAIRE DES ÉCONOMIES

Faire des économies ou gagner de l'argent, voilà la principale motivation pour 67 % des Français qui utilisent les plateformes dites collaboratives, selon le Crédoc (2014). Il semble loin, le discours altruiste qui entoure la création de Wikipédia en 2001, alimenté par des contributeurs bénévoles, ou le développement de logiciels libres comme Firefox ou OpenOffice. « On est tenté d'assimiler l'économie collaborative à une économie plus sociale et/ou solidaire que l'économie de marché. (...) Néanmoins, de nombreuses pratiques sont guidées par des perspectives de gain en pouvoir d'achat », relève le Crédoc. Un bénéfice que l'étude réalisée en janvier 2017 par l'institut CSA a chiffré à 257 € par an. C'est le montant économisé en moyenne par les consommateurs qui achètent un bien d'occasion plutôt qu'un produit neuf, ou qui recourent au covoiturage. Les Français s'y sont convertis

sans difficulté : un sur deux se connecte chaque mois sur le site Le Bon Coin. « On observe un changement de mentalité autour de la possession, surtout en période de crise et de réduction du pouvoir d'achat. Ce n'est plus de la perceuse que j'ai besoin mais du trou pour accrocher mon tableau », commente Marion Carrette, fondatrice des sites OuiCar et Zilok, un site de location d'objets où l'on trouve une perceuse ou un appareil à raclette pour 10 € la journée. Toujours selon l'étude du CSA, les activités de location ou de vente de biens rapportent en moyenne 238 € par an à leurs propriétaires. Sur Airbnb, le revenu annuel moyen tiré de la location d'un appartement grimpe à 2 100 € (2 600 € à Paris).

La dimension du lien social arrive tout de même en deuxième position des motivations des Français (citée par 47 % des personnes interrogées) pour les pratiques collaboratives. Dans les faits, les bonnes intentions finissent par disparaître et on se retrouve dans la situation d'une « transaction commerciale classique entre un acheteur et un vendeur », modère le rapport du Crédoc. Les voyageurs sur Airbnb deviennent parfois aussi exigeants que lorsqu'ils réservent à l'hôtel, et un acheteur peut râler sur le prix d'une vieille commode si l'un des tiroirs est branlant. ►►

Passer du virtuel au réel

Une nouvelle génération de sites de partage cherche à retrouver une dimension conviviale. ShareVoisins, par exemple, site d'échange de services et d'objets, suggère à ses utilisateurs d'en devenir les ambassadeurs et d'organiser des activités dans leur quartier.

À quoi sert l'économie collaborative ?

Source : Nomadés/TNS Sofres, 2015

S'équiper

74 %

Aider/se faire aider

55 %

Se nourrir

47 %

Se déplacer

42 %

S'habiller

42 %

Se loger

32 %

Se divertir

24 %

Transporter/stocker

13 %

Se financer

12 %

Les stars en France

Chiffres de l'activité en 2016



800 000 annonces postées chaque jour



11 millions d'utilisateurs



3 000 000 de voyageurs hébergés



900 000 utilisateurs environ



Plus de 1 200 000 contributeurs aux projets depuis 2009



D.R. (3)

Des plateformes Internet cool

Qu'il s'agisse de louer sa voiture, de transporter le colis d'un autre ou de donner des objets, les plateformes sur la Toile misent sur la simplicité et une philosophie cool... qui n'oublie pas le business pour autant.

2 UN DISCOURS HUMANISTE POUR DES OBJECTIFS COMMERCIAUX

Pour faire connaître le site et assurer sa maintenance, payer les salariés ou financer son développement, la majorité des plateformes prélève des commissions sur les transactions, allant de 5 % à 30 %. D'autres, mais c'est plus rare, restent dans une logique de partage et ont opté pour le système du pourboire, comme HelloAsso, un site de financement participatif dédié aux associations. Le service est gratuit et les donateurs peuvent laisser un pourboire pour financer le site. « Ce modèle est très répandu aux États-Unis, commente Léa Thomassin, cofondatrice. Chez nous, 60 % des contributeurs laissent un

