« L'économie collaborative, c'est l'ubérisation de la société. »

Toutes les plateformes ne relèveraient pas de l'« économie collaborative », mais plutôt de l'« économie des services à la demande ».

Loïc Jourdain, Michel Leclerc et Arthur Millerand, *Économie collaborative et droit*, 2016

Uber, le leader mondial des VTC (véhicule de tourisme avec chauffeur), est probablement la plateforme la plus médiatisée tant elle cristallise les tensions et les rancœurs. Créée aux États-Unis en 2009, elle est arrivée en France en décembre 2011 et n'a cessé depuis de faire polémique. Pour certains, elle est une innovation « disruptive », esquissant à elle seule un nouveau modèle de société. Pour d'autres, au contraire, elle représente le pire de ce que peut faire naître le capitalisme moderne. D'aucuns rejettent l'économie collaborative dans son ensemble, perçue comme une « ubérisation » généralisée de la société. Pourtant, les expériences et pratiques collaboratives sont protéiformes et évolutives, et beaucoup sont très éloignées du modèle d'Uber. Toutes les plateformes dites « collaboratives » relèvent-elles alors vraiment de l'économie collaborative ? Assurément non ! Pourtant, Uber rentre parfaitement dans la définition large de l'économie collaborative puisqu'elle met en réseau des ressources dont elle organise l'échange. Il faut donc en affiner la définition. Or délimiter avec précision le champ de l'économie collaborative n'est pas chose aisée. Une des

manières de le faire consiste à poser des critères discriminants entre ce qui relève de l'expérience collaborative et ce qui n'en relève pas.

On trouve dans la littérature dédiée à l'économie collaborative, au moins quatre grands critères permettant de poser une ligne de démarcation entre ce qui est collaboratif et ce qui est autre chose. Ces critères constituent en quelque sorte l'ADN de l'économie collaborative.

Le premier a trait au degré d'autonomie de l'individu qui fournit directement les biens ou services (l'offreur). Dans quelle mesure ce dernier est-il libre de déterminer les attributs de sa prestation ? Est-il libre d'en fixer le prix, les délais, les conditions générales ? Plus il est autonome, plus l'expérience se rapproche de l'économie collaborative. À l'inverse, lorsque c'est une plateforme qui fixe les règles du jeu, le modèle s'en éloigne. Dans ce cas, l'activité du fournisseur direct de service s'apparente à celle d'un franchisé. Les juristes L. Jourdain, M. Leclerc et A. Millerand parlent alors d'« économie des services à la demande » plutôt que d'économie collaborative (*Économie collaborative et droit*, 2016, p. 22). Si pour l'utilisateur, l'expérience ressentie peut être assez proche, il n'en va pas de même pour le fournisseur du service dont la prestation fait l'objet de directives. Ainsi la plateforme de service de transport qui a recours à des chauffeurs indépendants ne relève pas, à proprement parler, de l'économie collaborative, mais plutôt des services à la demande ou de travail à la demande (appelé aussi « *jobbing* »). Le chauffeur, bien que non salarié, n'a en effet pas la liberté de fixer ses prix et autres caractéristiques de la prestation. À l'inverse, une plateforme de service de transport via laquelle les chauffeurs auraient la liberté de fixer leurs prix

relèverait plus vraisemblablement de l'économie collaborative. C'est précisément la différence qui existe entre Uber et une plateforme de covoiturage comme BlaBlaCar par exemple. Dans le premier cas, c'est la plateforme qui fixe les prix des courses ainsi que l'ensemble des autres dimensions relatives au service fourni, plaçant de fait ses chauffeurs en situation de subordination. Ces derniers utilisent la plateforme pour exercer une activité professionnelle régulière impliquant une liberté moindre. Dans le second cas, le particulier proposant un trajet partagé en fixe le prix librement, ne recevant que suggestions et indications de la plateforme. En conséquence, réserver un trajet via une plateforme de covoiturage comme BlaBlaCar ou réserver un véhicule avec chauffeur via Uber sont deux choses bien distinctes.

