

Economie de partage : motivations et barrières des fournisseurs

Auteur : Minet, Anaïs

Promoteur(s) : Hazée, Simon

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

Diplôme : Master en sciences de gestion

Année académique : 2018-2019

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/6542>

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.



ÉCONOMIE DE PARTAGE : MOTIVATIONS ET BARRIÈRES DES FOURNISSEURS

Jury :
Promoteur :
Simon HAZÉE
Lecteur(s) :
Michel COPPÉE
Joseph D'IPPOLITO

Mémoire présenté par
Anais MINET
En vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences de gestion
Année académique 2018/2019

REMERCIEMENTS

C'est ainsi que s'achèvent tout doucement mes années d'études, bouclées par ce travail de fin d'études, qui n'aurait pas été possible sans l'aide de plusieurs personnes.

Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur, Monsieur Simon Hazée, pour le temps qu'il m'a accordé et les précieux conseils apportés lors de la réalisation de ce mémoire. Je le remercie tout particulièrement pour sa disponibilité à mon égard dès que j'en avais besoin.

Je souhaite ensuite remercier Monsieur Coppée et Monsieur D'Ippolito pour leur attention et le temps pris à lire mon travail.

Par après, je tiens à remercier l'ensemble de l'équipe de HEC-Ulège pour la qualité de la formation prodiguée au cours de mes années d'étude.

Par la suite, je remercie tous les participants qui ont accepté de m'accorder une interview et de répondre à mes questions, ainsi que toutes les personnes qui m'ont permis de rédiger ce travail au mieux.

Finalement, je remercie mes amis et ma famille qui ont su me soutenir et m'encourager à tout moment et à toute épreuve.

Merci à tous,

Anaïs

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	1
TABLE DES ILLUSTRATIONS	3
TABLE DES TABLEAUX	3
CHAPITRE 1 : INTRODUCTION	5
1. CONTEXTE	5
2. MOTIVATIONS DE RECHERCHE	7
2.1. <i>Motivations scientifiques</i>	7
2.2. <i>Motivations managériales</i>	8
3. DÉFINITION DE LA PROBLÉMATIQUE	9
4. CONTRIBUTIONS	9
4.1. <i>Contributions scientifiques</i>	9
4.2. <i>Contributions managériales</i>	9
5. APPROCHE	10
CHAPITRE 2 : ANALYSE DOCUMENTAIRE	11
1. L'ÉCONOMIE DE PARTAGE DANS SON ENSEMBLE.....	11
1.1. <i>Définitions</i>	11
1.2. <i>Fonctionnement</i>	12
1.3. <i>Caractéristiques</i>	13
1.4. <i>Acteurs</i>	15
1.4.1. Les plateformes.....	15
1.4.2. Les fournisseurs	16
1.4.3. Les consommateurs.....	16
1.5. <i>Modèle d'affaires</i>	17
2. LA THÉORIE DE LA DIFFUSION DE L'INNOVATION	18
3. LES MOTIVATIONS ET BARRIÈRES DES DIFFÉRENTS ACTEURS	20
3.1. <i>Perspective des consommateurs</i>	23
3.2. <i>Perspective des fournisseurs</i>	23
4. CONCLUSION.....	24
CHAPITRE 3 : PLAN DE RECHERCHE	25
1. MÉTHODOLOGIE	25
2. GUIDE D'ENTRETIEN	25
3. ÉCHANTILLONNAGE.....	28
3.1. <i>Méthodes</i>	28
3.2. <i>Participants</i>	29
4. TRAITEMENT DES DONNÉES	31
CHAPITRE 4 : RÉSULTATS	33
1. MOTIVATIONS DES FOURNISSEURS.....	33
2. BARRIÈRES DES FOURNISSEURS.....	37

CHAPITRE 5 : DISCUSSIONS	41
1. MOTIVATIONS DES FOURNISSEURS	41
1.1. <i>Motivations utilitaires</i>	41
1.1.1. Motivations en relation directe avec la plateforme.....	41
1.1.2. Motivations en relation avec l'individu	42
1.1.3. Motivations en relation avec la demande.....	43
1.2. <i>Motivations hédoniques</i>	43
1.3. <i>Motivations sociales et relationnelles</i>	43
1.4. <i>Motivations symboliques et identitaires</i>	44
1.5. <i>Motivations environnementales et idéologiques</i>	44
1.6. <i>Motivations altruistes</i>	45
2. BARRIÈRES DES FOURNISSEURS.....	45
2.1. <i>Barrières d'engagement</i>	45
2.2. <i>Barrières de complexité et de connaissance</i>	46
2.3. <i>Barrières de confiance</i>	46
2.4. <i>Barrières d'intimité</i>	47
2.5. <i>Barrières de réputation</i>	47
2.6. <i>Barrières de comportement</i>	48
2.7. <i>Barrières de risque</i>	48
2.8. <i>Barrières d'efficacité</i>	49
2.9. <i>Barrière financière</i>	49
2.10. <i>Barrières utilitaires</i>	50
CHAPITRE 6 : DÉVELOPPEMENT ÉTHIQUE ET DURABLE	51
1. FACE CACHÉE.....	51
1.1. <i>Les intérêts individuels</i>	51
1.2. <i>L'hypercapitalisme</i>	52
1.3. <i>L'hyperconsommérisme</i>	52
1.4. <i>L'économie des plus riches</i>	53
1.5. <i>Le cadre légal</i>	54
2. PISTE DE RÉFLEXION	55
CHAPITRE 7 : CONCLUSIONS.....	57
1. BREF RÉSUMÉ	57
2. IMPLICATIONS THÉORIQUES DE LA RECHERCHE.....	58
3. IMPLICATIONS MANAGÉRIALES DE LA RECHERCHE.....	59
4. LIMITATIONS ET SUGGESTIONS POUR LES RECHERCHES FUTURES.....	60
4.1. <i>Échantillon</i>	61
4.2. <i>Méthodologie</i>	61
4.3. <i>Domaine d'activité</i>	61
BIBLIOGRAPHIE.....	63
ANNEXES	71

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Illustration 1 : classement des secteurs les plus populaires.....	5
Illustration 2 : principaux acteurs et leur qualification juridique.....	13
Illustration 3 : schéma sur le plaisir de la détention d'un bien.....	14
Illustration 4 : caractéristiques des travailleurs indépendants de l'économie de partage.....	16
Illustration 5 : critères permettant de réduire les coûts des plateformes.....	17
Illustration 6 : « Courbe en S » de Rogers.....	19
Illustration 7 : profil type d'un utilisateur de l'économie de partage.....	28

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : différentes études réalisées sur les motivations et barrières des utilisateurs de l'économie de partage.....	22
Tableau 2 : motivations et barrières des consommateurs identifiées par les susmentionnées études.....	23
Tableau 3 : motivations et barrières des fournisseurs identifiées par les susmentionnées études.....	23
Tableau 4 : guide d'entretien.....	27
Tableau 5 : différents participants à la recherche.....	30
Tableau 6 : différentes phases de l'analyse thématique.....	32
Tableau 7 : classification des motivations identifiées par l'étude.....	34
Tableau 8 : nouvelles motivations identifiées par l'étude.....	36
Tableau 9 : classification des barrières identifiées par l'étude.....	37
Tableau 10 : nouvelles barrières identifiées par l'étude.....	40

1. Contexte

Qui n'a jamais entendu parler de « Airbnb », « BlaBlaCar », « Uber », « Deliveroo », « Vinted », « 2ème main » ou encore du principe de financement participatif ? Tous ces noms et concepts appartiennent à ce qu'on appelle « l'économie de partage », « l'économie collaborative » ou encore « l'économie de pair-à-pair » (P2P en anglais). Mais que se cache-t-il derrière ces termes ? Un mode de consommation où deux pairs (le consommateur et le fournisseur) se rencontrent par le biais d'une plateforme afin de s'échanger des biens ou services (Sundararajan, 2014), pour certains. « *Un système social et économique piloté par des technologies de réseau permettant le partage et l'échange de ressources allant de l'espace à des compétences en passant par des voitures à une échelle qui n'a jamais été possible auparavant* » (Botsman, 2012), pour d'autres.

Bien que les définitions varient quelque peu, ce qui est certain, c'est que l'économie de partage est de plus en plus présente dans notre mode de consommation actuel, comme le montre une étude réalisée par PricewaterhouseCoopers (PwC) en 2016 sur les 5 principaux secteurs de l'économie collaborative du continent européen (hébergement, transport, service à la personne, finance et service aux entreprises). En effet, le chiffre d'affaires des plateformes atteignait 4 milliards d'euros en 2016 et PwC estime une croissance de 35% par an pour finalement atteindre 83 milliards d'euros en 2025, sachant que l'ensemble de l'économie augmente à du 3% par an. Ainsi le montant total des transactions dans ces mêmes secteurs passerait de 28 milliards d'euros en 2016 à 570 milliards d'euros en 2025. Le secteur du transport est celui qui engrange le plus de revenus (1,7 milliards d'euros en 2016 sur 4 milliards d'euros au total) alors que le secteur de l'hébergement est celui qui enregistre le montant de transactions le plus conséquent (15 milliards d'euros en 2016 sur 28 milliards d'euros au total).



Illustration 1: classement des secteurs les plus populaires

Étant donné qu'il y a deux millions d'années, l'homme coopérait et échangeait déjà avec ses semblables, l'idée de l'économie de partage n'est pas une totale invention (Lietaert, 2015). C'est cependant grâce à divers facteurs que l'économie de partage a émergé de façon fulgurante et a pu être portée à grande échelle (Decrop, 2017) :

- ⇒ *Facteurs technologiques* : utilisation massive des smartphones et d'internet. En 2018, 55,1% de la population mondiale et surtout 85,2% des Européens utilisent internet fréquemment (Internet World Stats, 2018). L'apparition des réseaux sociaux a, quant à elle, permis aux individus de se sentir plus à l'aise avec le fait d'être en contact et de communiquer avec des inconnus (Botsman, 2012).
- ⇒ *Facteurs économiques* : conséquence de la crise économique de 2007 où les acteurs ont vu leur pouvoir d'achat diminuer. Un autre facteur est la précarisation du travail due à la rareté des contrats CDI, les individus n'étant alors confrontés à aucune garantie d'emploi stable et durable.
- ⇒ *Facteurs sociaux* : besoin de se détacher de l'hyperconsommérisme dans lequel est plongée notre société, dans un premier temps. L'idée est de s'axer sur une consommation plus qualitative que quantitative (Lietaert, 2015). Un autre aspect est la volonté d'agir favorablement pour préserver l'environnement et donc éviter le gaspillage des ressources (Charlot, 2016). Finalement, les individus sont à la recherche de plus d'authenticité et de liens sociaux.

Ces différents facteurs ont alors poussé les consommateurs à se comporter différemment et à s'ancrer dans un nouveau modèle économique que le professeur Sundararajan qualifie de « *capitalisme orienté par la foule* ». Le principe est simple puisqu'il consiste à substituer le rôle de l'entreprise en tant que fournisseur par des pairs, individus du même rang. Ainsi, les échanges sont caractérisés de P2P (peer-to-peer en anglais) puisque le consommateur et le fournisseur sont tous deux des particuliers (Sundararajan, 2016). Ce principe se base également sur une notion d'accès plutôt que de possession. Le modèle de consommation s'est alors quelque peu transformé afin d'aller vers un comportement plus collaboratif (Schwerer, 2017). S'en est alors suivie la création de milliers de plateformes permettant de centraliser l'offre et la demande de l'économie de partage (Virgin, 2014), à l'instar de « Airbnb » créée par deux étudiants californiens souhaitant rentabiliser leur logement. Au départ, ils ont proposé d'héberger leurs invités sur un matelas gonflable (Airbed en anglais) tout en leur offrant un petit déjeuner le lendemain (concept B&B). C'est alors, se rendant compte du potentiel de ce genre de service, que les deux étudiants ont lancé leur plateforme « Airbnb » en 2008. Par la création d'une plateforme attractive mais surtout par un concept mettant en avant les

connexions sociales entre individus qui ne se connaissent pas mais qui vont être amenés à vivre ensemble durant une période prédéfinie, « Airbnb » a aujourd'hui réussi à se créer une place sur le marché (Tout Compte Fait, 2016a). En effet, la plateforme offre plus de 6 millions de logements à travers plus de 191 pays dans le monde (Airbnb Press Room, 2019). La plateforme aurait même réalisé un chiffre d'affaires de 1 milliard de dollars au troisième trimestre de l'année 2018 (Boero, 2018). En Wallonie, « Airbnb » représente 10% de l'offre d'hébergement et 3% de la capacité d'accueil. (Delvaux, 2016, cité par Decrop, 2016).

2. Motivations de recherche

2.1. Motivations scientifiques

C'est grâce à son potentiel et à sa croissance exponentielle que l'économie de partage s'ancre de plus en plus dans nos manières de penser, de consommer mais surtout d'agir (Botsman, 2016). En effet, cette économie a permis à des pairs de passer de l'autre côté en devenant eux-mêmes fournisseurs et donc en prenant part plus qu'activement à cette nouvelle économie (Sundararajan, 2016).

Plusieurs scientifiques (Kleijnen, Lee, & Wetzels, 2009; Rogers, 2002; Venkatesh, Thong, & Xu, 2016) ont mis en avant des théories permettant d'expliquer l'adoption des innovations. Dans ces théories, on peut identifier la manière dont une innovation arrive et est acceptée sur le marché. En revanche, elles ne permettent pas de définir explicitement les barrières et obstacles freinant l'adoption d'une innovation. Selon une des études réalisées (Kleijnen et al., 2009), un individu peut réagir négativement de plusieurs manières face à l'apparition d'une innovation : il va reporter à plus tard son affiliation à l'innovation, il va la rejeter ou il va carrément s'y opposer. Ces mêmes auteurs vont encore plus loin, en expliquant ces réactions négatives par : un possible risque physique, économique, fonctionnel ou social encouru, mais aussi un décalage par rapport aux normes et traditions et finalement un problème au niveau de l'utilisation même de l'innovation et de l'image perçue en utilisant cette innovation. Notons tout de même que ces études se basent sur une innovation dans son état général. Comme l'économie de partage se différencie des entreprises plus traditionnelles (Decrop, 2017), il est intéressant de voir quelles conclusions peuvent être tirées sur cette économie. Ainsi, certains auteurs s'y sont intéressés (Bardhi & Eckhardt, 2012; Frenken & Schor, 2017; Gillstrand Edbring, Lehner, & Mont, 2015; Hamari, Sjöklint, & Ukkonen, 2015; Hawlitschek, Teubner, & Gimpel, 2016; Hazée, Delcourt, & Van Vaerenbergh, 2017) et ont principalement analysé

les motivations mais aussi, pour certains, les barrières des utilisateurs de l'économie de partage. Cependant, ces recherches restent focalisées sur la perspective des consommateurs et peu sont celles traitant de la perspective des fournisseurs. Il y a donc un manque de connaissance à ce niveau. De plus, certaines études se focalisent sur les plateformes B2C, mais finalement peu sur l'aspect P2P.

2.2. Motivations managériales

L'économie de partage fonctionne sur un principe d'externalités de réseau où la plateforme, pour fonctionner, a besoin de suffisamment de fournisseurs et de consommateurs (Belleflamme, 2017). En effet, le grand nombre de participants des deux côtés va inciter de nouveaux participants à rejoindre le réseau. Ces externalités peuvent être analysées sous 2 angles :

- *Externalités de réseau au sein d'un même groupe*: voir comment la participation d'un individu supplémentaire au sein du même groupe est perçue. D'une manière plus concrète, c'est le fait de voir comment un voyageur « Airbnb » perçoit l'arrivée d'un nouveau voyageur sur la plateforme.
→ Ces effets sont pour la plupart du temps négatifs puisque les individus deviennent plus nombreux et un système de concurrence se met alors en place et donc aussi un système d'augmentation des prix proposés par les fournisseurs.
- *Externalités de réseau entre les différents groupes*: voir comment la participation d'un individu supplémentaire au sein de l'autre groupe est perçue. D'une manière plus concrète, c'est le fait de voir comment un voyageur « Airbnb » perçoit l'arrivée d'un nouveau fournisseur de logement sur la plateforme. C'est également le fait de savoir comment un fournisseur de logement perçoit l'arrivée d'un nouveau voyageur.
→ Ces effets sont souvent positifs car les fournisseurs ont plus de demandes et donc plus de chances de louer leur bien mais aussi car les consommateurs ont plus d'opportunités de trouver un bien qui répond à leurs besoins.

Ainsi, pour survivre et faire du profit, une plateforme se doit de se focaliser sur le côté consommateur mais aussi sur le côté fournisseur. De plus, comme les stratégies d'adoption d'une innovation diffèrent des stratégies de rejet (Kleijnen et al., 2009), il convient pour les entreprises d'adopter ces deux modèles en parallèle, ce qui permet de toucher un public plus conséquent. L'intérêt de s'axer aussi bien sur les motivations que sur les barrières est donc existentiel.

3. Définition de la problématique

Plusieurs personnes utilisent les plateformes de l'économie de partage, mais beaucoup se restreignent à utiliser les plus connues d'entre elles, sans trop s'intéresser à la panoplie de concepts et plateformes disponibles sur le marché. De plus, le côté consommateur est celui qui est le plus connu, au détriment du côté fournisseur. C'est précisément dans le but d'en savoir plus sur le sujet de l'économie de partage mais surtout de comprendre les motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de ce nouveau phénomène, que la problématique suivante va être traitée.

« Économie de partage : motivations et barrières des fournisseurs »

4. Contributions

4.1. Contributions scientifiques

La littérature actuellement disponible sur les motivations et barrières des utilisateurs de l'économie de partage est relativement variée. Cependant, grand nombre des études disponibles sur le sujet se sont attardées sur la perspective des consommateurs uniquement (Bardhi & Eckhardt, 2012; Frenken & Schor, 2017; Gillstrand Edbring et al., 2015; Hamari et al., 2015; Hawlitschek et al., 2016; Hazée et al., 2017). Ainsi, il existe peu d'ouvrages disponibles sur les motivations et barrières des fournisseurs quant à l'utilisation de l'économie de partage.

Le but de ce présent mémoire va être d'apporter de nouvelles informations à la littérature.

4.2. Contributions managériales

Pour veiller au bon fonctionnement de l'économie collaborative, 3 acteurs sont essentiels : le consommateur, le fournisseur et la plateforme. Ce mémoire sera plutôt utile pour les plateformes puisqu'il va mettre en avant un acteur encore peu étudié jusqu'alors quant à ses motivations et barrières d'utilisation. De la sorte, les plateformes auront en leur possession une liste de facteurs expliquant, notamment, pourquoi les fournisseurs n'interviennent pas davantage dans l'économie de partage, leur permettant alors d'améliorer cela. Sachant que l'économie de partage fonctionne sur un principe d'externalités de réseau, le fournisseur est un acteur qu'il ne faut pas négliger (Belleflamme, 2017).

Grâce à ce mémoire, les plateformes pourront développer des stratégies adaptées pour ainsi attirer autant de fournisseurs que de consommateurs.

5. Approche

Le mémoire proposé sera divisé en plusieurs chapitres :

- 1) *Introduction* : chapitre permettant de contextualiser le phénomène de l'économie de partage et de le chiffrer. Il permet aussi de motiver la recherche en s'appuyant sur son intérêt. L'introduction comprend également la définition de la problématique de recherche ainsi que les contributions managériales et académiques apportées par l'étude réalisée.
- 2) *Revue littéraire* : chapitre reprenant les théories et concepts de la littérature scientifique permettant d'expliquer et d'amener les motivations et barrières des différents acteurs de l'économie de partage.
- 3) *Plan de recherche* : section mettant en avant la méthodologie utilisée afin de répondre à la problématique posée. Dans ce chapitre, se trouvent également les méthodes d'échantillonnage, le guide d'entretien et les outils d'analyse utilisés.
- 4) *Résultats* : il s'agit de reporter les résultats obtenus des divers entretiens pratiqués.
- 5) *Discussions* : ce chapitre permet de mettre en relation les résultats obtenus par l'étude et les résultats des études existantes dans la littérature scientifique.
- 6) *Développement éthique et durable* : chapitre permettant d'analyser si l'économie de partage peut être qualifiée d'éthique et durable.
- 7) *Conclusion* : cette dernière partie permet de résumer brièvement les résultats de l'enquête ainsi que de mentionner les implications managériales et théoriques. Finalement, il convient d'énoncer clairement les limitations de l'étude et ainsi faire des suggestions pour des recherches futures.

1. L'économie de partage dans son ensemble

1.1. Définitions

L'économie de partage c'est le fait qu'un particulier mette un bien qu'il détient, mais n'utilise pas entièrement, à la disposition d'un autre particulier, afin que ce dernier puisse l'utiliser (Sundararajan, 2014). Cette définition peut s'étendre au-delà d'un simple bien puisqu'elle reprend aussi bien des ressources matérielles que des ressources immatérielles comme la connaissance, la prestation de service ou le financement participatif (Matofska, 2017). La valeur créée repose donc sur l'usage de ces ressources plutôt que sur leur propriété (Aznar, 2018), concept communément appelé « value-in-use » (Vargo & Lusch, 2004, cités par Ballantyne & Varey, 2006). Dans ce modèle, les ressources sont échangées entre pairs, individus du même rang (Bauwens & Lievens, 2015). D'un côté on retrouve le fournisseur, qui dispose d'une ressource qu'il n'utilise pas à 100%, et de l'autre côté, l'utilisateur qui ne dispose pas de cette ressource mais souhaite y avoir accès. C'est donc un système économique permettant d'associer les biens et les besoins de différents individus (Botsman, 2012). Il s'agit d'un réel phénomène de partage des consommations (Sundararajan, 2013).

L'échange de ressources peut s'effectuer de différentes manières (Schwerer, 2017) :

- *Systèmes produits-services* : biens et services proposés pour un accès temporaire. C'est le système choisi par la plateforme de location de voitures entre particuliers « CarAmigo¹ ».
- *Marchés de redistribution* : transferts de biens d'occasion, à l'instar des plateformes de vide-dressing telles que « Vinted² » et « United Wardrobe³ ».
- *Styles de vie collaboratifs* : échanges de biens intangibles tels que l'éducation, le savoir, le temps, l'espace, l'argent. Les plateformes de financement participatif (crowdfunding en anglais) s'inscrivent également dans ce modèle.

