

L'économie collaborative : définitions, impacts fiscaux et sociaux

Auteur : Hallet, Astrid

Promoteur(s) : Gautier, Axel

Faculté : HEC-Ecole de gestion de l'Université de Liège

Diplôme : Master en sciences économiques, orientation générale, à finalité spécialisée en Economics and Finance

Année académique : 2017-2018

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/4837>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

MÉMOIRE RECHERCHE :

L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE :
DÉFINITION, IMPACTS FISCAUX ET
SOCIAUX

Mémoire présenté par **Astrid Hallet**

En vue de l'obtention du diplôme de Master en Sciences économiques, à
finalité spécialisée en Economics and Finance

Année académique 2016-2017

Jury

Promoteur : Axel Gautier

Lecteurs : Jacques Defourny

Michel Coppée

REMERCIEMENTS

Je souhaite adresser mes sincères remerciements aux personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce mémoire.

Un tout grand merci au Professeur Axel Gautier, promoteur, pour ses nombreux conseils, sa disponibilité et son écoute tout au long de ce projet.

Je tiens également à remercier toutes les personnes qui auront pris le temps de lire et d'émettre des commentaires sur l'écriture de ce rapport, et en particulier au Professeur Jacques Defourny et Monsieur Michel Coppée.

Merci enfin à mon entourage, qui m'a soutenu et encouragé tout au long de mes études.

Foot note : 19 855 mots

EXECUTIVE SUMMARY

Our society is experiencing the apparition of a new economic model of production and consumption of goods and services, the sharing economy. Economics agents are curious and anxious about this new model. Few countries tried to regulate this economy but unfortunately, not always in the good way. The sharing economy needs to be regulated everywhere to fight against unfair competition with the traditional economy, the market economy. This thesis gives insight for a regulation that would fit the sharing economy, taking into account the specificities of this model and identifying two under categories that will help to understand and hence to regulate it. We will give some guidelines of thoughts for fiscal and social regulation of digital platforms and service providers.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements.....	2
Executive summary.....	3
Table des matières.....	4
I. Introduction générale :.....	6
II. Introduction à l'économie collaborative :.....	7
A. La consommation collaborative :.....	7
B. Contexte actuel :.....	9
Présentation des alvéoles de l'économie collaborative :.....	11
C. Définitions des concepts :.....	13
1. Définition de l'économie collaborative.....	13
a) Botsman et Roo Rogers, économistes:.....	13
b) SPF économie :.....	14
c) Angelo Meuleman, expert « Sharing Economy - Shared Mobility » chez Taxistop : 15	
d) Christophe Charlot journaliste au Trends Tendances :.....	15
e) Wikipédia :.....	16
f) Comparaison des éléments de définitions de l'économie collaborative :.....	17
g) Définition retenue :.....	17
2. Moteurs et piliers essentiels de l'économie collaborative :.....	18
a) Les moteurs de l'économie collaborative :.....	18
(1) Le moteur technologique :.....	18
(2) Le moteur économique :.....	20
(3) Le moteur géographique :.....	21
(4) Le moteur social :.....	21
(5) Les Millennials :.....	22
b) Les acteurs de l'économie collaborative:.....	23
(1) Les propriétaires ou « offreurs »:.....	23
(2) Les consommateurs:.....	24
(3) Les plateformes :.....	24
c) Les transactions entre acteurs :.....	25
(1) Business-to-Business (B2B) :.....	25
(2) Business-to-Consumer (B2C) :.....	25
(3) Peer-to-Peer (P2P) :.....	25
d) Les différentes sources de revenus :.....	26

e)	La confiance et la réputation :.....	27
III.	Economie ubérisante versus économie de coopération.....	30
A.	Le phénomène d'uberisation : concurrence des modèles économiques.....	30
1.	Définition :.....	30
2.	Le concept de disruption :.....	31
3.	Le rôle de l'innovation :.....	32
B.	Economie ubérisante et économie coopérative :.....	33
1.	Définitions :.....	33
2.	Types de biens et services échangés :.....	34
a)	Re-distribution :.....	35
b)	Produit — services :.....	36
c)	Services P2P (« on-demand services ») :.....	37
d)	Systèmes locaux coopératifs :.....	38
3.	Le cas de Airbnb :.....	42
a)	Description des caractéristiques de l'entreprise.....	42
(1)	Rôle de la plateforme :.....	43
(2)	Les sources de revenus.....	43
(3)	La confiance et la réputation.....	44
b)	Les critiques de la startup.....	45
(1)	Régulation du marché :.....	45
(2)	Impact sur les entreprises traditionnelles :.....	46
(3)	Impact fiscal :.....	46
	Conclusion.....	48
IV.	Impact social et fiscal de l'Économie collaborative :.....	50
A.	Le statut des travailleurs dans le flou :.....	51
B.	Les réglementations fiscales et juridiques existantes en Belgique :.....	54
	Conclusion :.....	57
V.	Solutions possibles pour la concurrence et la législation sociale et fiscale de l'économie collaborative.....	58
A.	Instauration d'une concurrence saine.....	58
B.	l'existence légale des plateformes et leurs obligations fiscales et sociales.....	59
C.	statut social et fiscalité des prestataires des plateformes.....	62
	conclusion.....	64
VI.	Conclusion générale :.....	65
VII.	Références :.....	67
VIII.	Annexes :.....	78

I. INTRODUCTION GÉNÉRALE :

Notre société est témoin d'un nouveau modèle économique de production et de consommation des biens et services. Celui-ci par sa nouveauté pique la curiosité des agents économiques : ménages, entreprises et autorités locales. Pourtant ce modèle n'est pas si nouveau puisqu'il se base sur un acte vieux comme le monde : le partage. Ce qui intrigue c'est que grâce au biais d'internet, ce phénomène peut se dérouler à grande échelle. Un particulier du Japon peut mettre à disposition son logement à un voyageur belge, ce qui n'aurait pas pu être le cas si une plateforme digitale ne les avait pas réunis. Ce modèle c'est l'économie collaborative. Elle diffère du modèle d'économie de marché traditionnelle et jusqu'à présent les législateurs ont du mal à cerner les contours de cette nouvelle économie. Les tentatives de régulations sont peu nombreuses, voire inexistantes, dans certains cas. Cependant, pour garantir la survie de cette innovation entrepreneuriale, il faut la réguler. Comment s'y prendre pour ne pas favoriser une économie plutôt que l'autre puisqu'il est évident qu'elles doivent cohabiter ?

La question que nous nous posons est de savoir s'il est nécessaire d'instaurer une régulation différente pour l'économie collaborative par rapport à l'économie traditionnelle. Nous allons tenter de répondre à cette question en examinant de près ce qu'est l'économie collaborative et la définir. Nous allons classer les entreprises de l'économie collaborative et en identifier deux grandes catégories d'entreprises : celle où les acteurs de l'économie collaborative se rassemblent sous un même but de lucre et où les plateformes s'attaquent aux secteurs d'activité existants, nous parlerons alors de l'économie ubérisante, et celle où les acteurs ne recherchent pas le profit et où la plateforme ne s'attaque pas à un secteur existant, nous l'appellerons alors l'économie de coopération. Ensuite, nous montrerons qu'en fonction de la catégorie à laquelle appartient l'entreprise, la régulation à appliquer devra être différente. Une entreprise de l'économie ubérisante cherche un gain financier et sera qualifiée de disruptive pour les entreprises existantes du même secteur d'activité. Elle devra être soumise à une régulation similaire à celle des entreprises traditionnelles de l'économie de marché. En revanche, puisque la plateforme d'une entreprise de l'économie de coopération ne vise pas le profit, alors celle-ci devra être régulée d'une autre manière, qui pourra être plus avantageuse au niveau fiscal et social, car cette entreprise n'est pas en concurrence avec les entreprises commerciales due à la petite structure locale des plateformes.

II. INTRODUCTION À L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE :

A. LA CONSOMMATION COLLABORATIVE :

La consommation collaborative est le berceau de l'économie collaborative. Sans cette idée de nouvelle façon de consommer ensemble, l'économie collaborative n'aurait pas vu le jour.

Le terme « *consommation collaborative* » apparaît dans la revue *Leisure Report* en avril 2007 par Ray Alagar, conseiller en gestion des affaires, qui le définit comme un élan commun de collaboration entre consommateurs qui s'unissent pour s'échanger des biens et des services. Un peu plus tard, Rachel Botsman et Roo Rogers utilisent le terme de « *consommation collaborative* » en 2011 dans leur livre « *what's Mine is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live* ». Pour eux, la consommation collaborative fait référence au changement d'usage des biens et services. On favorise l'optimisation de l'usage plutôt que la possession des biens via le partage, l'échange, le troc, ou le prêt (Botsman et Rogers, 2010).

Pas de notion d'économie collaborative donc, sans cette idée de consommation collaborative. Le partage des biens et services, par l'usage et plus par la propriété, rendu possible par le développement des communautés d'internaute et de leurs réseaux, est le fondement de cette nouvelle économie et son étude est au cœur de nos préoccupations d'aujourd'hui.

Depuis une dizaine d'années, le monde de l'entreprise se voit bouleversé par de nouveaux arrivants qui ont décidé de ne pas suivre le même modèle économique qu'eux. Ce sont des start-up dont les activités fonctionnent principalement grâce à internet, et plus particulièrement via une plateforme digitale. Ces nouvelles entreprises répondent à une demande grandissante des consommateurs qui désirent mieux utiliser les ressources disponibles. Les origines de l'économie collaborative viennent de la crise financière de 2008. La diminution du pouvoir d'achat et le ralentissement important de l'activité économique et commerciale ont donné lieu à un vent d'altruisme entre les consommateurs, facilité par les avancées technologiques. De plus, les ressources naturelles se faisant de plus en plus rares, cela a donné lieu à une meilleure utilisation de celles-ci.

Pour toutes ces raisons, de nouveaux échanges voient le jour : les échanges entre particuliers. C'est ainsi que l'économie collaborative est née.

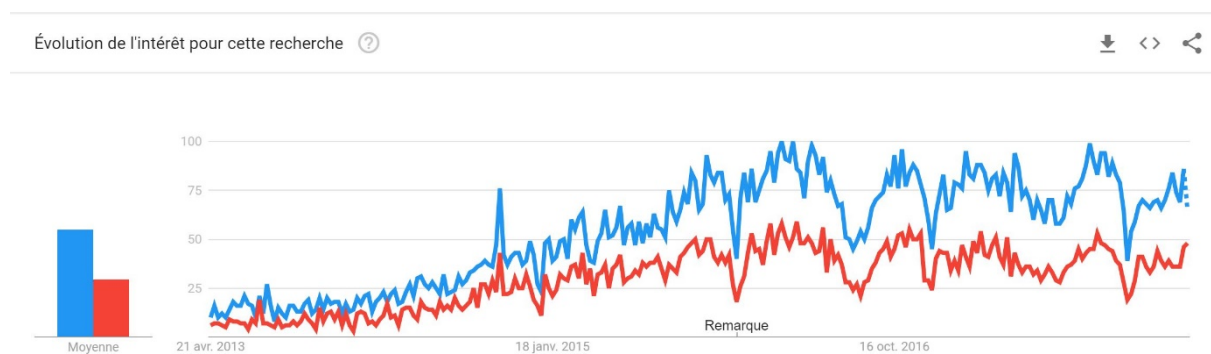
Il est clair que ce nouveau modèle économique inquiète les agents économiques. Les adeptes voient dans cette nouvelle méthode d'échange une solution au matérialisme et à l'hyperconsommation (Botsman et Rogers, 2010). D'un autre côté, elle apporte la création de nouveaux emplois et une diminution des déchets, ce qui apporte une amélioration pour l'environnement.

Cependant, les temps sont durs pour les entreprises traditionnelles qui sont en concurrence avec ces start-up. C'est un vrai bouleversement pour l'économie de marché traditionnelle. Certains secteurs, comme l'hôtellerie et les compagnies de taxi, sont en claire opposition avec ce nouveau modèle et décrient les dégâts causés par celui-ci : concurrence déloyale, taxes éludées, législation détournée et régulations inexistantes. Ces accusations sont souvent justifiées, ces deux modèles que sont l'économie collaborative et l'économie de marché traditionnelle sont en concurrence et pour l'instant, l'un empiète sur l'autre. Mais est-ce le cas pour toutes les entreprises de l'économie collaborative ? N'y aurait-il pas des entreprises plus disruptives que d'autres ? Établissons le contexte dans lequel nous nous trouvons aujourd'hui et les perspectives d'avenir de ce nouveau modèle.

B. CONTEXTE ACTUEL :

Depuis 2013, l'économie collaborative n'a pas cessé de susciter l'intérêt sur la toile. Comme montre l'enquête sur Google Trends, le figure 1 montre l'évolution temporelle du nombre de fois que les termes « économie collaborative » (en bleu sur le graphique) et « sharing economy » (en rouge sur le graphique) ont été recherchés sur Google. On peut constater que le terme français est plus utilisé que le terme anglais à l'échelle mondiale.

Figure 1 : Evolution de l'intérêt pour les termes *économie collaborative* et *sharing economy* :

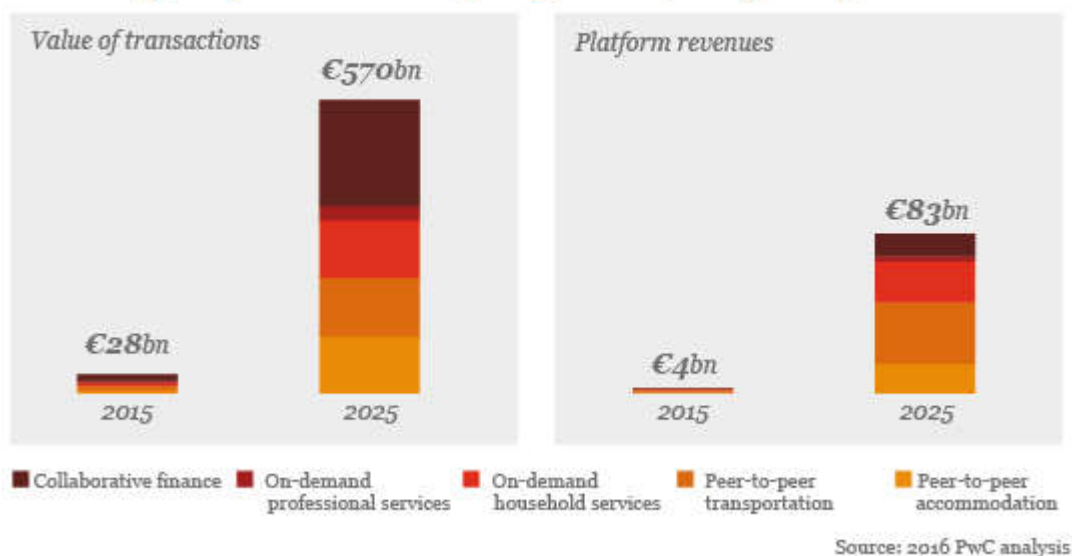


Source : Google Trends 2018

L'économie collaborative est un sujet central dans l'actualité et ce n'est que le début. PricewaterhouseCoopers a enquêté sur le potentiel de croissance de ces entreprises de l'économie collaborative. Leur recherche s'est basée sur cinq secteurs clés de l'économie de partage : l'hébergement de pair à pair, le covoiturage de pair à pair, l'échange de services entre particuliers, l'échange de services professionnels et le financement participatif. Selon le bureau d'étude de PWC (voir figure 4), ces cinq secteurs clés de l'économie collaborative devraient générer un chiffre d'affaires global de 570 milliards d'euros d'ici 2025, soit une hausse de 1936 % en l'espace de dix ans. Un chiffre qui va en augmentant, puisqu'il était question d'une prévision de 310 milliards d'euros dans leur rapport de 2015. Autrement dit, une hausse de 84 % des estimations pour 2025.

Figure 4 : Revenus et valeur des transactions totales facilitées par les plateformes de l'économie collaborative en Europe par secteur entre 2015 et 2025 :

Revenues and total transaction value facilitated by sharing economy platforms in Europe by sector, 2015-2025



Source : PWC analysis 2016

Il est évident que le modèle de l'économie collaborative suscite un engouement général et que les perspectives d'avenir semblent garantir la pérennité du modèle. Il est donc important de le réguler puisque les entreprises traditionnelles vont devoir cohabiter avec les nouvelles start-up de l'économie collaborative.

Dans cette liste des secteurs impactés par l'économie collaborative, on y retrouve évidemment les secteurs de la finance, de la logistique, de la nourriture et du transport. Mais on peut également y retrouver les secteurs de la santé, de l'éducation et de la beauté. Selon les secteurs touchés par l'arrivée de l'économie collaborative, les règles à instaurer ne seront pas les mêmes. Comme nous allons le voir, l'économie collaborative regroupe différentes tendances et le rôle que joue le profit dans ces entreprises est prépondérant.

Qu'entend-t-on réellement par économie collaborative ? Et comment s'y inscrit le phénomène d'ubérisation dont on parle tant ? Pour répondre à ces questions, nous allons définir différents concepts : les deux premières sections approcheront la définition de l'économie collaborative et ses grandes dynamiques et caractéristiques. Nous y distinguerons les deux grands types d'économie collaborative, uberisante ou coopérative. Ensuite, nous examinerons les différences avec l'économie de marché traditionnelle dans la troisième section. Dans la quatrième section, nous étudierons en détail ce phénomène d'ubérisation ainsi que son implication dans la classification des entreprises et pour finir, la cinquième section reprendra les types de biens et services échangés au sein de l'économie collaborative, nous permettant d'identifier les entreprises relevant plutôt de l'économie uberisante ou plutôt de l'économie coopérative.

