

Consommation et modes de vie

N° 298 • ISSN 0295-9976 • Avril 2018

SANDRA HOIBIAN

Le collaboratif, nouvel horizon utopique ?

Participatif, collaboratif, coopératif, pair à pair, les mots se bousculent pour évoquer un univers en plein fourmillement. Les travaux du CRÉDOC montrent que ces pratiques se développent notamment parce qu'elles font écho à de nouvelles aspirations : distance aux institutions et remise en cause des fonctionnements hiérarchiques, besoin de reconnaissance individuelle, valorisation de l'intelligence collective, attrait pour la figure de l'amateur et de l'artisan, etc. Pour une partie de la population, le « faire ensemble » devient ainsi un nouvel idéal.

Signe marquant : les deux tiers de nos concitoyens se disent désormais prêts à partager leurs objets plutôt que les posséder, soit +11 points en 3 ans. Et un tiers a déjà eu, au cours de l'année passée, des pratiques collaboratives non marchandes (covoiturage, échanges de services de jardinage, bricolage/recyclage, échange de livres, de jouets, petits cours, monnaies locales, etc.). Avec son essor et sa concrétisation, cet univers doit aujourd'hui relever deux défis pour rester fidèle à ses promesses et à l'imaginaire qui l'entoure : un fort enjeu de démocratisation et une réflexion sur la finalité des initiatives qui se revendiquent « collaboratives » alors qu'elles ont des objectifs commerciaux traditionnels et n'apportent pas de plus-value d'intérêt général.

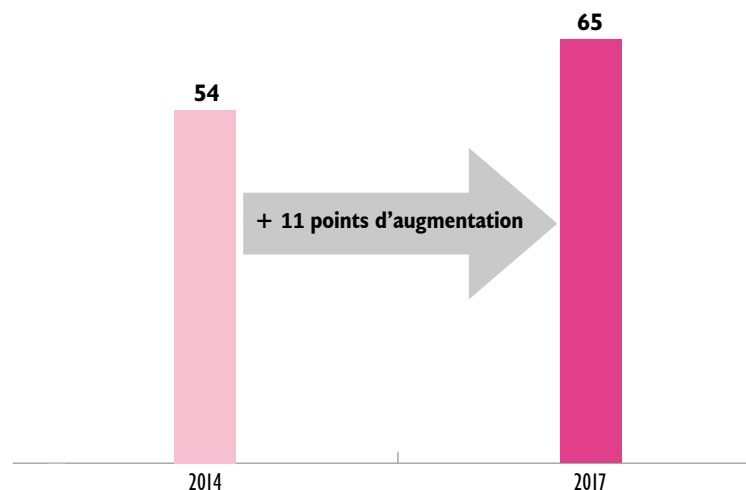
> 65 % des Français prêts à partager leurs objets

Être propriétaire d'objets a longtemps été considéré comme incontournable au bien-être. La sécurité matérielle était la première étape vers l'autonomie. Avec la société de consommation, l'acquisition d'objets est devenue un moyen pour exprimer son identité, sa personnalité, donner à voir son statut social, affirmer son appartenance à un groupe ou garder une trace des souvenirs de son histoire personnelle et familiale. Aujourd'hui, dans une société où la mobilité, l'éphémère, la vitesse, la flexibilité deviennent les valeurs de référence, posséder et accumuler sont des valeurs remises en question. Ces dernières années, une évolution inédite en matière de représentations s'est ainsi opérée : 65 % des Français se disent aujourd'hui prêts à partager ou prêter des objets qu'ils utilisent. Ils n'étaient que 54 % en 2014.

Certaines pratiques non marchandes alternatives à la propriété comme le troc, le don, l'emprunt, le réemploi, la mutualisation, longtemps cantonnées à la sphère privée, rencontrent un nouvel essor par le biais des ● ● ●

LES DEUX TIERS DES FRANÇAIS SONT PRÊTS À ÉCHANGER DES OBJETS

% prêt à partager/prêter des objets que vous utilisez (plutôt qu'en être l'utilisateur exclusif)



Champ : France métropolitaine, personnes de 18 ans et plus.

Source : CRÉDOC, enquête Conditions de vie et aspirations des Français, en face-à-face, juin 2017.

plateformes numériques et collaboratives. « Freecycle », « donnons.org » ou « co-recyclage.com » par exemple permettent de donner des objets et ainsi leur offrir une seconde vie. Les plateformes de prêt et d'échanges d'objets comme « Sharevoisins », « Mutum », « Pretik » se multiplient. Accepter de partager ses objets n'est qu'un des nouveaux modes de relation entre individus. Le prix Nobel Elinor Ostrom les a rassemblés sous l'appellation « des communs ». L'auteure avance en parlant de très nombreuses études de cas menées dans différents pays que la gestion collaborative, fonctionnant par l'échange entre particuliers, peut aboutir à des systèmes durables et plus efficaces que le marché ou la régulation par l'État.