¹ Cette plateforme belge permet de mettre en relation un particulier qui possède une voiture qu'il n'utilise pas entièrement et un particulier qui a besoin temporairement d'une voiture, mais qui n'en possède pas (CarAmigo, 2019).

² Fondée en 2008 en Lituanie, cette plateforme met en relation des vendeurs, qui ont des vêtements et accessoires d'occasion à vendre, et des acheteurs, qui souhaitent acquérir ces biens. Il y a transfert de propriété. (Vinted, 2019).

³ Cette plateforme créée en 2013 aux Pays-Bas est un concurrent direct de « Vinted » (United Wardrobe, 2019)

L'économie de partage peut être sous deux formes : l'économie de partage à la demande et l'économie de partage planifiée (Sundararajan, 2016). Dans l'économie à la demande, le prestataire de service est en attente de la demande du consommateur (cas « Uber⁴ » où le chauffeur attend dans sa voiture qu'une course lui soit demandée ou cas « Deliveroo⁵ » où le coursier est en attente d'une commande client). Pour l'économie planifiée, le prestataire de service prend le dessus en proposant un bien et/ou service au client. De la sorte, il sait exactement ce qu'il va fournir (contrairement au chauffeur « Uber » qui ne sait pas combien de courses il va effectuer) (Schwerer, 2017).

1.2. Fonctionnement

Pour fonctionner, l'économie de partage a besoin de différents acteurs (Decrop, 2017) :

- *Les pairs.* Ce sont eux qui sont à l'origine du bien échangé. Ils peuvent prendre deux rôles différents, soit celui de fournisseur (celui qui fournit le bien), soit celui de consommateur (celui qui utilise le bien). L'individu peut à tout moment changer de rôle et ainsi décider sous quelle fonction il veut opérer. Son choix peut également varier d'une plateforme à l'autre. Ainsi, un individu peut être fournisseur sur « Airbnb⁶ » en proposant son bien en location mais être consommateur sur « BlaBlaCar⁷ » en utilisant les offres de covoiturage. Ces pairs sont donc désignés comme étant des « consom'acteurs » ou des « producteurs » (Scholz, 2017).
- *Les plateformes.* Elles permettent la mise en relation des différents groupes de pairs afin de créer une place de marché. On est alors sur un système de P2B2P (pair-plateforme-pair) (Duthoit, 2015).

⁴ Créée en 2009 à San Francisco, cette plateforme propose une alternative aux sociétés de taxis. Ainsi, un individu peut réserver une course auprès d'un travailleur indépendant qui officie en tant que conducteur (Tout Compte Fait, 2016c).

⁵ Plateforme anglaise fondée en 2013 qui permet la livraison de repas à domicile. Les consommateurs ont le choix, via la plateforme, entre plusieurs restaurants et les commandes sont ensuite livrées par des coursiers indépendants (Charlot, 2016).

⁶ Cette plateforme créée en 2008 à San Francisco permet de mettre en relation des propriétaires, qui veulent proposer leur bien à la location, et des locataires, à la recherche de logement dans une ville déterminée (Airbnb Press Room, 2019).

⁷ Plateforme créée en France en 2006 qui propose à des pairs de covoiturer ensemble pour des trajets de longue distance principalement. Les utilisateurs se définissent en fonction de leur degré de bavardage (« Bla », « BlaBla » ou « BlaBlaBla ») (BlaBlaCar, 2019).

Enfin, l'individu arrête d'utiliser ce bien et n'éprouve alors plus aucun plaisir à le détenir et le bien devient une réelle charge qu'il faut stocker. L'économie de partage apparaît au moment même où le bien devient une charge (burden of ownership). Ainsi, l'individu se débarrasse définitivement ou temporairement du bien.

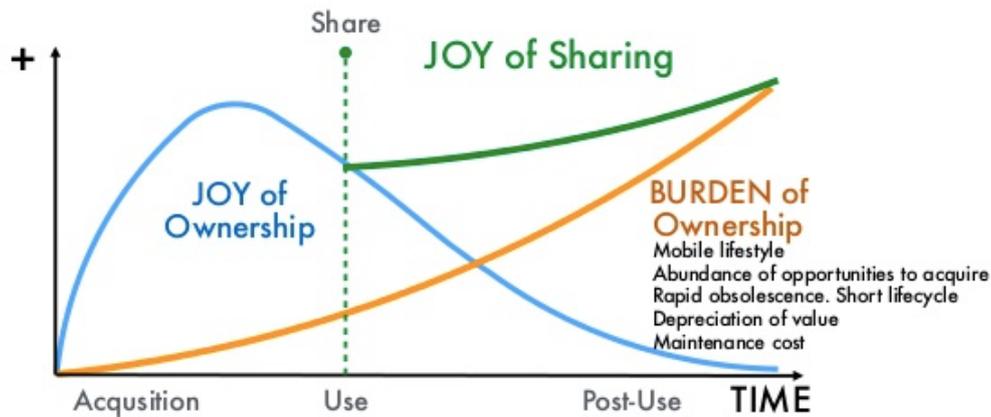


Illustration 3 : schéma sur le plaisir de la détention d'un bien⁹

Ensuite, l'économie de partage se base sur un **esprit de communauté**, de réseau où les pairs se trouvent sur un même pied d'égalité et interagissent entre eux (Miller, 2016). Ils interagissent dans un premier temps à propos de la transaction mais la force de la communauté permet d'aller plus loin en créant de réelles relations sociales entre les individus qui partagent sur des sujets autres que la transaction en elle-même (Mushtaq, 2014).

Finalement, l'économie de partage englobe différents **types de travailleurs**. En effet, certaines plateformes se composent de travailleurs indépendants (« Uber »), de travailleurs particuliers (« BlaBlaCar ») ou d'un mix de travailleurs indépendants, de particuliers et même d'entreprises plus traditionnelles (« Le bon coin¹⁰ ») (Schwerer, 2017). Ce sont ces différentes catégories qui rendent l'économie de partage difficile à comprendre et à délimiter puisqu'entre autres, un particulier n'est pas soumis aux mêmes règles et normes qu'un travailleur professionnel qui en fait son métier principal. À titre d'exemple, les exigences en matière d'accès PMR (personnes à mobilité réduite), les normes en matière d'hygiène et de sécurité, etc. (Sundararajan, 2016).

⁹ (de Jong, 2015, cité par Book home Korea, 2014)

¹⁰ Cette plateforme a été créée en France en 2006. Elle met en relation des fournisseurs de tous types de biens et services et des consommateurs qui consomment ces biens et services (Tout Compte Fait, 2016b).

1.4. Acteurs

1.4.1. Les plateformes

Les plateformes existent pour permettre aux fournisseurs et aux consommateurs de se rencontrer. Pour ce faire, elles peuvent prendre deux rôles différents (Decrop, 2017).

- *Facilitateur*. Ces plateformes s'occupent uniquement de mettre en relation le consommateur et le fournisseur, elles ne s'intercalent pas dans l'échange. Les deux parties s'arrangent alors entre-elles pour décider des modalités d'échange et de distribution. C'est l'exemple des plateformes « 2ème main¹¹ » et « Couchsurfing¹² ».
- *Médiateur*. Ces plateformes gèrent les échanges entre pairs avec des règles quant au déroulement de la transaction. Cette présence nécessite alors la prise d'une commission par la plateforme. À titre d'exemple, « Airbnb » qui prend une commission allant jusqu'à 20% sur chaque transaction et en échange gère les modalités d'arrivée, de départ, d'annulation, etc. (Airbnb, 2019).

L'émergence des plateformes se présente en deux vagues (Decrop, 2017). La première (1994-2008) reprend les plateformes permettant l'échange, mais sans qu'il n'y ait pour autant de réel lien entre les deux groupes d'individus. Nous pouvons citer comme exemple « eBay¹³ » créé en 1995 et « Amazon¹⁴ » créé en 1994. Ensuite, en 2008, est arrivée la deuxième génération, où les plateformes mettent l'accent sur des relations plus intimes entre les pairs, il y a alors réellement lieu de créer un lien, à l'instar de « Airbnb » et « TaskRabbit¹⁵ ».

Pourquoi a-t-on besoin de plateformes ? Le fournisseur et le consommateur ne pourraient-ils pas interagir seuls ? En théorie, cette option est possible et réalisable. Mais en réalité, il est vivement conseillé de passer par une plateforme. Pourquoi ? Car certaines plateformes offrent des services non négligeables. Les assurances par exemple, qui apportent une protection aux utilisateurs et les assurent contre les dégâts causés par autrui sur leur bien (de Jong, 2015).

¹¹ Plateforme belge équivalente de la plateforme française « Le bon coin ». Depuis 2013, elle appartient à la société « eBay » (2ème main, 2019).

¹² Créée en 2004, il s'agit d'une plateforme alternative à « Airbnb » puisque les hébergements sont gratuits. Le but est de s'axer sur la rencontre (Couchsurfing, 2017).

¹³ Plateforme de mise en relation de pairs qui s'échangent des biens neufs et/ou d'occasion (eBay, 2019).

¹⁴ Géant en matière de distribution de biens à travers le monde (Amazon, 2019).

¹⁵ Première plateforme de services permettant à un individu d'externaliser des tâches quotidiennes diverses (promener le chien, monter des meubles Ikea, faire du repassage, jardiner, etc.) auprès d'individus à la recherche de petits boulots (Castor, 2014).

1.4.2. Les fournisseurs

Le fournisseur est celui qui met ses ressources à disposition d'un autre individu. En échange du service rendu ou du bien mis à disposition, le fournisseur reçoit une contrepartie. Cette contrepartie peut prendre différentes formes (Decrop, 2017): contrepartie financière, contrepartie en nature (prestation de services ou mise à disposition d'un bien) et parfois contrepartie inexistante comme c'est le cas pour les dons. Il y a lieu pour l'individu de rentabiliser son capital personnel, que ça soit monétairement parlant ou plus d'un point de vue social. Dans le cas d'un échange marchand de services, il y a lieu de faire deux distinctions (Schwerer, 2017):

- *Système de partage des coûts* : la contrepartie monétaire permet de couvrir les charges, à l'instar de « BlaBlaCar ».
- *Système de recherche de profits* : le but est d'obtenir un revenu, à l'instar de « Uber ».

Parfois, la frontière entre ces deux notions peut sembler floue voire même disparaître dans le cas de certaines plateformes, à l'instar de « Airbnb », qui de base permet de rentabiliser une habitation mais où un business de plus en plus florissant se développe dans l'unique but de faire du profit. Ainsi, certains hôtes n'hésitent pas à acquérir des biens dans l'unique but de les consacrer à la location, sans même jamais n'y avoir vécu (Tout Compte Fait, 2016a).

Les fournisseurs sont alors définis comme « **micro-entrepreneurs** » ou « **freelancers** » puisqu'ils agissent en tant qu'indépendants pour la plateforme, qui ne les engage pas directement. Ils bénéficient de différentes caractéristiques (Mushtaq, 2014) et avantages (Sundararajan, 2016):

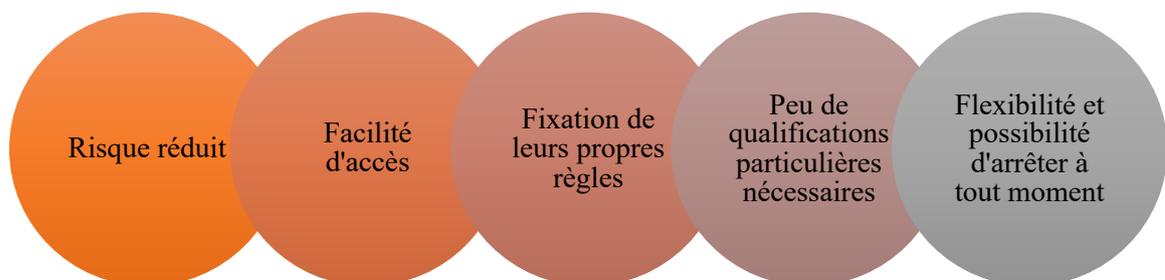


Illustration 4 : caractéristiques des travailleurs indépendants de l'économie de partage

1.4.3. Les consommateurs

Les consommateurs sont ceux à la recherche d'un bien ou d'un service dont ils ne disposent pas. Ils veulent en avoir l'usage.

1.5. Modèle d'affaires

La réussite des plateformes se base sur le modèle économique, très compétitif, qu'elles ont réussi à créer. Leur modèle d'affaires se démarque par (Decrop, 2017):

- *Coûts* : les plateformes génèrent peu de coûts car elles ne produisent et ne détiennent les ressources. Quant aux entreprises traditionnelles, elles doivent faire face à des coûts de production, d'infrastructure et bien d'autres encore.
- *Qualité de l'offre* : grâce aux offres des particuliers qui sont nombreux, la gamme disponible est plus variée et peut être davantage personnalisée. De plus, les plateformes offrent des services de grande qualité afin de satisfaire les clients (Aznar, 2018). À titre d'exemple, « Airbnb » présente des logements insolites (tipis, cabanes dans les arbres, chambres en forme de wagon de train, etc.), ce que les hôtels ne proposent pas (Botsman, 2012).
- *Prix* : le prix proposé est plus faible que si le bien avait été acheté neuf puisque le prestataire n'a presque pas de coûts à prendre en charge.

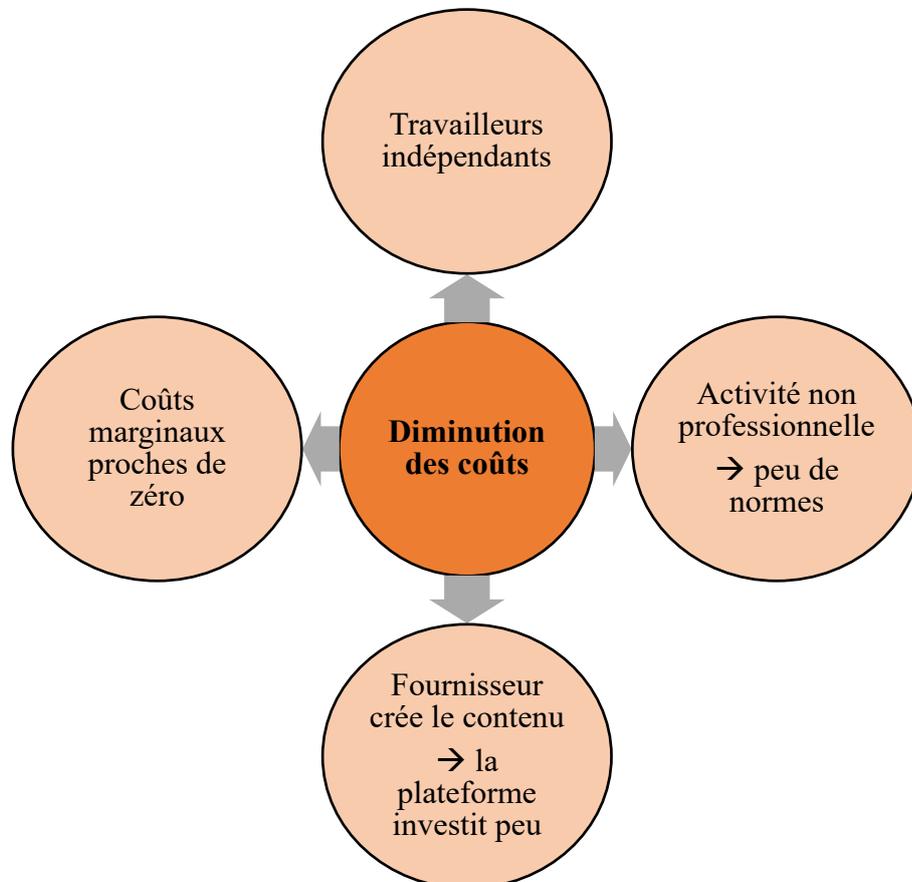


Illustration 5 : critères permettant de réduire les coûts des plateformes¹⁶

¹⁶ (Schwerer, 2017)

Ces facteurs permettent aux plateformes d'être compétitives. Ne bénéficiant pas des mêmes privilèges, les entreprises plus traditionnelles ont du mal à concurrencer les plateformes. On en arrive alors à de la concurrence qualifiée de déloyale où les entreprises traditionnelles ne peuvent rivaliser aisément. Il leur faut donc faire preuve d'ingéniosité pour pouvoir rivaliser (DGE, 2015, cité par Decrop, 2017).

2. La théorie de la diffusion de l'innovation

L'économie de partage s'inscrit dans la théorie de la diffusion de l'innovation, théorie développée par Everett Rogers dès 1962. Le sociologue définit le concept comme : « *le processus par lequel une innovation est communiquée, à travers certains canaux, dans la durée, parmi les membres d'un système social* ». Ainsi, une innovation se répand sur le marché suivant un processus qui intègre plusieurs profils de consommateurs, dépendant du temps de réponse nécessaire pour l'adoption d'une innovation (Rogers, 1962, cité par Pham, 2016) :

- Les *innovateurs* qui sont les plus enclins à la nouveauté et qui sont les premiers à acquérir l'innovation, dès sa sortie, sans avoir besoin d'être influencés par d'autres utilisateurs. Ces derniers communiquent beaucoup à propos de ces innovations avec leur communauté.
- Les *adopteurs précoces* qui acquièrent rapidement l'innovation et qui donnent leur avis après l'avoir essayée.
- La *majorité précoce* qui va acquérir l'innovation à la suite de retours effectués par les deux précédentes catégories. Ils prennent ainsi plus de temps pour se décider.
- La *majorité tardive* qui attend que les bénéfices de l'innovation soient certifiés par un grand nombre de personnes.
- Les *retardataires* qui n'acquièrent l'innovation que quand cette dernière devient une norme. Ils sont donc les derniers à acquérir l'innovation et parfois, ils ne l'adoptent même jamais.

Ce processus a été modélisé par une « courbe de la diffusion », autrement appelée la « courbe en S » ou la « courbe en cloche » (Rogers, 1962, cité par Charpy, 2009). Les consommateurs sont alors répartis selon une distribution normale. La courbe en S représente le pourcentage cumulé de ces consommateurs. Le but pour une entreprise étant de passer d'un marché limité, de niche à un marché de masse et ainsi convaincre l'ensemble des profils et obtenir plus de parts de marché. Geoffrey Moore (1991, cité par Pham, 2016) ajoute que le passage entre les adopteurs précoces et la majorité précoce est crucial puisque c'est à ce moment précis que

l'innovation passe d'un marché de niche à un marché de masse. Cette frontière, appelée « gouffre » (« the chasm » en anglais) est le seuil critique qui détermine alors la réussite d'une innovation.

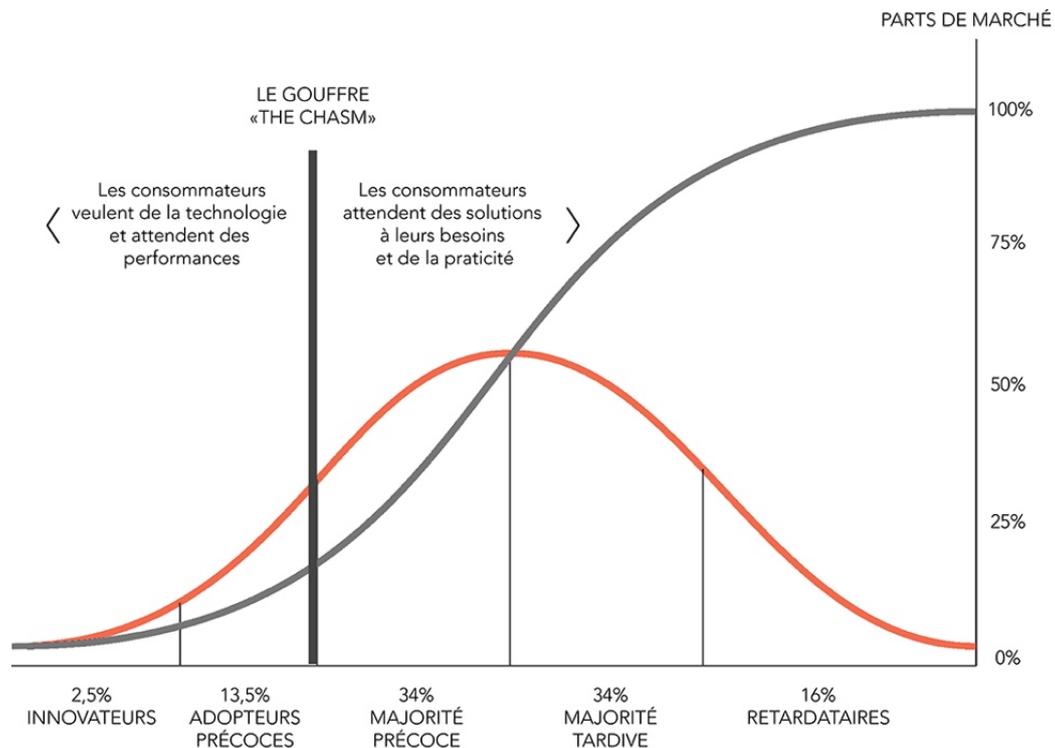


Illustration 6 : « Courbe en S » de Rogers¹⁷

Ensuite, un consommateur, pour adopter une innovation, passe par 5 phases : la connaissance de l'innovation et ses caractéristiques, la persuasion, la décision d'achat ou non de l'innovation, la réalisation de la décision et la confirmation. La phase de persuasion en est l'étape cruciale (Rogers, 2002).

L'économie de partage, elle, se positionne entre la majorité précoce et la majorité tardive. Elle a ainsi réussi à convaincre les innovateurs, qui s'y sont consacrés dès le début, les adopteurs précoces, qui ont rapidement suivis, ainsi que la majorité précoce. Elle persuade alors petit-à-petit la majorité tardive, lui permettant alors de se développer et croître davantage (Queensland University of Technology, 2015).