pourboire de 2,5 % en moyenne du montant de leur transaction. Ce système fonctionne parce que nous sommes transparents sur notre mode de financement et que nous laissons la liberté à chacun de laisser ou non un pourboire. » HelloAsso, qui compte une vingtaine de salariés, est à l'équilibre depuis 2015. « C'est à mon sens le vrai modèle collaboratif activiste », juge Marc-Arthur Gauthey, entrepreneur et cofondateur du collectif OuiShare, une ONG dédiée à l'économie du partage (*share* en anglais). « Toutes les plateformes type Airbnb et Uber se sont servies d'un discours humaniste autour du partage pour remplir des objectifs purement entrepreneuriaux. » « Les plateformes collaboratives sont en réalité de grandes places de marché, poursuit Léa Thomassin. On va sur ces sites pour consommer. Évidemment, il y a des effets positifs, comme une réduction de l'impact sur l'environnement en achetant d'occasion plutôt que neuf, ou la création de liens, mais ça reste une logique purement économique. À mon sens, les commissions pratiquées sont abusives. Au départ, la majorité de ces sites revendique une autre vision de la société, mais ils sont là pour faire du profit et rémunérer des actionnaires. »

3 LE COLLABORATIF SE PROFESSIONNALISE, LES JOBS SE PRÉCARISENT

Malgré des intentions affichées de partage, l'économie collaborative n'échappe pas à la loi du profit. Même si chacun peut profi-

ter des avantages offerts par ces plateformes, leurs propriétaires sont ceux qui en tirent le plus parti. « L'économie collaborative accroît les inégalités. Si vous avez du patrimoine, vous allez pouvoir le rentabiliser. Le locataire de HLM ne pourra pas faire du Airbnb, alors qu'il en aurait sans doute davantage besoin », relevait Hugues Sibille, président du Labo de l'économie sociale et solidaire, un club de réflexion, dans une interview donnée à Rue89. La location saisonnière sur Airbnb est devenue un investissement très lucratif. Selon une récente enquête du *Monde* réalisée sur plus d'un tiers des locations proposées sur le site, une sur cinq émane d'un propriétaire proposant plusieurs appartements, preuve que les loueurs se sont professionnalisés.

La précarisation de l'emploi, la fameuse « uberisation » de l'économie, est un autre effet pervers de ces plateformes de partage. Les livreurs de repas de Deliveroo ou de Foodora, ou encore les chauffeurs d'Uber sont obligés d'opter pour le statut d'auto-entrepreneur pour travailler, ce qui les prive de toute couverture sociale. « Uber a construit tout un discours autour de la capacité pour chacun de créer son emploi. C'est vrai, mais c'est une terrible régression sociale », tranche Marc-Arthur Gauthey. Fin août, des livreurs de Deliveroo ont manifesté partout en France pour protester contre la généralisation d'une rétribution à la course au lieu d'un paiement à l'heure, entraînant une diminution de leurs revenus. Les chauffeurs d'Uber sont en conflit depuis des mois avec la direction du géant américain et réclament une baisse de la commission prélevée par l'entreprise sur chaque course (actuellement de 25 %).

4 LES BÉNÉFICES QUI TARDENT À VENIR OBLIGENT LES INVESTISSEURS À PARIER SUR L'AVENIR

Avec un chiffre d'affaires qui atteint les 6,5 milliards de dollars en 2016, Uber est présenté comme l'un des plus beaux succès de l'économie collaborative. Et pourtant... Uber détient aussi le record des pertes annuelles : 2,8 milliards de dollars la même année. Blablacar, le géant français du covoiturage, présenté lui aussi comme un modèle, n'est toujours pas rentable. « Pour financer leur développement, les plateformes font appel à des investisseurs avec des levées de fonds qui commencent en dessous du million d'euros mais peuvent atteindre le "sans limite" », explique notre expert Paul Belleflamme. « Avant même d'espérer faire un

euro de chiffre d'affaires, il faut convaincre deux cibles de venir sur votre plateforme : les propriétaires et les locataires. Il faut veiller aussi à faire grossir ces communautés très progressivement, car si vous avez des centaines de milliers de locataires d'un côté et pas de propriétaires de l'autre, ça ne fonctionne pas », résume Marion Carrette, la fondatrice de OuiCar. Peu ou pas rentables à quelques exceptions près, les plateformes sont engagées dans une course à l'innovation nécessitant toujours davantage d'investissements. « Le premier objectif est d'atteindre une taille critique et de créer un écart suffisant par rapport à ses concurrents, poursuit Paul Belleflamme. Ce qui est difficile, car les utilisateurs sont versatiles. Comme ces plateformes jouent simplement un rôle d'intermédiaire et ne produisent rien en propre, on va facilement s'inscrire sur plusieurs sites concurrents. »