C. DÉFINITIONS DES CONCEPTS :

1. DÉFINITION DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE

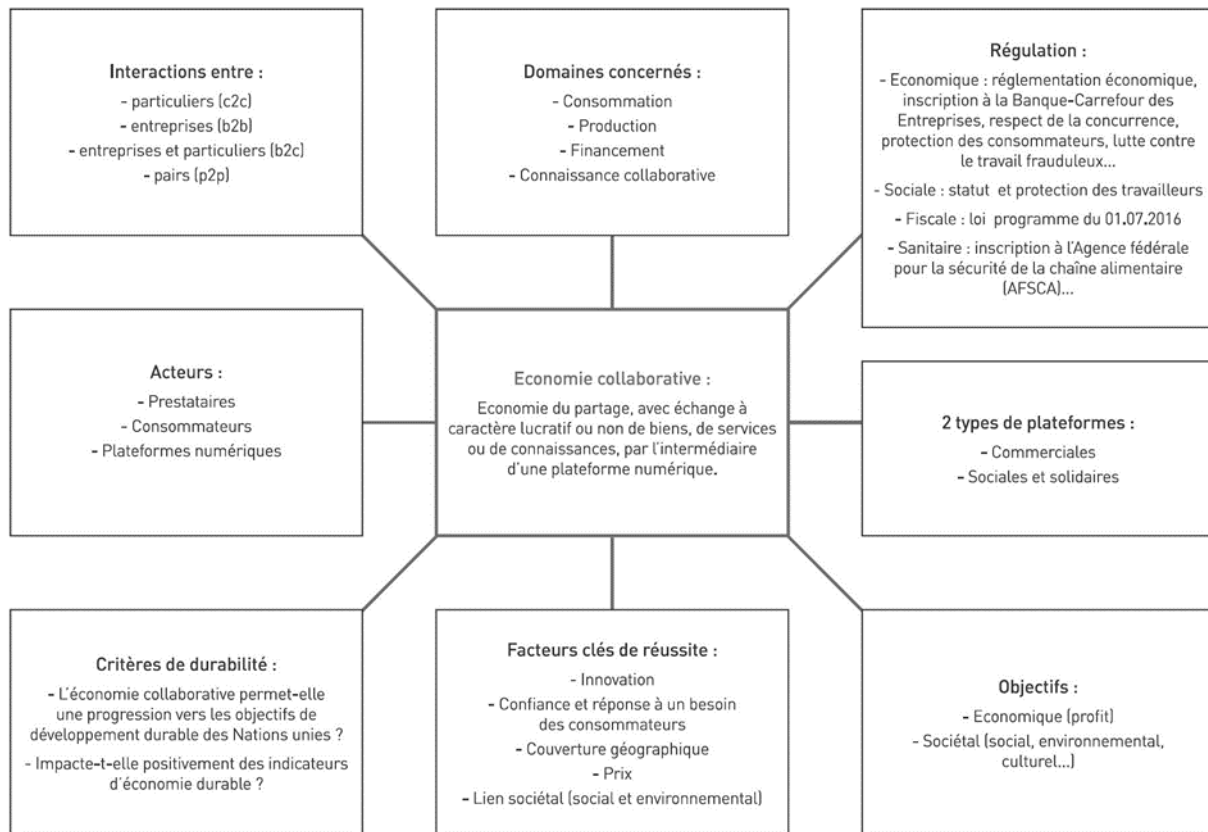
Il n'y a en fait pas de définition officielle de l'économie collaborative. Afin de déterminer le sens que nous donnons à ce terme dans les prochaines sections, nous avons rassemblé différents points de vue de divers auteurs sur lesquels se base la définition que nous allons retenir. Mais il n'existe pas de définition de l'économie collaborative universellement acceptée, c'est pourquoi nous avons sélectionné un panel d'auteurs comprenant : des économistes, une institution gouvernementale, un spécialiste « *mobilité partagée* » chez Taxistop, un journaliste et l'opinion publique (représenté par Wikipédia dans ce travail). Nous allons analyser les éléments communs à ces définitions et ne retenir que les plus pertinents, c'est-à-dire ceux qui permettent une bonne compréhension du phénomène. Nous en déduisons enfin la définition apparaissant comme la plus appropriée.

A) BOTSMAN ET ROO ROGERS, ÉCONOMISTES:

Selon Rachel Botsman et Roo Rogers, le modèle économique est basé sur l'utilisation d'un réseau connecté d'individus. C'est un modèle qui est une révolution d'usage. On ne consomme plus les biens et services de la même manière. L'échange de ceux-ci se fait par une communauté d'utilisateurs organisés autour d'un réseau.

Ce modèle économique trouve sa nouveauté dans la modification des habitudes des consommateurs ainsi que dans la manière de produire, de financer et d'éduquer (voir figure 5). L'étendue de l'économie collaborative est vaste puisqu'elle reprend différents processus d'échange, de troc, de partage ou de prêts.

Figure 7 : vue d'ensemble de l'économie collaborative (source SPF économie)



Source : SPF Economie

B) SPF ÉCONOMIE :

« L'économie collaborative repose sur le principe général d'une économie du partage (appelée en anglais "sharing economy ") ou d'échange entre les acteurs du marché (entreprises, consommateurs) dans un schéma de relation "peer-to-peer" de biens (voiture, logement, parking, perceuse, etc.), de services (covoiturage, bricolage, etc.), ou de connaissances (cours d'informatique, communautés d'apprentissage, etc.) avec échange à caractère lucratif ou non lucratif (vente, location, prestation de service), ou sans échange monétaire (dons, troc, volontariat), par l'intermédiaire d'une plateforme numérique de mise en relation.

Les acteurs de l'économie collaborative sont les prestataires et les consommateurs mis en relation via des plateformes numériques. Les acteurs interagissent dans différents domaines :

- la consommation,
- la production,

- le financement,
- la connaissance collaborative. » (SPF économie)

C) ANGELO MEULEMAN, EXPERT « SHARING ECONOMY - SHARED MOBILITY » CHEZ TAXISTOP :

« L'économie du partage consiste à bénéficier de l'usage d'un bien, sans en être propriétaire, que ce soit avec ou sans modèle économique (j'inclus donc les bibliothèques dans ce concept). Ce qui diffère entre l'économie du partage et l'économie collaborative, c'est que dans ce dernier cas il n'y a pas que des liens entre particuliers et plateformes, mais également entre individus/pairs, qui restent alors propriétaires des biens en question. Ainsi, parmi les services proposés par Taxistop, on retrouve Cambio, qui est de l'économie du partage (Cambio est propriétaire de la flotte); CozyCar (partage de véhicules entre particuliers) est de la consommation collaborative (pas de l'économie collaborative, car il n'y a pas de business model). Des initiatives telles que CarAmigo (société externe à Taxistop) où les particuliers restent propriétaires des véhicules, mais où la plateforme est basée sur un business modèle, peuvent être considérées comme de l'économie collaborative. » (CFDD, 2016)

D) CHRISTOPHE CHARLOT JOURNALISTE AU TRENDS TENDANCES :

« Pour moi, l'économie collaborative est un terme "fourre-tout" dans lequel on va retrouver différents concepts. Il s'agit selon moi d'un modèle entre particuliers qui se rendent des services contre rémunération ou pas. Ce qui est donc important, c'est que les particuliers deviennent concurrents des acteurs traditionnels. Il y a deux tendances dans ce modèle : il y a d'un côté une vision très "pure" et qui tente de s'éloigner du capitalisme, avec des initiatives ayant pour objectifs de retisser du lien, de mieux consommer — j'appelle cela l'économie du partage — et d'un autre côté ce que j'appelle l'économie des plateformes, permettant aux particuliers d'entrer en contact entre eux via les outils du numérique. » (CFDD, 2016)

E) WIKIPÉDIA :

« L'économie collaborative est une activité humaine de pair à pair, qui vise à produire de la valeur en commun et qui repose sur de nouvelles formes d'organisation du travail et d'échanges. Elle repose sur une société du partage, qui passe par la mutualisation des biens, des espaces et des outils, des savoirs (l'usage plutôt que la possession), l'organisation des citoyens en "réseau" ou en communautés et généralement l'intermédiation par des plateformes internet (à l'exception de modèles comme les réseaux d'échanges réciproques de savoirs) dont le fonctionnement repose sur des algorithmes qui font de l'appariement entre différents acteurs sociaux. L'économie collaborative est l'un des trois principaux écosystèmes d'usages numériques où le travail numérique s'exprime.

Popularisé par le livre de Rachel Botsman et Roo Rogers, le terme d'économie collaborative et le champ qu'il recouvre ne font pas l'objet d'un consensus. Dans une conception large, l'économie collaborative inclut la consommation collaborative (AMAP, couchsurfing, covoiturage, colis-voiturage, etc.), les modes de vie collaboratifs (cotravail, colocation, habitat collectif), la finance collaborative (financement participatif, prêt d'argent de pair à pair, monnaies alternatives), la production contributive (fabrication numérique, DIY, Fablabs, imprimantes 3D, maker space) et la culture libre.

Elle prend différents types de formes (économie du partage, économie de fonctionnalité dont l'économie circulaire, économie des solutions, économie en pair à pair) selon les types de biens et services concernés ou de la finalité (autonomisation du consommateur, éco-efficacité).

Ce type d'économie s'inscrit dans un contexte de défiance des acteurs institutionnels du système capitaliste traditionnel, de crise économique, mais aussi d'éthique environnementale les enjeux sont multiples puisqu'il semble que l'on aille vers un nouveau modèle économique.

Son essor est dû à l'utilisation des nouvelles technologies permettant d'améliorer la créativité collective et la productivité. Il répond également au désir de pratiques écologiques et de relations sociales plus conviviales.»
(wikipedia, 2018)

F) COMPARAISON DES ÉLÉMENTS DES DÉFINITIONS DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE :

	Plateforme	Communauté	Usage	Modèle économique
Botsman et Roo Rogers	Oui	Oui	Oui	Oui
SPF économie	Oui		Oui	Oui
Angelo Meuleman	Oui		Oui	Oui
Christophe Charlot	Oui			Oui
Wikipédia (représentant l'opinion publique)	Oui	Oui	Oui	Oui

De ce panel d'auteurs, on remarque que les éléments communs et pertinents sont la présence d'une plateforme numérique, la création d'une communauté, le changement d'usage des biens et services et la modification du modèle économique comparé à l'économie de marché traditionnelle. La grande différence entre ces définitions réside dans l'appartenance à une communauté, s'il existe un réel lien entre la plateforme et les utilisateurs et entre les utilisateurs. Pour Angelo Meuleman et Christophe Charlot cela ne fait pas partie des critères définissant l'économie collaborative, mais correspond plutôt à la définition de « l'économie de partage » qui se veut d'abord, de créer du lien et de mieux consommer.

G) DÉFINITION RETENUE :

Dans la définition retenue et qui rendra plus claire l'utilisation du terme par la suite dans ce travail, *l'économie collaborative* comprend les éléments ci-dessus y compris le critère de la communauté.

Cette définition, logiquement plus large, pourrait se formuler comme suit :

L'économie collaborative est un modèle économique établi autour d'une plateforme numérique permettant aux individus utilisant cette plateforme de faire partie d'une communauté d'utilisateurs. L'économie collaborative

s'insère dans l'échange, le partage, le troc ou le prêt de ressources, de bien et de service, entre particuliers ou professionnels, avec ou sans profit.

2. MOTEURS ET PILIERS ESSENTIELS DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE :

L'économie collaborative a vu le jour, se développe et s'accroît d'année en année. Quatre grands piliers à l'économie collaborative soutiennent sa dynamique et son développement :

Les moteurs technologiques, économiques, géographiques et sociaux.

S'y ajoutent l'existence de concepts essentiels que sont : les acteurs (qui jouent un rôle primordial), les types de transactions (plus particulièrement l'échange entre particuliers), les sources de revenus des plateformes ainsi que l'importance de la confiance accordée aux plateformes et entre individus qui ne se connaissent pas et qui procèdent tout de même à une transaction.

A) LES MOTEURS DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE :

(1) LE MOTEUR TECHNOLOGIQUE :

Le développement de la technologie et principalement l'utilisation accrue d'internet a complètement changé le marché. Les entreprises ont dû adapter leur structure aux nouvelles habitudes et intérêts des consommateurs qui ont changé leur manière de communiquer, de percevoir et de consommer. Ce changement est connu sous le nom de l'aire digitale. L'économie collaborative a éclos dans ce marché digital (Denning, 2014).

D'abord, l'arrivée des réseaux sociaux comme Facebook, LinkedIn ou YouTube a incité leur utilisateur à partager. Les particuliers ont adopté cette habitude de partager des informations à un cercle élargi d'amis. Le cercle familial s'étend grâce à ces plateformes pas seulement aux proches, amis et collègues, mais maintenant le monde entier peut suivre vos postes, partages, photos, commentaires, etc. L'acte de partager est devenu une pratique commune sur les réseaux sociaux (Garbarino & Strahilevitz, 2004). De nos jours, partout dans le monde, les individus peuvent échanger leurs idées. Le fait de partager des biens et des services est l'étape qui découle de cette habitude

de partager en ligne. Aujourd'hui, on ne partage plus seulement des images et vidéos, mais cela s'étend dans le domaine physique tel que le partage d'espace, de moyen de transport, et autres besoins de la vie courante (Denning, 2014 ; Lahti & Selosmaa, 2013).

Ensuite, l'internet 2.0 a créé des relations commerciales en réseaux de pair à pair. Dans cette ère de l'internet 2.0, les utilisateurs peuvent produire et consommer en ligne. Cela diffère de la génération précédente d'internet qui n'utilisait les sites web dans l'unique but d'avoir accès à une information sur le produit, pas d'y acheter les biens et services (John, 2012). Le nouvel âge du digital permet aux utilisateurs d'interagir entre eux par ces réseaux sociaux. Parallèlement, les utilisateurs peuvent rechercher de l'information et interagir entre eux pour acheter des biens et services grâce à l'information disponible en ligne (Lahti & Selosmaa, 2013). De plus, le développement des e-commerces comme iTunes, eBay et Amazon encourage les utilisateurs à se lancer dans l'achat et la consommation en ligne (Botsman et Rogers, 2010). Ces échanges en ligne ont commencé volontairement ou gratuitement et puis ont tout doucement évolué vers des opérations plus professionnelles, dans un but commercial entre réseaux de pair-à-pair (Lahti & Selosmaa, 2013).

Enfin, les nouvelles technologies ont développé différents systèmes rendant la recherche et le partage d'information beaucoup plus facile et performant. Ces nouveaux systèmes, comme le paiement en ligne, le système de navigation GPS, les appareils mobiles, sont des outils qui facilitent d'autant l'encrage de l'économie collaborative (Botsman & Rogers, 2012). Même si le partage entre particuliers n'est pas un nouveau concept, appairer les différents besoins et faciliter le procédé des échanges entre particuliers est un défi. L'économie collaborative fournit une solution en mettant à disposition une plateforme bien ficelée assortissant les différents besoins ensemble, de manière efficiente (Smolka & Hienerth, 2014).

Récemment, le smartphone a fait une entrée fracassante dans l'univers technologique. Il est devenu un outil précieux à l'économie collaborative et bien plus utilisé que les ordinateurs, d'autant plus que certains services comme celui d'Uber ne sont accessibles que par ce biais. En effet, le smartphone est essentiel au fonctionnement de certaines plateformes puisqu'il permet de géolocaliser les particuliers consommateurs et prestataires.

(2) LE MOTEUR ÉCONOMIQUE :

D'un point de vue économique, l'économie collaborative bénéficie aux offreurs et aux utilisateurs.

Premièrement, les offreurs peuvent profiter de nouvelles sources de revenus d'un bien courant, comme une voiture ou une habitation. À travers une plateforme de consommation collaborative, les utilisateurs peuvent commencer à commercialiser leurs biens personnels. La plateforme apporte une réelle valeur ajoutée à ce système de commercialisation des biens personnels. Un rapport gouvernemental met en évidence les bénéfices financiers de ces plateformes pour les particuliers. Ce rapport mentionne que l'américain moyen qui met à disposition son logement à San Francisco génère 440 dollars de profit et dans certains cas cela peut monter jusqu'à 1900 dollars par mois s'il met son logement en location sur le site de Airbnb (Budget and Legislative Analyst's Office, 2015). Suite à la crise financière de 2008, le pouvoir d'achat des individus a diminué. Les consommateurs se réfugient alors dans la consommation collaborative et ce n'est pas pour rien que le nombre de startups a augmenté en flèche après 2008. L'économie collaborative devient une nouvelle source de revenus et donc attire de plus en plus d'utilisateurs qui désirent mettre à disposition leurs biens ou services. Elle permet de réaliser de nouvelles transactions qui sont mutuellement avantageuses pour les utilisateurs (consommateurs et prestataires).

Deuxièmement, le système de l'économie collaborative facilite l'offre de biens et services de meilleure qualité à un prix compétitif, c'est-à-dire assez bas. Le fait de partager, d'échanger des biens en ligne ainsi que le partage de produits digitaux comme de la musique, des photos, des vidéos, des idées ont permis la création d'un marché horizontal, et par là d'améliorer la qualité des biens offerts. Denning explique comment le prix sur ces plateformes se fixe : c'est la rencontre de l'offre et de la demande qui permet d'obtenir un prix compétitif puisque cette connexion directe entre offreurs et demandeurs, facilitée par la plateforme, élimine les coûts marginaux provenant des intermédiaires ou les coûts de transactions (Denning, 2014). Même si le processus de transaction découlant de la consommation collaborative est assez performant grâce à la technologie avancée, le modèle de désintermédiation n'est pas encore parfait. En effet, le premier rôle des opérateurs et des dirigeants des plateformes est de faciliter et contrôler les échanges entre offreurs et demandeurs de biens et services, afin de construire une confiance entre les utilisateurs et de sécuriser les transactions (Botsman et Rogers, 2010). Puisque l'intermédiation via une plateforme est un service qui crée de la valeur, les facilitateurs chargent un tarif pour leur activité

d'intermédiaire. L'intervention de la plateforme dans le coût, les participants de la consommation collaborative ont accès à de meilleurs produits à un meilleur prix, un processus de transaction simplifié et qui permet de gagner du temps à moindre effort (Denning, 2014 ; Smolka & Hienerth, 2014).