¹⁷ (cité par SI & Management, 2017)

3. Les motivations et barrières des différents acteurs

Cette section, directement liée à la problématique de ce mémoire, va permettre de mettre en évidence les motivations et barrières déjà identifiées dans la littérature disponible. Les différents types de motivations vont être rassemblés selon les catégories suivantes (Decrop, 2017) :

- *Motivations utilitaires*. Elles reprennent le faible prix, le fait de gagner du temps, la facilité d'accès et d'usage, la qualité proposée... mais aussi le fait pour un fournisseur de se constituer un revenu supplémentaire.
- *Motivations hédoniques* qui incluent la recherche de bonheur et de plaisir pour l'individu, à savoir l'amusement lié à l'utilisation des plateformes mais aussi le fait pour le fournisseur de bénéficier de la liberté d'agir en tant qu'indépendant.
- *Motivations sociales et relationnelles*. Elles comprennent principalement le besoin de socialisation.
- *Motivations symboliques et identitaires* dont le besoin d'appartenance à un groupe (la communauté) et le partage de valeurs communes.
- *Motivations environnementales et idéologiques* incluant la réduction des déchets, la lutte contre l'hyperconsommérisme, le fait de consommer localement, la volonté de se défaire du principe de possession, le choix d'un modèle de consommation alternatif, etc.

Concernant les barrières, il est plus compliqué de les regrouper en catégories puisqu'elles diffèrent conceptuellement des motivations et qu'elles sont développées à moindre mesure. Elles seront donc mentionnées telles quelles.

Plusieurs auteurs ont analysé le sujet, certains se sont focalisés sur la perspective des consommateurs et d'autres sur celle des fournisseurs. Parfois, certains ont basé leurs analyses sur les deux acteurs. Les études reprises ci-dessous vont permettre d'identifier plusieurs motivations et barrières, qui vont être rassemblées dans des tableaux aux pages suivantes. Ainsi chaque recherche est référencée par un numéro allant de 1 à 13, repris aux côtés des différentes motivations et barrières mises en avant par l'étude.

	Consommateurs	Fournisseurs
Motivations	<ul style="list-style-type: none"> - ¹ (<i>Bardhi & Eckhardt, 2012</i>) : étude qualitative dans le cadre de « access-based services », qui est un modèle B2C où des entreprises vendent l'accès à un bien au consommateur. Ainsi, l'étude n'est pas directement liée à la forme P2P développée dans ce mémoire mais s'en rapproche quelque peu. - ⁶ (<i>Gillstrand Edbring et al., 2015</i>) - ⁷ (<i>Hamari et al., 2015</i>) - ¹¹ <i>Owyang et Samuel en 2015</i> (cités par Belleflamme, 2017) - ¹³ (<i>Tussyadiah & Pesonen, 2016</i>) - ¹² (<i>Reisch & Thøgersen, 2015</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> - ¹⁰ (<i>Ikkala & Lampinen, 2015</i>)
	<ul style="list-style-type: none"> - ² (<i>Bellotti et al., 2015</i>) - ³ (<i>Benoit, Baker, Bolton, Gruber, & Kandampully, 2017</i>) - ⁴ (<i>Böcker & Meelen, 2016</i>) - ⁵ (<i>Frenken & Schor, 2017</i>) - ⁸ (<i>Hawlitschek et al., 2016</i>) 	

	Consommateurs	Fournisseurs
Barrières	<ul style="list-style-type: none"> - ⁶ (Gillstrand Edbring et al., 2015) - ⁹ (Hazée et al., 2017): étude qualitative dans le cadre de « access-based services », qui est un modèle B2C où des entreprises vendent l'accès à un bien au consommateur. Ainsi, l'étude n'est pas directement liée à la forme P2P développée dans ce mémoire mais s'en rapproche quelque peu. - ¹³ (Tussyadiah & Pesonen, 2016) 	
	- ⁸ (Hawlitschek et al., 2016)	

Tableau 1 : différentes études réalisées sur les motivations et barrières des utilisateurs de l'économie de partage

3.1. Perspective des consommateurs

Motivations	Barrières
<ul style="list-style-type: none"> • Motivations utilitaires : 1 ; 2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 6 ; 7 ; 8 ; 11 ; 12 ; 13 • Motivations hédoniques : 1 ; 2 ; 7 ; 8 • Motivations sociales et relationnelles : 2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 6 ; 8 ; 12 ; 13 • Motivations symboliques et identitaires : 1 ; 6 ; 8 ; 12 ; 13 • Motivations environnementales et idéologiques : 1 ; 3 ; 4 ; 5 ; 6 ; 7 ; 8 ; 11 ; 12 ; 13 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de confiance envers les étrangers, la qualité proposée et la plateforme : 6 ; 8 ; 9 ; 13 • Préférence pour l'achat de produits neufs : 6 ; 8 ; 9 • Complexité liée au concept et à l'utilisation des plateformes : 6 ; 9 ; 13 • Rareté des produits (peur de ne pas trouver le produit au moment où ils en ont besoin) : 6 ; 8 • Prix reste élevé : 6 ; 13 • Peur d'endosser la responsabilité en cas de dommage : 9 • Écoblanchiment du concept : 6

Tableau 2 : motivations et barrières des consommateurs identifiées par les susmentionnées études

3.2. Perspective des fournisseurs

Motivations	Barrières
<ul style="list-style-type: none"> • Motivations utilitaires : 2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 8 ; 10 • Motivations hédoniques : 3 ; 8 • Motivations sociales et relationnelles : 2 ; 3 ; 4 ; 5 ; 8 ; 10 • Motivations symboliques et identitaires : 2 ; 8 • Motivations environnementales et idéologiques : 2 ; 4 ; 5 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de confiance envers les étrangers et la plateforme : 8 • Demande trop de temps et d'efforts : 8 • Atteinte à la vie privée : 8 • Risque légal et économique : 8

Tableau 3 : motivations et barrières des fournisseurs identifiées par les susmentionnées étude

4. Conclusion

Les recherches antérieures, nous pouvons le voir dans les tableaux ci-dessus, portent principalement sur la compréhension des motivations ou des raisons d'adoption de l'économie de partage du point de vue des consommateurs. Bien que les entreprises doivent développer deux différents groupes d'acteurs (consommateurs et fournisseurs) pour permettre à l'économie de partage de fonctionner, les recherches concernant le point de vue des fournisseurs restent sous-développées car peu d'études existent sur le sujet jusqu'à présent.

En outre, certaines recherches démontrent que les obstacles à se lancer dans l'économie de partage diffèrent conceptuellement des motivations identifiées. C'est pourquoi des stratégies organisationnelles distinctes doivent être développées. Il est donc pertinent de non seulement prendre en compte les motivations des fournisseurs de service P2P, mais aussi les barrières et obstacles perçus quant à l'utilisation de l'économie de partage. Ceci est d'autant plus important quand on sait que les individus évaluent les pertes de manière disproportionnée comparé aux bénéfices retirés lorsqu'ils doivent prendre une décision (Tversky & Kahneman, 1991, cités par Levy, 1996).

1. Méthodologie

Étant donné l'état actuel de la littérature et le manque de compréhension approfondie du processus de prise de décision des fournisseurs, ce mémoire va se baser sur une étude exploratoire qualitative. En effet, la recherche qualitative est considérée comme pertinente lorsque le but est d'étudier un phénomène qui a encore été peu développé jusqu'alors (ROCARE, MTT, & ADEA, 2006). Ainsi, par le biais d'entretiens, le but va être de mieux appréhender le concept en l'étudiant et ainsi pouvoir étoffer les ressources disponibles.

Les entretiens susmentionnés seront (Fenneteau, 2015):

- ⇒ *Individuels*. Chaque individu sera interviewé séparément afin qu'il puisse exprimer librement son avis et son ressenti sans être influencé ou bloqué par la présence d'autres participants susceptibles de le juger.
- ⇒ *Semi-directifs*. Le but est de guider l'interviewé pour que l'entretien reste orienté sur la problématique (côté directif), mais tout en veillant à le laissant exprimer librement et en profondeur ses pensées (côté non directif).

En outre, la plupart des entretiens s'effectueront en face-à-face. Dans ce cas, l'entrevue se déroulera dans un endroit où l'interviewé se sent bien afin que ce dernier puisse se confier le plus possible. Le but est d'obtenir des résultats de qualité. Cependant, il se peut que certaines conversations s'opèrent à distance. Dans ce cas, l'outil utilisé sera Skype, offrant l'avantage de voir la personne et donc de pouvoir intercepter ses émotions et son expression non verbale durant l'entretien (Fenneteau, 2015).

2. Guide d'entretien

Le guide d'entretien permet de guider correctement les entrevues afin de savoir clairement où aller de sorte que l'interviewé se sente à l'aise et en confiance, et ainsi de collecter un maximum de données. À travers ce guide, le but est de créer une atmosphère agréable pour comprendre correctement le point de vue des interviewés et en savoir davantage sur leur expérience en matière de fournisseur dans l'économie de partage (Van Laethem & Moran, 2014).

Un entretien classique se déroule comme suit (Fenneteau, 2015) : tout d’abord, l’interviewé va citer des stéréotypes, ensuite intervient le discours recherche où l’interviewé est plus à l’aise et fait référence à des expériences vécues et personnelles et finalement les redondances où l’interviewé commence à se fatiguer. Pour pallier les stéréotypes et la redondance d’un entretien classique, le guide d’entretien se base sur des mots clés permettant de guider un minimum l’entretien tout en laissant l’opportunité aux individus de se sentir suffisamment à l’aise pour s’exprimer pleinement. De plus, les mots clés apportent l’avantage de pouvoir en intervertir l’ordre en fonction de l’orientation et de la tournure de l’entretien (Malchair, 2012). Ces mots clés ont été reformulés sous forme de questions de sorte à obtenir une réponse ouverte et ainsi lancer la discussion (Fenneteau, 2015).

Structure du guide d’entretien (Van Laethem & Moran, 2014) :

Étapes	Détails
<i>Prise de contact et présentation</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Présentation de l’intervieweur, - Objet et but de la recherche, - Raison du besoin de la participation des répondants, - Définir le rôle de l’interviewé : entretien semi-directif où il est invité à s’exprimer librement (Fenneteau, 2015), - Préciser que l’entretien sera enregistré, - Préciser le caractère confidentiel et anonyme de l’entretien (ROCARE et al., 2006), - Durée de l’entretien, - Réponses aux questions du répondant.
<i>Questionnement (corps de l’entretien)</i>	<p>Liste des thèmes à aborder (mots clés) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expériences rencontrées : permet de mettre les individus à l’aise directement en entrant dans leur vécu. <i>Question</i> : « <i>Quelle est votre expérience en terme de fournisseur dans l’économie de partage ?</i> ». - Plateformes utilisées <i>Question</i> : « <i>Quelles plateformes utilisez-vous pour agir en tant que fournisseur ?</i> ». - Avantages et inconvénients <i>Question</i> : « <i>Quels sont les avantages et inconvénients quand on utilise l’économie de partage en tant que fournisseur ?</i> »

	<ul style="list-style-type: none"> - Points positifs et négatifs : peut s'apparenter identiquement au point précédent mais permet d'aller plus en profondeur et d'insister à nouveau sur le sujet. De plus, cela aide à passer la phase des stéréotypes afin que l'individu s'exprime réellement par rapport à ces motivations et barrières. <i>Question</i> : « <i>Quels sont les points positifs et négatifs de l'économie de partage ?</i> ». - Barrières et motivations <i>Question</i> : « <i>Qu'est-ce qui vous a bloqué ou motivé à participer à l'économie de partage en tant que fournisseur ?</i> » - Manière de surmonter ces points négatifs, inconvénients et barrières : afin que l'interviewé aille davantage en profondeur dans ses propos. <i>Question</i> : « <i>Comment réagissez-vous aux points négatifs et aux inconvénients liés à l'économie de partage ?</i> » <p>⇒ Les deux premiers mots clés vont être cités en premier plan et les suivants en second plan.</p>
<i>Conclusion</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Questions sociodémographiques sur l'interviewé : âge, profession, années d'expérience, situation familiale, lieu d'habitation, niveau d'étude... - Remerciements

Tableau 4 : guide d'entretien

Durant l'entretien plusieurs techniques vont être mises en place :

- *Reformulation* : reformuler autant que possible les idées afin d'être certain de bien comprendre les dires de l'interviewé. De plus, cette technique permet de relancer l'interviewé afin qu'il ajoute des éléments qu'il aurait éventuellement oubliés (Van Laethem & Moran, 2014).
- *Relancer* l'interview avec des phrases telles que « mais encore ? » et « c'est-à-dire ? » afin que l'interviewé développe ses idées au maximum (Dutrieux, 2016).
- *Laisser un silence* : un silence d'une dizaine de secondes est très pesant et mènera l'interviewé à s'exprimer davantage pour le combler (ROCARE et al., 2006).

3. Échantillonnage

3.1. Méthodes

La première étape consiste en l'identification du profil type d'un utilisateur de l'économie de partage afin de cibler les personnes principalement à interviewer. De la sorte, les recherches apporteront une orientation valable sur le sujet (ROCARE et al., 2006).

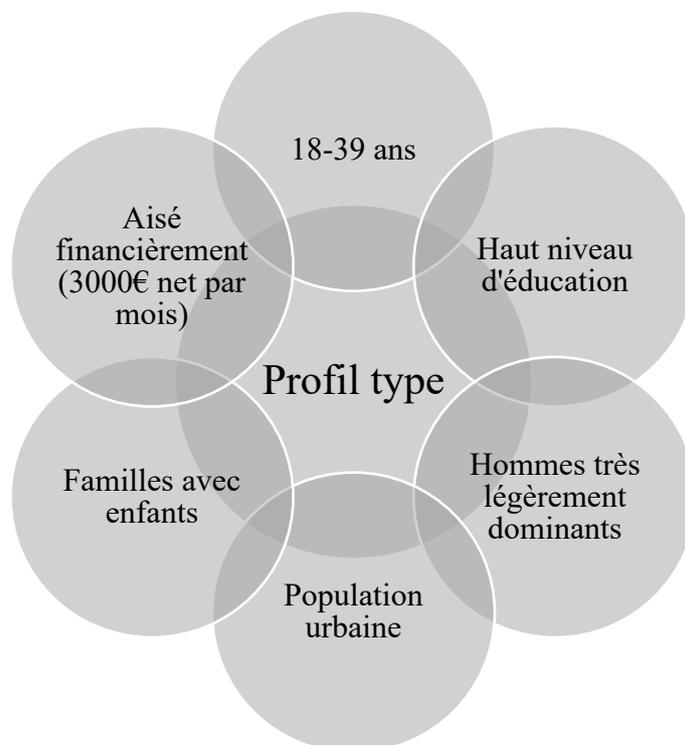


Illustration 7: profil type d'un utilisateur de l'économie de partage¹⁸

Cependant, tout en privilégiant ce profil type, il est bon de ne pas s'y restreindre. En effet, les recherches vont se baser sur un échantillon hétérogène en faisant varier les profils des répondants d'un point de vue sociodémographique (âge, sexe, statut social, années d'expérience...) mais aussi en fonction des plateformes utilisées (« Airbnb », « Vinted », « 2ème main », « BlaBlaCar », etc.). De plus, un échantillonnage non-probabiliste et raisonné va être utilisé : les répondants ne vont pas être sélectionnés au hasard mais plutôt sur base de caractéristiques recherchées (Crossman, 2018).

¹⁸ (CRÉDOC, 2015; Nomadéis & TNS Sofres, 2015; PricewaterhouseCoopers, 2018)

Pour sélectionner les répondants, un « échantillonnage de réseau » (Dufour & Larivière, 2012) avec un système de bouche-à-oreille va être pratiqué. Ainsi, les personnes connues comme agissant en tant que fournisseurs de l'économie de partage vont être contactées. Ensuite, un « échantillonnage boule de neige » (Hazée et al., 2017) va être pratiqué, consistant à demander aux interviewés si eux-mêmes ne connaissent pas des personnes satisfaisant aux conditions de participation à l'enquête. En dernier lieu, si ces méthodes n'ont pas permis d'attirer suffisamment de participants, une annonce sur les réseaux sociaux sera publiée. L'idée est d'interviewer autant d'individus que nécessaire pour atteindre le point de saturation théorique, point à partir duquel les entretiens n'apporteront plus d'éléments nouveaux (Savoie-Zajc, 2007).

3.2. Participants

Les recherches sont axées sur des fournisseurs qui sont toujours actifs à l'heure actuelle dans l'économie de partage. Ce cadre permet d'avoir des informations actualisées et précises puisque les utilisateurs sont toujours ancrés dans ce modèle.

Dans le cadre de ce mémoire, 12 personnes, toutes habitant en Belgique, ont été interviewées pour atteindre le point de saturation. Les répondants ont des caractéristiques sociodémographiques variées. On compte 8 femmes et 4 hommes, les âges des participants vont de 20 à 59 ans, la plupart sont soit en couple soit célibataires et seuls deux ont des enfants, la majorité est encore aux études, que ça soit dans l'obtention d'un bachelier ou d'un master et la moitié des participants vit en zone urbaine tandis que l'autre moitié vit en zone rurale. Comparé au profil type mentionné ci-dessus, la plupart des participants correspondent aux caractéristiques suivantes : âgés entre 18 et 39 ans et haut niveau d'éducation. En revanche, la majorité des participants s'écarte de : hommes légèrement dominants, familles avec enfants et personnes aisées financièrement.

Identité¹⁹	Genre²⁰	Âge	État civil	Profession	Plus haut diplôme obtenu	Zone d'habitation
ID 01	F	57	Mariée 2 enfants	Au chômage	Bachelier	Zone urbaine
ID 02	F	23	En couple	Étudiante en bachelier	CESS	Zone urbaine
ID 03	M	20	En couple	Étudiant en secondaire	Secondaire inférieur	Zone urbaine
ID 04	F	24	En couple	Étudiante en master	Bachelier	Zone rurale
ID 05	F	22	Célibataire	Étudiante en bachelier	CESS	Zone rurale
ID 06	F	22	En couple	Étudiante en bachelier	CESS	Zone rurale
ID 07	M	28	Célibataire	Ouvrier	Bachelier	Zone urbaine
ID 08	M	25	Célibataire	Ouvrier	CESS	Zone rurale
ID 09	F	59	Mariée 1 enfant	Fonctionnaire	Bachelier	Zone urbaine
ID 10	M	23	Célibataire	Étudiant en master	Bachelier	Zone rurale
ID 11	F	28	En couple	Étudiante en master	Bachelier	Zone rurale
ID 12	F	24	En couple	Psychologue	Master	Zone urbaine

Tableau 5: différents participants à la recherche

¹⁹ Pour des raisons de confidentialité, les participants se sont vus attribuer un ID allant de 1 à 12.

²⁰ F = féminin / M = masculin

4. Traitement des données

Tous les entretiens ont été réalisés en face-à-face. Les entretiens ont duré entre 26 et 38 minutes, avec une moyenne de 32 minutes.

Pour l'analyse des données, quatre étapes sont nécessaires (Huberman & Miles, 1991; Malhotra, Nunan, & Birks, 2017) :

- *Recueil des données*

Tous les entretiens réalisés ont été enregistrés avec l'accord des participants afin d'être retranscrits par la suite, les retranscriptions étant essentielles pour l'analyse des résultats. Ces retranscriptions se trouvent en **Annexe 1**. En plus des enregistrements, pendant chaque entretien, quelques notes ont été prises afin de directement identifier le comportement de l'interviewé mais aussi de savoir comment orienter la discussion précisément en fonction de ce qu'il a dit précédemment. En fin d'entretien, les enregistrements audio ont été réécoutés plusieurs fois en vue de perfectionner le bon déroulement de l'entretien suivant. Cette réécoute a réellement permis une amélioration constante afin d'obtenir des réponses de plus en plus précises, en sachant sur quels termes et moments de la conversation insister.

- *Condensation des données*

Toutes les transcriptions ont été codées afin que les motivations et barrières puissent être identifiées. Ce système de codage a permis de trier, distinguer et rejeter certaines données. Chaque phrase a été analysée et décortiquée afin de voir si des éléments pertinents pouvaient être repris dans le cadre de la recherche. De la sorte, les motivations et barrières concernant le point de vue du consommateur n'ont pas été prises en compte car cela ne concerne pas l'objet de l'étude. Ensuite, les données codées ont été divisées en deux : les motivations d'une part et les barrières d'autre part. Le type de codage réalisé a suivi une méthode d'analyse thématique ayant pour but d'identifier et d'analyser des thèmes (dans ce cas, les différentes motivations et barrières) parmi les données (Braun & Clarke, 2006). Ci-dessous, les différentes phases nécessaires à l'analyse thématique.

Différentes étapes	Mise en pratique
<u>1.</u> Familiarisation avec les données	Le but est d'avoir une bonne connaissance des données, ce qui a été possible grâce à la retranscription et la réécoute récurrente des enregistrements.
<u>2.</u> Codage préliminaire	Le but est de coder les données intéressantes pour la recherche. Ce codage a permis de faire le tri entre les données concernant les consommateurs et les fournisseurs et de déjà identifier les motivations et barrières.
<u>3.</u> Recherche des thèmes	Le but est d'identifier les orientations thématiques afin de se faire une idée sur les résultats obtenus.
<u>4.</u> Révision des thèmes	Le but est de voir si les thèmes correspondent et d'ainsi regrouper les différentes données.
<u>5.</u> Définition finale des thèmes	Ce sont les thèmes effectifs, à savoir les barrières et motivations effectivement identifiées.
<u>6.</u> Production du rapport	Consiste à rédiger les barrières et motivations et de les diviser en sous-thèmes. De plus, le but est d'expliquer ces motivations et barrières par des extraits d'interviews.

Tableau 6 : différentes phases de l'analyse thématique

- *Présentation des données*

Une fois le codage brut terminé, toutes les motivations et barrières ont été reprises sous forme de tableau dans un fichier Excel. Cela a permis d'obtenir une vision claire, détaillée et concise des différentes motivations et barrières identifiées par les participants.

