Document generated on 08/06/2025 4:03 a.m.

Relations

RELATIONS

L’économie collaborative : au service de qui ?

Yves-Marie Abraham and Émilie Daudey

Number 783, March–April 2016

URI: https://id.erudit.org/iderudit/81017ac

See table of contents

Publisher(s)

Centre justice et foi

ISSN

0034-3781 (print)
1929-3097 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Abraham, Y.-M. & Daudey, É. (2016). L’économie collaborative : au service de qui ? *Relations*, (783), 12–13.

Tous droits réservés © Relations, 2016

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

L'économie collaborative ou « économie du partage » est en pleine expansion. Airbnb, Uber, Couchsurfing et autres plateformes mettant à profit la collaboration entre usagers à travers Internet bousculent l'économie « traditionnelle ». Si certains y voient un essor du partage et de la mise en commun au sein du système économique, d'autres y voient plutôt une forme approfondie d'exploitation. Nos auteurs invités font le point sur la question.

L'économie du partage est l'une des nouvelles ruses du capitalisme.

YVES-MARIE ABRAHAM

L'auteur est professeur à HEC Montréal

Comme les notions de « développement durable », de « finance éthique » ou d'« entrepreneuriat social », les expressions « économie du partage » et « économie collaborative » sont des oxymores à l'aide desquels nous tentons de nous convaincre que les contradictions de notre civilisation peuvent être dépassées sans rien changer d'essentiel à notre façon de vivre ensemble. En l'occurrence, elles semblent suggérer que nous aurions enfin trouvé le moyen de nous enrichir tout en respectant les valeurs d'égalité et de fraternité qui sont censées être au fondement de nos sociétés. Plus de 200 ans après la publication de *L'enquête sur les causes et la nature de la richesse des nations* par Adam Smith, la vieille promesse du libéralisme économique serait ainsi sur le point de s'accomplir. Alléluia !

Qui partage quoi ?

Mais de quel partage est-il question ici ? Pas de celui du capital en tout cas. De ce côté, la tendance est plutôt à la surconcentration. S'il y a tendance au partage, elle ne s'observe que du côté de la classe laborieuse, que l'on voit de plus en plus fréquemment renoncer à l'usage exclusif du peu de biens qu'elle possède (logement, véhicule, connaissances, biens culturels, informations personnelles, temps de loisir…) ou de biens qu'elle aurait pu posséder.

Comment comprendre la prolifération de telles pratiques, qui font le succès des Airbnb, Couchsurfing, Uber, Wikipédia ou encore Facebook ? Pour certaines d'entre elles, il se pourrait qu'elles ne soient qu'une forme d'adaptation à la dégradation des conditions matérielles d'existence suscitées par les politiques néolibérales et « austéritaires » des dernières décennies. Il s'agirait en somme de faire de nécessité vertu. Mais il est possible également que ces pratiques soient, en partie au moins, l'expression d'un besoin fondamental de l'être humain, celui de vivre avec et pour les autres. Frustré par 40 ans d'un néolibéralisme qui n'a donné droit de cité qu'au « désir d'être soi et pour soi », comme le souligne avec force l'économiste Jacques Généreux, ce besoin trouverait dans ces formes de partage une façon de se satisfaire tant bien que mal.

Quels que soient leurs motifs, ces pratiques représentent, du point de vue capitaliste, un remarquable potentiel de valorisation du capital. La stratégie consiste ici à organiser, susciter et faciliter toutes sortes de partages, dont certains sont déjà existants. Ensuite, il s'agit de vendre tantôt l'accès au service que l'on a organisé – c'est le modèle Uber ou Airbnb –, tantôt le produit ou le sous-produit de l'activité des usagers de ce service – c'est le modèle de Facebook ou de Google. Dans le premier cas, on évite entre autres le risque d'investir dans de lourdes infrastructures (de transport ou d'hôtellerie, par exemple). Dans le second cas, on évite d'avoir à embaucher des salariés pour produire des contenus ou récolter des données pertinentes. Il y a bien « économie du partage », au sens où le fait de partager des biens, des services ou des connaissances devient en soi source de profits.

Un nouveau servage ?

On nous fera remarquer sans doute que certaines réalisations de « l'économie collaborative » échappent à la récupération capitaliste. C'est le cas notamment de ces dispositifs de partage de savoirs ou de biens culturels qui bénéficient de la protection des licences libres interdisant ou limitant la marchandisation. Certes, mais comment ne pas voir aussi à quel point ce partage est inégal et contribue à creuser l'écart entre les possédants et les autres ? Tandis qu'une petite bourgeoisie pleine de bonne volonté offre de son temps pour partager gracieusement le capital culturel qu'elle a accumulé (en participant au co-développement de Wikipédia ou d'un logiciel libre, par exemple), la très grande bourgeoisie ne partage rien du tout et accède gratuitement à toutes sortes de richesses « immatérielles », difficiles à extraire, en principe, et dont « l'économie du savoir » fait son miel.

La seule économie du partage qui vaille est celle qui repose sur le principe du commun. Mais ce principe n'est juste que s'il s'applique à tout ce qu'il nous faut pour vivre. Sinon, il risque de n'être finalement qu'un autre moyen pour les plus riches de tirer profit du peu de biens dont disposent les moins riches et de continuer à faire ainsi l'économie du vrai partage.