De plus, le recours à des contrats d'entrepreneurs indépendants et non employés est presque systématique dans l'économie collaborative. La relation entre l'employé et l'employeur est complètement différente dans l'économie collaborative, les statuts des travailleurs actuels différenciant salariés et indépendants ne suffisent plus aujourd'hui pour répondre aux modifications des usages dans l'économie collaborative.

(3) LE MOTEUR GÉOGRAPHIQUE :

Un des piliers de l'économie collaborative repose sur la dimension géographique. La proximité des acteurs de l'économie de partage se reflète de deux façons : de manière virtuelle sur la plateforme lorsque les biens et services sont proposés et achetés, et de manière réelle lorsque la transaction est conclue. Il est donc essentiel que les participants soient physiquement proches les uns des autres.

Il existe également un facteur de densité en plus de celui de proximité. En effet, le public en ville est différent de celui à la campagne, les services de l'économie collaborative touchent plus les « millenials » qui vivent en ville majoritairement, donc ce sont les citadins qui profitent le plus de la consommation collaborative.

(4) LE MOTEUR SOCIAL :

Partant d'une perspective sociale, il y a différentes manières d'expliquer le développement spectaculaire de l'économie collaborative. Logiquement, partager est un acte primaire de l'être humain. Si l'on observe les individus de notre société, on remarque qu'ils n'ont aucun mal à partager des livres à la bibliothèque ou à partager un parc public. Similairement, les utilisateurs des réseaux sociaux partagent leurs idées, de l'information, du savoir via leur blog personnel. Les chercheurs considèrent le partage comme un acte volontaire de contribuer au bien commun (Lerner & Tirole, 2002).

De plus, la consommation collaborative fournit des solutions durables pour résoudre le problème de responsabilité environnementale du consommateur.

Au 21^e siècle, la montée de la production et de l'industrie de la vente a contribué à la société de consommation d'aujourd'hui. De nouveaux produits et services sont continuellement développés pour rencontrer la demande du consommateur. Les volontés et besoins des consommateurs sont diversifiés et ne cessent de changer, donc de nouveaux biens sont rapidement créés, utilisés et puis jetés. Dans cette nouvelle société, le cycle de vie d'un produit devient de plus en plus court et la quantité de déchets est de plus en plus grande (Botsman et Rogers, 2010). L'économie collaborative encourage le partage et la coopération, moins de matériaux consommés et plus d'accessibilité (Bardhi & Eckhardt, 2012).

Ensuite, la consommation collaborative valorise les besoins de collaboration du consommateur. Une enquête a montré que l'économie collaborative, faisant recours aux réseaux sociaux et aux interactions sociales, a contribué au développement de communautés connectées (Piscicelli et al., 2015). Les interactions dans la vraie vie et les communications en ligne sont interdépendantes dans certains échanges au sein de l'économie collaborative. L'utilisation de plateformes en ligne pour gérer des activités hors ligne crée un lieu commun de partage d'idées et augmente les interactions entre individus (Botsman et Rogers, 2010).

(5) LES MILLENNIALS :

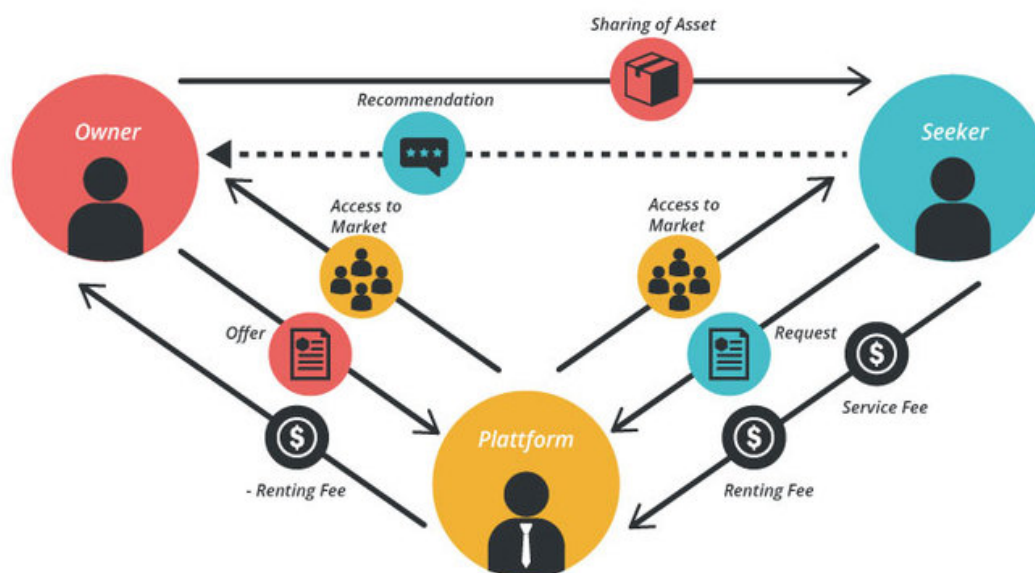
La génération Millennials correspond à la tranche de la population née entre 1980 et l'an 2000, qu'on appelle aussi les « *digital natives* » ou génération Y. Cette génération est très proactive dans l'économie collaborative. Ils composent plus d'un tiers de la population selon un rapport d'EY de 2011 sur la digitalisation et l'adaptation des entreprises. Il ressort de cela que 70 % des travailleurs de l'économie collaborative sont âgés de 18 à 34 ans. Il y a une forte participation des jeunes dans l'économie collaborative. Les jeunes, à la suite de la crise financière de 2008, ont été touchés par la récession et ont souffert de certaines difficultés financières, puisqu'ils sont entrés dans le monde du travail juste au moment de la crise.

Une deuxième explication pourrait être liée à l'utilisation intensive des nouvelles technologies par cette génération. Ils ont grandi dans l'ère de l'internet et maîtrisent les rouages d'internet et des appareils connectés, ce qui n'est pas forcément le cas pour les générations X. Les jeunes sont assez facilement convaincus par l'économie collaborative.

B) LES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE:

Il existe trois grands acteurs dans l'économie collaborative : les propriétaires de biens ou de talent, les consommateurs de biens et services et les plateformes digitales (voir figure 8).

Figure 8 : les acteurs de l'économie collaborative



Source : Business Model Toolbox (2018)

(1) LES PROPRIÉTAIRES OU « OFFREURS »:

Ce sont des fournisseurs de services qui partagent leurs biens, leurs ressources, leur temps ou leurs compétences avec des particuliers. Les prestataires de services sont soit des personnes privées qui offrent des services ou des biens et qui agissent pour leur propre compte (« les pairs »), soit des prestataires de services qui agissent à titre professionnel. Ces entrepreneurs cherchent à dégager des rentrées supplémentaires de revenus. Pour certains particuliers, offrir un service ou un bien par une plateforme est une première étape à la création d'un réseau professionnel et d'une expertise pour ensuite franchir le pas de l'entrepreneuriat professionnel. Ces offreurs, qui sont souvent des particuliers, mettent à disposition leurs propres biens et services à d'autres particuliers. Cela s'appelle le marché de pair-à-pair. Les changements des biens sur le marché font que les nouvelles opportunités des marchés d'échange en pair-à-pair ont un effet sur la manière dont les individus achètent les biens produits. En effet, les particuliers qui mettent à disposition leur bien, leur talent, leur service proposent une offre individualisée et

personnelle qui n'est semblable à aucune autre offre. C'est cette expérience d'authenticité que viennent chercher les particuliers.

Les offreurs font également l'objet de controverses sur le marché de pair-à-pair. Leur statut reste flou. Ce ne sont pas des employés, ils travaillent à mi-temps et quand ils le décident (« *fractional employment* »). Ce ne sont pas des indépendants, ils travaillent pour une seule plateforme et sont souvent soumis à un contrôle plus ou moins pesant sur leur travail.

(2) LES CONSOMMATEURS:

Ce sont des particuliers qui constituent la demande : ils achètent, empruntent, louent ou consomment les biens et services offerts par les propriétaires de ceux-ci. Ce sont des particuliers qui sont à la recherche d'une expérience unique. Ces consommateurs, ou comme on aime aussi les appeler : « *consom'acteur* », accordent une grande importance à la singularité de l'offre qu'ils ne trouvent plus auprès des professionnels établis. Le développement d'une nouvelle façon de consommer a provoqué auprès des consommateurs un désir d'être actifs dans le processus de consommation. Ils veulent choisir leur produit en prenant en considération l'impact économique, sociétal et environnemental de leur achat.

(3) LES PLATEFORMES :

Les plateformes digitales ont clairement accéléré la propagation des processus d'échange et de partage entre offreurs et consommateurs en jouant le rôle de médiateur. Elles mettent en relation les prestataires et consommateurs et facilitent les échanges de biens et services entre eux. Qu'elles soient lucratives ou non, les plateformes réduisent les coûts de transaction entre les offreurs, qui propose leurs biens personnels et les consommateurs qui cherchent à utiliser ces biens. Les plateformes bifaces influent sur la façon dont les gens accèdent, utilisent ou codétiennent des biens.

C) LES TRANSACTIONS ENTRE ACTEURS :

Les acteurs de l'économie collaborative préalablement décrits, nous pouvons mieux comprendre à présent, les relations qui les relient entre eux. On envisage trois sortes de transactions entre les offreurs et les consommateurs, en fonction de la nature de ceux-ci.

Il est important de noter au préalable que le propriétaire (ou offreur) et le consommateur peuvent revêtir la casquette d'entreprise ou de particulier. Ce qui multiplie les différents cas possibles. La plateforme en ligne joue le rôle d'intermédiaire des échanges entre les différents acteurs et les transactions peuvent se faire intragroupes (business-to-business et peer-to-peer) ou intergroupes (Business-to-consumer).

(1) BUSINESS-TO-BUSINESS (B2B) :

Les entreprises désireuses de rentabiliser l'usage de leurs actifs sous-utilisés peuvent mettre à disposition leurs biens sur le marché via une plateforme en ligne afin de le louer à d'autres entreprises. Pour illustrer ce cas, prenons l'exemple de la start-up française Bird Office qui met en relation des entreprises qui possèdent des bureaux, mais n'en utilisent pas toutes la superficie et désirent louer les surfaces non utilisées à d'autres entreprises.

(2) BUSINESS-TO-CONSUMER (B2C) :

C'est un type de transaction dans lequel l'entreprise possède un bien et décide de le louer et le partager avec des consommateurs, ou leur offrir un service. Les consommateurs, eux, se partagent l'utilisation de ces biens. Par exemple, Zencar propose la location en autopartage de voitures électriques dans la ville de Bruxelles. Le principe permet aux utilisateurs d'emprunter une voiture à un certain endroit à Bruxelles, d'utiliser le véhicule pour un certain temps et de rendre le véhicule en le garant sur une des places de parking prévues à cet effet dans la ville de Bruxelles.

(3) PEER-TO-PEER (P2P) :

C'est une transaction dans laquelle les particuliers peuvent partager, échanger leurs biens et services avec leurs pairs, d'autres particuliers. Ce type de transaction est aussi appelé Consumer-to-consumer (C2C).

La startup Airbnb propose la location de logements entre particuliers n'importe où dans le monde. Elle fera l'objet d'une analyse particulière plus loin dans notre travail.

D) LES DIFFÉRENTES SOURCES DE REVENUS :

Il existe une multitude de sources de revenus utilisés par les start-up de l'économie collaborative. Certaines plateformes sont dans une optique de profit et exploitent un maximum de sources de revenus possibles. D'autres plateformes ne sont pas dans la recherche de profit et décident seulement d'une source de revenus leur permettant de couvrir leurs coûts.

Nous en distinguons 5, les plus répandus :

Le premier modèle de revenus est celui choisi par la majeure partie des entreprises de l'économie collaborative, cela concerne l'instauration de frais de service au prix de base de transaction. Ces frais sont directement perçus par la plateforme sur ce qu'encaisse l'individu qui fournit le bien ou le service.

Une deuxième source de revenus des plateformes de l'économie de partage vient de la publicité. La plupart des plateformes n'ont pas de bandeau publicitaire directement sur leur site web, mais proposent aux individus fournissant l'offre de biens et de services de participer à une campagne publicitaire. Dans le cas d'Airbnb, les particuliers qui recherchent sur Google des lieux où séjourner peuvent se rediriger sur le site d'Airbnb à travers les publicités apparentes dans les recherches Google. Ces frais sont à charge de l'hôte. Voici ce qu'on peut trouver sur le site d'Airbnb : *« Pour contribuer à couvrir le coût de ces publicités, les réservations qui découlent de ces campagnes auront des frais à la charge de l'hôte plus élevés. Ces frais plus élevés nous permettent de cibler et proposer différentes méthodes publicitaires pour les hôtes. Ces publicités n'ont pas d'impact sur l'expérience de recherche normale des voyageurs, donc les réservations qui ne découlent pas de ces réservations n'engendreront pas de frais plus élevés. Nous vous ferons savoir si une publicité en ligne a dirigé un voyageur Airbnb vers vous et ses demandes de réservation feront apparaître le montant actualisé de ce qui vous est dû en tant qu'hôte. »* (Airbnb, 2017).

Deux autres modèles de revenus possibles sont l'abonnement et les frais d'usage. Les individus intéressés par le service ou le bien de la plateforme payent une redevance (souvent mensuelle) pour avoir accès au service ou au bien. L'abonnement permet l'accès à l'offre globale, mais les utilisateurs des biens et services offerts doivent déboursier des frais supplémentaires à chaque

utilisation. Il existe souvent différentes catégories d'abonnement, ce qui laisse au consommateur le choix d'usage qui lui correspond le mieux.

Enfin, une source importante de revenus pour plateformes digitales reste la vente de données numériques. Il s'agit d'informations personnelles sur les utilisateurs de la plateforme, à savoir les offreurs et les consommateurs. La plateforme emmagasine les informations du profil de ses utilisateurs comme l'âge, le genre, l'adresse du domicile, le pays, etc. Elle enregistre également les habitudes des consommateurs, les revenus des offreurs, les localisations des biens et services. Ces données ont une grande valeur et apportent une énorme plus-value aux plateformes qui les détiennent. Ces informations sont de réelles pépites d'or pour le marketing de produits. En effet, cela permet de faire du marketing très ciblé afin de proposer en publicité des produits qui vont intéresser les personnes ciblées. Il suffit de regarder les GAFAs (Google, Amazon, Facebook et Apple) pour comprendre que leur valorisation sur les marchés boursiers est principalement due aux données produites.

E) LA CONFIANCE ET LA RÉPUTATION :

Si les plateformes veulent dégager un revenu de leur activité par un des moyens cités plus haut, il est nécessaire que la plateforme soit connue et reconnue pour la qualité des services qu'elle propose. Sans ça, il n'y aura pas assez de prestataires de services ni de consommateurs de ces services et encore moins d'entreprises intéressées par le peu de données récoltées. En effet, plus la plateforme se développe, plus elle compte d'utilisateurs, plus le réseau grandit, plus elle prend de valeur et plus elle est efficace. Dans son développement, la plateforme ne doit pas négliger sa réputation. Pour cela, elle doit compter sur la confiance qu'on les utilisateurs entre eux et par rapport à la sécurité de la plateforme.

Grâce à l'économie collaborative, des individus qui ne se connaissaient pas peuvent établir une transaction. Une question essentielle subsiste, peut-on faire confiance dans l'exécution d'une transaction avec un inconnu ? La confiance est donc à la base de tout échange réalisé au sein de l'économie collaborative. C'est pourquoi la plupart des plateformes utilisent un système de cotation par les particuliers afin d'évaluer la qualité du service ou du bien fourni par l'offreur. Cela permet d'instaurer une confiance dans la transaction et une fiabilité de la plateforme, ce qui est important puisque, à la différence de l'économie traditionnelle, les biens et services ne sont pas standardisés (Rinne, A. et al, 2013).

Une étude de PWC confirme la nécessité d'un « système de confiance » dans l'économie collaborative puisque seulement 29 % des personnes interrogées font plus confiance aux autres consommateurs aujourd'hui que dans le passé. Et que 62 % des interrogés font moins confiance aux marques aujourd'hui. 64 % des répondants pensent qu'au sein de l'économie collaborative, l'autoréglementation par les pairs est plus importante que la réglementation par l'État. 69 % ne feront confiance à l'économie collaborative que si la recommandation vient d'une personne qu'ils estiment de confiance. Le bouche-à-oreille reste important (PWC, 2016).

D'après Zucker, il existe trois types de confiance :

- La confiance interpersonnelle, il s'agit de la confiance nécessaire entre deux individus pour faciliter la communication et les échanges.
- La confiance interorganisationnelle, c'est le fait de pouvoir faire confiance aux membres d'une organisation, parce qu'ils font partie d'un même groupe.
- La confiance institutionnelle, il s'agit d'un contrat social entre les individus et l'institution régulatrice où chacun fait le sacrifice d'une partie de sa liberté pour la bonne régulation de la société. (Zucker, 1986)

Dans le cadre de l'économie collaborative, il s'agit de la confiance interorganisationnelle. La réputation des plateformes communautaires de l'économie collaborative dépend de la qualité des relations internes à sa communauté. *« Ce sont les expériences partagées par les membres de la communauté qui viennent alimenter la réputation d'une personne et lui attribuer un "capital confiance". De relation en relation, la confiance se répand dans la communauté et donne à la plateforme une image de site de confiance »* (Cercle performance des organisations, 2016). En d'autres termes, le particulier cherchant à consommer un bien ou un service via l'économie collaborative fera plus confiance aux avis et feedbacks laissés par la communauté sur l'individu offreur de biens ou services qu'à celui-ci.

Il existe également des startups qui proposent leurs services aux plateformes moins réputées ou qui n'ont pas de système de vérification de profil intégré. Cela permet d'analyser et de compiler les différents profils d'utilisateurs sur des plateformes différentes, de récolter les avis et commentaires concernant ces profils afin d'évaluer la réputation des utilisateurs sur d'autres plateformes.