- *Vérification des données*

Les données ont été analysées à nouveau afin de voir si elles sont plausibles. Les données similaires mais interprétées d'une manière différente ont été rassemblées afin d'éviter les doublons.

1. Motivations des fournisseurs

Les 12 interviewés ont cité 46 motivations « brutes » différentes. Ces motivations sont qualifiées de brutes car elles n'ont pas encore été rassemblées en catégories.

Repartons de la classification des motivations mise en place par Decrop, à savoir : motivations utilitaires, motivations hédoniques, motivations sociales et relationnelles, motivations symboliques et identitaires et finalement motivations environnementales et idéologiques (Decrop, 2017). Ces catégories reprennent grand nombre de motivations mais restent cependant orientées vers l'individu. En effet, les motivations sont plus individualistes qu'altruistes. C'est pourquoi une sixième catégorie est ajoutée à ce modèle, à savoir celle des « motivations altruistes ». Le tableau suivant reprend les différentes motivations brutes qui ont été classées par catégories. Il se peut que certaines motivations brutes chevauchent deux catégories comme c'est le cas pour la motivation « aider, partager et faire plaisir aux autres » qui répond aussi bien d'une motivation altruiste orientée vers l'autre que d'une motivation symbolique et identitaire puisqu'il y a un partage de valeurs communes. Autre exemple, la motivation « le fait de se sentir utile » qui peut aussi bien être reliée à la motivation hédonique car l'individu aspire et éprouve du plaisir à se sentir utile mais aussi à la motivation symbolique et identitaire où le fait de se sentir utile pousse l'individu à s'ancrer dans le besoin d'appartenance à un groupe. Autre motivation multi-catégories : « le fait d'atteindre un public diversifié », qui appartient aussi bien à la catégorie utilitaire car c'est directement en lien avec le fait de rencontrer la demande qu'à la catégorie sociale et relationnelle. Voici les 6 catégories de motivations :

Catégories de motivations	Motivations brutes identifiées par l'étude
Utilitaires	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Liées à la plateforme</i> : facilité d'utilisation, rapidité de transaction, plateforme fonctionnelle, interactivité de la plateforme, plateforme connue et beaucoup utilisée, gratuité de la plateforme et variété de services offerts par la plateforme. - <i>Liées à l'individu</i> : pouvoir proposer un produit rare/faire découvrir de nouveaux articles, possibilité de vendre tout et n'importe quoi, proposer quelque chose que l'on fait quoi

	<p>qu'il arrive, faire de la place chez soi, flexibilité de l'offre, ne demande pas trop d'efforts, gain de temps, gain d'argent ou partage des coûts, choix du prix proposé, offre un travail régulier et contact limité possible avec les autres individus.</p> <p>- <i>Liées à la demande</i> : large demande, demande centralisée et spécialisée, rencontrer la demande facilement et atteindre un public diversifié.</p>
Hédoniques	<p>Amusement de développer sa propre activité (agir en tant qu'indépendant), le fait de se sentir utile, le fait d'essayer un nouveau concept qui change des habitudes, partage de compétences, amusement lié au concept, stimulant permettant d'améliorer son cadre de vie, proposer une expérience différente, activité qui débouche sur plus d'externalités et qui permet d'acquérir de l'expérience.</p>
Sociales et relationnelles	<p>Contact humain/compagnie, rencontrer de nouvelles personnes/se constituer un réseau, créer des liens forts et atteindre un public diversifié.</p>
Symboliques et identitaires	<p>Concept conseillé par un proche, se sentir soutenu et en accord avec les autres utilisateurs, aider, partager et faire plaisir aux autres, le fait de se sentir utile et le partage de compétences.</p>
Environnementales et idéologiques	<p>Lutter contre l'hyperconsommérisme, lutter contre le système des multinationales, lutter contre l'individualisme de notre société, modèle de consommation alternatif, limiter la pollution, utilisation des ressources existantes (pas de création de nouvelles ressources) et contribution locale (service de proximité).</p>
Altruistes	<p>Faire économiser de l'argent au consommateur, aider, partager et faire plaisir aux autres, faciliter la vie des autres utilisateurs et partage de compétences.</p>

Tableau 7 : classification des motivations identifiées par l'étude

Parmi ces motivations brutes, certaines étaient déjà identifiées par la littérature mais pas toutes. Ainsi le tableau suivant permet de mettre en avant de nouvelles motivations qui n'étaient précédemment pas identifiées par la littérature scientifique.

Catégories	Nouveautés	Extraits des participants
Utilitaires	<i>Liées à la plateforme</i> <ul style="list-style-type: none"> Facilité, rapidité, fonctionnalité, interactivité Efficacité des services offerts Gratuité Popularité 	<p>« C'est plutôt facile d'utilisation, pas besoin d'être un génie de l'informatique pour l'utiliser. » (ID 02)</p> <p>« S'il n'y avait pas ce système de paiement sécurisé sur BlaBlaCar, je ne l'aurais probablement pas fait. » (ID 12)</p> <p>« J'utilise ces plateformes justement parce qu'elles sont gratuites. » (ID 04)</p> <p>« C'est une application connue, il y a même des publicités à la télé. Je connaissais donc la plateforme avant même d'avoir ma voiture et mon permis. » (ID 03)</p> <p>« Airbnb est un site connu et bien référencé, ça m'a poussé à l'utiliser. » (ID 01)</p>
	<i>Liées à l'individu</i> <ul style="list-style-type: none"> Peu d'efforts Faire de la place Large gamme à proposer Travail indépendant 	<p>« De toute façon, le voyage on le fait quand même donc autant partager. » (ID 09)</p> <p>« C'est plus pour me débarrasser des jeux qui traînent dans la maison. » (ID 10)</p> <p>« Au final c'est un énorme gain de temps oui » (ID 06)</p> <p>« Les personnes recherchent aussi souvent des baby-sitters sur une base régulière. Par exemple, grâce à Topnanny, j'occupe 3 soirs par semaine à faire du baby-sitting. C'est vraiment comme un petit boulot. » (ID 05)</p> <p>« Chacun a le droit de proposer le tarif qu'il souhaite, ça me plaît. » (ID 11)</p>
	<i>Liées à la demande</i> <ul style="list-style-type: none"> Rencontre de la demande Demande centralisée 	<p>« Ce qui me motive, c'est le fait d'avoir une demande pour mes biens que je n'aurais pas eue autrement car je n'ai pas d'autre moyen d'accès pour vendre ces biens. » (ID 10)</p>
Hédoniques	<ul style="list-style-type: none"> Expérience unique Stimulant Concept amusant Expérience à acquérir Externalités possibles Partage de compétences Utilité personnelle 	<p>« Ce qui m'a aussi motivé à mettre mon bien en location sur Airbnb, c'est de proposer un logement moins cher qu'un hôtel aux voyageurs, dans une meilleure situation géographique, avec un équipement supérieur et abondant. » (ID 10)</p> <p>« D'un autre côté c'est un stimulant car en général j'aime bien quand il fait propre. Mais je fais plus attention, même quand je suis fatiguée, je le fais quand même. » (ID 01)</p> <p>« C'est amusant et sympa. » (ID 01)</p> <p>« Je le fais plus pour obtenir de l'expérience car je suis en études de vétérinaire, en 5ème année. » (ID 11)</p> <p>« Ce sont des occasions de développer de nouvelles compétences en apprenant de nouvelles choses. » (ID 11)</p> <p>« Avec mon mari, on veut se rendre utile d'une façon ou d'une autre. » (ID 09)</p>

Sociales et relationnelles	<ul style="list-style-type: none"> • Liens forts • Public diversifié 	<p>« J'ai aussi un ancien couple de locataires avec qui j'ai gardé d'excellents contacts, ils me voient un peu comme leur maman de substitution. C'est assez gratifiant » (ID 01)</p> <p>« Ça touche vraiment tout le monde. Je pensais que j'allais n'embarquer que des jeunes mais en fait pas du tout. Cet aspect est chouette. » (ID 07)</p>
Symboliques et identitaires	<ul style="list-style-type: none"> • Utilité et partage 	<p>« C'est une manière aussi de se sentir utile et de gagner confiance en soi via ces prestations, contacts, échanges et partages. » (ID 11)</p>
Environnementales et idéologiques	<ul style="list-style-type: none"> • Lutte contre l'individualisme • Lutte contre l'hyperconsommérisme • Contribuer localement 	<p>« C'est l'individualisme qui est responsable de ça. Pour moi, à l'heure actuelle, on n'est pas en mesure de fermer la porte à l'autre. » (ID 09)</p> <p>« Le but est de combattre l'obsolescence programmée. » (ID 07)</p> <p>« Comme avantage, je dirais que c'est le fait de permettre aux gens de bénéficier d'un service accessible dans la région » (ID 11)</p>
Altruistes	<ul style="list-style-type: none"> • Financières • Niveau de vie • Compétences 	<p>« Tu proposes un service tout en sachant que tu permets à l'autre d'économiser de l'argent. » (ID 03)</p> <p>« Parfois je fais même des détours pour aller chercher et déposer des personnes mais ça ne me pose pas de soucis car ça facilite la vie de l'utilisateur. » (ID 08)</p> <p>« Ce sont des occasions de mettre à profit mes compétences et d'apprendre de nouvelles choses aux personnes que j'aide et que je rencontre. » (ID 11)</p>

Tableau 8 : nouvelles motivations identifiées par l'étude

2. Barrières des fournisseurs

Les 12 interviewés ont cité 39 barrières brutes différentes. Ces barrières brutes ont été rassemblées en 10 catégories.

Catégories de barrières	Barrières brutes identifiées par l'étude
Engagement	Timing à respecter, demande du temps et des efforts, demande d'être disponible, planification nécessaire, demande de se déplacer, obligations vis-à-vis du consommateur et responsabilité élevée.
Complexité et connaissance	Difficulté liée au concept ou à la plateforme, manque de connaissance sur l'existence ou le fonctionnement de la plateforme, manque de connaissance sur le concept et plateforme non connue dans certaines zones géographiques.
Confiance	Méfiance vis-à-vis des inconnus.
Intimité	Devoir partager son intimité.
Réputation	Peur d'être jugé, partir de zéro et devoir se créer une réputation et impact négatif sur la réputation (par les notations).
Comportement	Vouloir se débrouiller seul, ne pas être assez sociable, être quelqu'un de conservateur qui a du mal à partager, ne pas savoir comment se comporter avec les inconnus et devoir sortir de son confort.
Risque	Risque d'arnaques ou d'être trompé, risque de dégradation, risque de tomber sur une personne non respectueuse, sans gêne ou non sérieuse, risque de tomber sur une personne qui ne respecte pas ses engagements et risque d'aller à l'encontre de la loi.
Efficacité	Concept non concluant qui n'a pas fonctionné, trop de concurrence existante sur la plateforme, demande limitée, ne pas détenir de ressources à partager, proposer des produits et services qui ne plaisent pas ou n'intéressent pas, tomber sur une personne qui n'est pas en accord avec le concept et plateforme non concluante dans certaines zones géographiques.
Financière	Gain d'argent faible, montant de gain maximum imposé par la loi.
Utilitaire	Plateforme trop envahissante, plateforme non fonctionnelle, services offerts par la plateforme limités, plateforme payante et plateforme non existante dans certaines zones géographiques.

Tableau 9 : classification des barrières identifiées par l'étude

Le tableau suivant permet de mettre en avant les nouvelles barrières qui n'étaient précédemment pas identifiées par la littérature scientifique.

Catégories	Nouveautés	Extraits des participants
Engagement	<ul style="list-style-type: none"> • Timing • Disponibilité • Planification • Déplacement • Obligations • Haute responsabilité 	<p>« En fait tu as un certain nombre de jours pour envoyer ton colis quand quelqu'un te l'achète. Quand ça tombe pendant la semaine de tes examens, c'est plus ennuyant. » (ID 02)</p> <p>« Il y a aussi le fait de devoir rester chez soi pour recevoir la personne. » (ID 05)</p> <p>« Je ne peux vraiment le faire que quand ce sont des trajets comme pour aller à l'aéroport, que c'est vraiment bien défini et délimité et que c'est planifié auparavant. » (ID 06)</p> <p>« Juste le fait de devoir me déplacer est une contrainte. » (ID 10)</p> <p>« Ne pas pouvoir changer l'horaire ou le trajet est un point négatif, on est tenu de respecter ce qu'on a proposé dès le début. » (ID 08)</p> <p>« Je voulais me diversifier en terme de prestations que je proposais car la garde d'animaux représente plus de responsabilités. » (ID 11)</p>
Complexité et connaissance	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté • Existence • Fonctionnement • Popularité 	<p>« J'ai utilisé 2ème main au début car je ne comprenais pas bien comment fonctionnait Airbnb. » (ID 01)</p> <p>« Peut-être ce qui bloquerait aussi c'est le fait de ne pas connaître la plateforme. » (ID 08)</p> <p>« Ce qui me bloquerait, je pense que c'est ma méconnaissance vis-à-vis de l'économie de partage car je n'ai pas encore creusé le sujet à fond. » (ID 09)</p> <p>« BlaBlaCar n'est pas encore très connu en Belgique. » (ID 10)</p>
Confiance	<ul style="list-style-type: none"> • Méfiance pour les inconnus 	<p>« Ça fait toujours peur de ne pas connaître la personne, on ne connaît pas ses intentions. » (ID 10)</p>
Intimité	<ul style="list-style-type: none"> • Devoir partager son intimité 	<p>« Les locataires assistent à tout. Si tu es énervé sur ton compagnon, ils peuvent le voir et l'entendre. » (ID 01)</p>
Réputation	<ul style="list-style-type: none"> • Partir de zéro • Impact négatif 	<p>« Sur BlaBlaCar, j'ai mes références. Si je démarre à zéro sur une autre plateforme, tout est à refaire, les utilisateurs ne me connaissent pas et je suis donc moins intéressant. » (ID 08)</p> <p>« Si on me mettait une mauvaise notation, je ne serais pas contente du tout car il n'y a pas de raisons de m'en mettre une mauvaise mais aussi car ça entacherait ma réputation. » (ID 12)</p>
Comportement	<ul style="list-style-type: none"> • Débrouillardise • Sociabilité • Conservatisme 	<p>« Parfois je me dis que je pourrais participer à des échanges d'aide mais je ne vais pas vraiment me renseigner car je suis plus du genre à me débrouiller seule. » (ID 01)</p> <p>« Le côté social serait aussi une barrière car il faut être un minimum sociable pour se dire que l'on va rencontrer des gens que l'on ne connaît pas et que l'on va voyager avec eux. » (ID 08)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • S'adapter aux inconnus • Confort 	<p>« Souvent quand j'ai des objets, j'aime les garder, je suis conservateur à ce niveau-là. » (ID 07)</p> <p>« Il y a toujours un petit malaise parce que tu ne sais pas comment réagir: faire la bise? Serrer la main? C'est toujours quelque chose qui me tracasse. » (ID 04)</p> <p>« Je crois que la première barrière c'est le petit confort que l'on a. En sortir est compliqué. » (ID 07)</p>
Risque	<ul style="list-style-type: none"> • Arnaques • Dégradation • Respect des engagements 	<p>« Une fois, ma maman a vendu son iPhone à 550€ et la personne lui a donné 11 faux billets de 50€. Moi, j'ai toujours mon marqueur avec moi pour tester les billets. » (ID 12)</p> <p>« Je préfère aussi louer mon bien à des familles avec des enfants plutôt qu'à des jeunes qui viennent pour faire la fête et qui risquent de dégrader l'appartement. » (ID 10)</p> <p>« Quand on a plusieurs personnes à prendre à différents endroits, on ne peut pas attendre la personne si elle est en retard par risque que ça se répercute sur tous les autres passagers. Les utilisateurs doivent respecter les horaires. » (ID 08)</p>
Efficacité	<ul style="list-style-type: none"> • Concept non concluant • Concurrence • Demande limitée • Pas de détention de ressources • Zone géographique sous-développée • Personne pas en accord avec le concept 	<p>« Concernant la vente, sur Vinted, ça ne fonctionne pas vraiment car les gens ont tendance à plus mettre les articles dans leurs favoris qu'autre chose. » (ID 06)</p> <p>« L'inconvénient majeur c'est la concurrence qui se développe. » (ID 08)</p> <p>« Il y a certains moments où je pourrai le prévoir mais je me dis que peu de personnes sont à la recherche du trajet Liège-Ath. » (ID 07)</p> <p>« Pourquoi ne pas, d'ici 3 ans, quand je serai retraitée, essayer de voir ce que je peux offrir aussi, car je n'ai peut-être pas grand-chose à offrir à part ma voiture, mes habits, etc. » (ID 09)</p> <p>« Je propose de me déplacer jusqu'à 20km au maximum mais c'est assez difficile par la plateforme car c'est surtout focalisé sur les grandes villes que sur la campagne en soi. » (ID 06)</p> <p>« Puis en tant que chauffeur, tu peux tomber sur des gens qui ne vont pas dire un mot du trajet et tu vas te retrouver tout seul à conduire finalement alors que le nom dans l'application c'est "BLABLACar, ce n'est pas: "on se tait et on roule". » (ID 07)</p>
Financière	<ul style="list-style-type: none"> • Gain limité • Gain maximal imposé 	<p>« Ça m'est déjà arrivé de me dire que je n'allais pas vendre ce bien car ce que j'allais en retirer allait être tellement faible que ça n'en vaut pas la peine. » (ID 10)</p> <p>« Il y a aussi un montant maximum de gain imposé par la loi, qui est de 5700€ par an et il faut donc faire attention de ne pas le dépasser. » (ID 01)</p>

Utilitaire	<ul style="list-style-type: none"> • Envahissement • Fonctionnalité • Limitation des services offerts • Coût de plateforme • Inexistant dans certaines zones géographiques 	<p>« D'ailleurs ça me fait penser à un point négatif, c'est le fait qu'il y a des publicités et de notifications sur le site, ils envoient notamment tout le temps des mails. » (ID 05)</p> <p>« Mais ça n'a jamais abouti car la plateforme n'était pas bien faite selon moi. » (ID 01)</p> <p>« Un inconvénient est le fait qu'il n'y ait pas d'assurance et de garanties sur les arnaques. Si on met son bien dans une agence de location, il y a certainement une garantie plus complète. » (ID 10)</p> <p>« Pour ma part, s'il fallait payer, je ne le ferais pas. » (ID 12)</p> <p>« Pour les vêtements, j'ai essayé Vinted, mais il a fallu du temps parce qu'au début ce n'était accessible qu'en France. » (ID 04)</p>
-------------------	---	---

Tableau 10 : nouvelles barrières identifiées par l'étude

Ce chapitre va permettre de détailler les catégories mentionnées dans le chapitre précédent et de comparer les données identifiées dans cette étude avec celles citées dans la littérature scientifique. De la sorte, les motivations et barrières nouvelles ainsi que les similitudes entre les différentes études vont clairement ressortir. Certains passages d'interviews vont permettre de nuancer quelques propos nécessitant d'être détaillés.

1. Motivations des fournisseurs

1.1. Motivations utilitaires

Les motivations utilitaires sont celles qui apparaissent en tête et qui ont été le plus citées par les interviewés. Quelques-unes d'entre elles ont déjà été identifiées dans la littérature disponible (Benoit et al., 2017; Hawlitschek et al., 2016; Ikkala & Lampinen, 2015) comme le gain de temps et le gain d'argent. Cependant, plusieurs nouvelles motivations ont été constatées. Ces motivations peuvent être subdivisées en 3 parties : celles liées à la plateforme, celles liées à l'individu et celles liées à la demande.

1.1.1. Motivations en relation directe avec la plateforme

Ces motivations sont directement liées à la plateforme en elle-même (son design et son utilisation) mais aussi aux différents services qu'elle offre. Cet aspect est un aspect qui a quelque peu été délaissé jusqu'alors et qui n'a pas spécialement été avancé par les scientifiques. Ainsi, selon les participants, la plateforme en elle-même les motiverait à participer à l'économie de partage. Ils évaluent successivement **sa fonctionnalité, sa rapidité et son interactivité**. Ils examinent surtout **les services** qu'elle propose, à savoir : les assurances, le système de paiement sécurisé, la gestion des litiges, la possibilité de communiquer hors connexion internet, le service d'annulation de transactions, l'assistance sur le système d'imposition, la certification de profils et le système de notation. Ces services sont d'autant plus importants qu'ils permettent de rassurer les fournisseurs quant à la barrière de confiance, qui sera développée un peu plus loin. Les répondants mettent également l'accent sur le fait que la **plateforme soit connue**, ce qui leur offre une certaine garantie quant à la demande existante mais aussi à sa sérieuxité. Finalement, autre motivation de type utilitaire : la **gratuité de la plateforme**. En effet, certains notifient le fait que si la plateforme avait été payante, ils n'y auraient pas pris part. Cependant,

d'autres ont nuancé ce propos en acceptant de payer une légère commission si le montant à récupérer est « conséquent ».

« Sur BlaBlaCar, je pense aussi qu'ils prennent une commission mais ce n'est pas grave vu ce qu'on peut gagner, la commission est minime. » (ID 12)

1.1.2. Motivations en relation avec l'individu

Les fournisseurs mettent leur intérêt personnel en premier plan, ce que l'économie de partage leur permet de développer de différentes façons. Tout d'abord, ils peuvent y proposer un **vaste assortiment de ressources** puisque les plateformes englobent plusieurs secteurs. Davantage dans une logique où ça **ne demande pas trop d'efforts**, cette nouvelle économie leur permet de proposer quelque chose qu'ils effectuent quoi qu'il arrive. Ensuite, l'économie de partage leur permet de **faire de la place chez eux** sans nécessairement devoir se débarrasser du bien en le jetant. Cette motivation concerne principalement la vente de biens tels que des habits ou des objets. Les intervenants affirment avoir payé leurs biens un certain prix et éprouver une certaine tristesse de les jeter sans les rentabiliser davantage. En effet, une autre motivation liée à l'individu identifiée est le gain d'argent ou le partage des coûts (plutôt dans le cas de « BlaBlaCar »). Les individus partagent ou vendent leurs biens dans le but d'en retirer une compensation, financière principalement (Ikkala & Lampinen, 2015; Benoit et al., 2017; Hawlitschek et al., 2016). Par la suite, l'économie collaborative offre l'opportunité d'**agir en tant qu'indépendant**. Cette opportunité apparaît dans un contexte de détermination du prix demandé et de régularité du travail, avec des demandes qui se répètent dans le temps. Les fournisseurs bénéficient également d'une certaine flexibilité dans leur offre, leur permettant de soumettre un service personnalisé non standardisé, ce qui les rend davantage impliqués dans le système d'économie de partage. Ainsi, ils peuvent agir seuls en délimitant leurs propres règles tout en bénéficiant d'un certain pouvoir sur les consommateurs. Le fournisseur passe alors en situation de supériorité, ce qui lui plaît. Autre aspect mis en avant, le **contact limité qui est possible avec les autres individus**. Nous le verrons dans quelques instants, l'aspect social représente une des motivations premières pour plusieurs individus. Cependant, un interviewé reconnaît que l'économie de partage permet un contact limité entre les individus, par le biais de la plateforme. C'est une des causes de son utilisation de l'économie de partage.