> Le collaboratif, un nouvel idéal ?

Au-delà du seul partage des objets, le principe d'une plus grande implication des citoyens, salariés, consommateurs, usagers et d'une collaboration entre eux se diffuse également dans les imaginaires du grand public. Lorsqu'on demande aux Français de décrire ce que serait une société idéale selon eux, plusieurs notions qu'ils évoquent font écho à la société collaborative. Se dégagent tout d'abord très clairement les trois principes de la devise républicaine française : liberté, égalité, fraternité. Ces mots peuvent être lus comme l'attachement au modèle républicain français. Ils entrent également en résonance avec l'univers collaboratif dans la mesure où l'égalité – une place égale à chacun dans le processus – et la liberté – avec l'absence de chef ou de hiérarchie et l'initiative venant de chacun – sont des conditions nécessaires à la collaboration. Mais surtout, ces trois mots s'accompagnent dans la bouche des Français de valeurs comme « l'entraide », « le respect », « la solidarité », « le partage » ou « le travail ». Ces valeurs rejoignent ainsi les racines étymologiques du mot « co-laboratif » qui signifient « l'action de travailler en commun ». La population semble mettre à l'honneur l'espoir (est-il vain

LA SOCIÉTÉ IDÉALE DANS L'ESPRIT DES FRANÇAIS

Pour vous, qu'est-ce que serait une société idéale ? Dites-moi tous les mots ou expressions qui vous viennent à l'esprit ?

(Question ouverte – Plusieurs réponses possibles)



Source : CRÉDOC, enquête Conditions de vie et aspirations, 2017.

ou hypocrite ?) de relations fondées sur la solidarité et l'entraide, le partage, voies perçues comme un moyen de conserver une société avec beaucoup de liberté accordée aux individus, sans verser dans l'égoïsme et l'isolement.

Les utopies occidentales ont longtemps été fondées autour de croyances religieuses, philosophiques ou politiques. Avec la société de consommation, les aspirations ont ensuite été tournées vers la possession d'objets et la croissance économique. Aujourd'hui, « faire ensemble » paraît fonder, pour une partie non négligeable de la population, un nouvel horizon utopique.

L'utopie collaborative surfe également sur la valorisation de l'intelligence collective, supposée offrir de nouveaux gisements d'innovation et de créativité, loin des anciennes figures des héros, ou des leaders charismatiques. À la figure du génie créateur isolé ou du « grand homme » honoré au Panthéon, à celle du manager charismatique et inspirant se substitue pour certains l'idéal d'une création collective qui se nourrit de la diversité. Le « faire ensemble » trouve également une résonance dans la valorisation actuelle des figures de l'artisan ou de l'amateur, guidés par leurs passions, en rejet de la logique industrielle fondée sur l'expertise et l'efficacité.

Cette utopie est associée par ses défenseurs avec des effets potentiellement positifs pour le lien social et l'environ-

nement. En faisant circuler les objets au lieu de les garder sans les utiliser, en favorisant leur réutilisation dans le cadre d'une économie circulaire, en mutualisant leur usage, l'économie collaborative renferme, selon ses partisans, la promesse de diminuer la production et donc la mobilisation des ressources naturelles. La société collaborative serait également un moyen de renouveler le lien social. Dans un monde décrit souvent comme sans utopie, sans idéologie, voire parfois sans horizon, le collaboratif viendrait ainsi renouveler les imaginaires utopiques.

> Un tiers de la population a des pratiques collaboratives non marchandes

De l'idéal à la pratique, il existe évidemment un chemin. Concrètement, les pratiques collaboratives non marchandes touchent aujourd'hui plus d'un tiers de la population. 36 % déclarent ainsi avoir au cours des douze derniers mois échangé ou partagé de biens et de services entre particuliers (ex. covoiturage, colocation entre personnes âgées et étudiants, échanges de services de jardinage, bricolage/recyclage, échange de livres, de jouets, petits cours, monnaies locales, fablab, etc.).