La confiance et la réputation sont les pierres angulaires de notre société interconnectée. L'évolution de l'e-commerce a permis de voir ce facteur

sous un nouveau jour. Le système de confiance mis en place sur les plateformes permet donc d'éliminer le risque en excluant les utilisateurs dont les conduites sont inappropriées. En réalité, c'est la même chose dans le modèle économique traditionnel, les individus décideront d'effectuer une transaction avec une entreprise, se basant sur les commentaires de leurs connaissances proches. Le système est toujours le même, il a simplement été ajusté au monde du digital.

III. ECONOMIE UBÉRISANTE VERSUS ÉCONOMIE DE COOPÉRATION

A. LE PHÉNOMÈNE D'UBERISATION : CONCURRENCE DES MODÈLES ÉCONOMIQUES

Le modèle traditionnel est mis à mal face au développement de ces nouvelles entreprises. Est-ce pour autant que ce modèle tombe dans la désuétude, nous ne le pensons pas. Il est avéré que ces deux modèles peuvent coexister. Cependant, à l'heure actuelle, les entreprises traditionnelles souffrent de cette cohabitation puisque l'arrivée de ce nouveau modèle économique dans les secteurs existants n'a pas encore été régulée. Cela entraîne pour le moment une concurrence des deux modèles, que beaucoup traduisent aujourd'hui par le terme « phénomène d'ubérisation ».

1. DÉFINITION :

Il existe deux grandes façons de déterminer ce qu'est l'ubérisation. Certains voient ce terme comme étant l'éclosion de nouvelles entreprises suivant le même modèle économique que celui de la société Uber, alors que d'autres la définissent comme l'écrasement des sociétés traditionnelles face à l'innovation issue de l'économie collaborative.

Grégoire Leclercq, Président de la FEDAE (Fédération des auto entrepreneurs) et cofondateur de l'Observatoire de l'ubérisation proposent la définition suivante : *« L'ubérisation repose toujours sur une logique exclusivement lucrative, partagée par les trois acteurs : le prestataire veut gagner sa vie en rendant un service au consommateur final, le consommateur veut le payer, et en passant par une plateforme qui se paye en commissions, mais qui garantit une expérience de qualité (scoring du prestataire, réception du paiement du client) »* (Leclercq, G. 2016).

La définition du concept d'ubérisation, tel que nous allons l'utiliser, comprend à la fois la notion d'émergence d'un nouveau modèle économique et la notion de disruption des entreprises traditionnelles par ces startups.

Jean-Marc Liduena, Senio Partner chez Monitor Deloitte France fait référence en 2015 dans une étude sur les enjeux de l'e-commerce au phénomène d'ubérisation en ces termes : « *L'économie on-demand, ou collaborative, est un modèle disruptif qui appelle un nouveau regard sur l'innovation et sur le leadership* » (Monitor Deloitte, 2015). La disruption est définie comme « *une remise en cause des modèles traditionnels : les grandes entreprises sont menacées par les particuliers qui bouleversent le marché en un temps record* » et l'innovation est considérée comme « *Des approches nouvelles qui apportent un regard différent sur notre quotidien et le mieux-vivre, à travers l'expérience utilisateur* » (Monitor Deloitte, 2015). Ci-dessous, nous allons voir un peu plus en détail ce qu'on entend par disruption et par innovation.

2. LE CONCEPT DE DISRUPTION :

Le phénomène de disruption peut s'interpréter ainsi, comme Gans l'a longuement analysé dans son livre *The disruption dilemma* (2017), les entreprises traditionnelles se voient bousculées par les startups de l'économie collaborative. Les plateformes, par leur succès, bouleversent les repères des entreprises et engagent une concurrence accrue et asymétrique entre elles. L'économie collaborative définit un nouveau modèle économique :

- On privilégie l'usage à la possession. On a plus de choix, plus de flexibilité, moins de coûts, moins de désagrément.
- C'est une économie axée sur le digital et le numérique. On offre un accès facile à tous les individus, les plateformes sont précises et personnalisées, on cherche un service de qualité en un temps record, ainsi que la production de nombreuses données numériques.
- Le concept est basé sur la confiance. On cherche une interaction plus sociale, on a besoin d'expérience et d'émotions autour du produit.
- Le rôle des clients fournisseurs prend une autre forme. Le client est aussi le fournisseur, le rapport est direct, il y a peu ou pas d'intermédiaire.

Pour résumé, c'est « *un modèle où un particulier peut bouleverser le marché brusquement et rapidement, en contournant les traditionnelles* » barrières à l'entrée' et en évitant les contraintes d'investissement, de coût et de masse salariale » (Monitor Deloitte, 2015).

3. LE RÔLE DE L'INNOVATION :

On remarque une évolution de tous les aspects de la vie. On passe de l'ère industrielle à l'ère de l'économie digitale. *« L'ère du digital ne nous donne pas simplement de nouveaux outils. Grâce à la capacité de traitement de l'information et la puissance algorithmique presque illimitée de l'informatique quantique, nous allons pouvoir apporter des solutions novatrices aux plus grands défis des différents marchés. Cette nouvelle ère où robots, IA (intelligence artificielle) et humains collaboreront dans toutes les disciplines transformera notre monde, mais également nous-mêmes. Les entreprises doivent s'emparer de cette opportunité pour prendre leur place dans la prochaine évolution majeure et continue de notre société. »* (Accenture, 2017).

Ainsi donc dans cette nouvelle ère, les entreprises traditionnelles doivent s'adapter et trouver leur place. Cette adaptation peut se faire en deux étapes : il faut d'abord s'adapter au nouveau mode de consommation en développant des produits basés sur la durée de vie plutôt que sur le prix, assurer une cohérence de marque, promouvoir et construire la responsabilité sociale. Dans un second temps, il faut investir dans son propre modèle ou créer une extension externe et intégrer à son offre la possibilité pour les consommateurs et les salariés de partager.

B. ECONOMIE UBÉRISANTE ET ÉCONOMIE COOPÉRATIVE :

1. DÉFINITIONS :

De notre point de vue, et après l'analyse de l'ensemble des caractéristiques de l'économie collaborative, il semble fondamental de distinguer à ce stade deux grandes catégories de plateformes d'échange de biens et services : celles qui offrent des services commerciaux et cherchent le profit, et d'autres qui s'échangent ces biens et services entre particuliers sans le rechercher à priori.

De ce constat, nous pensons qu'il faut donc distinguer, au sein de l'économie collaborative, deux économies spécifiques qui y cohabitent, et qui, dans la suite de notre analyse, détermineront la manière avec laquelle nous devons penser leur régulation :

Dans le concept **d'économie ubérisante**, un trio d'acteurs, tous liés par une logique lucrative, cherche, au sein d'un secteur existant de l'économie, à tirer profit des services existants en les remplaçant par de l'intermédiation. Accessoirement, en se basant sur les avantages du digital, ils amènent leurs concurrents à innover et améliorer la qualité de leur service.

Dans le concept **d'économie coopérative**, contrairement aux plateformes ubérisantes où les trois acteurs sont intéressés par l'argent, sur les plateformes de coopération, au moins un des trois acteurs ne rentre pas dans une logique de profit.

Ces deux catégories sont bel et bien reprises sous le concept de l'économie collaborative puisque toutes les start-up répondent à des besoins désirés par les consommateurs, c'est en effet ce qui fait la réussite de cette économie et qui garantit aux plateformes « *for-profit* » des revenus continus. Les nouveaux besoins des consommateurs sont divers. On peut notamment mentionner « *la volonté des consommateurs de se défaire de l'aspect matériel au profit de l'aspect fonctionnel* » (Carry, 2014).

L'analyse des différents types de bien échangés va conforter cette distinction entre ubérisation et coopération.

2. TYPES DE BIENS ET SERVICES ÉCHANGÉS :

La consommation collaborative se scinde en quatre types de biens et services échangés : la redistribution, la transformation des produits en services, les services « on-demand » qui sont des services entre particuliers, et les échanges collaboratifs. Voyons plus en détails ces quatre types de biens et services et essayons d'identifier quelles entreprises de l'économie collaborative font partie de ces types d'échange et si ceux-ci peuvent être classés dans la catégorie de plateformes ubérisantes ou dans la catégorie de plateformes coopératives.

Figure 9 : les quatre types de biens et services échangés



Source : Share evolution (Fing & Ouishare)

Il existe quatre types de biens et services échangés qui se combinent avec les trois types de transactions. Les quatre modèles qui seront présentés reprennent ceux décrits par Ouishare, une ONG vouée à l'économie collaborative et par le réseau de la Fing (Fondation Internet nouvelle Génération).

A) RE-DISTRIBUTION :

« Ces systèmes organisent le transfert de propriété d'un bien entre particuliers (ou "ré-emploi") que ce soit sous forme de (re) vente, de troc ou de don d'objets, en général au moyen d'une plateforme numérique. C'est le modèle de consommation collaborative le plus ancien, qui s'est formé sur la base des pionniers du "C2C" (eBay, PriceMinister, puis plus tard LeBonCoin) et des petites annonces (Craigslist, Freecycle) » (Shareevolution, 2016)

Ce sont les biens matériels qui sont concernés. On peut distinguer quatre sortes d'échange : la revente, la vente, le don ou le troc en C2C de biens d'occasion.

Dans ce système de consommation collaborative, on y retrouve à la fois des entreprises dont les acteurs sont intéressés par le profit comme des entreprises dont les acteurs recherchent le partage des ressources et l'esprit communautaire.

On peut prendre l'exemple des SELs, pour systèmes d'échange local permettent à un particulier d'y échanger un produit avec d'autres particuliers membres de la coopérative. L'échange se fait souvent à une monnaie propre au SEL, souvent il s'agit d'un échange de temps. Les SELS ne sont pas dans une logique de profit puisque les utilisateurs cherchent l'échange de biens contre un service ou un autre bien, et la plateforme, elle, n'est pas non plus dans cette logique de profit à puisqu'elle cherche avant tout à créer du lien et à faciliter les échanges locaux. Elle fait donc partie de la catégorie coopérative de l'économie collaborative.

A contrario, la startup *Buybyecar* fournira une market place d'achat et de vente de voitures d'occasion entre particuliers. La plateforme propose un paiement sécurisé des transactions et s'octroiera une commission sur les transactions. Cela fait d'elle une plateforme ubérisante, qui est dans une optique de recherche de profit puisqu'elle n'autorise pas les transactions entre particuliers en dehors de la plateforme.

B) PRODUIT — SERVICES :

« Ces systèmes permettent l'accès à une ressource physique (bien, véhicule, espace) par échange entre particuliers sans transfert de propriété (location, prêt, partage). Ils incarnent le fameux adage "usage plutôt que possession" et sont le prolongement P2P de l'économie de la fonctionnalité/de l'accès, lesquels sont souvent plutôt en B2C. » (Shareevolution, 2016)

Cela concerne les biens matériels, les services liés à la mobilité ainsi que le partage d'espaces (m^2). En d'autres termes, ce modèle inclut la location ou le prêt d'objets entre particuliers ou en B2C, la location de véhicules entre particuliers ou via autopartage et vélopartage en B2C, ainsi que l'hébergement entre particuliers, le partage d'espaces de travail et autres types d'espaces (stockage, parking, espaces événementiels).

Prenons le cas bien connu de Airbnb. La plateforme met en relation des hôtes qui désirent louer leur bien dans le but de dégager un revenu et des voyageurs qui désirent payer pour un logement. Ici, on peut considérer que la plateforme Airbnb fait partie de la catégorie des plateformes ubérisantes de l'économie collaborative puisqu'elle cherche le profit en n'autorisant la transaction du service que via sa plateforme.

En contre-exemple, la startup Peerby est une plateforme de partage entre voisins. La plateforme permet la rencontre d'une demande d'utilisation d'un objet par un utilisateur et les dix voisins les plus proches inscrits sur la plateforme. Si un des dix voisins répond positivement à la demande, Peerby se charge de la mise en contact, mais n'intervient pas en ce qui concerne l'arrangement financier ou non. On comprend alors que la plateforme Peerby ne cherche en rien le profit, elle est dans la volonté de faciliter les échanges locaux. Elle ne fait donc partie de la catégorie des entreprises coopératives de l'économie collaborative.

C) SERVICES P2P (« ON-DEMAND SERVICES ») :

« Ici l'objet de l'échange est un service et non plus une ressource matérielle comme dans les deux premières catégories. Des individus désirant un service (transport, nettoyage, bricolage, pressing,...) sont mis en lien avec d'autres offrant, dans la plupart des cas, leur "force de travail" au moyen d'une application mobile. Exception faite des "expériences/cours" et du covoiturage traditionnel (où il y a partage de frais et optimisation des capacités excédentaires), on est souvent bien loin de la "sharing economy" : c'est la "on-demand economy". » (Shareevolution, 2016)

C'est le modèle qui englobe le plus de catégories de services. On y retrouve les services à la mobilité, à la personne, à la santé et au bien-être, la restauration, la logistique et les expériences & cours.

La majorité des entreprises reprises dans ce système de services à la demande font partie de la catégorie ubérisante de l'économie collaborative. Pour la bonne est simple raison que la plupart des plateformes offrant le service de particuliers pour d'autres particuliers prennent une commission sur chaque transaction. Ce qui font d'elles des entreprises ubérisantes. Rappelons que la société Uber est à l'origine de cette catégorie et fait bien partie des services à la demande.

Cependant, il existe encore quelques plateformes proposant des services de covoiturage gratuit. On entend par là, que la plateforme ne prend aucune commission sur les transactions de covoiturage. Ces plateformes font partie de l'économie coopérative. Par exemple, la société *Lecovoituragelibre* écrit sur son site ceci : « Nous avons pris cinq engagements :

- la plateforme est un bien commun : nous ne serons jamais achetés ou cotés en bourse ;
- nous ne vivons que de dons : il n'y a pas de commission sur les trajets ;
- la gouvernance de la plateforme est fondée sur la communauté ;
- notre communauté contribue à la protection de l'environnement ;
- la plateforme contribue au lien social entre covoitureurs. » (covoituragelibre, 2016).

D) SYSTÈMES LOCAUX COOPÉRATIFS :

« Cette dernière catégorie, souvent négligée dans la littérature anglo-saxonne, regroupe les pratiques locales, basées sur la coopération ou le regroupement des membres d'un réseau. Beaucoup sont à "faible intensité numérique". On y trouve notamment les circuits courts, les banques de temps, etc. » (Shareevolution, 2016)

Ce modèle inclut l'échange et le partage de biens ou espaces liés à l'alimentation (supermarchés coopératifs, jardins partagés, partage de potager, etc.), à l'habitat (habitat participatif, colocation par affinité), les échanges locaux (systèmes d'échange locaux, banques de temps, réseaux d'échange réciproques de savoirs, réseaux sociaux de voisinage), et également l'infrastructure (fourniture d'énergie renouvelable, financement participatif d'énergie renouvelable, partage de wifi, etc.)

On peut citer notamment le portail collaboratif *Culturebw* qui offre aux habitants du Brabant Wallon de partager leurs informations événementielles pour établir l'agenda culturel de la province. Cette plateforme a pour objectif de créer du lien entre les utilisateurs de la plateforme.

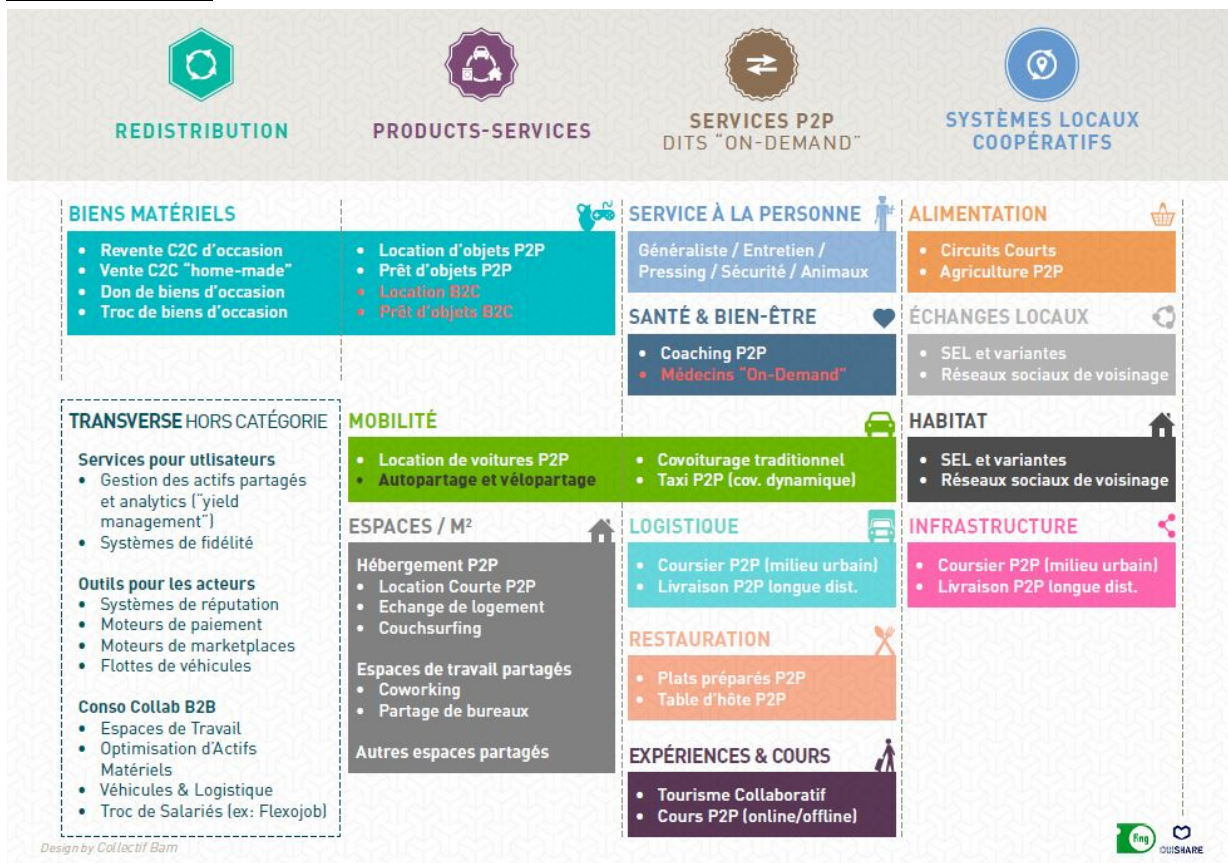
Au sein des systèmes locaux coopératifs, on retrouve les systèmes d'échanges locaux, SELs. Le concept des SELs vient du Canada et est caractérisé par l'échange de services entre particuliers sans transaction monétaire. Ce qu'on y échange le plus c'est du temps. Par exemple, un particulier donnera une heure de leçon de chant en échange d'une heure de jardinage. Les acteurs des plateformes des SELs ne sont pas dans une optique de profit, il s'agit d'un échange social. Ce sont des entreprises qui ne font pas de mal au secteur traditionnel, elles font donc partie de la l'économie coopérative.