« Enfin en tout cas moi c'est pas du tout ce que je recherche, un contact social particulier. Tu n'es même pas obligée d'entamer une conversation, tu peux juste cliquer sur un bouton et faire une offre, c'est super simple et tu n'as pas besoin de faire une conversation ni de sympathiser avec la personne pour essayer de te faire bien voir. » (ID 02)

1.1.3. Motivations en relation avec la demande

Les individus participent à l'économie de partage par le biais de plateformes car la demande y est **centralisée** et la **rencontre entre l'offre et la demande** y est facile. Ces motivations n'avaient pas encore été citées explicitement par d'autres scientifiques auparavant.

1.2. Motivations hédoniques

De l'économie de partage, les fournisseurs retirent un certain bonheur ou plaisir, qui se traduit de différentes manières. Certains auteurs ont cité le plaisir lié au développement de leur propre activité en tant qu'indépendant car ils partagent et montrent aux autres les ressources qu'ils détiennent (Benoit et al., 2017). D'autres mettent en avant le fait de se lancer dans un concept qui change et casse les habitudes, les fournisseurs essayent alors un nouveau concept permettant d'éviter la monotonie (Hawlitschek et al., 2016; Ikkala & Lampinen, 2015). En plus de ces motivations, l'étude réalisée ici a mis en avant la satisfaction liée au fait de **proposer une expérience différente** aux consommateurs, le fait d'**acquérir de l'expérience et des compétences et de les partager** et le fait de voir l'économie de partage tel un **stimulant** permettant d'améliorer le style de vie. En outre, les individus **se sentent utiles**, ce qui leur apporte du bonheur en acquérant une confiance en eux. Les fournisseurs y voient aussi un certain **amusement quant au fait de participer à ce concept**, qui peut être lié à l'utilisation de la plateforme (être « super host » par exemple). Un interviewé a également mentionné le fait que la transaction en elle-même (service d'aide-ménagère) a **débouché sur d'autres activités**.

« Cette personne avait aussi des chats chez elle et elle m'a demandé de l'aider à leur administrer des médicaments. Ça m'a permis d'apprendre et de me perfectionner dans le cadre de mes études de vétérinaire. Comme quoi, dans un but précis, il peut y avoir bien d'autres externalités qui sont bénéfiques pour les deux personnes. » (ID 11)

1.3. Motivations sociales et relationnelles

Les fournisseurs voient en l'économie de partage une manière de créer un lien social, qui peut aller de la simple compagnie durant un moment déterminé à un lien plus fort. Les scientifiques (Bellotti et al., 2015; Benoit et al., 2017; Hawlitschek et al., 2016) mettent en avant le côté social amené par l'économie de partage, mais n'insistent pas vraiment sur la **création de liens forts**. C'est cependant une motivation qu'expose un participant de l'étude. Certains évoquent également le fait que les **consommateurs sont variés** et qu'il est ainsi possible de rencontrer des personnes de tous âges et de tous niveaux d'éducation, ce qui leur plaît beaucoup.

« Jusqu'à présent, j'ai covoituré avec des personnes de tous âges et tous horizons: ça passe par des personnes habillées en costard cravate à des mères de famille qui vont retrouver leurs enfants. C'est très large et le fait de rencontrer autant de personnes différentes est très enrichissant. » (ID 08)

1.4. Motivations symboliques et identitaires

Hawlitsek et al. (2016) ont identifiés comme motivation le fait que la participation des fournisseurs soit soutenue et encouragée par un proche ou une personne qu'ils estiment mais aussi le fait pour les fournisseurs de se sentir réellement ancrés dans une communauté. En revanche, l'étude réalisée dans le cadre de ce mémoire a permis d'identifier en plus le fait pour une personne de **se sentir utile**. L'économie de partage représente pour eux un bon moyen de partager, ils épousent des valeurs communes en appartenant à un groupe ou à une communauté.

1.5. Motivations environnementales et idéologiques

Hawlitsek et al. (2016) mettent en avant une motivation pour les fournisseurs de l'économie de partage de lutter contre le capitalisme et les multinationales. Dans le cadre de la recherche de ce mémoire, la lutte contre le capitalisme n'est pas identifiée mais bien l'engagement de lutter contre les multinationales. En revanche, d'autres motivations ont été mises en avant : la **lutte contre l'individualisme** et la **lutte contre l'hyperconsumérisme**. Certes ces dérives peuvent en partie être raccordées au capitalisme, mais elles s'en différencient tout de même. Ainsi, les individus en ont assez d'être impliqués dans un système passif, ils veulent passer du côté actif en optant pour un modèle de consommation alternatif. Les participants ayant avancé de telles motivations étaient les plus révoltés et y mettaient beaucoup de conviction.

« J'ai vu un jour un reportage sur un pays d'Afrique, je pense que c'était la République Démocratique du Congo, où sont envoyés des déchets informatiques, c'était complètement surréaliste. Il y a des enfants qui marchent dans des ordinateurs éventrés. Concrètement ce n'est plus possible de continuer à surconsommer parce qu'on surproduit et on surdépense. Où va le monde avec ça? C'est affligeant. Si on ne le fait pas, on va droit dans le mur. » (ID 09)

D'autres motivations plutôt environnementales (limiter la pollution et modèle alternatif de consommation) étaient déjà identifiées dans la littérature scientifique (Bellotti et al., 2015; Frenken & Schor, 2017; Hawlitsek et al., 2016). Pour limiter la pollution, plusieurs arguments sont avancés : remplir une voiture afin de limiter le nombre de véhicules sur les routes, **contribuer localement** (services de proximité) afin de diminuer le transport et donc l'émission de CO2 et utiliser des ressources existantes afin d'éviter la création de nouvelles.

1.6. Motivations altruistes

Les fournisseurs, bien que particulièrement centrés sur leurs intérêts individuels voient dans l'économie de partage une manière de s'axer sur l'autre et de l'aider de quelle que manière que ce soit : lui faire économiser de l'argent en lui **proposant des prix inférieurs** à ceux demandés par les entreprises traditionnelles mais aussi leur **faciliter la vie** en les aidant davantage. Une fois de plus, les personnes qui ont spontanément cité ce type de motivations étaient très convaincues par ce qu'elles disaient, cela semble être une valeur bien ancrée en elles.

« On en revient à la notion d'entraide, qui devrait être davantage mise en avant. Je pars du principe qu'on devrait plus s'entraider. Moi je suis le premier à aider. Je trouve qu'il faut s'entraider et faire ce que l'on peut pour faire du bien autour de nous. Les sites de partage se rapprochent de cette notion car finalement, tu proposes un service tout en sachant que tu permets à l'autre d'économiser de l'argent. Ce n'est pas seulement pour un intérêt personnel. » (ID 03)

2. Barrières des fournisseurs

2.1. Barrières d'engagement

Selon les interviewés, l'économie de partage nécessite un certain engagement de leur part. Cet engagement était déjà en partie identifié par Hawlitschek et al. (2016) qui définissaient le temps et les efforts nécessaires à y consacrer. Ainsi, certains affirment manquer de temps car ils sont trop occupés par leur vie professionnelle. Ce qui prend du temps, c'est l'éventuel entretien de la ressource (logement dans le cadre de « Airbnb »), la prise de contact avec les consommateurs (qui ne sont pas toujours sérieux et annulent leur demande alors que des discussions étaient engagées depuis un moment), le fait de mettre en valeur la ressource par des photos et des descriptions sur la plateforme, la gestion de planning et le fait de **devoir se déplacer**. Pour combler cette dernière barrière, certains demandent une contrepartie financière. Rappelons qu'une des motivations citées est le gain de temps que l'économie de partage permet. La notion de temps représente donc aussi bien une motivation qu'une barrière, tout dépendant de la perspective adoptée. En outre, d'autres barrières d'engagement sont à notifier. Tout d'abord, les fournisseurs sont freinés par les **obligations** qu'ils ont vis-à-vis de l'autre partie en pratiquant l'économie de partage. Ces obligations se traduisent par le respect de l'engagement prévu initialement (respecter l'heure et l'endroit de rendez-vous dans le cadre de « BlaBlaCar » et veiller à avoir une maison propre dans le cadre de « Airbnb » par exemple). Ainsi, un participant affirme qu'il est légalement lié au consommateur par un contrat sur la plateforme et que comme tout contrat, des devoirs en découlent. Ensuite, certains fournisseurs seraient bloqués par la **responsabilité élevée** que cela implique parfois. Celle-ci concerne le fait

d'effectivement fournir ce à quoi ils s'étaient engagés. Par la suite, il y a le **timing** imposé qu'il faut tenir et la **planification** qui en découle. Finalement, l'économie de partage demande une certaine **disponibilité** vis-à-vis du consommateur afin de répondre à ses demandes et de veiller à ce que l'expérience soit positive. À noter toutefois que cette disponibilité dépend de la nature de la transaction et de la plateforme utilisée. Ainsi il semblerait que le besoin de disponibilité soit plus important sur « Airbnb » que sur « Vinted » par exemple.

2.2. Barrières de complexité et de connaissance

Parfois, les fournisseurs ne se lancent pas car il y a un manque d'information sur le sujet ou car ils ne s'y intéressent pas suffisamment. Tout d'abord, ils trouvent le **concept ou la plateforme compliqué à comprendre et à utiliser**. Cela se traduit par une mauvaise explication de la part de la plateforme des étapes à suivre ou même de l'explication de la contribution du fournisseur dans l'économie de partage. Ensuite, il arrive que la plateforme ne soit pas suffisamment **connue dans certaines zones géographiques**, ce qui rend son utilisation compliquée. Finalement, il y a un **manque de connaissance sur l'existence de la plateforme ou du concept**. Lors des entretiens, beaucoup de fournisseurs semblaient ne pas réellement savoir ce qu'est l'économie de partage, ils avaient certes quelques idées mais c'était limité. Cela démontre qu'il y a un manque d'information pour la population quant à l'économie de partage, ce qui peut être lié au fait qu'il n'existe pas de définition officielle (Lietaert, 2015).

Interviewer : « *Pour commencer, peux-tu me dire ce qu'est pour toi l'économie de partage ?* »

Répondant : « *Aucune idée, je n'ai jamais entendu ce terme.* » (ID 07)

2.3. Barrières de confiance

Le système de l'économie de partage fonctionne difficilement sans confiance (Matofska, 2017). Ainsi, avant de pouvoir partager, il faut faire confiance. Vu qu'une certaine confiance est nécessaire pour l'utilisation de l'économie de partage, il n'est pas étonnant que certains interviewés aient spontanément cité cette barrière. Hawlitschek et al. (2016) identifiaient déjà cette barrière dans leur étude mais de manière moins explicite, sans aller dans le détail de quel type de confiance est concernée. Dans le cadre de cette étude, seule la **méfiance vis-à-vis des autres utilisateurs** a été relevée (ni la confiance en l'idée, ni celle concernant la plateforme). Ainsi, le fait d'entrer en relation avec des personnes qu'ils ne connaissent pas retient plusieurs fournisseurs à se lancer et parfois même à utiliser davantage la plateforme ou l'économie de partage en général. Certains essayent de se rassurer à ce propos en portant une attention

particulière aux profils des utilisateurs, leur photo, leur manière de parler, etc. D'autres arrivent à surmonter cette barrière en la contrebalançant avec les motivations qui découlent de l'économie de partage, qui sont plus conséquentes.

« Ça fait toujours peur de ne pas connaître la personne, on ne connaît pas ses intentions. Les commentaires permettent de diminuer cette peur. Je pense que j'ai quand même déjà loué le bien à des personnes nouvelles sur la plateforme, qui n'avaient pas encore d'appréciations. Du coup, j'ai un peu discuté avec eux avant afin d'en savoir un peu plus. C'est vrai que l'on court toujours un risque, mais ça fait partie du jeu, il faut surpasser ça. Ce qui est bien sur Airbnb, c'est qu'on peut choisir auparavant si la demande de location est acceptée directement ou si on veut un moment de réflexion avant de l'accepter ou la refuser. Moi, j'ai toujours demandé un temps de réflexion afin de bien pouvoir analyser le profil et les commentaires de la personne. » (ID 10)

2.4. Barrières d'intimité

Le partage de l'intimité est une réelle crainte pour les fournisseurs puisque cela implique de montrer leur vie personnelle à des étrangers. Cette barrière va souvent de pair avec la méfiance qu'ils peuvent éprouver vis-à-vis des inconnus puisqu'il s'agit souvent de l'étape à postériori de la confiance, c'est après avoir fait confiance que cette barrière d'intimité fait surface.

2.5. Barrières de réputation

Certains individus ne se sentent pas à l'aise avec le fait que d'autres puissent voir qu'ils participent aux plateformes de l'économie de partage, ils se sentent jugés (Hawlitschek et al., 2016). Hawlitschek et al. définissent cette barrière comme une barrière d'intimité. Or, dans le cadre de cette étude, les individus définissent le fait de **se sentir jugés** plus comme une barrière qui atteint leur réputation et non pas leur intimité directement.

« Je n'aime pas qu'on voie ce que je vends parce que par exemple certains pourraient se dire que j'ai grossi et que c'est pour ça que je revends mes habits. Ce n'est pas que je suis gênée, mais ils n'ont pas à savoir la raison de mes ventes. » (ID 05)

D'autres sont freinés à utiliser davantage de plateformes et de concepts de l'économie de partage car ils doivent à chaque fois à **nouveau recréer leur réputation**, le profil et les évaluations n'étant pas transférables de plateforme en plateforme (Scholz, 2017). D'autres encore s'inquiètent d'**avoir un avis négatif**, ce qui aurait un impact sur l'estime qu'ils ont d'eux-mêmes.

2.6. Barrières de comportement

Chaque individu a une personnalité propre qui détermine par la suite son comportement, comportement qui est difficilement contrôlable (Alexandre-Bailly, Bourgeois, Gruère, Raulet-Croset, & Roland-Lévy, 2013). Un participant de l'étude a mis en avant le fait de **vouloir se débrouiller seul** et donc de ne pas compter sur une éventuelle aide apportée par l'économie de partage. D'autres participants ont cité le fait de **ne pas être assez sociable** pour adhérer au concept qui demande une certaine sociabilité, et le fait d'être quelqu'un de conservateur qui a donc **du mal à partager** et par conséquent à participer à l'économie collaborative. Cette dernière barrière pose donc un problème au fournisseur qui n'a donc pas une large gamme à proposer au consommateur. Un autre aspect mis en avant est l'**ignorance quant à la façon de se comporter avec les inconnus**. Ceci est principalement dû au fait que la personne ne se sent pas totalement à l'aise avec les étrangers. En outre, la pratique de l'économie de partage nécessite de faire quelque chose de nouveau, ce qui bloque certains puisque ça les pousse à quitter leur **zone de confort**, ce qui n'est pas toujours évident.

2.7. Barrières de risque

Hawlitsek et al. (2016) parlent de la notion de risque dans leur étude mais sans la développer davantage. Ainsi, ils identifient un risque économique et légal sans préciser à quoi ils correspondent. L'étude réalisée dans ce mémoire a identifié différents risques incombant aux fournisseurs comme le **risque d'arnaques** ou le **risque de dégradation** du bien, mais aussi le **risque vis-à-vis d'autrui** à savoir de tomber sur une personne non respectueuse (ne pas dire « bonjour » par exemple), non sérieuse ou qui ne respecte pas ses engagements (ne pas être à l'heure au lieu de rendez-vous par exemple), ce qui peut agacer certains fournisseurs. La méfiance vis-à-vis des inconnus accentue ces dangers puisque les fournisseurs ne savent pas à qui ils ont affaire. Pour pallier cette menace, certains n'hésitent pas à mettre des pratiques en place, comme le fait un interviewé qui déclare augmenter le prix demandé pour son bien.

« On prend toujours un risque quand on met son bien en location. L'aspect financier permet de bien rentabiliser. Cela permet de survenir au risque puisqu'on ne sait jamais qui on va accueillir chez soi. Avec les inconnus, s'il y a une dégradation quelconque, je sais que je peux la réparer par le surtarif que je demande. Je loue donc un peu plus cher pour prendre en compte ce risque. » (ID 10)

2.8. Barrières d'efficacité

Les interviewés peuvent être freinés par la non-efficacité causée par divers facteurs. Effectivement, tout d'abord, **certaines ressources fonctionnent plus difficilement** que d'autres avec l'économie de partage. Plusieurs participants citent le cas de la vente de vêtements car ce sont des biens qui sont déjà proposés en abondance sur les plateformes et qui se démodent vite. Ensuite, la **demande** pour certaines ressources est **limitée**, ce qui est dû au fait que **certains produits proposés ne plaisent ou n'intéressent pas**. À titre d'exemples, les interviewés ont plusieurs fois cité les trajets courts proposés sur « BlaBlaCar » mais aussi la vente de biens démodés. En outre, ils ne **détiennent pas toujours de biens ou ressources à partager**. Effectivement, plusieurs participants ont avancé vouloir se lancer sur « Airbnb » mais déclarent dans le même temps ne pas avoir de logements à proposer, ce qui rend leur volonté irréalisable. Par après, il y a un **risque de tomber sur une personne qui n'est pas en accord avec le concept**. Dans ce dernier cas, un interviewé expliquait être tombé sur une personne avec « BlaBlaCar » qui n'était pas vraiment en accord avec le principe de la plateforme puisqu'elle n'a pas prononcé un mot du trajet, l'interviewé se sentait alors plus comme un taxi que comme un chauffeur de covoiturage. Parfois aussi, la **plateforme n'est pas assez développée dans certaines zones géographiques** pour fonctionner. Enfin, la dernière barrière de cette catégorie est en lien avec la **concurrence entre fournisseurs** qui se développe. Un interviewé explique en quoi cette concurrence est problématique :

« Ça me pose problème car plus il y a de fournisseurs, plus on se répartit la demande qui ne grandit pas forcément. Cette concurrence amène les fournisseurs à baisser leurs prix et la moyenne du tarif proposé par trajet est donc diminuée, ce qui fait une rentabilisation du trajet plus faible. » (ID 08)

2.9. Barrière financière

Dans cette catégorie intervient tout d'abord le **gain d'argent** qui est **limité** par l'économie de partage. Il est limité car cette économie s'axe principalement sur des prix cassés. Si un bien est trop cher, il se louera ou se vendra plus difficilement qu'un bien meilleur marché. Cependant, cette barrière devient réellement une barrière à partir du moment où elle est associée à d'autres barrières ou que la motivation de l'autre côté est faible. En effet, même si le gain est limité, il reste quand même présent et comme le fait de gagner de l'argent est une des motivations premières des fournisseurs, ils y participent quand même.

« En plus, ça demande de bloquer une heure de temps pour prévoir les avances et les retards des acheteuses. Comme les articles se vendent à moindre prix, c'est prendre beaucoup de temps (pour

prendre les photos, les poster, traiter les questions et trouver un arrangement pour se voir) pour ne pas avoir grand-chose en retour. » (ID 05)

Ensuite, on retrouve également dans cette catégorie le fait que le gain en tant que fournisseur par les plateformes de l'économie de partage soit **limité par la loi**. En effet, la « loi De Croo », qui est entrée en vigueur le 1^{er} mars 2017 (cité par Loos, 2018) stipule qu'un revenu annuel inférieur et égal à 5.100€ brut est imposable à un taux d'imposition réduit de 10%.

2.10. Barrières utilitaires

Comme pour les motivations, on retrouve des barrières utilitaires. Ces barrières concernent la plateforme même (son utilisation, son design et son offre). Ainsi, certaines plateformes par leur envoi d'emails ou de notifications récurrents décourageraient certains fournisseurs. Une autre barrière qui revient souvent est le manque ou la limitation des **services offerts** par la plateforme. Les services offerts représentent donc aussi bien une motivation qu'une barrière, tout dépendant de la plateforme en question et des services concernés. Ainsi, « Vinted » offre un service de paiement sécurisé et des assurances tandis que 2ème main pas. De plus, certaines **plateformes n'existent pas dans certaines zones géographiques**, ce qui rend leur utilisation impossible. Finalement, allant de pair avec la motivation « gratuité de la plateforme », on retrouve le fait que la plateforme soit **payante**. Le coût peut être représenté de différentes manières : abonnement, commission sur vente ou paiement pour accéder à des services complémentaires. La réaction des participants face à une plateforme payante diffère selon le système choisi.