Toutes les catégories n'apprécient pas ces nouvelles pratiques. Les diplômés du supérieur, les cadres et professions

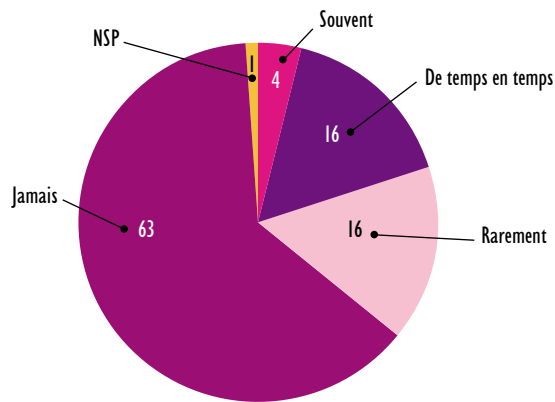
intellectuelles supérieures en sont les plus friands, probablement car ils expérimentent et s'approprient la plupart des nouveautés et possibilités offertes par le numérique. Les bas revenus s'en saisissent vraisemblablement pour les économies qu'elles procurent. Les jeunes également, pour ces deux types de raisons. Mais en miroir les retraités et les non diplômés y sont plus réfractaires. Les Français semblent en avance sur ces usages puisque selon une enquête de la commission européenne 36 % déclarent avoir utilisé une plateforme collaborative, définie ici comme « un outil en ligne qui permet des transactions entre des personnes qui proposent et utilisent un service. Elles peuvent être utilisées pour une vaste gamme de services comme la location d'un hébergement, le covoiturage et de petits travaux domestiques. » Une proportion très largement supérieure à la moyenne européenne (17 %) mais également à celle observée dans des pays traditionnellement à la pointe des usages numériques comme le Danemark (14 %) ou la Suède (15 %) par exemple.

> D'importants défis à relever

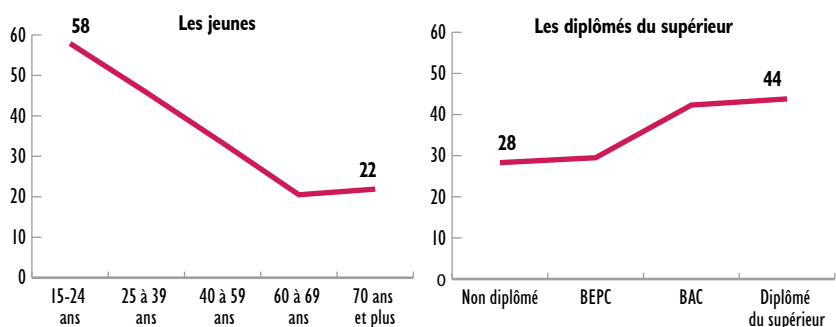
Avec son essor et sa concrétisation, l'univers collaboratif doit aujourd'hui faire face à de nombreuses limites. D'abord, toute la population ne se saisit pas aujourd'hui de ces possibilités. Comment considérer que ces pratiques sont réellement collaboratives si certains en sont de fait exclus. Exemple symptomatique : seuls 5 % des Français ont aujourd'hui collaboré activement à la conception d'un projet d'intérêt général en soumettant un projet dans le cadre d'un budget participatif de ville, ou en lançant un projet sur une plateforme de finance participative. Le taux monte à 9 % chez les cadres et n'est que de 2 % chez les employés. Les initiatives collaboratives ont un potentiel de développement en ce qu'elles rencontrent de nouvelles aspirations sociétales. Mais elles restent aujourd'hui réservées à des publics restreints (jeunes, individus aisés et diplômés, habitants de l'agglomération parisienne). Cela pose des questions de

UN FRANÇAIS SUR TROIS A DES PRATIQUES COLLABORATIVES NON MARCHANDES

Actuellement, certaines pratiques d'échange ou de partage de biens et de services entre particuliers se développent (ex. covoiturage, colocation entre personnes âgées et étudiants, échanges de services de jardinage, bricolage/recyclage, échange de livres, de jouets, petits cours, monnaies locales, fab lab, etc.). Au cours de l'année passée, avez-vous eu recours à ces pratiques collaboratives (en %)



DES PRATIQUES PRISÉES PAR : (en %)



Champ : France métropolitaine, personnes de 15 ans et plus.

Source : CRÉDOC, enquête Conditions de vie et aspirations des Français, en ligne, janvier 2018.

démocratisation et d'accompagnement des individus dans leur chemin vers une autonomie, condition sine qua non d'une réelle collaboration.

Ensuite, la diffusion des pratiques fait évoluer les équilibres. Le changement d'échelle transforme les utilisateurs de services de plus en plus en clients, consommateurs exigeants en matière de qualité de service et moins enclins à coopérer. Plusieurs plateformes proposent aujourd'hui des services d'intermédiaires qui vont s'occuper de donner les clés de la voiture ou du logement, supprimant ainsi la rencontre, et donc le lien social entre les offreurs et demandeurs. Nombreuses sont les critiques qui pointent le caractère factice de la collaboration des plateformes les plus connues ayant en réalité pour effet

la marchandisation de biens, services ou lieux qui en étaient exclus. Avec ces plateformes, on préférera désormais louer sa chambre d'amis qui accueillait auparavant des proches de passage de manière désintéressée et conviviale. Certaines plateformes qui se revendiquent collaboratives peuvent même nuire à la logique du don, certains utilisateurs confessant volontiers moins donner depuis que leurs biens sont susceptibles d'être vendus.