D'autres plateformes qui se sont basées sur le concept d'échanges de services entre particuliers en ont fait un véritable business. C'est notamment le cas de *TaskRabbit* qui abandonne le don social pour la monétisation des services échangés. Elle soustrait une commission de ces transactions allant jusqu'à 30 %. On comprend aisément l'attrait pour l'argent que révèle la plateforme *TaskRabbit*. Elle fait donc partie des entreprises ubérisantes.

Enfin, il existe une autre catégorie d'acteurs de l'économie collaborative, mais qui ne fait pas partie intégrante d'un système en particulier, il s'agit des fournisseurs de services tiers qui facilitent la consommation collaborative et offrant des services d'aide à la gestion à destination des particuliers ou des plateformes elle-même. Ils sont appelés les « *enablers* », ils font partie de

l'économie collaborative, mais ont un rôle transverse hors de catégorie. Parmi les services offerts, on retrouve les services pour les utilisateurs comme l'accueil des visiteurs, la gestion sur le terrain des transactions. Ils proposent également des services pour les acteurs comme des systèmes de réputation, des services de paiements, de moteur de marketplaces ainsi que la flotte de véhicules.

Figure 10 : cartographie des modèles et acteurs de la consommation collaborative



Source : Share evolution (Fing & Ouishare)

À l'exception de la redistribution de biens, on remarque donc que la tendance générale des participants à l'économie collaborative est d'avoir accès aux biens et services dont ils ont besoin, plutôt que de détenir la *propriété* de ces biens. Les utilisateurs des plateformes digitales de l'économie collaborative préfèrent globalement payer pour l'utilisation d'un bien plutôt que pour sa possession (Botsman, R., Rogers R., 2010). Le besoin des participants à l'économie collaborative peut être comblé en passant par la consommation collaborative plutôt que par l'achat. Tous les acteurs de l'économie collaborative se rejoignent sous cette volonté.

Nous venons de le voir en analysant les différents types de biens et de services, il est assez aisé de repérer dans les plateformes de l'économie collaborative celles dont la finalité est tournée vers la recherche du lien social et d'un esprit de facilitation des échanges plutôt que vers l'appas du gain. Ces sont des startups qui cherchent à avoir un impact positif sur la société et à raccommoier le capitalisme et le social. Elles proposent un service qui vise à promouvoir l'usage plutôt que la possession et à gagner de l'argent sans démesure. C'est l'économie coopérative.

Il existe également une autre catégorie de plateformes au sein de l'économie collaborative. Les plateformes dites ubérisantes, dont la triple motivation pour le profit définirait une catégorie d'acteurs (offreurs, consommateurs et plateforme) disruptifs pour l'économie traditionnelle. C'est l'économie ubérisante.

On peut donc proposer le tableau récapitulatif suivant :

Nature de l'échange : « for-profit » ?		Type de système	Types de bien et/ou service liés au système	Types de transaction
Oui : Plateforme ubérisante	Non : Plateforme coopérative			
BuyByeCar	SELS	Redistribution	<ul style="list-style-type: none"> • Biens matériels d'occasion 	Peer-to-peer (P2P) Business-to-consumer (B2C) Business-to-business (B2B)
Airbnb	Peerby	Produits-services	<ul style="list-style-type: none"> • Biens matériels • véhicule de transport, espaces/m²d'hébergement ou de travail 	Peer-to-peer (P2P) Business-to-consumer (B2C) Business-to-business (B2B)
Uber, Blablacar	Le covoiturage libre	Services à la demande	<ul style="list-style-type: none"> • Services à la personne • services liés à la santé et au bien-être • covoiturage et taxi P2P • services de logistique • services de restauration • tourisme collaboratif, cours P2P 	Peer-to-peer (P2P)
TaskRabbit	Culturebw	Systèmes locaux coopératifs	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentation • SELs • habitat SELs • coursiers P2P • Livraison P2P 	Peer-to-peer (P2P)

3. LE CAS DE AIRBNB :

L'économie collaborative est composée de différentes start-up qui ont chacune leur spécificité. Comme discuté dans les sections précédentes, on peut distinguer que les plateformes de l'économie collaborative puissent se distinguer par l'attrait pour le profit ou non. Afin de mieux comprendre les implications sociétales de ces entreprises, il est intéressant de se pencher sur un cas en particulier. Nous avons choisi le cas de la start-up Airbnb. Celle-ci rentre dans la catégorie des entreprises de l'économie collaborative qui s'inscrit dans une finalité lucrative. C'est aussi une des entreprises renommées de l'économie collaborative. Cette start-up impacte les entreprises du secteur hôtelier, les autorités locales et même les habitants des plus petites villes.

Cette étude de cas consistera en une description du modèle d'Airbnb, son impact sur le marché hôtelier, son incidence fiscale ainsi que la réaction des autorités locales.

A) DESCRIPTION DES CARACTÉRISTIQUES DE L'ENTREPRISE

L'entreprise Airbnb a été créée en 2008 à San Francisco en Californie par Brian Chesky, Joe Gebbia et Nathan Blecharczyk. La startup connaît rapidement un franc succès auprès des vacanciers en recherche de logement à moindres frais et d'expérience. Airbnb a levé plus de trois milliards de dollars depuis 2008 et était valorisée à 31 milliards de dollars en 2016. La plateforme dénombre trois millions de logements dispersés dans 190 Pays et 65 000 villes à travers le monde. Airbnb compte plus de 150 millions d'utilisateurs. Avec un chiffre d'affaires de 1,6 milliard de dollars en 2016, la plateforme est devenue rentable fin 2016, après 8 ans d'existence. Ces chiffres permettent de se rendre compte de l'ampleur de la start-up qui grandit de manière exponentielle.

Pour rappel, Airbnb est une plateforme payante de location et de réservation de logements de particuliers. Elle permet à des particuliers de mettre en location une partie ou un logement entier à d'autres particuliers à la recherche d'un hébergement. La plateforme offre l'accès via un site web à des vacanciers qui désirent louer. En 2017, Airbnb propose deux sortes de choses « expériences & locations ». On entend par expérience, des habitants qui

offrent le partage de leur vie sociale, intérêts et travail à un certain prix. Pour les lieux, Airbnb propose des guides pour mieux connaître les recoins de la ville.

(1) RÔLE DE LA PLATEFORME :

La plateforme joue donc un rôle central dans l'entreprise. Elle sert d'intermédiaire des échanges. Toutes les transactions sont du type Peer-to-peer, c'est-à-dire que les utilisateurs (hôtes et consommateurs) sont des particuliers et toutes les transactions sont réalisées via la plateforme. Chaque groupe d'utilisateurs de la plateforme y trouve son compte. Les hôtes recherchent une solution pratique pour générer un revenu complémentaire pour ceux qui désirent mettre en location leur logement. Ils cherchent un système fiable, sécurisé et qui les aidera à mettre en valeur leur bien. La plateforme fournit tous ces besoins. Elle permet à ses hôtes de gagner de l'argent par la location de leur logement grâce au site internet [airbnb.com](https://www.airbnb.com), disponible 7/7 j et 24/24 h. Elle fournit une assurance et aide à valoriser les logements en proposant l'aide gratuite d'un photographe professionnel. Le client désire avoir le choix de différents logements et de pouvoir les comparer, il cherche un logement pour son déplacement et une expérience différente pour découvrir la ville. Il cherche également une offre en dessous des prix des hôtels. La plateforme lui fournit un vaste choix d'hébergement et une expérience unique pour chaque location ainsi qu'un système de contrôle de réputation des hôtes. Le modèle de la startup Airbnb se base sur la location d'espace de pair-à-pair. On se situe donc dans le système produits-services puisque le propriétaire d'un bien décide de partager ce bien pour un certain prix.

(2) LES SOURCES DE REVENUS

La start-up a récemment fractionné son activité en deux pôles : le pôle logement et le pôle expérience.

Concernant le pôle logement, les frais liés aux logements proviennent des deux groupes d'utilisateurs. D'un côté, les hôtes qui se voient facturés 3 % pour les frais de service aux hôtes et y incluses les taxes éventuelles. De l'autre côté, les vacanciers doivent payer des frais de réservation s'élevant parfois jusqu'à 20 % du prix de réservation. Airbnb explique sur son site que pour les régions où ils sont tenus de collecter la TVA, les frais de service au voyageur peuvent s'élever à plus de 20 %.

Pour ce qui est des frais liés aux expériences, ce sont encore une fois les deux groupes d'utilisateurs qui sont visés. Les hôtes sont facturés à 20 % de frais de service, exception faite des hôtes qui prennent part à des partenariats caritatifs, ceux-ci sont exonérés.

(3) LA CONFIANCE ET LA RÉPUTATION

Comme nous en avons discuté au préalable dans ce travail, la confiance et la réputation sont des éléments clés au sein de l'économie collaborative. Airbnb a bien saisi l'importance d'instaurer un système de confiance. Elle a donc mis en place une méthode de notation entre utilisateurs, c'est-à-dire entre les voyageurs et les hôtes.

Tout d'abord, la plateforme requiert systématiquement à chaque inscription, la création d'un profil pour les hôtes et les voyageurs. Ce profil permettra par la suite aux voyageurs ou aux hôtes de noter et commenter leur expérience avec l'un et l'autre. L'accès aux notes et commentaires n'est faisable qu'une fois la transaction opérée. Les notes se font de 0 étoile pour une mauvaise expérience à 5 étoiles pour une excellente expérience. Ces réactions permettent aux prochains utilisateurs de repérer qui est digne de confiance. En d'autres termes, si certains hôtes ont été mal notés et/ou ont reçu de mauvais commentaires, les voyageurs savent pressentir ce qu'il en est de l'expérience chez cet hôte. À l'inverse, une bonne note et de bons commentaires sur le profil d'un hôte permettront à cet hôte de gagner la confiance des prochains voyageurs. Il y a un effet secondaire positif dans cela puisque cela pousse les utilisateurs de la plateforme à offrir la meilleure expérience possible pour être bien noté, ce qui améliore la qualité des services de la plateforme. En effet, il existe un échelon supplémentaire dans la garantie de confiance et de qualité : le badge de « *superhost* ». C'est un badge qu'accorde la plateforme aux hôtes qui ont hébergé minimum dix voyageurs, qui récoltent au moins 50 % de commentaires et que 80 % de ces commentaires ont reçus une note de cinq étoiles, qui ont un taux de réponse d'au moins 90 %.

La plateforme joue également un rôle important pour entretenir sa bonne réputation. Elle s'engage à contrôler les offres d'hébergement postées sur son site. Le site traque les fausses annonces ou les logements de piètre qualité. Cette chasse à la fraude est garantie par les algorithmes du site internet ainsi que par le personnel et les utilisateurs eux-mêmes puisqu'il existe un moyen de dénoncer les arnaques via la plateforme internet.

De plus, la plateforme garantit la réputation de ses utilisateurs en vérifiant l'identité de ceux-ci. Cette identification des utilisateurs se fait par la vérification du numéro de téléphone, mais l'utilisateur doit également fournir une photo de profil. La plateforme peut aussi demander une pièce d'identité officielle. Une fois, l'utilisateur contrôlé, un badge est affiché sur le profil afin d'en informer les autres utilisateurs, ce qui est un autre gage de confiance qu'attribue la plateforme Airbnb.

B) LES CRITIQUES DE LA STARTUP

(1) RÉGULATION DU MARCHÉ :

La première critique concernant Airbnb se rapporte au manque de régulation de cette entreprise qui concurrence les hôtels puisqu'elle offre également des hébergements. Les hôtels sont soumis à des règles strictes alors qu'Airbnb n'en respecte aucune. Jusqu'en 2014, il était interdit de louer son logement dans la ville de San Francisco pour une courte durée. Cela change en octobre 2014 puisque la location de courte durée devient légale sous certaines conditions.

En avril 2015, Airbnb parvient à légaliser les locations de courte durée dans la ville de New York en l'échange du paiement d'une taxe de séjour. Cependant, à l'heure d'aujourd'hui cette taxe n'est toujours pas payée par l'entreprise.

Le problème de régulation est aussi présent en Europe. En 2015, Airbnb commence à collecter une taxe de séjour pour le compte des hôtes à Paris. En 2016, la ville de Paris obtient le respect d'une nouvelle loi par Airbnb : si la location de logement est supérieure à une période cumulée de quatre mois par, alors le logement n'est plus considéré comme résidence principale et devient une activité économique, l'hôte est donc contraint de mettre en location son logement sur le marché de location long terme.

Ces nouvelles réglementations essayent de lutter contre la disponibilité décroissante de logement de location long-terme. De plus, l'arrivée d'Airbnb a eu un impact négatif sur le prix de l'immobilier. C'est pourquoi, tout comme à New York, Berlin a interdit en 2016 la location d'un logement dans son entièreté.

(2) IMPACT SUR LES ENTREPRISES TRADITIONNELLES :

Il est clair que les entreprises traditionnelles du secteur de l'hébergement subissent les effets négatifs de l'arrivée d'Airbnb. Cette disruption vient des multiples avantages du modèle d'Airbnb.

Premièrement, Airbnb ne possède pas de logement à ses actifs. Tous les biens immobiliers qui sont mis en location sont détenus par les utilisateurs de la plateforme, les hôtes. La start-up n'a donc pas de souci à développer son activité à travers le monde puisqu'elle ne doit pas construire un hôtel, les logements sont mis en ligne par les particuliers. Inversement, pour le secteur hôtelier, s'il veut s'implanter ailleurs, le coût de construction d'un nouvel hôtel est un coût important. Ce qui freine le développement de l'activité.

De plus, le coût marginal d'ajouter un logement sur la plateforme est proche de zéro. Cela permet à Airbnb de s'étendre rapidement, à l'inverse des hôtels.

(3) IMPACT FISCAL :

Airbnb et les hôtes ne paient pratiquement pas de taxe, ils ne sont pas imposés sur leurs revenus. La start-up profite de l'irrégularité fiscale d'une région à l'autre du monde. Certaines régions ont déjà su imposer à la plateforme de récolter une taxe de séjour. En effet, une certaine uniformité des règles est en train de se mettre en place.

Tout d'abord, les hôtes qui mettent en location leur logement récoltent un revenu qui intéresse les autorités locales. Aux États-Unis, les autorités ont obtenu d'Airbnb de ficher les hôtes et de remettre ces informations au fisc. Les hôtes sont automatiquement contraints de déclarer leurs revenus découlant de la location. Cependant, l'État américain accorde une exception pour les hôtes qui loue leur logement pour une durée inférieure à 14 jours par an. La situation en Europe n'est pas du tout la même. Il n'existe pas de législation à proprement parler pour la déclaration des revenus provenant de l'économie collaborative. La France a instauré une loi qui oblige les plateformes comme Airbnb à envoyé un récapitulatif des transactions effectuées par les hôtes. Mais c'est encore aux particuliers de faire la démarche de déclarer ces revenus. Il n'y a donc pas un contrôle des revenus produits par Airbnb.

La deuxième problématique concerne les bénéfices de la plateforme Airbnb. C'est un problème beaucoup plus global que le seul cas d'Airbnb. Ici, on est

face à la problématique de la non-uniformité des régimes fiscaux entre les pays. Tout d'abord parce qu'il n'y a pas encore de loi qui traite de la taxation des revenus des plateformes, mais aussi parce que celles-ci ont recours à des montages fiscaux pour éluder l'impôt. En effet, Airbnb utilise un nombre important de filiales off-shore, en autres en Irlande et à Jersey. En d'autres termes, dans des pays à fiscalité faible. Ce mécanisme d'évasion fiscale est utilisé par bon nombre d'entreprises les plus fortunées du monde, telles qu'Apple ou Google.

On constate donc un important manque à gagner pour les autorités locales puisque quasi tous les revenus des plateformes sont logés dans des paradis fiscaux et que les revenus des hôtes ne sont pour la plupart pas déclarés. De plus, le secteur hôtelier souffre de ces inégalités. C'est un trou dans les recettes fiscales de l'État.

CONCLUSION

Dans la deuxième et troisième partie de ce mémoire, nous nous sommes efforcés d'aborder le plus exhaustivement possible les différents aspects et concepts de l'économie collaborative.

- *Passage d'une logique de possession à une logique d'usage, de mise en commun des biens et des savoirs*
- *Accélééré par la révolution numérique*
- *Encouragement des rapports de pair à pair (P2P) dans un système non hiérarchique et non compétitif*
- *L'impact de la génération Y et leur surreprésentation dans l'économie collaborative*
- *Constitution de nouvelles communautés basées sur la confiance et la transparence » (Shareevolution, 2017)*

Nous en avons formulé une définition cohérente.