Interviewer : *« Est-ce que si la plateforme avait été payante, tu te serais quand même inscrit? »*

Répondant : *« De toute façon, il y a toujours une des parties qui devra payer, sinon la plateforme ne réalise pas de profits non plus. Mais si c'était à moi de payer les frais, je calculerais si j'y gagne quand même à la fin. Tout dépend aussi du système de frais mis en place. Si c'est sous forme d'abonnement à payer pour mettre mon service à disposition simplement, je ne le ferais pas car il n'y a aucune garantie que je trouve des voyageurs. Par contre, le système de frais à la course, ça ne me dérangerait pas car on paie, mais ça permet de garantir un certain service et une certaine sécurité sur l'assurance, etc. Maintenant, imaginons qu'il y ait un concurrent qui fasse payer le chauffeur plutôt que le passager, je choisirais BlaBlaCar en premier lieu car je sais que je ne dois pas payer de commission. » (ID 08)*

« Vu qu'il y a plein de vendeurs, notre article arrive vite en fin de page et n'est plus dans la page d'accueil, du coup c'est un peu énervant. Le seul moyen de revenir et de montrer sa « vitrine » spontanément c'est de payer et ça je m'y oppose. » (ID 02)

L'économie de partage apparaît comme une économie durable et éthique. Ainsi, certains auteurs la définissent comme une alternative au système de consommation actuel permettant de consommer de manière plus durable en se basant sur le partage plutôt que sur la possession, tout en accentuant les relations sociales (Aznar, 2018; Botsman, 2010; Charlot, 2016). Ces caractéristiques font partie de la face apparente de l'économie de partage. Cependant, derrière cette idéologie se trouve une face plus cachée, celle qui apparaît ensuite et qui met en avant ce qui ne va pas et pose problème. C'est à cause de cette face plus cachée que l'économie de partage est discutée et controversée.

L'analyse éthique et durable de l'économie de partage va être subdivisée en deux parties. Premièrement, plusieurs problèmes vont être avancés afin de constituer la partie cachée. Ensuite, une piste de réflexion pour rendre l'économie collaborative plus éthique et durable sera envisagée. Cette réflexion permettra d'augmenter le bien-être des fournisseurs principalement.

1. Face cachée

1.1. Les intérêts individuels

Les individus s'éloignent du principe collaboratif même et utilisent cette économie pour d'autres intérêts, plus individuels (Ferry, 2016). Dans les grandes villes, par exemple, les individus évitent d'acheter une voiture, jugée trop compliquée à garer et à utiliser tant les embouteillages sont constants. Ils se tournent alors vers des méthodes alternatives telles que l'économie de partage. Cependant, la raison de leur changement de consommation serait principalement motivée par leurs intérêts individuels, à savoir la difficulté de se garer et les embouteillages, plutôt que par les intérêts idéologiques mis en avant par l'économie de partage. Du côté des fournisseurs, il en serait de même puisqu'ils profiteraient de cette économie principalement pour se constituer un revenu supplémentaire. Pour cela, ils mettent tout en place pour être les plus performants possible et enregistrer le plus de prestations. Ainsi, certains offrent des petits cadeaux dans le but d'obtenir une notation élevée et ainsi attirer davantage de consommateurs. Cette attitude se rapproche de l'idée de « self-love » développée par Adam Smith (1776, cité par Schwerer, 2017), qui estime que même les actes les plus anodins de gentillesse sont toujours calculés en fonction de l'intérêt personnel de l'individu.

Un interviewé met en avant l'utilisation de l'économie collaborative dans un but entièrement personnel : l'appât de gain. Il n'est pas sensible au principe de partage et d'interaction entre individus.

« Le contact social ne m'intéresse pas vraiment, je fais cela uniquement dans le but de rentabiliser les frais et l'essence. » (ID 12)

1.2. L'hypercapitalisme

Pour certains auteurs, l'économie collaborative se positionne dans une société hypercapitaliste, car elle représente une manière de faire du profit très rapidement (Ferry, 2016). Ainsi, l'économie de partage ne consisterait en rien d'autre que l'apparition du capitalisme sous la forme de plateformes (Scholz, 2017). En effet, les plateformes ne détiennent pas les ressources qu'elles délivrent et se nourrissent donc de la valeur apportée par les utilisateurs. À titre d'exemple, « Airbnb », le plus grand fournisseur de logements ne possède pas de biens immobiliers. En outre, cet hypercapitalisme est appuyé par le fait que les plateformes ont formalisé et monétisé des services auparavant rendus gratuitement de manière plus informelle (Schwerer, 2017). Effectivement, la pratique de l'auto-stop existait bien avant « BlaBlaCar » et se faisait alors de manière non organisée et souvent sans contrepartie financière. Il est en de même pour « Airbnb » qui a organisé et monétisé le monde de l'hébergement. De la sorte, le système de partage et d'échange volontaire ne serait plus totalement d'actualité.

1.3. L'hyperconsommérisme

L'économie collaborative pousserait finalement davantage la consommation et ce de plusieurs manières (Decrop, 2017). Tout d'abord, le faible prix proposé pousserait les consommateurs à consommer davantage que si le bien avait été acquis neuf auprès d'entreprises traditionnelles à un prix plus élevé. Ce faible prix mènerait même certains consommateurs à effectuer des achats d'opportunité dont ils n'ont pas besoin mais qu'ils achètent quand même tant le prix est faible. Deuxièmement, la location de biens pourrait mener à un achat de la part des consommateurs alors satisfaits par le bien loué. (Sundararajan, 2014). Ensuite, au vu de l'image éthique et durable de la face apparente de l'économie collaborative, certains acteurs seraient aveuglés et se donneraient bonne conscience de consommer dans un tel environnement. Ainsi, ils consommeraient davantage pour soutenir, selon eux, une bonne cause.

Finalement, les fournisseurs pourraient être davantage tentés par l'achat de nouveaux biens puisqu'il est possible de rapidement les rentabiliser par le biais de ce nouveau mode de consommation. L'accumulation des ressources serait alors plus conséquente.

Dans l'étude réalisée, un participant met en avant le fait que le gain réalisé est directement réinjecté dans le système. Or, ce répondant ne considère pas spécialement cela comme étant négatif.

« Cet argent va sur ton portefeuille virtuel, ce qui veut dire que tu peux le réutiliser directement après pour acheter autre chose sur l'application, ce qui encourage à rester dans le système en dépensant ton argent sur la plateforme. » (ID 02)

Excepté ce participant, aucun autre participant ne parle de cet hyperconsumérisme présent dans l'économie de partage. Ils en parlent uniquement dans le cadre de l'économie plus traditionnelle portée par les entreprises, en voyant l'économie de partage comme une réelle alternative.

1.4. L'économie des plus riches

L'économie de partage serait celle qui profite aux plus riches. En effet, les personnes en situation de précarité ne se sentent pas concernées, ni incluses dans un tel système (excepté pour les plateformes de dons alimentaires ou plateformes d'achats groupés) et ce pour plusieurs raisons (Agence Alter, 2016). Tout d'abord, cette économie demande de plus en plus une contrepartie financière, ce qui peut représenter un réel frein pour ces personnes. Ensuite, elles souffrent souvent de manque de confiance en elles, les bloquant ainsi à proposer leurs services, leurs savoirs... Troisièmement, les personnes plus défavorisées possèdent souvent moins de biens, ayant alors peu de choses à partager en comparaison avec les personnes plus à l'aise financièrement parlant. L'économie de partage accentuerait donc davantage le fossé entre ceux qui détiennent des biens et ceux qui n'en détiennent pas. Finalement, il y aurait un manque de connaissances informatiques ou d'accès internet régulier, les poussant à ne pas se sentir à l'aise face à l'utilisation même des plateformes.

Plusieurs participants appuient cet argument en déclarant ne pas détenir de ressources à partager, ce qui est défini comme étant une barrière d'efficacité.

« Je sais que je ne participerai pas à Airbnb car je n'ai rien à louer. » (ID 12)

« Je n'ai pas encore mon propre bien en Belgique, j'ai donc décidé de proposer le logement que j'ai en Espagne puisque c'est le seul bien que je détiens. » (ID 10)

1.5. Le cadre légal

Un des plus gros problèmes rencontrés est qu'il y a un manque cruel de cadre légal permettant de contrôler la concurrence déloyale avec les entreprises traditionnelles (absence de normes et obligations pour les particuliers) d'une part, et de protéger les travailleurs d'autre part (Lietart, 2015). Dans le cadre de ce mémoire, c'est plutôt la deuxième partie qui importe. En effet, les travailleurs manquent de protection. Ils sont indépendants et n'ont donc pas de limitation en terme d'heures de travail à prester, pas de paiement d'heures supplémentaires, pas de temps de pause, pas de congés payés, pas de protection sociale, etc. Ils doivent aussi payer leur matériel et l'entretien si nécessaire, à l'instar d'un chauffeur « Uber » qui achète et s'occupe de l'entretien de sa voiture (Tout Compte Fait, 2016c). De plus, ils sont souvent payés au minimum légal (Charlot, 2016). En Belgique, il n'existe pas encore de règles précises sur le statut des travailleurs, mais il existe toutefois la « loi De Croo » qui est entrée en vigueur le 1^{er} mars 2017 (cité par Loos, 2018) et dont Alexander de Croo, Ministre de l'agenda numérique, est l'initiateur. Ainsi, selon cette loi, pour être considérée comme plateforme, il faut que cette dernière soit agréée par l'autorité fédérale. De plus, les particuliers avec un revenu annuel inférieur ou égal à 5.100€ brut sont soumis à un taux d'imposition réduit de 10%. Une personne dépassant ce palier sera soumise à un régime de taxation classique, sur l'entièreté de son revenu. Cette taxe est prélevée par la plateforme elle-même ainsi les particuliers peuvent difficilement frauder. Cependant, ce cadre ne serait pas encore suffisant puisque les travailleurs ne bénéficient toujours pas de statut avantageux. Ceci est sûrement dû au fait qu'on parle d'une réelle disruption de l'économie où les anciens cadres sont obsolètes, où les travailleurs vivent une situation inédite et inconnue et où les modèles sont mal régulés (Scholz, 2017). De plus, l'économie collaborative est multifacette, reprenant des vocations différentes avec du temps consacré différent, ce qui la rend complexe à analyser et à réguler justement (Decrop, 2017).

Concernant l'étude réalisée, un participant reconnaît comme barrière ce montant maximum qui est imposé par la loi et déclare faire attention à ne pas dépasser le plafond imposé. En outre, un autre interviewé déclare vouloir acter en tant que chauffeur « Uber » si cela était possible et ne semble pas être dérangé par les difficultés rencontrées par les chauffeurs actuels.

Intervieweur : « *Et les polémiques sur le statut des travailleurs Uber, ça ne te bloque pas ?* »

Répondant : « *Ça ne me dérange pas car j'ai déjà un travail et ça n'aurait pas été quelque chose pour remplacer mon emploi. C'est plus pour m'occuper, faire quelque chose que j'aime et me faire un peu d'argent en même temps.* » (ID 03)

2. Piste de réflexion

Pour pallier les problèmes liés à cette face cachée, une piste serait de davantage ancrer l'économie collaborative dans un **esprit de coopérative** sans pour autant trop y appartenir. En effet, le but n'est pas de transformer toutes les plateformes en coopératives car ça bloquerait l'entrée à certaines personnes plus neutres quant à leur idéologie, les coopératives appartenant à un réel mouvement. En outre, les coopératives demandent davantage de temps à consacrer de la part des utilisateurs que les plateformes. Or, le gain de temps, rappelons-le, était une des motivations des fournisseurs quant au fait de se lancer dans l'économie de partage. Le but est alors de s'appuyer sur le concept des plateformes (la technologie et l'idée d'acter en tant qu'intermédiaire), tout en les transformant quelque peu : la solidarité doit être primordiale via une protection pour les travailleurs, une augmentation des salaires, une meilleure information pour les utilisateurs sur le concept et une image plus écologique et sociale. Ainsi on en reviendrait à une économie de partage plus authentique (Bauwens & Lievens, 2015).

Une coopérative peut se définir comme suit (Scholz, 2017) : « *Association autonome de personnes volontaires réunies pour satisfaire leurs besoins économiques, sociaux et culturels communs au moyen d'une entreprise dont la propriété est collective et où le pouvoir est exercé démocratiquement* ». En d'autres mots, c'est une production de pair-à-pair où le capital est détenu et apporté par les collaborateurs, appelés coopérateurs et où la gouvernance se base sur un mode démocratique où chaque coopérateur dispose d'une voix (Charlot, 2016). Il y a lieu d'amener un cadre décent aux travailleurs en leur offrant un salaire adéquat et une sécurité d'emploi mais aussi un droit à la déconnexion où chacun est invité à profiter de ses temps libres. Ainsi, la coopérative rendrait le travail plus productif, effectué par des acteurs réellement passionnés. Les travailleurs regagneraient alors du pouvoir et se sentiraient justement valorisés par rapport au travail effectué (Bauwens & Lievens, 2015). Le financement de ces coopératives se fait la plupart du temps par le biais de financement participatif (Scholz, 2017).

Pour mieux comprendre comment une coopérative fonctionne, prenons « BEES Food Coop » (Agence Alter, 2016), une coopérative belge où les producteurs vendent leurs marchandises directement aux consommateurs, sans intervention d'intermédiaires. De la sorte, les producteurs bénéficient d'une meilleure rémunération et les consommateurs ont un prix plus équitable. Autre coopérative, « Fairmondo », plateforme de vente en ligne allemande qui est détenue par les utilisateurs. Il s'agit d'un concurrent direct de « Amazon » (Scholz, 2017).

1. Bref résumé

L'économie de partage est un phénomène qui n'est pas près de disparaître de si tôt. Pour cause, cette économie devrait entrer dans les normes et devenir un système de consommation classique dans lequel chacun se sentirait libre de participer. En outre, les nouvelles technologies vont affluer, permettant à l'économie collaborative d'être plus actuelle, innovante et performante. Les plateformes, ferventes représentantes de l'économie de partage réussiront, à force, par atteindre la taille des entreprises traditionnelles et à représenter un marché colossal (Sundararajan, 2016), « Airbnb » et « Uber » faisant déjà partie intégrante des NATU²¹ (Di Quinzio, 2015). Cependant, pour pouvoir grandir, il convient de réguler les mauvaises conditions de travail auxquelles sont confrontés les fournisseurs (Sundararajan, 2016). Christophe Charlot, journaliste, s'est transformé en fournisseur de l'économie de partage à temps plein durant un mois en utilisant les plateformes suivantes : « Menu Next Door », « Deliveroo », « Airbnb », « ListMinut » et « Take Eat Easy » (Charlot, 2016). À noter que « Take Eat Easy » et « Menu Next Door » n'existent actuellement plus. Après avoir charbonné un mois durant sans compter ses heures avec des conditions de travail pas toujours éthiques, le journaliste a finalement débloqué un salaire de 2.500€ brut, ce qui reste faible.

Après avoir analysé la littérature disponible concernant ces fournisseurs, peu d'informations étaient disponibles. Pour pallier cela, 12 entretiens semi-structurés ont été réalisés afin d'analyser les motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. Sur base d'une analyse thématique, 6 catégories de motivations et 10 catégories de barrières ont été identifiées. Parmi les motivations, il y a : les motivations utilitaires ; les motivations hédoniques ; les motivations sociales et relationnelles ; les motivations symboliques et identitaires ; les motivations environnementales et idéologiques et finalement, les motivations altruistes. Du côté des barrières, on retrouve : les barrières d'engagement ; les barrières de complexité et de connaissance ; les barrières de confiance ; les barrières d'intimité ; les barrières de réputation ; les barrières de comportement ; les barrières de risque ; les barrières d'efficacité ; les barrières financières et finalement, les barrières utilitaires.

²¹ NATU (Netflix, Airbnb, Tesla, Uber) : entreprises qui n'ont pas inventé de concept nouveau (contrairement aux GAFA : Google, Apple, Facebook et Amazon) mais qui ont « disrupté » l'économie classique et l'ont transformée.

2. Implications théoriques de la recherche

L'étude réalisée dans le cadre de ce mémoire a permis de mettre en avant davantage de motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. En outre, les barrières et les motivations varient et il ne serait donc pas possible d'utiliser les mêmes types de catégories pour les deux. En effet, les raisons qui motivent et celles qui freinent les fournisseurs ne sont pas les mêmes. Il y a cependant quelques similitudes comme c'est le cas pour les motivations et les barrières utilitaires, toutes deux directement liées à la plateforme (performance, fonctionnalité, interactivité, gratuité...). Ainsi il est possible d'approfondir les études sur l'innovation existantes en fournissant des barrières plus implicites (Kleijnen et al., 2009). Grâce aux 46 motivations et 39 barrières brutes identifiées par l'étude, la réflexion sur les fournisseurs a pu être développée davantage afin de contrebalancer ce qui était déjà disponible dans la littérature sur la perspective consommateur.

L'étude s'est focalisée sur deux perspectives : les motivations d'une part et les barrières d'autre part. Tout d'abord, concernant les motivations des fournisseurs, de nouveaux éléments ont pu être ajoutés aux études qui existaient déjà sur le sujet (Bellotti et al., 2015; Benoit et al., 2017; Böcker & Meelen, 2016; Frenken & Schor, 2017; Hawlitschek et al., 2016; Ikkala & Lampinen, 2015). L'étude a surtout permis de créer une nouvelle catégorie, peu envisagée jusqu'alors, celle des motivations altruistes. Cette catégorie démontre bien que les fournisseurs agissent de plus en plus dans un réel modèle alternatif leur permettant de ne pas uniquement promouvoir leurs intérêts individuels mais d'aussi s'axer sur la collectivité. Cette réflexion est en accord avec le principe de coopérative, qui permettrait de rendre l'économie de partage plus éthique. Concernant les cinq autres catégories de motivations, l'étude a réussi à identifier de nouvelles motivations brutes, à les nuancer davantage et à explorer de nouveaux terrains et contextes. C'est le cas d'une motivation appartenant à la catégorie sociale et relationnelle où un contact entre personnes qui ne se connaissaient pas auparavant se crée. Plusieurs études (Bellotti et al., 2015; Benoit et al., 2017; Ikkala & Lampinen, 2015) identifiaient ce contact comme une des motivations mais n'allaient pas plus loin dans la différence entre les relations à court terme et les relations à plus long terme. Ensuite, concernant les barrières, la littérature était très limitée. Les recherches ont alors principalement amené des éléments nouveaux avec 10 nouvelles catégories de barrières. En effet, Hawlitschek et al. (2016) avait mis en avant quelques critères mais sans les catégoriser ni les détailler.

3. Implications managériales de la recherche

Si les théories sur le consommateur étaient bien développées, celles sur le fournisseur l'étaient beaucoup moins. Ainsi, les plateformes ont longtemps travaillé sur l'aspect consommateur plutôt que fournisseur. Or, pour pallier les externalités de réseau, s'il semble bon d'attirer les consommateurs, il est également primordial d'attirer davantage de fournisseurs, sans quoi il serait encore plus compliqué d'attirer d'autres consommateurs. Ainsi, par le biais des 10 catégories de barrières et des 6 catégories de motivations, les plateformes peuvent créer de nouvelles stratégies.

Premièrement, concernant les motivations, les dirigeants savent que la plateforme doit être bien développée, facile d'utilisation, gratuite ou peu chère pour les fournisseurs et qu'elle doit offrir des services de qualité (*motivations utilitaires*). Certaines plateformes agissent déjà dans ce sens, à l'instar de « Vinted » qui fait incombler les frais de service aux consommateurs et qui développe une plateforme fonctionnelle avec des services de qualité (Decrop, 2017). En plus, les plateformes doivent faire en sorte que leur fonctionnement et le concept d'économie de partage soient bien compris de tous (*barrières de complexité et connaissance*) afin que chacun puisse s'amuser avec le concept et se sentir utile (*motivations hédoniques*). Le contact doit aussi être facilité afin que les individus puissent se créer une réelle communauté (*motivations sociales*) et se sentir comme étant un membre à part entière de cette communauté (*motivations symboliques et identitaires*). Une autre piste est d'expliquer et de montrer en quoi cette économie s'inscrit dans la préservation et la protection de l'environnement (*motivations environnementales*).

Ensuite, concernant les barrières, il semblerait que de nouvelles informations ressortent de cette étude. Ainsi, les fournisseurs sont bloqués par l'engagement (temps et efforts principalement) nécessaire pour que le concept fonctionne, la complexité et la méconnaissance sur le sujet de l'économie de partage en général ou sur la plateforme, la méfiance vis-à-vis des inconnus, l'intimité qui doit en partie être dévoilée, l'impact sur la réputation qui est largement accentué par le système de notations entre pairs, l'attitude comportementale, le risque qui incombe d'effectuer une telle activité, la non-efficacité de l'économie avec des individus qui en retirent moins que ce qu'ils avaient prévu initialement (ce qu'ils en retirent peut être financier mais aussi social, environnemental, hédonique etc.). La non-fonctionnalité de la plateforme et son manque de services offerts jouent aussi un rôle dans ce blocage.

Informés de ses barrières, les dirigeants peuvent désormais implémenter diverses stratégies. Pour réduire la *barrière utilitaire*, les plateformes pourraient rendre leur interface plus attrayante et fonctionnelle. Une meilleure information sur le sujet de l'économie de partage et sur la plateforme permettrait de réduire la *barrière de complexité de connaissance*. La *barrière de risque* pourrait être diminuée par l'ajout de services offerts par la plateforme. C'est ce que fait notamment « Airbnb » en offrant aux fournisseurs la possibilité de demander une caution qui est retenue par la plateforme afin de subvenir aux éventuels dégâts causés (Tout Compte Fait, 2016a). Ce type de services permet aux fournisseurs de se lancer plus facilement en ne s'inquiétant plus de l'éventuel risque qu'ils encourent. En outre, pour contourner l'ensemble des barrières, la plateforme doit offrir un service d'écoute et de disponibilité de qualité. Ainsi à chaque étape, le fournisseur peut se rassurer sur ses éventuelles inquiétudes. Faire de la publicité soit à la télévision, soit sur les réseaux sociaux semble aussi être cohérent car plusieurs participants ont avancé avoir tenté l'expérience à la suite d'une publicité mais aussi grâce à la popularité de la plateforme. Autre aspect non négligeable, la plateforme doit apprendre à mieux gérer sa communauté puisqu'elle fait partie intégrante de l'économie de partage (Sundararajan, 2016). En effet, la force de la communauté pousse les acteurs à communiquer et à donner leurs avis, le tout se basant alors sur le bouche-à-oreille. Plusieurs participants de l'enquête ont d'ailleurs soulevé le fait que la plateforme leur avait été conseillée par un proche ou quelqu'un qu'ils respectent et admirent. Ainsi, si la gestion de la communauté est maîtrisée, c'est déjà un grand point positif pour la plateforme.