L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE : AU SERVICE DE QUI ?

L'économie collaborative, une nouvelle donne qui appelle de nouvelles réglementations.

ÉMILIE DAUDEY

L'auteure est chef de projet au Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CRÉDOC), à Paris

À l'instar de l'Internet des premières années, l'économie collaborative est souvent entourée d'un halo idéaliste et utopiste : ses nouvelles pratiques recréeraient du lien entre les gens, amélioreraient l'état de la planète, offriraient une réponse aux nombreuses crises liées au modèle capitaliste hérité des XIXe et XXe siècles, voire en annonceraient carrément la fin si l'on se fie à l'essayiste américain Jeremy Rifkin. D'autres voix, moins nombreuses mais de plus en plus répandues, dénoncent au contraire ces discours et pratiques comme étant un phénomène de mode destiné à améliorer l'image des acteurs d'un secteur bâti sur une forme de concurrence déloyale faite aux entreprises traditionnelles et qui pousserait à la monétarisation de tous les aspects de la vie quotidienne auparavant à l'écart du marché.

Au fond, une grande part de cette discorde provient d'un manque criant de définition précise et partagée du concept d'économie collaborative.

Une multiplicité de pratiques

Sous le terme d'*économie collaborative* ou d'*économie du partage* se cachent en effet d'innombrables initiatives se multipliant chaque jour et qui, a priori, n'ont rien à voir entre elles. Qu'ont donc en commun le covoiturage, le partage d'outils entre voisins, la location de son appartement à un visiteur de passage, la vente de biens usagés, le sociofinancement d'un court-métrage, ou la contribution à une encyclopédie libre ? La réponse est simple : c'est l'échange entre particuliers ou entre pairs, la volonté plus ou moins consciente de sortir d'une relation pyramidale et très hiérarchisée des échanges, et ce, le plus souvent, grâce à Internet. Mais pour le reste, c'est-à-dire l'ensemble des atours dont on affuble l'univers collaboratif (rendre la société meilleure, réduire le gaspillage des ressources, participer à un projet commun, sortir du consumérisme, créer de nouveaux liens sociaux, etc.), ils sont loin d'être partagés d'un bout à l'autre du spectre des initiatives collaboratives. Si plusieurs sont sans but lucratif et visent notamment à créer des échanges non marchands, d'autres profitent du flou conceptuel pour faire du « *collaborative-washing* », c'est-à-dire tirer profit de l'image vertueuse que peut avoir l'économie du partage.

En effet, si les échanges de savoirs sur Wikipédia ou de recettes sur Marmiton peuvent être considérés comme le fruit d'une volonté de « partager » avec ses semblables, à l'inverse, louer un logement à un touriste pour 100 dollars la nuit sans le rencontrer est, pour l'offreur, ni plus ni moins qu'un moyen d'accroître ses revenus et non un acte communautaire ou altruiste. D'ailleurs, le grand public ne s'y trompe pas : selon une enquête menée par le CRÉDOC en France, le premier moteur de l'économie collaborative, c'est la possibilité d'améliorer son pouvoir d'achat (67 % des réponses), bien avant la possibilité de rencontrer des gens, de nouer des liens (47 %), de protéger l'environnement (30 %), de contribuer à rendre la société meilleure (25 %) ou d'agir au niveau local, près de chez soi (15 %). On est donc loin des valeurs revendiquées par les pionniers du collaboratif et par les *think tanks* de l'économie collaborative, et davantage dans une logique visant à pallier une érosion du niveau de vie.

Un modèle à réglementer

Par ailleurs, les leaders du secteur (Airbnb, Uber, Kijiji…) sont clairement entrés en concurrence – déloyale, selon certains – avec les acteurs traditionnels des secteurs économiques dans lesquels ils interviennent. Et comme leurs nouveaux modèles économiques sont arrivés sur le devant de la scène en seulement quelques années, les gouvernements, le système de justice et les entreprises n'ont pas encore pu répondre convenablement à tous les problèmes règlementaires soulevés. De nombreux procès sont en cours dans ces secteurs et montrent des failles législatives : comment mieux informer et défendre l'usager en cas de tromperie ? Comment réguler de manière équitable pour tous le recours à des travailleurs indépendants, notamment dans le cas d'Uber ? En imposant des salaires fixes, des charges sociales ? Et comment intervenir pour protéger la réputation en ligne des internautes : peut-on contester un avis émis par une autre personne sur une plateforme collaborative ? Quelle protection accorder aux données personnelles ? Etc.

Ainsi, si l'essor du collaboratif ne fait plus de doute aujourd'hui, ses effets sur la société sont en grande partie entre les mains du législateur : mal encadré, le collaboratif pourra être synonyme de précarité et d'un réel « *dumping* social ». Bien régulé et mis sur un pied d'égalité avec les formes plus traditionnelles d'échange, il peut au contraire être une bonne réponse à diverses aspirations de nos sociétés, dont les plus emblématiques sont : donner plus de place à l'initiative individuelle, assouplir certains rapports hiérarchiques et prendre en compte l'enjeu environnemental.