Partant de l'émergence de la consommation collaborative, nous avons ensuite parcouru les moteurs majeurs de l'économie collaborative, économique, technologique, géographique et sociale, permettant de comprendre comment et pourquoi cette nouvelle économie a vu le jour. Nous avons examiné en détail les types d'acteurs existant, propriétaires, consommateurs et plateformes, les types de transactions qui s'opèrent entre eux, B2B, B2C et P2P, et les modèles d'échange de biens et services qui coexistent, re-distribution, produit-services, services P2P et systèmes locaux coopératifs. Les sources de revenus et le principe de confiance et réputation ont été parcourus. Forts de cette analyse, nous avons fait le parallèle avec l'économie de marché traditionnelle et analysé le phénomène d'ubérisation et ses conséquences. Lors de cette analyse, nous avons été amenés à distinguer dans l'économie collaborative deux économies distinctes, l'économie ubérisante et l'économie coopérative, cette dernière se distinguant par l'absence d'un objectif de profit. Nous avons confirmé l'existence de ces deux économies distinctes dans notre analyse des différents types de bien échangés sur l'ensemble des plateformes existantes, ainsi que le cas particulier de la plateforme Airbnb.

Il nous reste maintenant, en bonne connaissance de cause, à faire le point sur la situation sociale et fiscale des plateformes collaboratives, analyser les conséquences de cette situation existante, et proposer, tout en gardant à

l'esprit la distinction économie ubérisante/économie coopérative sur laquelle nous avons débouché, des solutions de régulation plus correctement adaptées.

IV. IMPACT SOCIAL ET FISCAL DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE :

La réglementation autour des activités liées à l'économie collaborative reste vague, voire inexistante. Les pays ont beaucoup de mal à cerner ce nouveau modèle économique et l'organisation du travail qui s'y rapporte. L'adaptation de la législation à celui-ci n'est pas évidente. Les entreprises traditionnelles qui sont en concurrence avec les start-up de l'économie collaborative souffrent du décalage entre les réglementations des industries traditionnelles et la non-régulation des plateformes. Il existe un vrai dilemme entre réduire la concurrence déloyale qui s'est installée entre les deux modèles économiques et essayer de ne pas étouffer la vague d'innovation en agissant de manière libérale.

Les startups profitent de cette situation de flou juridique. L'absence de règles fiscales et sociales permet à la plupart des plateformes de se soustraire à toute réglementation. D'un côté, l'incertitude concernant le statut des travailleurs des plateformes permet à celles-ci d'éviter leur responsabilité sociale puisque la plateforme utilise ces travailleurs en sous-traitance complète. Les plateformes, en se détachant de tout lien de subordination sur leur travailleur, ne payent aucune cotisation sociale à l'ONSS. De l'autre côté, les start-up fonctionnent grâce à une plateforme qui est disponible partout dans le monde. Ce qui occasionne une difficulté supplémentaire, celle de l'imposition des revenus des plateformes. Pour les start-up les plus lucratives, celles-ci établissent leur siège social dans des pays à régimes fiscaux avantageux. Ce qui leur permet d'éviter toute imposition.

Il est donc important d'examiner les failles juridiques qui subsistent à différents niveaux (social et fiscal). Si les politiques ne parviennent pas à mettre en place une réglementation efficace de ces plateformes, nous pourrions dans quelques années être les témoins de l'émergence de géants capitalistes qui, par leur monopole sur l'accumulation des données numériques, pourrait « *régner sur une économie informelle dans le secteur des services, coupée du droit du travail, rassemblant les travailleurs les moins qualifiés et les plus démunis dans des conditions précaires* » (CCB, 2017). Examinons dans un premier temps le statut des travailleurs des plateformes.

A. LE STATUT DES TRAVAILLEURS DANS LE FLOU :

Les start-up de l'économie collaborative utilisent de nouvelles formes d'emploi qui ne s'inscrivent pas dans la distinction binaire salarié/indépendant.

Depuis les années 80, l'organisation de la production et de la consommation a changé et l'agencement du travail a évolué aussi. On demande plus de flexibilité et d'autonomie aux travailleurs. On remarque l'apparition de nouvelles catégories d'emploi qui répondent à ces critères. Le travail temporaire, le travail à temps partiel, le travail intermédiaire et autres relations font partie de l'intensification des sortes d'emploi. On peut relever deux nouvelles catégories issues de la digitalisation :

- Le travail de plateforme géolocalisé : *« il s'agit d'un travail réalisé suite à la mise en relation, via une plateforme, d'un travailleur et d'un usager, et qui nécessite une présence physique sur le lieu de travail. Par exemple les livreurs Deliveroo, les chauffeurs Uber, divers petits boulots via la plateforme Listminut... »* (CCB, 2017)
- Le crowdworking : *« il s'agit de travail réalisé suite à la mise en relation, via une plateforme, d'un employeur et d'un travailleur. Ce dispositif ne nécessite pas de présence physique sur le lieu de travail : les tâches sont réalisées en ligne. Il peut s'agir de "micro-tâches" généralement peu qualifiées (comme l'encodage de données), ou de "macro-tâches" généralement plus qualifiées comme la traduction d'un texte, des conseils juridiques, la réalisation d'une affiche... »* (CCB, 2017)

Le crowdworking semble dangereux pour les travailleurs puisqu'il incite la compétition entre les travailleurs de pays éloignés et les travailleurs du pays domicile. On assiste à un dumping social à cause des différences d'attentes de revenus et de la suroffre de travail. Le crowdworking n'offre pas toujours un paiement garanti et les travailleurs se sentent esseulés puisqu'ils ne savent pas toujours pour qui ils travaillent et ne sont pas au courant des projets finaux à réaliser.

Le travail de plateforme géolocalisé soumet les travailleurs aux réglementations sociales du pays dans lequel ils exercent leur activité. La classification de ces travailleurs entre salariés ou indépendants cause des difficultés chez ce type de travailleurs, puisque la relation de subordination ou non entre l'employeur et le travailleur n'est pas claire. Ceux-ci sont souvent qualifiés (parfois à tort) d'indépendants.

Attardons-nous dans un premier temps sur le problème des travailleurs indépendants de ces plateformes digitales. Y a-t-il assujettissement à la sécurité sociale ? L'assujettissement à la sécurité sociale demande l'exercice d'une activité professionnelle pour pouvoir bénéficier de cotisations. Mais qu'entend-on par activité professionnelle ? Le système belge fait la distinction entre les travailleurs salariés et les travailleurs indépendants. Puisque c'est la question des travailleurs indépendants qui nous intéresse, il s'agit des personnes exerçant une activité professionnelle en dehors d'un contrat de travail ou d'un statut¹. L'activité professionnelle se définit par 2 conditions : il faut l'existence d'un but de lucre et un caractère habituel à l'activité². Le travailleur salarié quant à lui est engagé sous un contrat de travail et il existe un lien de subordination entre lui et son employeur.

Les statuts sociaux des utilisateurs fournissant un service via une plateforme digitale, posent la question de la qualification de ces actes, qui au départ privé, pourraient basculer dans la qualification professionnelle si la fréquence des transactions réalisées le justifie. Prenons le cas d'Airbnb. Les ménages possèdent une maison ou un appartement et désirent la/le mettre en location. Auparavant, cela se faisait via le bouche-à-oreille, mais grâce aux plateformes, les ménages peuvent trouver plus facilement des locataires. Ce genre de location rentre dans la gestion normale du patrimoine privé. Cependant, si cette activité s'intensifie au-delà d'une gestion normale du patrimoine privé, alors elle pourrait être considérée comme habituelle et donc qualifiée de professionnelle. Il serait donc intéressant que la qualification d'activité professionnelle ou privée via la plateforme puisse évoluer en fonction de l'intensité des transactions. Il faut donc pour ça un contrôle par l'État des transactions faites par les individus ainsi qu'établir la frontière quantitative entre activité privée et professionnelle. En d'autres termes, à partir de combien de transactions, l'utilisateur de la plateforme est-il susceptible de basculer en activité professionnelle. (Gilson, S., 2017)

Revenons sur la notion de subordination. La distinction entre subordination ou non du travailleur lors de l'exercice de son activité professionnelle n'est pas toujours évidente dans le cas de l'économie collaborative. Cette distinction est primordiale pour pouvoir appliquer correctement soit le droit social (droit du travail, droit à la sécurité sociale des travailleurs salariés) si le travailleur est salarié, soit le droit civil et/ou le droit commercial s'il est indépendant. Déterminer s'il y a un lien de subordination est une affaire complexe que la jurisprudence tente de caractériser par plusieurs éléments : l'autorité ne doit

¹ Art 3 de l'A.R. n°38 du 27 juillet 1967.

² C. trav. Bruxelles, 19 avril 2006, R.G. n° 43.946.

pas être nécessairement permanente, il suffit qu'elle soit simplement possible. Cependant, aujourd'hui certains travailleurs qualifiés juridiquement d'indépendants ne bénéficient pas de protection salariale.

Dans l'économie collaborative, deux situations problématiques peuvent surgir : les faux travailleurs indépendants, qui sont des travailleurs qui exercent leur activité sous un statut d'indépendant, mais qui réunit suffisamment de caractéristiques de subordination pour être considérée comme une activité de salarié, et les travailleurs dits « en zone grise » qui exercent leur activité sous des caractéristiques à la fois liées à la subordination et des caractéristiques liées au travail d'un indépendant. Les travailleurs de la zone grise sont souvent sous le statut de travailleurs indépendants.

Ces deux cas de figure sont un danger pour les travailleurs qui en font partie. Ceux-ci bénéficient de moins de protection sociale puisqu'on assiste à une mutation d'un statut de salarié dans l'économie de marché traditionnelle à un statut d'indépendant dans l'économie collaborative. Les plateformes sont gagnantes en imposant ces statuts d'indépendants puisqu'elles n'ont pas à assumer le paiement de cotisations à la sécurité sociale, une couverture d'assurance, le respect des conventions collectives de travail, la mise à disposition des outils de travail ou les indemnités de licenciement. De plus, certaines plateformes conservent les avantages patronaux du statut de salarié puisqu'elles maintiennent un lien de subordination avec le travailleur et prélèvent une marge sur les activités des travailleurs.

Cependant, les plateformes défendent le statut des travailleurs qu'ils emploient, car ils offrent un travail accessible et flexible pour des individus cherchant à percevoir un revenu complémentaire. On peut tout de même signaler que dans le contexte de ralentissement économique actuel, nombreux sont les travailleurs qui exercent cette activité comme activité professionnelle principale. Si l'on permet aux plateformes de concurrencer de manière déloyale les entreprises de l'économie de marché traditionnelle, alors le « travail de plateforme » remplacera le travail salarié. Les plateformes de l'économie collaborative sont dans une optique libérale qui vise la fin du salariat. On abandonnerait alors un système motivé par la solidarité et des droits collectifs, pour installer un système apprêté pour des « autoentrepreneurs » ou des « micro-entrepreneurs », qui seraient en dehors de toutes protections sociales collectives habituelles. Ces travailleurs de plateforme qui se vantent de n'être suspendus à aucun lien de subordination ne bénéficieraient d'aucun pouvoir de négociation avec les plateformes dans le cas de suroffre de travail. Il y aurait donc un monde qui les séparerait des

travailleurs qualifiés, bénéficiant de protections sociales fortes et qui seraient capables d'opérer sur ces plateformes.

Il semble important de considérer ce travail de plateforme comme un réel travail. Peu importe qu'il soit exercé de manière récurrente ou non, par des professionnels ou non. Cependant, toutes les plateformes ne rentrent pas en concurrence avec des formes de travail existant. Il y a même certaines plateformes qui proposent l'exécution de tâches qui ne rentrent dans aucune catégorie actuelle de travail (babysitting, petites réparations, jardinage, etc.).

Il est nécessaire d'étudier les plateformes au cas par cas en fonction de leur caractéristique, ubérisante ou coopérative, pour ensuite appliquer une réglementation si nécessaire. Il se peut que certains secteurs de l'économie collaborative n'aient pas besoin d'être réglementés.

B. LES RÉGLEMENTATIONS FISCALES ET JURIDIQUES EXISTANTES EN BELGIQUE :

Concentrons-nous maintenant sur la législation fiscale mise en place en Belgique. En 2016, Alexander de Croo, vice-premier ministre responsable de l'agenda numérique, a mis au point une agrégation permettant aux plateformes d'être considérées comme « plateforme collaborative ». Parmi les critères de qualification de plateforme de l'économie collaborative, on y retrouve :

- La plateforme doit être gérée par une société ou une ASBL
- Les administrateurs et gérants doivent satisfaire à toute une série de conditions décrites dans l'arrêté royal.

Cette loi-programme du 1^{er} juillet 2016 a été établie dans le but de réglementer une partie du secteur de l'économie collaborative : les prestations de services entre particuliers (transaction peer-to-peer). L'objectif sous-jacent étant de mieux contrôler et taxer les revenus découlant de ces activités. En effet, la plupart des contribuables concernés par ces activités omettaient (volontairement ou non) de déclarer leurs revenus de telles activités, entraînant une perte de recettes pour le fisc belge.

La loi-programme De Croo a été conçue dans l'optique de « sortir de la zone grise » ces activités et revenus, qui échappent à l'imposition, mais également de soutenir l'élan entrepreneurial. La loi prévoit donc que les revenus des contribuables effectuant des activités via une plateforme agréée seront taxés à la source au taux de 10 % pour un plafond de 5100 euros. Les revenus

complémentaires dépassant 5100 euros seront déclarés en tant que revenus divers et donc taxés à 33 %.

En 2017, un avant-projet de loi avancé par le gouvernement fédéral visait à permettre aux travailleurs salariés, indépendants et fonctionnaires travaillant en minimum 4/5^e temps et aux pensionnés de gagner jusqu'à 6000 euros par an en tant que revenu complémentaire, « exonérés d'impôts et de cotisations sociales dans le cadre du travail associatif, de services occasionnels entre citoyens ou de plateformes reconnues dans l'économie collaborative » (Lesoir, 2018). Alexander De Croo a déclaré : « Nous donnons une impulsion supplémentaire à l'économie collaborative. La Belgique avait déjà été le premier pays d'Europe à encourager l'économie collaborative en prévoyant un faible taux d'imposition de 10 %. En instaurant un système de revenus complémentaires non imposés, nous donnons encore plus de liberté au groupe de plus en plus important des mini-entrepreneurs et nous permettons à l'économie collaborative de se développer dans notre pays » (L'Echo, 2017).

L'idée derrière cette nouvelle loi est de simplifier la déclaration des revenus pour les particuliers qui offriraient une combinaison de services dont les revenus doivent être classés en différentes catégories en fonction de leur nature. En effet, la taxation à 10 % n'est valable que sur les services en peer-to-peer classés en revenus divers. La proposition de loi à régime 0 % réglerait le problème de la location d'un logement meublé et qui offre des services autour de la location (petit déjeuner, nettoyage, etc.). On doit classer ces revenus en trois catégories : revenus immobiliers pour le logement, revenus mobiliers pour la mise à disposition des meubles et revenus divers pour les services.

Cependant ce nouveau régime 0 % n'a pas été voté en mars 2018. En janvier dernier, le Parlement de la Commission Communautaire Française (Cocof) s'opposait à cet avant-projet pour raison de conflit d'intérêts. Le Conseil national du travail le dénonce également ainsi que les partenaires sociaux, les classes moyennes, le conseil supérieur du volontariat et le secteur à profit social. La raison de ces oppositions est dans l'inexistence de clarification du statut des prestataires de services sur les plateformes de l'économie collaborative. Ce projet de loi donne un avantage au travail de plateforme puisqu'il y a un régime fiscal favorable. Cela implique une concurrence déloyale avec les emplois réguliers, pas de protection sociale et pas de financement de la sécurité sociale. La volonté politique a été de garder une flexibilisation du travail ainsi qu'une réduction des coûts de main d'œuvre.

Ajoutons que si la loi-programme De Croo aborde la fiscalité des revenus des travailleurs des plateformes et tente, imparfaitement certes, de la réguler, elle ne touche absolument pas au problème de la fiscalité des plateformes elles-mêmes. Cette non-régulation amène le problème d'évasion fiscale par les multinationales. Évasion qui leur permet d'acquérir des parts de marché importantes et de parfois obtenir le monopole dans un secteur qui autrefois était contrôlé par des entreprises nationales. C'est en effet souvent le cas pour les activités qui s'exercent au niveau local du pays. Les multinationales ont les capacités de faire appel à des montages fiscaux impressionnants leur permettant de disperser les revenus qu'ils captent sur ces marchés.

CONCLUSION :

La loi-programme De Croo, si elle a le mérite d'exister, n'est malheureusement pas suffisante. Or, il est primordial d'offrir un cadre juridique clair pour les acteurs de l'économie collaborative.

Et de plus, il convient d'appliquer une régulation appropriée, selon qu'elle concerne les plateformes ubérisantes ou les plateformes coopératives.

L'économie collaborative a un bel avenir devant elle, il s'agit donc de ne pas freiner sa croissance puisqu'elle peut apporter à la société de belles retombées économiques.

Pour une certaine catégorie de plateformes, relevant de l'économie coopérative, on peut imaginer une législation fiscale allégée, comme celle proposée par Alexander De Croo.

Pour les autres, la régulation doit être différente, afin de faire en sorte qu'elle ne crée plus de concurrence déloyale avec les entreprises traditionnelles. En d'autres termes, il nous semble qu'il est dangereux de fournir un accès à un régime fiscal avantageux tel que celui proposé par la loi-programme de Croo pour les plateformes relevant de l'économie ubérisante.

Il nous semble en effet important de défendre les bienfaits de la nouveauté portée par l'innovation technologique. Il ne faut pas la combattre, mais plutôt la défendre tant que cette innovation profite au bien-être des plus nombreux. Mais il faut aussi réguler ces transformations pour que les entreprises existantes dans l'économie de marché traditionnelle puissent subsister, et en tirer profit, en s'adaptant.

V. SOLUTIONS POSSIBLES POUR LA CONCURRENCE ET LA LÉGISLATION SOCIALE ET FISCALE DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE

A. INSTAURATION D'UNE CONCURRENCE SAINNE

Il est important de réduire la concurrence déloyale mise en place pour développer un environnement sain pour les deux économies en tenant compte des deux sous-catégories de l'économie collaborative, à savoir l'économie ubérisante et l'économie coopérative.