Finalement, les plateformes et les cadres doivent apprendre à développer leur propre stratégie permettant d'intégrer ces motivations mais surtout ces barrières car un individu accorde davantage d'importance aux obstacles qu'il rencontre qu'aux gains qu'il perçoit (Tversky & Kahneman, 1991, cités par Levy, 1996).

4. Limitations et suggestions pour les recherches futures

Pour réaliser une étude précise et de qualité, plusieurs choix et décisions ont dû être pris tant le sujet était vaste. C'est pourquoi plusieurs limitations ont été imposées à l'étude. Ces différentes limitations sont reprises ci-dessous et peuvent représenter des opportunités et pistes pour de futures recherches.

4.1. Échantillon

Tout d'abord, seuls 12 individus ont été interviewés. Ces 12 interrogés ont, certes, fourni des informations de qualité mais peut-être qu'un échantillon bien plus conséquent permettrait d'en apprendre davantage. En outre, les interviewés étaient tous des acteurs déjà actifs en tant que fournisseurs dans l'économie de partage. L'étude n'a alors pas pris en compte l'avis de personnes qui ont soit cessé leurs activités de fournisseur, soit qui n'ont encore jamais acté en tant que fournisseur mais y pensent. Il est certain que ces profils d'individus auraient permis d'identifier bien d'autres facteurs que les interviewés toujours actifs à l'heure actuelle n'ont pas identifiés. Finalement, les interviewés étaient principalement des étudiants et il conviendrait peut-être d'inclure plus de familles avec enfants aux revenus plus élevés afin de coller au mieux au profil type d'un utilisateur de l'économie de partage.

4.2. Méthodologie

Une autre suggestion consiste dans le choix de la méthodologie. En effet, il pourrait être bon d'envisager des groupes de discussions de quelques personnes afin de voir si les perceptions changent quand les individus sont en groupe et si dans le cadre de l'économie de partage, ils sont aussi influencés par autrui. En outre, une autre piste serait d'envisager des études plus quantitatives afin de quantifier le phénomène et de voir quelles barrières et motivations sont effectivement dominantes afin que les managers et plateformes puissent prioriser certaines stratégies plutôt que d'autres. De la sorte, ils pourraient encore plus s'adapter aux fournisseurs et les satisfaire davantage.

4.3. Domaine d'activité

Une autre limite de l'étude réside dans les plateformes utilisées par les répondants. En effet, ce sont souvent les mêmes plateformes qui ont été identifiées. Ainsi, beaucoup de secteurs de l'économie de partage n'ont pas été pris en compte (financement participatif, location de véhicules entre particuliers, livraison de repas, prêt entre particuliers, etc.). Peut-être serait-il bon d'inclure ces secteurs afin de voir si de nouvelles motivations et barrières peuvent être identifiées. L'économie de partage est tellement vaste que chaque secteur a ses spécificités, ses propres avantages et inconvénients.

BIBLIOGRAPHIE

- 2ème main. (2019). *À propos de nous*. Consulté sur https://aide.2ememain.be/HelpContentList?tab=X2ememain_be&cate=propos_de_nous_be
- Agence Alter. (2016). *L'économie collaborative, une opportunité pour les plus pauvres ? Étude exploratoire*. Bruxelles, Belgique : Fondation Roi Baudouin.
- Airbnb. (2019). *À quoi correspondent les frais de service Airbnb ?* Consulté sur <https://www.airbnb.fr/help/article/1857/what-is-the-airbnb-service-fee>
- Airbnb Press Room (2019). *À propos de Airbnb*. Consulté sur <https://press.airbnb.com/fr/about-us/>
- Alexandre-Bailly, F., Bourgeois, D., Gruère, J.-P., Raulet-Croset, N., & Roland-Lévy, C. (2013). *Comportements humains & management* (4ème éd.). Montreuil, France: Pearson.
- Amazon. (2019). *À propos d'Amazon*. Consulté sur <https://www.aboutamazon.fr/>
- Aznar, P. (2018, juillet 5). *The future of the sharing economy* [vidéo]. TEDx Talks. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=-JKBkNqSq8U&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=2&t=0s%24
- Ballantyne, D., & Varey, R. J. (2006). Creating value-in-use through marketing interaction: the exchange logic of relating, communicating and knowing. *Marketing Theory*, 6(3), 335-348. doi: <https://doi.org/10.1177/1470593106066795>
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881-898. doi: <https://doi.org/10.1086/666376>
- Bauwens, M., & Lievens, J. (2015). *Sauver le monde: Vers une économie post-capitaliste avec le peer-to-peer*. Paris, France: Les liens qui libèrent.
- Belleflamme, P. (2017). Les plateformes de l'économie collaborative: Fonctionnement et enjeux. Dans A. Decrop (Éd.), *La consommation collaborative : Enjeux et défis de la nouvelle société du partage* (pp. 221-242). Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur.

- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demková, K., & Carroll, J. M. (2015). A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economy systems. *Proceedings of the 33rd annual CHI conference on human factors in computing systems: Crossings*, 1085-1094. doi: <https://doi.org/10.1145/2702123.2702272>
- Benoit, S., Baker, T. L., Bolton, R. N., Gruber, T., & Kandampully, J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79, 219-227. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.004>
- BlaBlaCar. (2019). *À propos de BlaBlaCar*. Consulté sur <https://blog.blablacar.fr/about-us>
- Böcker, L., & Meelen, T. (2016). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- Boero, A. (2018, novembre 19). *Airbnb a généré 1 milliard de dollars de chiffre d'affaires au troisième trimestre 2018*. Consulté sur <https://www.clubic.com/airbnb/actualite-847486-airbnb-genere-1-dollars-chiffre-affaires-troisieme-trimestre-2018.html>
- Book home Korea. (2014). *Sharing Economy*. Consulté sur <https://www.slideshare.net/josanku/o2o-and-sharing-economy>
- Botsman, R. (2010, décembre 17). *À propos de la consommation collaborative* [vidéo]. TED. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=AQa3kUJPEko&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=17
- Botsman, R. (2012, septembre 24). *The currency of the new economy is trust* [vidéo]. TED. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=kTqgiF4HmgQ&t=0s&index=16&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp
- Botsman, R. (2016, novembre 7). *We've stopped trusting institutions and started trusting strangers* [vidéo]. TED. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=GqGksNRYu8s&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=16
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101. doi: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

- CarAmigo. (2019). *Louez la voiture d'un particulier près de chez vous*. Consulté sur <https://www.caramigo.eu/be/fr>
- Castor, E. (2014, novembre 26). *Creating opportunity through the sharing economy* [vidéo]. TEDx Talks. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=I_hzH5imb_E&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=9
- Charlot, C. (2016). *Uberize me : L'économie collaborative entre promesses et mensonges*. Bruxelles, Belgique : Racine.
- Charpy, M. (2009, février 15). *Stratégies d'innovation: La diffusion d'une innovation*. Consulté sur <https://strategies4innovation.wordpress.com/2009/02/15/la-diffusion-dune-innovation/#respond>
- Couchsurfing. (2017). *About us: Share your life*. Consulté sur <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/>
- CRÉDOC. (2015). *Usages partagés (location, réemploi, troc et don), comme alternatives à la possession exclusive : cartographie par type de biens, de freins et sociotypes* (Contrat N° 1510C0024). Angers, France : ADEME. Consulté sur <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/usages-partages-alternatives-a-la-possession-exclusive.pdf>
- Crossman, A. (2018, septembre 28). *Understanding purposive sampling: An overview of the method and its applications*. Consulté sur <https://www.thoughtco.com/purposive-sampling-3026727>
- de Jong, A. (2015, mars 2). *Service design for the sharing economy* [vidéo]. TEDx Talks. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=IR7Lm9n3Nb4&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=5
- Decrop, A. (Éd.). (2017). *La consommation collaborative : Enjeux et défis de la nouvelle société du partage*. Louvain-la-Neuve, Belgique : De Boeck Supérieur.
- Di Quinzio, C. (2015, août 5). *Les NATU sont les nouveaux GAFAs*. Consulté sur <http://www.strategies.fr/blogs-opinions/sites-favoris/1021275W/les-natu-sont-les-nouveaux-gafa.html>

- Dufour, C., & Larivière, V. (2012, janvier 27). *Principales techniques d'échantillonnage probabilistes et non-probabilistes*. Consulté sur http://reseauconceptuel.umontreal.ca/rid=1J3BCT9WW-NJP6NT-8VW/sci6060_fiche_echant.pdf
- Duthoit, A. (2015). *Petit manuel d'économie collaborative à l'usage des entreprises*. France : Eyrolles.
- Dutrieux, F. (2016, juillet 12). *Étude qualitative : Tout savoir sur l'entretien individuel*. Consulté sur <https://business.critizr.com/blog/etude-qualitative-tout-savoir-sur-entretien-individuel>
- eBay. (2019). *À propos de eBay*. Consulté sur <https://www.ebayinc.com/our-company/>
- Fenneteau, H. (2015). *L'enquête: Entretien et questionnaire* (3ème éd.). Paris, France: Dunod.
- Ferry, L. (2016). *Penser le 21^{ème} siècle, la troisième révolution industrielle : Économie collaborative, transhumanisme et uberisation du monde* [CD]. Paris, France: Frémeaux & Associés.
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3-10. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>
- Gillstrand Edbring, E., Lehner, M., & Mont, O. (2015). Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: motivations and barriers. *Journal of cleaner production*, 123, 5-15. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.107>
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047-2059. doi: <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hawlicsek, F., Teubner, T., & Gimpel, H. (2016). Understanding the sharing economy: Drivers and impediments for participation in peer-to-peer rental. *2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, 4782-4791. doi: <https://doi.org/10.1109/HICSS.2016.593>
- Hazée, S., Delcourt, C., & Van Vaerenbergh, Y. (2017). Burdens of access: Understanding customer barriers and barrier-attenuating practices in access-based services. *Journal of Service Research*, 20(4), 441-456. doi: <https://doi.org/10.1177/1094670517712877>
- Huberman, A. M., & Miles, M. B. (1991). *Analyse des données qualitatives: Recueil de nouvelles méthodes*. Bruxelles, Belgique: De Boeck Université.

- Ikkala, T., & Lampinen, A. (2015). Monetizing network hospitality: Hospitality and sociability in the context of Airbnb. *CSCW 2015 Proceedings of the 18th ACM conference on computer supported cooperative work & social computing*, 1033-1044. doi: <https://doi.org/10.1145/2675133.2675274>
- Internet World Stats. (2018). *World Internet Users Statistics and 2018 World Population Stats*. Consulté sur : <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Kleijnen, M., Lee, N., & Wetzels, M. (2009). An exploration of consumer resistance to innovation and its antecedents. *Journal of Economic Psychology*, 30(3), 344-357. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.joep.2009.02.004>
- Levy, J. (1996). Loss aversion, framing, and bargaining: The implications of prospect theory for international conflict. *International Political Science Review*, 17(2), 179-195. Consulté sur <http://www.jstor.org/stable/1601302>
- Lietaert, M. (2015). *Homo cooperans 2.0 : Changeons de cap vers l'économie collaborative !* Bruxelles, Belgique : Couleur livres.
- Loos, R. (2018). *La « loi De Croo »: Un premier pas vers l'encadrement de l'économie collaborative*. Bruxelles, Belgique : Centre Jean Gol. Consulté sur <http://www.cjg.be/wp-content/uploads/2018/06/2018-mars-RL-La-loi-Decroo-économie-collaborative.pdf>
- Malchair, C. (2012). *XL en action: Que veulent nos aînés? Cahier 3: Enquête qualitative : méthodologie*. Bruxelles, Belgique : CDCS-CMDC asbl. Consulté sur <http://www.ocmwelsene.irisnet.be/information/images-et-docs/c3-methodo.pdf>
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing research: an applied approach* (5^{ème} éd.). Harlow, Royaume-Uni: Pearson.
- Matofska, B. (2017, janvier 11). *The secret of the sharing economy* [vidéo]. TEDx Talks. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=-uv3JwpHjrw&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=6
- Miller, S. (2016, avril 29). *Four ways the sharing economy is changing us* [vidéo]. TEDx Talks. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=_MRQSE1IxCg&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=8

- Mushtaq, M. (2014, décembre 8). *Collaborative consumption* [vidéo]. TEDx Talks. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=6_dp7_ELWW4&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=14&t=0s
- Nomadéis, & TNS Sofres. (2015). *Prospective: Enjeux et perspectives de la consommation collaborative*. France : PIPAME. Consulté sur https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/prospective/Numerique/2015-07-Consommation-collaborative-Rapport-final.pdf
- Pautsch, J. (2016, juin 16). *The business of sharing* [vidéo]. TEDx Talks. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=ihlDSyMV1aI&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=4
- Pham, S. (2016, février 21). *La courbe de diffusion de l'innovation selon Roger : Fiche outil*. Consulté sur <https://www.lescahiersdelinnovation.com/2016/02/la-courbe-de-diffusion-de-l-innovation-selon-roger/>
- Pillou, J.-F. (2015, mai 26). *Système d'information*. Consulté sur <https://www.commentcamarche.net/contents/1083-systeme-d-information>
- PricewaterhouseCoopers. (2016, septembre 15). *Économie collaborative : prévision de 83 milliards d'euros de chiffre d'affaires en Europe d'ici 2025*. Consulté sur <https://www.pwc.fr/fr/espace-presse/communiqués-de-presse/2016/septembre/economie-collaborative-prevision-de-83-milliards-d-euros-ca.html>
- PricewaterhouseCoopers. (2018). *Share economy 2017: The new business model*. Consulté sur <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/share-economy-report-2017.pdf>
- Queensland University of Technology. (2015, mars 22). *Diffusion of innovations* [vidéo]. Consulté sur <https://www.youtube.com/watch?v=Cu6J6taqOSg>
- Reisch, L. A., & Thøgersen, J. (Éd.). (2015). *Handbook of research on sustainable consumption*. Cheltenham, Royaume-Uni: Edward Elgar Publishing.
- ROCARE, MTT, & ADEA. (2006). *Extraits de guides pour la recherche qualitative*. Bamako, Mali : Auteurs. Consulté sur http://www.rocare.org/PetitesSubventions_GuideRechercheQuali.pdf

- Rogers, E. (2002). Diffusion of preventive innovations. *Addictive Behaviors*, 27(6), 989-993. doi: [https://doi.org/10.1016/S0306-4603\(02\)00300-3](https://doi.org/10.1016/S0306-4603(02)00300-3)
- Savoie-Zajc, L. (2007). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide? *Recherches qualitatives - Hors série*, 5, 99-111. Consulté sur http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors_serie/hors_serie_v5/savoie_zajc.pdf
- Scholz, T. (2017). *Le coopérativisme de plateforme : 10 principes contre l'ubérisation et le business de l'économie de partage* (P. Vion-Dury, Trans.). France: FYP Éditions. (Travail original publié 2017)
- Schwerer, C.-A. (2017). *Partage, le nouveau stade du capitalisme*. Lormont, France : Le bord de l'eau.
- SI & Management. (2017, mai 29). *Théorie de la diffusion des innovations : les phases de l'adoption – E. Rogers*. Consulté sur <http://www.sietmanagement.fr/theorie-de-la-diffusion-des-innovations-les-phases-de-ladoption-e-rogers/>
- Sundararajan, A. (2013, octobre 8). *The sharing economy by Professor Arun Sundararajan* [vidéo]. NYU Stern. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=nOVjP59NS0o&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=18
- Sundararajan, A. (2014, mai 29). *Our collaborative future? Ownership, equity and growth in the sharing economy* [vidéo]. Ouishare TV. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=M5C44Pwq0D8&index=21&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp
- Sundararajan, A. (2016, septembre 19). *The sharing economy and the future of digital governance* [vidéo]. Talks at Google. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=yceuC1O-Q_8&index=19&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp
- Tout Compte Fait. (2016a). *Airbnb, l'autre visage d'un géant du partage* [vidéo]. Consulté sur <https://www.youtube.com/watch?v=Iywwa3wfoU>
- Tout Compte Fait. (2016b). *La France du Bon Coin* [vidéo]. Consulté sur <https://www.youtube.com/watch?v=rNtSDdr4ZfE>

- Tout Compte Fait. (2016c). *Le transport selon Uber* [vidéo]. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=H9iRUNLC_qs
- Tussyadiah, L. P., & Pesonen, J. (2016). Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay: An exploratory study with American and Finnish travellers. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 703-720. doi: <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1141180>
- United Wardrobe. (2019). *Achète et vends des vêtements d'occasion en toute sécurité*. Consulté sur <https://unitedwardrobe.com/fr/home>
- Van Laethem, N., & Moran, S. (2014). Outil 9 : Entretien d'étude qualitative. Dans, *La boîte à outils du chef de produit* (2ème éd.). Paris, France: Dunod.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328-376. doi: <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Vinted. (2019). *À propos de Vinted*. Consulté sur <https://www.vinted.be/about>
- Virgin. (2014, août 4). *What is the sharing economy?* [vidéo]. Consulté sur https://www.youtube.com/watch?v=5y2P4z7DM88&list=PL_VjwhCq6EH8Dr4V_-fHPRMXtwuTFJaAp&index=2

ANNEXES

Annexe 1: Transcriptions des entretiens

Transcription 1

Identité	ID 01
Genre	Féminin
Âge	57 ans
État civil	Mariée avec 2 enfants
Profession	Au chômage
Plus haut diplôme obtenu	Bachelier
Zone d'habitation	Zone urbaine
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	Marketplace, 2ème main et Airbnb
Années d'expérience	3
Date de l'entretien	12 avril 2019
Durée de l'entretien	35 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci de me recevoir chez toi. Comme tu le sais, je suis en dernière année de master à HEC et je dois donc effectuer mon mémoire. Le sujet que j'ai choisi de défendre est celui de l'économie de partage, d'un point de vue fournisseur uniquement. C'est-à-dire que je vais analyser les barrières et les motivations d'un fournisseur quant à son utilisation de l'économie de partage.

B: C'est chouette ça.

A: Sais-tu ce que c'est l'économie de partage?

B: C'est à partir du moment où l'on partage des choses qui nous appartiennent ou que l'on produit et qu'on les redistribue.

A: C'est bien ça, c'est donc le fait qu'un individu mette à disposition une ressource qu'il n'utilise pas entièrement à la disposition d'un autre individu qui a besoin de cette ressource. Cela peut être des ressources matérielles comme des habits, une voiture, etc., mais aussi immatérielles comme le temps dans le cas d'une offre de baby-sitting, la connaissance dans le cas de partage de savoir, etc. Souvent, l'économie de partage se fait sur une plateforme qui fait en sorte que l'offre et la demande se rencontrent, mais aussi de fournir divers services tels que le paiement sécurisé, les assurances, etc. Est-ce clair pour toi ?

B: Oui tout à fait.

A: D'accord, nous allons bientôt pouvoir commencer. L'entretien durera une trentaine de minutes et sera enregistré pour des raisons d'analyse des résultats. Mais je te rassure, il restera confidentiel et anonyme. L'entretien sera un entretien dit "semi-directif", je vais donc te donner différents thèmes ou questions sur lesquels je te demande de t'exprimer librement et le plus possible. Donc, au plus il y a d'informations, au mieux c'est. As-tu des questions?

B: Non, pas pour le moment.

A: Peux-tu me dire sur quelle(s) plateforme(s) tu pratiques l'économie de partage?

B: Airbnb.

A: Airbnb uniquement ou il y a-t-il d'autres plateformes?

B: Je m'étais aussi inscrite sur une plateforme d'accueil pour étudiants Erasmus, je ne sais plus le nom. Mais ça n'a jamais abouti car la plateforme n'était pas bien faite selon moi.

A: D'accord, peux-tu m'en dire un peu sur tes expériences en tant que fournisseur?

B: J'ai toujours été très contente, ça a toujours bien fonctionné. J'ai d'abord fait ça chez moi et puis ici parallèlement avec mon mari quand je l'ai connu car il devait gérer sa maison et son budget. Tous les deux, on était très contents. On n'a jamais eu d'ennuis, les gens qui viennent ont presque toujours un profil détaillé. Tu sais facilement gérer les demandes et voir quel type de personnes fait la demande, ça, c'est rassurant, bien que j'aie déjà pris des gens que je ne connaissais pas. Et quand ça a été à plus long terme, on les a vus avant par le biais d'une visite.

Parfois, certains demandent de louer la chambre plus que quelques jours ou une semaine et donc c'est important de les voir avant afin de voir à qui on a affaire.

A: Peux-tu m'en dire davantage sur ces longs séjours?

B: Moi je préfère les petits séjours, mais beaucoup ont abouti à des moyens, voire longs séjours. Le problème des longs séjours c'est que Airbnb prend des commissions et à long terme ça représente quand même un grand montant. Il y a aussi un montant maximum de gain imposé par la loi, qui est de 5.100€ par an et il faut donc faire attention de ne pas le dépasser. Du coup, pour les longs séjours, je suis obligée de baisser le prix puisque de base on demande 35€ par nuit et que sur un mois ça représente presque 1000€ et évidemment ce n'est pas possible pour une personne de payer autant. C'est plutôt pour ça que je favorise les courts séjours, ça permet de rentabiliser le bien plus vite, mais bon finalement j'accepte les longs séjours aussi.

A: D'accord, je comprends. Peux-tu me dire les avantages et inconvénients de ton utilisation de Airbnb?