Peut-on considérer que des pratiques sont collaboratives dès lors qu'elles mobilisent des modes de coopération entre particuliers sans tenir compte de l'objectif visé ? Dans des plateformes telles « Airbnb », « Uber » ou « Le bon coin » les individus participants y sont faiblement investis, et la fina-

TABLEAU RÉCAPITULATIF DES ÉVOLUTIONS DE VALEURS ET IDÉAUX

	Économie de marché régulée	Société collaborative
Rapport aux objets	Propriété privée	Accès, partage, valorisation de l'usage
Théorie économique	Libre échange	Théorie des communs
Finalité proposée	Croissance	Développement durable
Technique	S'appuie sur les révolutions industrielles Économie s'appuyant sur le capital	Technologies de l'information et la communication Économie de plateforme, s'appuyant sur les individus
Capital valorisé	Capital économique (financier, patrimonial, technique)	Capital social, humain, écologique
Mode de production/organisation	Industriel, standardisé, planifié	Artisanal, flexible et adaptable
Acteurs dominants	Etat, entreprises, corps intermédiaires (syndicats, partis politiques), consommateurs	Citoyens à la fois producteurs et consommateurs, associations, fondations, coopératives, mutuelles, société civile + intermédiaires (plateformes)
Responsabilité/ Figure de référence	Centralisée Chef, Grand homme, génie, leader décideur Figure de l'expert(e)	Répartie Intelligence collective Figure de l'amateur, artisan
Régulation	Verticale, descendante et centralisée Reposant sur les contrôles, la sanction	Horizontale, de pair à pair, décentralisée, reposant sur la confiance, l'autocontrôle et le contrôle des pairs
Valeurs	Rationalité, efficacité Concurrence/compétition	Créativité Coopération
Effets pervers/risques	Rapports de force Rivalité Autocratie, bureaucratie Individualisme Distance et montée du radicalisme Usage excessif des ressources (humaines, naturelles)	Passager clandestin Perte de contrôle/contrôle par les plateformes Dérégulation/manque de protection (sociale, impôts, destruction du travail et des anciennes structures) Manque de cohérence Risque de monopolisation (uber, airbnb)- the winner takes all. Chronophage Responsabilité/culpabilité individuelle (chacun doit être l'artisan à la fois de sa propre vie et du collectif)

Source : CRÉDOC.

lité de ces solutions a clairement une vocation commerciale et de satisfaction de besoins personnels, très proches des univers de consommation classiques. Le législateur ne s'y est pas trompé : la réglementation a très sensiblement évolué pour harmoniser les obligations de ces plateformes avec celles d'entreprises classiques, afin de limiter les distorsions de concurrence.

Les attentes et l'imaginaire entourant les pratiques collaboratives incitent à affiner la définition du champ collaboratif en intégrant non seulement le mode d'échange fondé sur la coopération entre individus mais également

l'objectif recherché. L'appellation collaborative pourrait être donnée aux initiatives qui certes s'appuient sur des échanges et une collaboration entre pairs mais intègrent aussi une portée sociétale. Le collaboratif pourrait ainsi

être défini comme l'association de personnes engagées souhaitant atteindre un but utile à l'intérêt général avec pour mode opératoire une coopération entre acteurs impliqués et responsables. ■

L'ENQUÊTE CONDITIONS DE VIE ET ASPIRATIONS DU CRÉDOC

Les résultats présentés dans ce document sont issus de l'exploitation des questions dans le dispositif permanent d'études des « Conditions de vie et aspirations » du Crédoc. L'enquête est menée en face à face en juin de chaque année depuis 1978 auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 personnes, âgées de 18 ans et plus, sélectionnées selon la méthode des quotas ; et en décembre-janvier en ligne auprès d'un échantillon de 3 000 personnes de 15 ans et plus intégrant les DOM. Ces quotas (région, taille d'agglomération, âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle) ont été calculés d'après les résultats du dernier recensement général de la population. Un redressement a été effectué pour assurer la représentativité par rapport à la population nationale.

Pour en savoir plus

- *Le collaboratif, un nouvel idéal pour les foules sentimentales*, S. Hoibian en collaboration avec R. Berger et les étudiants du Master M2 Marketing et études 2016-2017 de Sciences po, School of Management and Innovation, Cahier de recherche du CRÉDOC, n° C337, décembre 2017.