Les plateformes ubérisantes sont considérées comme néfastes pour les entreprises traditionnelles, puisqu'elles rendent intrinsèquement le même service. C'est pourquoi il semble logique qu'elles respectent les mêmes règles que leurs concurrents. Ces plateformes aujourd'hui bénéficient injustement d'avantages concurrentiels, fiscaux et sociaux. Tout d'abord parce qu'elles contournent les législations en vigueur, alors qu'elles n'ont pas créé un nouveau marché, elles se sont insérées dans un marché existant, sans respecter les règles qui vont de pair. Il est tout à fait normal qu'une entreprise comme Uber se voit d'obliger ses travailleurs à détenir une licence, de même qu'il est compréhensible qu'Airbnb exige de ses hôtes le paiement d'une taxe de séjour, tout comme les hôtels le font.

À l'inverse, les entreprises de l'économie coopérative, celles dont les acteurs ne partagent pas tous la motivation du profit, proposent un nouveau marché qui peut rentrer en concurrence limitée avec un marché existant, puisque ces entreprises de l'économie coopérative restent à une échelle locale et *de facto* de petite taille. Il semble important de faciliter l'apparition de l'innovation dans les différents secteurs d'activité. De ce fait, les deux grandes différences avec l'économie ubérisante sont le caractère non-profit des acteurs ainsi qu'une petite taille d'exploitation. Pour cela, on envisagerait un cadre légal plus flexible et plus avantageux pour permettre à ce pan de l'économie de se développer et d'offrir la possibilité aux particuliers de développer leur entrepreneuriat pour les activités de l'économie collaborative qui ne rentrent pas en concurrence avec un secteur existant.

Par cette régulation à deux vitesses, les plateformes de l'économie ubérisante ne seraient plus en concurrence déloyale face aux entreprises traditionnelles et les plateformes coopératives seraient développées.

En ce qui concerne la concurrence entre les plateformes, il est important de la soutenir. Pour cela, il faut interdire les clauses d'exclusivité (CPE, 2017). Les travailleurs doivent être libres de pouvoir travailler pour plusieurs plateformes d'un même secteur en même temps. Pour cela, il faudrait mettre en place un système permettant de récolter les notes et commentaires des travailleurs et d'exporter ces notes d'une plateforme à l'autre afin d'assurer une mobilité de la réputation et une meilleure connectivité entre les différentes offres des travailleurs sur les marchés, et de la même manière pour les clients, qui pourraient exporter leur réputation (Sundararajan, 2016). Pour que cela ait un sens, la façon d'établir ces notations doit être similaire. Dans cette optique, il faudrait envisager une réglementation de ces ratings ainsi que la récolte de ces données sur les consommateurs et les vendeurs par une tierce partie. Si les différentes plateformes deviennent compatibles entre elles, alors l'utilité du consommateur augmentera (De Stefano, 2016).

Pour instaurer une concurrence saine entre les acteurs des deux économies ainsi qu'entre plateformes, la régulation doit se faire sur le plan fiscal et social.

B. L'EXISTENCE LÉGALE DES PLATEFORMES ET LEURS OBLIGATIONS FISCALES ET SOCIALES

Nous pensons que pour instaurer une saine concurrence entre les sociétés existantes dans le marché traditionnel et les plateformes ubérisantes, il faut que toute plateforme existante ait une forme juridique, reconnue dans un au moins un pays où elle exerce son activité, et respecte le droit des sociétés du pays défini, tant en matière fiscale qu'en matière sociale.

De plus, étant entendu que ces plateformes génèrent des bénéfices dans différents pays, et pas nécessairement dans le pays dans lequel elles ont acquis leur existence juridique, il nous paraît indispensable de créer, au niveau européen à tout le moins, au niveau mondial idéalement, un système de déclaration de bénéfices basé sur la réalité des revenus générés par l'activité de la plateforme dans chaque pays, indépendamment de leur pays hôte juridiquement. Si seule la Belgique oblige les plateformes à déclarer leurs revenus, ceux-ci quitteront le marché belge pour un pays plus souple et moins contraignant. Il faut donc que la déclaration des bénéfices soit obligatoire à une échelle internationale. Pour la Belgique, les plateformes seraient donc

soumises à l'impôt des sociétés pour le bénéfice généré via la plateforme et relatif aux revenus de biens ou de service vendus à des citoyens belges.

Pour les plateformes coopératives ne générant en principe pas de bénéfice, une déclaration régulière serait également réalisée, permettant de s'assurer que ce statut de plateforme ne générant pas de bénéfice reste d'actualité. On entend par une plateforme coopérative non-profit, que les acteurs ne gagnent pas plus que 5000 euros par an. De cette façon, on limite l'avantage fiscal et social aux petites structures locales. Des sanctions en cas de non-respect et la taxation des bénéfices non déclarés seraient prévues, afin d'éviter toute dérive de fausse plateforme coopérative.

En octobre 2016, la Commission européenne proposait de relancer l'Assiette Commune Consolidée pour l'Impôt sur les Sociétés (ACCIS). *« C'est un ensemble unique de règles permettant de déterminer le résultat imposable d'une société au sein de l'UE.*

Avec l'ACCIS, les sociétés exerçant des activités transfrontalières devront se conformer à un système européen unique pour déterminer leur revenu imposable, plutôt qu'aux différents régimes nationaux dans lesquels l'activité est exercée. Les groupes soumis au régime ACCIS auraient la possibilité de ne remplir qu'une seule déclaration fiscale consolidée pour l'ensemble de leurs activités au sein de l'UE. Les résultats imposables consolidés du groupe seraient répartis entre chacune des sociétés qui le constituent par application d'une formule simple. Cela permettra à chaque État membre de soumettre les bénéfices des sociétés résidentes de cet État à son propre taux. » (ACCIS, 2016). Ce système permettrait d'unifier la réglementation fiscale européenne pour les grands groupes internationaux et de lutter contre l'évasion fiscale de ceux-ci.

Cependant, il faut rester vigilant concernant la façon dont il faut taxer les plateformes.

Paul Belleflamme dans son article scientifique explique les effets complexes des taxes sur les prix pratiqués et les profits par les plateformes de l'économie collaborative (Belleflamme, P. 2017). Il est important de réfléchir à ces effets afin de taxer de manière optimale ces plateformes sans freiner leur capacité d'innovation et sans que ce soit un autre groupe qui doive supporter l'impact de l'instauration de la taxe.

La valeur des plateformes de l'économie collaborative se situe dans l'interaction entre les acheteurs et les vendeurs. Les plateformes fixent un prix sur l'accès à la plateforme et/ou sur les transactions réalisées via celle-ci. Les prix sont fixés en tenant compte des « effets croisés » entre les deux groupes,

appelés également externalités de réseau. Plus les acheteurs sont nombreux, plus les vendeurs voudront s'inscrire sur la plateforme et vice versa.

Si la plateforme doit maintenant supporter une taxe fixe par vendeur inscrit, elle va reporter cette taxe sur les vendeurs en augmentant le prix d'accès à la plateforme. Cette augmentation de prix peut avoir deux répercussions : d'abord un « effet de contamination » : le prix d'accès augmente pour les vendeurs alors certains vont quitter la plateforme emportant avec eux certains acheteurs. La plateforme en réaction à cette perte d'utilisateurs, va baisser le prix d'accès à la plateforme. Le deuxième effet va jouer en sens inverse puisque cette baisse du prix d'accès pour les vendeurs occasionne un manque à gagner pour la plateforme. Elle décidera donc d'augmenter le prix d'accès pour les acheteurs. Ici se joue alors une comparaison de valorisation de la taille de l'autre groupe entre les acheteurs et les vendeurs. C'est l'un des deux effets qui l'emportera sur l'autre. Au final, on pourrait se trouver dans une situation où le prix d'accès pour les vendeurs diminue et le prix d'accès pour les acheteurs augmente. Dans ce cas, l'instauration de la taxe n'est pas supportée par le bon groupe.

Concernant les autres plateformes en concurrence, si une taxe est instaurée de façon à ce que la plateforme augmente le prix d'accès pour les vendeurs, si on part de l'hypothèse qu'il n'y a pas d'effets croisés sur le marché, les autres plateformes auront tendance à augmenter leur prix également. L'augmentation des tarifs permet de couvrir la perte de profit dû à l'instauration de la taxe. Cependant, les effets croisés obscurcissent la situation puisqu'ils intensifient les effets. L'augmentation des prix de toutes plateformes leur permettrait de réaliser plus de profit et donc de se faire moins concurrence. Inversement, il se pourrait que l'effet de levier de la taxe nuise doublement à la plateforme. Si une plateforme augmente son prix d'accès pour compenser la taxe fixe par vendeur et que les autres plateformes concurrentes décident de baisser leur prix, alors les profits de la plateforme taxée seront diminués par la taxe de manière directe et de manière indirecte par la désinscription d'une partie des vendeurs et des acheteurs due à la réaction agressive des plateformes rivales.

C. STATUT SOCIAL ET FISCALITÉ DES PRESTATAIRES DES PLATEFORMES

Quant aux obligations sociales, l'application stricte des lois actuelles sur le contrat de travail doit être appliquée dans le pays qui héberge le travailleur appointé sur base des principes classiques d'un lien de subordination juridique.

Si le particulier s'inscrit sur une plateforme ubérisante, visant le profit en récoltant une commission, le particulier qui désire générer un revenu complémentaire ou non via ce genre de plateforme, rentre également dans une logique de profit et doit avoir un statut d'indépendant qu'il soit complémentaire ou non, soumis à la totalité des règles en vigueur relatives à ce statut d'indépendant, précompte, ONSS et déclaration fiscale.

Pour ce qui est des particuliers qui s'inscrivent sur une plateforme coopérative, ils ne seront pas dans l'obligation d'avoir un statut d'indépendant, mais pourront générer des revenus via la plateforme. Ces revenus devront être déclarés au fisc belge et pourront bénéficier du régime de 10 % d'imposition en dessous du plafond de 5000 euros. Au-delà, ils seront qualifiés de professionnels et soumis au régime d'indépendant tel qu'exprimé précédemment.

La loi-programme d'Alexander De Croo, pour rappel, consiste en :

- *« Taux d'imposition effectif de 10 %. Il comprend :*
- *un taux d'imposition de 20 % sur le chiffre d'affaires ;*
- *une déduction forfaitaire de 50 % (prouver des frais réels est impossible).*
- *La plateforme effectue un prélèvement à la source. C'est facile, transparent et cela empêche la fraude et l'excès de charges administratives.*
- *Les données sont envoyées par la plateforme au fisc et sont automatiquement intégrées dans la déclaration fiscale.*
- *Pour bénéficier de ce taux, les revenus ne doivent pas dépasser 5 000 euros de chiffre d'affaires. Au-delà de ce plafond, le contribuable est considéré comme indépendant, en activité complémentaire ou non, ce qui permet d'éviter la concurrence déloyale avec les entrepreneurs indépendants.*
- *Tant que le chiffre d'affaires reste sous la barre des 5 000 euros, les services prestés ne sont pas du tout soumis aux formalités liées à la TVA (par exemple pas d'identification à la TVA ni de listing client à fournir).*

- *La législation sociale ne s'applique pas. Il n'y a donc pas de cotisations de sécurité sociale à verser, tant que le chiffre d'affaires reste en dessous de 5 000 euros.*
- *Le régime est applicable si la plateforme numérique s'est enregistrée et est agréée par le fisc. Les plateformes étrangères peuvent aussi le faire. Les modalités en la matière seront établies par AR par le ministre des Finances.*
- *Le régime s'applique aux services consumer-to-consumer. La vente sporadique de biens via une plateforme numérique (par ex. des créations, une voiture d'occasion ou des meubles) ne relève pas du système. Remarque : cuisiner un repas est considéré comme un service et relève de l'économie collaborative ; la composition d'une boîte d'ingrédients n'est pas considérée comme un service.*
- *Le régime s'appliquera aussi (en partie) aux revenus tirés de la location occasionnelle de chambres via une plateforme collaborative. La condition générale qui prévaut à cet égard est que la plateforme doit s'enregistrer et que les revenus sont plafonnés à 5 000 euros. Les revenus tirés de la location de chambres relèvent aujourd'hui de trois catégories de revenus différentes : immobiliers, mobiliers et divers. Cela est maintenu.*

Le régime qui prévaut pour l'économie collaborative s'appliquera aux revenus divers qui seront désormais considérés comme 20 % du prix total de la location, sauf exception contractuelle. Cette partie couvre notamment la fourniture de draps, l'accueil, le changement des draps et un éventuel petit déjeuner.

Les 80 % restants de la location seront considérés comme des revenus immobiliers et mobiliers auxquels s'applique le régime fiscal existant. » (Decroo, 2016).

Quant aux faux indépendants, à savoir les travailleurs qui sont soumis au contrôle de leur activité par la plateforme sans bénéficier de la protection du salarié classique, une nouvelle notion de dépendance économique pourrait être utilisée afin de déterminer si leur situation d'indépendant doit être ou non requalifiée en statut de salarié, comme c'est le cas aujourd'hui dans les marchés traditionnels.

CONCLUSION

La régulation de l'économie collaborative devient une nécessité, si on veut éviter que son entrée en concurrence avec le marché traditionnel ne provoque des dégâts irréversibles.

La régulation ne doit toutefois pas freiner l'innovation et le développement de la fibre entrepreneuriale des nouveaux arrivants sur les marchés du travail.

Nous pensons qu'il faut distinguer les plateformes et les acteurs de l'économie ubérisante de celles et ceux qui opèrent dans l'économie coopérative.

L'objectif principal de générer du profit au sein des plateformes uberisantes nous amène à penser que ces sociétés doivent être soumises aux mêmes règles fiscales que les entreprises du marché traditionnel, et payer leurs impôts là où ils engrangent leurs bénéfices. Leur régulation et leur contrôle ne peuvent être efficaces qu'à une échelle internationale.

Les acteurs quant à eux, qui opèrent sur ces plateformes, ont eux aussi un objectif de profit, et ils doivent par conséquent acquérir le statut d'indépendant, et respecter les règles fiscales et sociales en la matière.

S'il survenait toutefois que leur dépendance économique envers la plateforme était avérée, la requalification en statut de salarié devrait être appliquée comme c'est le cas dans l'économie traditionnelle, et, quel que soit leur niveau d'activité.

Quant aux plateformes coopératives, qui ne génèrent pas de profit, la vérification de cette absence de profit taxable devrait être contrôlée par une déclaration régulière aux instances des pays dans lesquels ils ont une activité, afin d'éviter toute dérive. La législation nationale devrait suffire puisque les plateformes coopératives doivent rester locales et d'échelle réduite.

Les acteurs de ces plateformes pourraient éviter de devoir acquérir le statut d'indépendant si leurs revenus ne dépassaient pas 5000 euros annuels. Au-delà, ils rentreraient eux aussi dans le cadre du travailleur indépendant.

VI. CONCLUSION GÉNÉRALE :

Le développement du monde numérique et du partage de l'information qu'il engendre a permis, sur base du concept primaire de la consommation collaborative, le développement d'une nouvelle économie, appelée collaborative.

Cette révolution, quant à la manière de générer nos activités économiques, basée sur de nouvelles façons de mettre en contact les vendeurs et les acheteurs de biens et de services, et toutes les implications sociales qui en découlent, a été largement analysée et décrite dans ce mémoire. La diversité des moyens existants à disposition des acteurs de cette économie collaborative ne facilite pas la compréhension globale de ce nouveau monde, et c'est la raison pour laquelle nous avons consacré le temps nécessaire pour en décortiquer les très nombreux aspects.

Les moteurs qui gouvernent cette économie d'un nouveau genre, les acteurs qui la composent et leurs différentes façons qu'ils ont d'interagir, les caractéristiques qui différencient l'économie collaborative du marché traditionnel, la distinction entre économie ubérisante et économie coopérative, le cas emblématique de Uber et l'exemple de Airbnb, tous ces sujets ont été longuement abordés dans le but de correctement appréhender cette nouvelle économie, qui apparaît, pour les nouvelles générations, comme un eldorado qui leur permettra de développer leurs idées et leurs activités.

Toutefois, le développement de cette économie pourrait mettre de plus en plus l'économie traditionnelle en difficulté, puisque le monde des plateformes numériques opérant dans cette économie collaborative devient un concurrent très important quand ils opèrent sur des marchés existants.

Les règles fiscales et sociales doivent donc impérativement s'adapter, afin d'éviter que cette concurrence, qui doit rester saine et permettre le développement général et l'innovation, ne devienne déloyale par l'absence dans cette nouvelle économie de règles similaires à l'économie traditionnelle.

Nous avons donc proposé plusieurs solutions, en distinguant l'économie ubérisante de l'économie coopérative, et ce afin de conserver intact le potentiel de développement et d'innovation tout en garantissant une concurrence loyale sur les marchés.

La régulation des plateformes ubérisantes n'est pas encore suffisamment développée au niveau international et c'est pourquoi nous pensons qu'il faut agir, dans le sens que nous avons défini.

Le développement du marché collaboratif est lui aussi en plein essor. Afin que sa croissance continue, mais dans des proportions limitées, on appliquerait une législation plus légère certes, mais pour autant que les plateformes de l'économie coopérative restent à petite échelle, ce qui serait garanti par un plafond de revenus annuels des prestataires. La loi-programme De Croo a défini les seuils qui distinguent cette économie coopérative de l'économie ubérisante.

Le développement de l'économie collaborative est sans aucun doute une porte ouverte sur le monde de demain où la cohabitation entre les entrepreneurs opérant sur les marchés traditionnels et ceux opérant sur le marché collaboratif permettront de poursuivre la croissance économique mondiale.

L'encadrement de ce développement devra permettre aux deux mondes de poursuivre leurs activités sans que l'un ou l'autre ne disparaisse.