Le deuxième critère a trait à la capacité de ces pratiques à permettre le partage entre inconnus plutôt qu'au sein de communautés constituées (familles, amis, associations, etc.). D'après les sociologues J.-B. Schor et C. J. Fitzmaurice, l'économie collaborative se distingue par sa capacité à ouvrir la voie au partage au-delà du cadre restreint et hiérarchisé de la famille ou de la maison (*Handbook of Research on Sustainable Consumption*, 2015). Plus une plateforme sera en mesure d'agréger des individus hors de toute hiérarchie et de toutes communautés constituées, plus elle se rapprochera de l'économie collaborative. Ainsi, le dépannage d'un appareil électroménager grâce à une plateforme telle qu'une bourse du temps sera considéré comme relevant de l'économie collaborative tandis que le même service réalisé par le biais d'amis ou de famille ne le sera pas. De la même manière, l'achat de vêtements d'occasion entre pratiquants d'une même association sportive ne sera pas considéré

comme relevant de l'économie collaborative tandis qu'un même achat réalisé via le site d'annonces Leboncoin le sera.

Le troisième critère concerne la capacité à créer des liens sociaux entre utilisateurs. Au-delà de l'échange de biens ou de services, l'expérience collaborative se caractérise par son aptitude à favoriser l'émergence d'autres liens entre les individus, se distinguant ainsi radicalement de la consommation de masse. Comme l'indiquent les essayistes R. Bostman et R. Rogers, l'économie collaborative naît pour une large part de l'insatisfaction ressentie par les individus à l'égard de l'économie capitaliste (*What's Mine Is Yours. The rise of collaborative consumption*, 2010). L'exemple de Couchsurfing illustre bien ce point. Il s'agit d'une plateforme de mise en relation d'hôtes qui reçoivent gratuitement des voyageurs. Un autre exemple est donné par la plateforme Stootie dont le but est de retisser le lien social à l'échelle des quartiers en mettant en relation les habitants (appelés « stooters ») susceptibles de se fournir gratuitement ou quasi-gratuitement des services divers (réparation, bricolage, aide, etc.). Le but poursuivi est uniquement la création de lien social. Les pratiques collaboratives s'apparentent donc à des formes alternatives aux modèles prédominants de consommation, mais aussi de production observés dans les pays occidentaux depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. Les individus recherchent dans ces pratiques un sens nouveau à l'échange, celui du partage ! Les études réalisées dans les pays développés sur le profil des individus participant à cette économie collaborative montrent d'ailleurs qu'ils sont le plus souvent d'un niveau élevé de capital culturel. La sociologue V. A. Zelizer interprète cette tendance comme représentative de la volonté de ces catégories (parfois qualifiées de

« bourgeois bohèmes ») de se distinguer en optant pour des modes de consommation et/ou de production alternatifs (*Economic Lives: How Cultures Shapes the Economy*, 2010).

Le quatrième critère renvoie, quant à lui, à la capacité à générer de la confiance. En effet, les pratiques collaboratives ne sont réalisables qu'à la condition que les individus se sentent en confiance. Cette dimension est indispensable à la levée des barrières inhérentes aux échanges entre inconnus. Les plateformes de l'économie collaborative se distinguent alors par leur aptitude à bâtir des systèmes produisant une telle confiance. Ces systèmes peuvent prendre la forme d'un droit d'entrée (en tant que preuve de l'implication des individus), d'outils de notation, de scores de notoriété, d'évaluations diverses et variées de la réputation des parties prenantes, etc. Dans une étude publiée par BlaBlaCar en 2016 (« Entering the Trust Age »), il apparaît que les utilisateurs des plateformes collaboratives font plus confiance à l'évaluation d'un inconnu au profil bien renseigné (88 %) qu'à un collègue (58 %) ou encore à un voisin (39 %). De ce point de vue, les technologies numériques jouent un rôle clé dans le développement et le succès récent de ces pratiques.

Pour conclure, même si la plupart des plateformes dites « collaboratives » mettent en relation des acteurs décentralisés, elles ne relèvent pas toutes de l'économie collaborative. Ainsi, même si dans l'opinion publique Uber semble symboliser l'économie collaborative, force est de constater qu'il n'en est rien. En n'accordant aucune autonomie au prestataire direct du service, il ressort qu'Uber s'apparente davantage à une forme d'« économie de services à la demande » plutôt qu'à de l'économie collaborative. En définitive, seules

les expériences qui offrent de l'autonomie aux fournisseurs directs de services, élargissent le partage hors des communautés constituées, créent des liens sociaux et génèrent de la confiance, entrent dans la sphère de l'économie collaborative *stricto sensu*. Et parmi elles, toutes n'échappent pas aux travers de l'économie traditionnelle.