Les investisseurs doivent donc constamment remettre la main au portefeuille. Dans ces conditions, pourquoi s'obstinent-ils ? Parce qu'ils tablent sur d'autres recettes que celles découlant de l'activité principale. « Ils font un gros pari sur l'avenir, explique Marc-Arthur Gauthey. Toutes ces plateformes sont en train d'engranger des bases de données colossales sur nos déplacements en milieu urbain, nos usages de consommation, nos hobbies, etc. Demain, Uber ou Blablacar pourront vendre aux collectivités ou à des industriels une connaissance plus fine des flux et de la mobilité de leurs utilisateurs. Airbnb est capable de dire combien de touristes sont présents à un instant T dans une ville, de mesurer le potentiel touristique d'une zone géographique... On peut tout imaginer ! » Autre argument : « Une fois que la marque est connue et que l'offre fonctionne, tout volume d'activité supplémen-

taire génère des bénéfices, ajoute Marion Carrette. Alors que dans un site d'e-commerce, plus il y a de ventes, plus il y a de frais logistiques, donc des coûts élevés. »

5 UNE FUSION DE L'ANCIENNE ET DE LA NOUVELLE ÉCONOMIE ?

Loueurs professionnels, groupes hôteliers, chauffeurs de taxi, etc., tous crient à la concurrence déloyale des plateformes collaboratives. À y regarder de plus près, les acteurs de l'économie traditionnelle seront peut-être les grands gagnants de ce fourmillement de sites collaboratifs. En 2015, la SNCF a pris une part majoritaire dans OuiCar. KissKissBankBank, la plateforme numéro 1 de financement participatif, fondée en 2010, a été rachetée en juin dernier par la Banque postale. Le constructeur PSA est entré au capital de TravelCar, qui permet de louer sa voiture quand on ne s'en sert pas. La MAIF a investi dans Koolicar, une autre start-up spécialisée dans la location de voitures entre particuliers... « Les acteurs traditionnels sont mis à mal par les plateformes et sont obligés de se repositionner, juge notre expert Paul Belleflamme. L'une de leurs solutions est de faire alliance avec elles et de repenser leur mode de fonctionnement. Au lieu de développer leur propre plateforme, les grands groupes s'appuient sur la souplesse de ces start-up en les rachetant. » Tout laisse à penser que la plupart des plateformes seront ainsi rachetées par des acteurs traditionnels pour faire jouer les synergies industrielles. L'économie collaborative n'aura alors été qu'un laboratoire géant d'innovation pour nous faire consommer... plus. ■



ÉRIC FALCON SIGNATURES

Une dimension associative

À Gennevilliers (92), la coopérative BicyclAide remet en état et recycle des vélos d'occasion, et promène un atelier mobile pour inciter à la réparation. La dimension participative de l'économie collaborative est désormais le fait de structures associatives. www.bicyclaide.coop

Ce qu'il faut retenir

Les Français ont adopté en masse l'économie collaborative, car elle permet de réduire la facture sur l'achat de biens ou de services, ou de bénéficier d'un revenu supplémentaire.

La rentabilité des sites collaboratifs reste problématique, leur priorité étant de s'imposer face à leurs concurrents. Les sources de revenus identifiées sont l'utilisation commerciale de données privées : itinéraires, modes de transports, hobbies...

Cette économie dite de « partage » est tournée vers le profit au point que certains de ses principaux acteurs sont désormais rachetés par des groupes de l'économie classique.

D'autres sites persistent à entretenir l'idée d'une économie collaborative, et trouvent des solutions de financement autres que la commission perçue sur chaque transaction.

POUR ALLER PLUS LOIN

Livres

■ *La Nouvelle Société du coût marginal zéro. L'Internet des objets, l'émergence des communaux collaboratifs et l'éclipse du capitalisme*, Jeremy Rifkin, éd. Babel. Le prospectiviste américain voit poindre la fin du capitalisme d'abondance au profit de communautés autogérées.

Sites Internet

■ Magazine.ouishare.net/fr Le magazine en ligne de la communauté OuiShare recense les initiatives communautaires tout en « analysant les enjeux de la transition collaborative ».

■ Shareparis.com/blog Le blog du site du premier Salon de l'économie collaborative et du partage, qui s'est tenu fin septembre à Paris. Une mine pour trouver des sites collaboratifs.