Sans régulation, l'économie collaborative pourrait être destructrice.

Avec, elle sera sans aucun doute un des éléments majeurs du développement économique mondial.

VII. RÉFÉRENCES :

Actes de colloque :

Gautier, A. (2017). Analyse économique des plateformes collaboratives. Dans Les dossiers du BJS (2017) de Rue, G. *Aspects juridiques de l'économie collaborative* (pp. 9-26). Louvain-la-neuve, Belgique : Anthemis.

Gilson, S. et al. (2017). Regards de droit social sur l'économie collaborative. Dans Les dossiers du BJS (2017) de Rue, G. *Aspects juridiques de l'économie collaborative* (pp. 27-76). Louvain-la-neuve, Belgique : Anthemis.

Rapports de recherche :

Accenture. (2017). *La technologie au service de l'humain. À l'ère de l'entreprise intelligente*. Disponible sur : https://www.accenture.com/t00010101T000000_w_fr-fr/acnmedia/PDF-38/Accenture-Synthese-Technologie-2017.pdf

Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(December), 881–898. Disponible sur : https://www.cass.city.ac.uk/_data/assets/pdf_file/0011/203789/Access-Based-Consumption.pdf

Belleflamme, P. et Toulemonde, E. (2017). *Tax Incidence on Competing Two-Sided Platforms*. *Journal of Public Economic Theory*. Disponible sur : https://paulbelleflamme.files.wordpress.com/2017/11/platforms_taxation2017_0904.pdf

Carry, D. (2014), « Louer ou acheter l'usage, une interprétation écocitoyenne de l'offre de service - cas des biens de partage », Management

& Avenir. Disponible sur : <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00983356/document>

Centre permanent pour la citoyenneté et la participation. (2015). *L'économie collaborative. Révolution du partage ou ultime ruse du capitalisme ?* Disponible sur : http://www.cpcp.be/medias/pdfs/publications/economie_collaborative.pdf

CEPAG mouvement d'éducation populaire. (2017). *Economie de plateforme : quel modèle de régulation ?* Disponible sur : http://www.cepag.be/sites/default/files/publications/analyse_cepag_-_nov_2017_-_ccb_4_ok.pdf

Cercle performance des organisations, (2016), *Les mécanismes de confiance dans l'économie de partage*. Fondation Paris-Dauphine. Disponible sur : www.fondation-dauphine.fr/telechargement/fichier/706

Communication de la commission au parlement européen et au conseil. *Un système d'imposition juste et efficace au sein de l'Union européenne pour le marché unique numérique*. Commission européenne. Disponible sur : https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/communication_taxation_digital_single_market_fr.pdf

Conseil fédéral du développement durable. (2016). *Sept experts nous parlent de l'économie collaborative. Rapport de compilation des interviews d'experts*. Bruxelles, Belgique. Disponible sur : http://www.frdo-cfdd.be/sites/default/files/content/download/files/rapport_interviews_fr_public.pdf

De Stefano, The rise of the "just-in-time workforce": On-demand work, crowdwork and labour protection in the "gig economy". Dans Schmid-Drüner, M. Commission européenne, Emploi et affaires sociales. (2016). *The situation of workers in the collaborative economy*. Disponible sur :

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_ID A \(2016\) 587316_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_ID A (2016) 587316_EN.pdf)

Direction générale des politiques internes. Département thématique, politiques économiques et scientifiques. *La protection sociale des travailleurs dans l'économie de plateformes*. Parlement européen. Disponible sur : [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/614184/IPOL_STU \(2017\) 614184 \(SUM01\) FR .pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/614184/IPOL_STU (2017) 614184 (SUM01) FR .pdf)

Drahokoupil/Fabo, The platform economy and the disruption of the employment relationship. Dans Schmid-Drüner, M. Commission européenne, Emploi et affaires sociales. (2016). *The situation of workers in the collaborative economy*. Disponible sur : [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_ID A \(2016\) 587316 EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_ID A (2016) 587316 EN.pdf)

Economic Prospective Club. (2017). *Pour une bonne gouvernance de l'économie collaborative*. Disponible sur : http://moneystore.be/wp-content/uploads/doc/manifeste_economie_collaborative_2017.pdf

Ernst and Young (2011), *The digitisation of everything – How organisations must adapt to changing consumer behavior*, Royaume-Uni : EY Research Publication. Disponible sur : [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_digitisation_of_everything_-_How_organisations_must_adapt_to_changing_consumer_behaviour/\\$FILE/EY_Digitisation_of_everything.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/The_digitisation_of_everything_-_How_organisations_must_adapt_to_changing_consumer_behaviour/$FILE/EY_Digitisation_of_everything.pdf)

EU H2020 Research Project Ps2Share. Participation, Privacy, and Power in the Sharing Economy. *Participation in the sharing economy*. Disponible sur <https://www.bi.edu/globalassets/forskning/h2020/participation-working-paper.pdf>

Havas Worldwide (2014), *The new consumer and the sharing economy, Prosumer Report*, Volume 18, Havas Worldwide. Disponible sur <https://fr.slideshare.net/sustainablebrands/havas-media-prosumer-report>

Lerner, J., & Tirole, J. (2002). *Some simple economics of open source*. *The Journal of Industrial Economics*, 50(2), 197–234. Disponible sur : <http://www.people.hbs.edu/jlerner/simple.pdf>

Monitor Deloitte. (2015). *Ubérisation : Partager ou Mourir!? L'économie on-demand, ou collaborative, est un modèle disruptif qui appelle un nouveau regard sur l'innovation et sur le leadership*. Disponible sur : https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/fr/Documents/strategy/deloitte_etude-economie-on-demand_juillet-15.pdf

Rinne, A., et al. (2013), *Circular Economy Innovation & New Business Models Initiative*, World Economic Forum Young Global Leaders Taskforce. Disponible sur : <https://thecirculars.org/documents/04%20Sharing%20Economy%20Paper.pdf>

Shareevolution. Une expédition de la Fing et Ouishare. *Cartographie des acteurs de la consommation collaborative*. Disponible sur : https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/cns/ressources/9_38_cartographie_des_modeles_et_des_offres_de_consommation_collaborative.pdf

Sundararajan, (2016). *The Sharing Economy, The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. Dans Schmid-Drüner, M. Commission européenne, Emploi et affaires sociales. (2016). *The situation of workers in the collaborative economy*. Disponible sur : [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_IDA\(2016\)587316_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/587316/IPOL_IDA(2016)587316_EN.pdf)

Terrasse, P. (2016). *Synthèse du rapport sur l'économie collaborative*. Disponible sur : http://www.gouvernement.fr/sites/default/files/contenu/piece-jointe/2016/02/08.02.2016_synthese_du_rapport_sur_leconomie_collaborative.pdf

Zucker L. G., *Production of trust : institutional sources of economic structure*. Research in organizational behavior, Ed. M. Staw et L. L. Cummings, 8, Greenwich, JAI Press, 1986, p. 53-111. Disponible sur : <http://digitalassets.lib.berkeley.edu/irle/ucb/text/irla0277.pdf>

Pages internet :

Airbnb. (Consulté le 17 mai 2018). Comment la publicité en ligne affecte-t-elle les réservations ? Disponible sur : <https://fr.airbnb.be/help/article/994/how-does-online-advertising-affect-bookings>

Airbnb. (2018). À quoi correspondent les frais de service Airbnb ? Disponible sur : <https://fr.airbnb.be/help/article/1857/what-are-airbnb-service-fees>

Airbnb. (2018). Comment devenir un superhost ? Disponible sur : <https://fr.airbnb.be/help/article/829/how-do-i-become-a-superhost/>

Appadoo, A. (2016). Buybyecar, achat sécurisé de voitures d'occasion entre particuliers. Disponible sur : <https://startup.info/fr/buybyecar/>

Belga. (2018, 23 mars). *La loi de relance économique (enfin) adoptée à la chambre*. Disponible sur : <http://www.lalibre.be/actu/belgique/la-loi-de-relance-economique-enfin-adoptee-a-la-chambre-5ab3fb52cd709bfa6aef5ed6>

Commission européenne, Fiscalité et Union douanière. (2016). *Assiette commune consolidée pour l'impôt des sociétés (ACCIS)*. Disponible sur : https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/company-tax/common-consolidated-corporate-tax-base-ccctb_fr

De Croo, A. (2016). *La Chambre approuve un taux d'imposition simple et peu élevé pour l'économie collaborative*. Disponible sur : <http://decroo.belgium.be/fr/chambre-economie-collaborative>

Denning, S. (2014). *An economy of access is opening for business: five strategies for success*. *Strategy & Leadership*. Disponible sur <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/SL-05-2014-0037>

Dykmans, I. (2017). *Un régime fiscal « 0 % » pour l'économie collaborative... et pour Airbnb ?* L'Echo. Disponible sur : <https://www.lecho.be/monargent/impots/Un-regime-fiscal-0-pour-l-economie-collaborative-et-pour-Airbnb/9946056?ckc=1&ts=1527239946>

Kocieniewski, D. (2016), *The Sharing Economy Doesn't Share the Wealth*, Bloomberg. Disponible sur <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-04-06/the-sharing-economy-doesn-t-share-the-wealth>

PWC, Lancefieks, D., Hawksworth, J., Vaughan, R. *Shared benefits: How the sharing economy is reshaping business across Europe*. Royaume-Uni. Disponible sur : <https://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/future-of-the-sharing-economy-in-europe-2016.html>

Lahti, V.-M., & Selosmaa, J. (2013). *A Fair Share: Towards a New Collaborative Economy*. Dans Nguyen, H. (2016). *Customer value in sharing economy : the case of Airbnb*. (Thèse de master en Business competence). Université de Tampere, Hermia, Finlande. Disponible sur : <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/100387/GRADU-1482240821.pdf?sequence=1>

Leclercq, G. (2016, 26 janvier). *Ubérisation ou économie collaborative ? Ne confondez plus, voilà les différences*. BFM Business. Disponible sur : <https://bfmbusiness.bfmtv.com/01-business-forum/uberisation-ou-economie-collaborative-ne-confondez-plus-voila-les-differences-946625.html>

Le covoiturage-libre. (2016). Disponible sur : <https://covoiturage-libre.fr/>

Office for National Statistics. (2017). *The feasibility of measuring the sharing economy: November 2017 progress update*. Disponible sur <file:///C:/Users/astri/Downloads/session-5-hardie.pdf>

Onopia. (2018, 2 février). *Airbnb, de la plateforme à l'expérience Client*. SlideShare. Disponible sur : <https://fr.slideshare.net/elton-pickford/business-model-dairbnb>

Raynal, J. (2017, 10 mars). Le succès insolent d'Airbnb en 5 chiffres clés. L'usine digitale. Disponible sur : <https://www.usine-digitale.fr/article/le-succes-insolent-d-airbnb-en-5-chiffres-cles.N512814>

SPF économie. *Légende de la cartographie de l'économie collaborative*. Disponible sur : <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Entreprises/Cartographie-economie-durable.pdf>

Smolka, C., & Hienerth, C. (2014). *The Best of Both Worlds : Conceptualizing Trade-offs between Openness and Closedness for Sharing Economy Models*. *12th International Open and User Innovation Conference*. Dans Nguyen, H. (2016). *Customer value in sharing economy : the case of Airbnb*. (Thèse de master en Business competence). Université de Tampere, Hermia, Finlande. Disponible sur : <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/100387/GRADU-1482240821.pdf?sequence=1>

Tassart, B. (2017, 30 janvier). Airbnb devenue rentable après 8 ans d'existence. RTL. Disponible sur : <http://www.rtl.fr/actu/conso/airbnb-devenue-rentable-apres-8-ans-d-existence-7787000720>

Wikipédia. (2018, 17 mai). *L'économie collaborative*. Disponible sur : https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89conomie_collaborative

Wikipédia. (2018, 29 mai). Airbnb. Disponible sur : https://fr.wikipedia.org/wiki/Airbnb#Localisation_et_revenu

Thèses et mémoires :

Dudas, Z. et Skultetova, I. (2016). *Sharing economy think global, act local? The regulatory challenges of sharing economy*. LLM International Business Law. Université de Tilbourg. Tilbourg, Allemagne. Disponible sur : <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=142014>

Nguyen, H. (2016). *Customer value in sharing economy : the case of Airbnb*. (Thèse de master en Business competence). Université de Tampere, Hermia, Finlande. Disponible sur : <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/100387/GRADU-1482240821.pdf?sequence=1>

Torfs, A. (2016). *Économie collaborative – Modèle économique alternatif et disruptif Quelles perspectives d'évolution par rapport aux acteurs conventionnels ? Étude de cas — Airbnb*. (Thèse de master en ingénieur de gestion). Université Catholique de Louvain, Louvain School of Management. Louvain-la-neuve, Belgique. Disponible sur : https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/en/object/thesis%3A7228/datastream/PDF_01/view

Travaillot, M. (2016). *Le droit face au défi de l'économie collaborative. La nécessaire prise en compte de l'intérêt des « start-up », facteur d'innovation*. (Thèse de MBA en Stratégie économique internationale) Université Panthéon-Assas-Paris II. Paris, France. <https://www.startlaw.fr/gifs/pdf/le-droit-face-au-defi-de-l-economie-collaborative.pdf>

Chapitres d'ouvrage :

Gans, J. (2016). *The Disruption dilemma*. MIT Press.

Botsman, R. et Rogers, R. (2010). *What's mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live*. Dans *Observatoire du management alternatif* de Bicrel, J. (2010). HEC Paris. Paris, France

Magazine :

André, P. (2015). *L'ambiguïté de l'économie collaborative réside dans son opposition au capitalisme tout en cherchant à maximiser ses profits*. *Fractale*. Disponible sur : <https://www.fractale-magazine.com/2015/10/04/lambiguite-de-leconomie-collaborative-reside-dans-son-opposition-au-capitalisme-tout-en-cherchant-a-maximiser-ses-profits/>

de Fooz, A. (2015, 31 août). *Ubérisation... tout le monde en parle, Deloitte définit le terme*. *Digital Energy Solutions*. Disponible sur : <https://www.solutions-magazine.com/uberisation-tout-le-monde-en-parle-deloitte-definit-le-terme/>

DynamiqueMag. (2017, 1^{er} janvier). *L'Ubérisation de la société, kezako ?* *Dynamique Mag*. Disponible sur : <http://www.dynamique-mag.com/article/l-uberisation-de-la-societe-kezako.8022>

Articles de périodique :

D. Cuny. (2014, 17 décembre). *Tout le monde a peur de se faire ubériser*. *La Tribune*. Disponible sur : <https://www.latribune.fr/techno-medias/20141217tribd1e82ceae/tout-le-monde-a-peur-de-se-faire-uberiser-maurice-levy.html>

Le Figaro (2017). *Qu'est-ce que l'économie collaborative ?* Disponible sur : http://leparticulier.lefigaro.fr/jcms/p1_1664707/quest-ce-que-leconomie-collaborative

Garbarino, E., & Strahilevitz, M. (2004). *Gender differences in the perceived risk of buying online and the effects of receiving a site recommendation*. *Journal of Business Research*, 57(7), 768–775. Disponible sur <https://pdfs.semanticscholar.org/a50f/8fd0e5f470bc43d8f57a2c590ce2ef295645.pdf>

John, N. A. (2012). *Sharing and Web 2.0: The emergence of a keyword*. *New Media & Society*, 1461444812450684. Disponible sur : http://nicholasjohn.huji.ac.il/sites/default/files/nicholasjohn/files/sharing_and_web_2.0_nms_john_print_version.pdf

Le soir. (2018). *Projet de loi sur le travail associatif : des risques sociaux et sociétaux*. Disponible sur : <http://plus.lesoir.be/144026/article/2018-03-07/projet-de-loi-sur-le-travail-associatif-des-risques-sociaux-et-societaux>

Piscicelli, L., Cooper, T., & Fisher, T. (2015). *The role of values in collaborative consumption: Insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK*. *Journal of Cleaner Production*, 97, 21–29. Disponible sur : http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/3835/1/219367_PubSub2395_Piscicelli.pdf

Slits, V. (2017). *Quelles balises pour l'économie collaborative ? Six experts répondent !* La libre entreprise. Disponible sur : <http://www.lalibre.be/economie/eco-debats/quelles-balises-pour-l-economie-collaborative-six-experts-repondent-58a58be5cd702bc319382903>

Tableaux et figures :

Figure 1 et 2 : Google Trends. (2018, 29 mai). Disponible sur : <https://trends.google.fr/trends/explore?date=today%205-y&geo=FR&q=sharing%20economy,%C3%A9conomie%20collaborative>

Figure 3 et 4 : PWC, Lancefiels, D., Hawksworth, J., Vaughan, R. (2016) *Shared benefits: How the sharing economy is reshaping business across Europe*. Royaume-uni. Disponible sur : <https://www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/future-of-the-sharing-economy-in-europe-2016.html>

Figure 5 : Owyang, J. (2016). Honeycomb 3.0: The collaborative economy market expansion. Disponible sur : <http://www.web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>

Figure 7 : SPF économie. *Légende de la cartographie de l'économie collaborative*. Disponible sur : <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Entreprises/Cartographie-economie-durable.pdf>

Figure 8 : Business Model Toolbox. (2018). Sharing economy. Disponible sur : <https://bmttoolbox.net/patterns/sharing-economy/>

Figure 9 : Shareevolution. Une expédition de la Fing et Ouishare. *Cartographie des acteurs de la consommation collaborative*. Disponible sur : https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/cns/ressources/9_38_cartographie_des_modeles_et_des_offres_de_consommation_collaborative.pdf

VIII. ANNEXES :

Figure 2 : Intérêt pour les termes « économie collaborative » et « sharing economy » par région dans le monde :



Source : Google Trends 2018

Figure 3 : Revenus et valeur de transaction des 4 secteurs clés de l'économie collaborative en Europe en 2015 :

Revenue and transaction value of five key sharing economy sectors in Europe, 2015



Source: 2016 PwC analysis

Source : PwC analysis 2016