B: Les avantages, il y en a plein: tu rencontres la demande, Airbnb est un site connu et bien référencé, qui est sérieux puisqu'on peut voir les profils et les commentaires, mais aussi, car des assurances sont prises en charge. Ils prennent l'argent qui est automatiquement déduit de la carte Visa et s'occupent du transfert. Pour la personne qui accueille, c'est très important de ne pas être roulée. Il y a aussi une assurance en cas de dégâts. Je sais qu'ils ont une "main mise" sur la carte Visa en cas de problème. Sinon, en cas de litige, ils interviennent. On a eu un litige avec un jeune, un des premiers que l'on a accueilli. On avait deux chambres que l'on voulait mettre en location sur Airbnb et lui en louait déjà une. Il a alors très mal pris le fait qu'il y ait quelqu'un d'autre qui vienne et qu'il doive partager la douche. Une autre fois, ma fille est rentrée dans la maison et il avait fermé plusieurs portes afin qu'elle ne puisse pas accéder à certains endroits de la maison, elle n'a donc pas su rentrer. Au départ, j'ai cru que c'était une erreur de sa part, mais ensuite, j'ai compris que c'était volontaire. Quand j'ai voulu ajouter un deuxième colocataire, il a de suite annulé son séjour chez nous, qui était de 4 mois et n'a donc pas voulu payer le dernier mois. Je lui en ai parlé en lui disant que ce n'était pas du tout sympa mais n'a rien voulu entendre. Airbnb a agi des mois après en nous reversant l'argent et ça c'était vraiment chouette. Airbnb n'avait donc pas accepté son argument sur le mois en cours. C'est donc une garantie sérieuse, tu n'as pas besoin de te mêler de ça avec la personne. Ce n'était pas des dégâts, mais bon il voulait son confort total. Il est donc parti et on a tout de suite retrouvé quelqu'un. Ce qu'il y a d'autre de bien, c'est l'amitié et le partage qui se créent. On rencontre des gens différents et la plupart sont restés suffisamment longtemps pour développer de la sympathie, une amitié, des rituels, nous sommes d'ailleurs amis sur Facebook et nous communiquons de temps en temps.

A: Aimes-tu donc cet aspect de création de relations humaines?

B: Oui tout à fait. Pour l'inconvénient, je pensais au fait que les locataires assistent à tout. Si tu es énervé sur ton compagnon, ils peuvent le voir et l'entendre. Surtout dans cette maison-ci, où l'isolation n'est pas top. Sinon il y a des personnes qui sont plus à l'aise que d'autres, qui sont plus sans gêne, qui n'ont pas toujours perçu les limites. Par exemple, j'avais une locataire qui s'occupait de notre lessive, mais bon elle avait des tas d'autres qualités et je n'ai donc pas voulu faire des histoires pour ça. Je pense aussi au fait qu'il faille faire attention au bruit. Sinon, une fois j'ai eu un couple de Brésiliens qui m'a fait de mauvaises critiques car ils ont trouvé une araignée dans la maison. Ils se sont d'abord plaints auprès de moi mais après, ils m'ont mis une mauvaise côte sur la plateforme pour la propreté de la maison. Je leur ai expliqué que c'est parce que la chambre donne sur le jardin et que je venais de faire refaire le jardin. C'était impossible que les araignées ne rentrent pas. Ça c'était embêtant surtout sachant qu'eux s'étaient permis de me laisser 3 sacs de carton en tout genre. Je me suis dit qu'ils étaient aussi un peu sans gêne. Mais, c'est une anecdote, car la plupart du temps ça se passe bien, les gens prennent le logement comme il est. Vers la fin, c'est surtout mon fils qui vivait avec eux et donc c'était plus comme de la colocation. Je mettais alors des annonces sur 2ème main. J'ai accueilli un petit étudiant flamand et aussi un ami de mon fils par le biais de cette plateforme.

A: Ah donc tu as aussi utilisé 2ème main pour louer ton bien? C'est une habitude de travailler avec cette plateforme?

B: Non, j'ai utilisé 2ème main au début car je ne comprenais pas bien comment fonctionnait Airbnb. Ça a fonctionné directement car les locations se sont enchainées et je n'ai pas du tout eu de vide.

A: Proposes-tu aussi d'autres objets sur la plateforme?

B: Je propose des habits et objets, mais sur Marketplace, sur Facebook. Je m'en sers régulièrement. Je trouve ça bien car je vends des choses un peu improbables rapidement. J'ai vendu de vieux draps blancs brodés que j'avais moi-même récupérés d'un membre de ma famille, je les ai vendus directement. Je ne me doutais pas que j'allais directement les vendre. Mon mari a démonté l'escalier près de notre chambre et il est parti le jour même. On a aussi vendu une vieille montre et des armoires. Je vends à tous petits prix car le but est de m'en débarrasser et ne pas accumuler des objets que je n'utiliserai plus jamais. La compensation était plus symbolique qu'autre chose. Par exemple, l'escalier avait été vendu à 30€ alors que dans le commerce cela coûte 150€ minimum, il était en excellent état.

A: Peux-tu m'en dire plus sur les avantages et inconvénients de Marketplace ou 2ème main?

B: Sur 2ème main, je n'ai jamais eu personne qui gérait la plateforme avec des garanties ou quelque chose comme ça. La page Marketplace est quand même gérée par quelqu'un, mais je

n'en ai jamais eu besoin. Il y a beaucoup de flux mais ils te proposent de republier plusieurs fois, de partager tes articles sur des pages ou groupes spécifiques de Facebook, c'est fort interactif. Pour les inconvénients, je n'en vois pas là tout de suite.

A: Quelles sont, pour toi, les barrières et motivations quant au fait d'utiliser l'économie de partage?

B: La principale motivation est l'argent pour avoir un revenu complémentaire. La seconde c'est que c'est amusant et sympathique. Au début, je ne voulais pas du tout le faire, je m'y suis mise quand j'étais acculée de le faire. Maintenant, on est habitué à vivre avec quelqu'un tout le temps, dans les mêmes pièces au quotidien et on trouve ça vraiment chouette. Ça permet de la compagnie et de l'échange. Même avec ma colocataire actuelle, qui est jeune, je partage quand même des choses. J'ai aussi un ancien couple de locataires avec qui j'ai gardé d'excellents contacts, ils me voient un peu comme leur maman de substitution car leurs parents habitent en France. C'est assez gratifiant.

A: Les relations vont au-delà de la relation en elle-même?

B: Oui tout à fait.

A: Et au niveau des barrières?

B: On a déjà eu des demandes qu'on a refusées avec des gens trop expansifs et qui voulaient utiliser la maison pour faire des fêtes dans la piscine. Mais aussi parfois on refuse quand les gens n'ont vraiment pas de profil. L'inconnu est une réelle barrière, même si ce sont peut-être des gens honnêtes, il faut bien une première fois à tout c'est sûr, mais on refuse les gens qui ne se présentent pas assez ou qui ne mettent pas leur photo. C'est important qu'il y ait une relation de confiance qui se crée sinon ça n'irait pas. Par exemple, il y a un jeune homme qui habite ici dans le quartier et qui vit sous tente. Je me suis déjà dit à plusieurs reprises de l'inviter prendre une douche, mais je n'ose pas car je ne le connais pas du tout, même s'il a l'air gentil. Je ne me sens pas en sécurité alors qu'une douche, ça ne me coûte rien mais c'est vraiment un problème de confiance. J'ai peur qu'il fouille dans nos affaires ou que l'on n'arrive pas à s'en débarrasser par la suite. Avec Airbnb, il y a un cadre bien défini et puis tu peux accéder aux commentaires des précédents hôtes donc ce n'est pas mal.

A: Au début, tu m'as dit que tu ne voulais pas spécialement faire Airbnb, peux-tu développer cela?

B: Je ne pouvais pas m'imaginer de vivre avec quelqu'un dans mes affaires, de partager mon intimité. On me l'avait déjà conseillé auparavant car on voyait que ce n'était pas évident financièrement, mais je ne voulais pas. Tant que je me débrouillais, je ne voulais pas. Mais avec du recul, je me dis que si je l'avais fait à ce moment-là, j'aurais certainement une vie bien plus facile car ça représente plusieurs centaines d'euros par mois en plus. Notre locataire part

justement fin juin, on a donc relancé l'offre sur Airbnb et j'espère que ça va aller, car quand tu quittes l'activité, ce qui est dommage c'est que tu perds tes points et tu rétrogrades en quelque sorte. Ce qui est gai, c'est d'être « hôte régulier » et « super-host » car tu es beaucoup plus vu et ça fait de la publicité. C'est sûr que quand tu as une maison qui est bien avec des atouts, ça attire beaucoup plus de monde. Dans mon ancienne maison, c'était bien même si c'était simple et en plus c'était proche de la ville. Ici, c'est très bien car la maison a une belle architecture, un parc et la piscine. La locataire actuelle a bien pu en profiter. Mais comme je leur ai dit, même quand ils partent ils reviennent quand ils veulent. Je leur permets de revenir car je sais que ce ne sont pas des gens qui exagèrent. Je les ai toujours intégrés à des événements que j'organise, à des barbecues et des choses dans ce genre-là. On fait même mieux car on va régulièrement au restaurant ou boire des verres avec nos anciens locataires. On va même chez eux de temps en temps. Évidemment, c'est peut-être un peu plus exceptionnel avec ce couple car la maman propose aussi des biens sur Airbnb. Elle en a plusieurs en Bretagne et elle crée les mêmes sortes de liens. Parfois, on a aussi des contacts avec la famille, par exemple, les parents sont venus ici chez nous. Si on va en Bretagne, on sait qu'on sera accueillis chez eux.

A: Vois-tu d'autres barrières ?

B: C'est certain que s'il y avait quelqu'un de bruyant ou de ne pas propre, à ce moment-là je pense qu'avec le règlement de Airbnb, il est possible de régler l'affaire assez rapidement. Je sais qu'en plus quand on a un souci, on peut les joindre par téléphone et avoir un vrai contact avec la plateforme. J'ai déjà téléphoné une fois quand j'ai eu le souci avec l'étudiant qui ne voulait pas payer le dernier mois de loyer qu'il devait. Sinon, je voulais aussi dire que sur Airbnb on a toujours attiré que des gens d'un certain niveau d'étude, on a eu plusieurs ingénieurs et des ouvriers spécialisés dans les centrales nucléaires. Donc, on a des gens avec un certain standing, je ne sais pas pourquoi. Est-ce parce qu'on est tout près des Hauts Sarts et que les gens y travaillent? Est-ce que c'est peut-être le tarif qui est demandé qui est relativement élevé? Je ne sais pas.

A: Est-ce quelque chose qui te plaît ?

B: Oui, dans le sens où ces personnes-là sont peut-être mieux éduquées et savent où sont les limites.

A : As-tu déjà pensé à utiliser d'autres plateformes?

B: Non pas vraiment.

A: Qu'est-ce qu'il ferait que tu ne te lancerais pas dans l'utilisation d'une autre plateforme?

B: Je pense que c'est parce que je ne connais pas tout simplement. Parfois, je me dis que je pourrais participer à des échanges d'aide, mais je ne vais pas vraiment voir car je suis plus du genre à me débrouiller seule. Et puis, quand je distribue des choses que j'ai, sauf sur

Marketplace, la plupart du temps je donne. J'ai toujours beaucoup donné. Quand j'ai déménagé, j'ai donné énormément à une dame qui habitait dans la rue car, pour moi, c'est plus simple. J'aurais pu faire des brocantes c'est sûr et récolter 300€/400€, mais je voulais faire un beau geste pour cette dame qui habite seule avec sa petite fille, qui a ainsi pu elle-même vendre les objets dans une brocante et se faire un peu d'argent. Je valorise ça dans ma vie.

A: Peux-tu m'en dire plus sur le fait que tu préfères le don que de vendre des objets sur une plateforme?

B: Pendant longtemps, je n'ai jamais fait que donner car j'ai été très peu vénale, ça me fait réellement plaisir de donner.

A: Qu'as-tu d'autre à me dire concernant tes expériences dans l'économie de partage ?

B: Ça demande quand même du temps. Ici, je dois tout le temps m'arranger pour que la maison soit en état et ça repose souvent fort sur moi. Parfois, ma fille râle, mais je lui explique que l'on doit assurer un service et que la personne qu'on accueille n'a pas à vivre dans notre désordre. Je demande à tout le monde de faire attention. Mon fils a sa douche à partager avec la locataire, elle est très gentille, elle ne dit rien, mais parfois il laisse des petits poils quand il se rase. Je repasse donc souvent derrière eux. Je veille à la propreté et à l'ordre, qu'il y ait tout le temps de la lessive, du papier dans les toilettes et qu'il n'y ait pas trop de bruit. Et alors aussi ce que je n'ai pas dit c'est que comme notre locataire actuelle est seule et qu'elle est en Belgique depuis 1 an maintenant, elle n'a pas un réseau très élargi, alors on essaye de la faire participer à tout. Elle n'est pas obligée, mais elle est invitée au moindre repas avec la famille et les amis. À ce moment-là, elle ne fait pas son repas seule, mais mange ce que l'on prépare. Elle fait tout avec nous et elle se retire quand elle veut. Je fais ça aussi car des fois elle doit subir nos humeurs et disputes de couple alors qu'elle ne devrait pas. Donc ça a des inconvénients pour elle aussi et elle les gère plutôt bien et est compréhensible.

A: Tu parles beaucoup de liens sociaux, serais-tu tentée de prendre part à des plateformes où ces liens sont encore plus renforcés, comme Couchsurfing par exemple?

B: Je m'y suis inscrite en fait, mais je n'ai jamais pratiqué car, entre-temps, la maison a été réservée directement. Je pense qu'on est quand même dans un échange, même quand on demande une valeur monétaire. J'avais une amie qui le pratiquait beaucoup et elle a ainsi pu se constituer un réseau. Je le ferais si j'avais une demande un jour. Ça m'est déjà arrivé de proposer, mais entre-temps le logement était réservé sur Airbnb donc je suspendais mon annonce.

A: Peux-tu développer davantage l'aspect de réseau/communauté?

B: Pour moi, on parle de communauté réelle puisque les gens se rencontrent réellement, certes par le biais d'un moyen plus virtuel. Mais ça demande de l'énergie parce que la chambre doit être à chaque fois nettoyée, les draps changés et tout doit être impeccable. Évidemment, on ne

sait pas éviter les araignées... C'était mon grand souci, car quand ça se suit, c'est usant. C'est pour ça que j'avais acheté plusieurs parures de lit les mêmes car je n'arrivais pas à suivre la cadence avec les machines. D'un autre côté, c'est un stimulant car en général j'aime bien quand il fait propre. Mais je fais plus attention, même quand je suis fatiguée, je le fais quand même. Par contre, je trouve que le locataire, surtout à long terme, pourrait quand même aider pour le ménage, mais bon elle travaille et c'est mon devoir en quelque sorte.

A: Comment fais-tu en sorte de surpasser les inconvénients que tu m'as cités?

B: Je pense que c'est une question d'équité par rapport aux avantages. Donc sincèrement l'argent que je reçois en échange de la location est une fameuse aide car nos revenus sont vraiment bas. Sans cela, ça serait compliqué de s'en sortir, le pouvoir d'achat diminue, on n'a donc presque pas le choix. C'est une solution qui a beaucoup d'avantages et donc même s'il y a des inconvénients, ils sont largement compensés par les avantages, qui sont la sympathie des personnes et leur gentillesse, leur présence, l'échange, l'enrichissement mutuel, etc.

A: As-tu quelque chose à ajouter?

B: Non, je t'ai tout dit.

A: Super, je te remercie grandement pour tes réponses en tout cas. Je vais juste finir par te poser des questions plus personnelles pour en savoir un peu plus sur ta personne, ta situation, etc. Cette partie se fera hors enregistrement. Merci.

Transcription 2

Identité	ID 02
Genre	Féminin
Âge	23 ans
État civil	En couple
Profession	Étudiante en bachelier
Plus haut diplôme obtenu	CESS
Zone d'habitation	Zone urbaine
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	Vinted et Marketplace
Années d'expérience	1 (Vinted) et 5 (Marketplace)
Date de l'entretien	12 avril 2019
Durée de l'entretien	26 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci de me recevoir chez toi.

B: C'est avec grand plaisir.

A: Comme tu le sais déjà, je suis en dernière année de master à HEC et je dois donc effectuer un mémoire. J'ai décidé de m'axer sur l'économie de partage afin d'identifier les motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie collaborative. Tout d'abord, est-ce que tu sais ce qu'est l'économie de partage ?

B: Pas vraiment, est-ce que c'est le fait de partager des choses avec d'autres personnes ?

A: C'est un peu ça oui. L'économie de partage c'est le fait qu'un individu mette une ressource qu'il détient mais n'utilise pas ou peu, à la disposition d'un autre individu qui souhaite disposer de cette ressource. C'est donc en quelque sorte un transfert d'usage. Les ressources peuvent être matérielles (avec comme exemples le prêt de voiture ou la vente de vêtements) ou immatérielles (avec comme exemples la connaissance où tu peux proposer des cours ou le temps où tu proposes ton aide en tant que baby-sitter). La plupart du temps, on fonctionne avec des plateformes permettant de faire correspondre l'offre et la demande, mais aussi offrant plusieurs services tels que les paiements sécurisés et les assurances. Donc pour résumer, l'idée principale c'est qu'il y a une transaction entre deux particuliers par l'intermédiaire d'une plateforme. Par exemple, il y a les plateformes comme Airbnb, CarAmigo, BlaBlaCar, etc.

B: Ah oui, j'ai déjà fait BlaBlaCar, mais en tant que passager.

A: Bien voilà, tu en connais donc plus que ce que tu pensais au départ ! Est-ce que tu as des questions jusqu'à là ?

B: Non c'est très clair.

A: Super on va alors bientôt pouvoir commencer l'entretien. Donc juste avant, j'aimerais te dire que l'entretien durera une trentaine de minutes environ et que l'entretien sera enregistré pour des raisons de retranscription, mais aussi d'analyse des résultats. Bien sûr, l'entretien est totalement anonyme et confidentiel, donc tu peux te livrer librement. L'entretien proposé se base sur un modèle semi-directif, c'est-à-dire que je vais te proposer plusieurs thèmes et questions sur lesquels tu es invitée à parler librement. C'est donc surtout toi qui vas parler et moi je vais être là pour te guider. Est-ce que tu as des questions?

B: Non, on peut commencer.

A: Peux-tu me dire sur quelle(s) plateforme(s) tu agis en tant que fournisseur uniquement dans l'économie de partage ?

B: En tant que fournisseur, je dirais uniquement sur Vinted.

A: OK, peux-tu m'expliquer tes diverses expériences sur cette plateforme ?

B: Déjà, j'ai découvert ça par une amie qui m'a dit y avoir déjà vendu des habits et que c'était chouette. Elle m'a aussi dit que l'application était simple et ça permettait facilement et

rapidement de vendre des habits. Moi à la base j'avais déjà vendu beaucoup de trucs sur des sites de vide-dressing sur Facebook comme Marketplace. Le fait qu'elle me le conseille m'a poussée à m'inscrire.

A: Peux-tu m'en dire davantage ?

B: J'avais l'habitude de vendre des habits que je ne mettais plus, mais aussi d'en acheter. Le concept m'a directement intéressée et c'était facile d'utilisation. Il y a la publicité à la télévision aussi en ce moment qui passe très souvent, ce qui montre que c'est connu et donc que beaucoup l'utilisent et c'est très facile de s'inscrire. J'avais envie de tester parce que : je trouve ça intéressant financièrement de revendre ses habits ça permet aussi en même temps de voir les habits que les autres proposent et tu peux aussi faire des échanges sur Vinted. J'aime aussi le concept car ça permet de consommer moins et donc de ne pas acheter « 300.000 » fringues par an alors que c'est pour les mettre à peine une saison.

A: Peux-tu m'en dire un peu plus sur tes expériences ?

B: Oui. Pour le moment, j'ai vendu trois objets : un jeans et 2 blouses. Le fonctionnement est simple : tu mets ton truc en ligne avec une photo, des descriptions de l'état du bien, de la taille, de la marque, etc. Les gens voient ta photo, te font une proposition de prix et toi tu l'acceptes ou tu la refuses et ensuite ils paient par Bancontact sur internet. Ensuite toi tu reçois l'argent, cet argent va sur ton portefeuille virtuel, ce qui veut dire que tu peux le réutiliser directement après pour acheter autre chose sur l'application, ce qui encourage à rester dans le système en dépensant ton argent sur la plateforme.

A: Quels sont pour toi les avantages et inconvénients d'une plateforme d'économie de partage ?

B: Les avantages c'est que c'est plutôt facile d'utilisation, pas besoin d'être un génie de l'informatique pour l'utiliser. C'est très clair je trouve et c'est rapide puisque c'est une application que tu as sur ton smartphone. Et puis les étapes pour envoyer ton colis sont simples. Il y a juste la première fois, je ne savais pas trop comment faire. En fait, il y a un bordereau imprimé et je ne savais pas où il fallait le coller et s'il y avait une taille de colis standard qui était obligatoire. Ça ce n'était pas forcément bien expliqué pour la première fois. Mais sinon c'est très simple parce que tu as des points relais partout autour de chez toi, tu peux voir sur la carte où sont ceux les plus proches et c'est super facile. Tu dois juste te rendre au point relai, poster ton colis et voilà. C'est très pratique. Ce qui est bien aussi c'est que tu as beaucoup de personnes et donc tu as de grandes chances de vendre ton article, même si tu refuses une offre car tu la considères comme trop basse.

A: Peux-tu développer l'aspect « contact » que tu viens d'évoquer ?

B: C'est directement avec les acheteuses, mais tu n'es pas obligée de directement entamer une conversation. Enfin en tout cas, moi, ce n'est pas du tout ce que je recherche, un contact social

particulier. Tu peux juste cliquer sur un bouton et faire une offre, c'est super simple et tu n'as pas besoin de faire une conversation ni de sympathiser avec la personne et lui envoyer une petite lettre pour essayer de te faire bien voir. C'est super simple et ça, j'aime bien.

A: Donc toi tu n'es pas du tout dans la recherche de création de liens sociaux ?

B: Non justement, je préfère, j'aime mieux qu'il n'y en ait pas trop.

A: As-tu d'autres points positifs par rapport à l'utilisation ?

B: Comme ça, je ne vois pas... C'est vraiment le côté que c'est bien fait, c'est très visuel et très pratique.

A: OK, du coup comme points négatifs, que dirais-tu ?

B: D'abord, ce que je disais, le fait que ce n'est pas toujours forcément bien expliqué la démarche à suivre quand toi tu veux poster un colis. Un autre truc embêtant, c'est que tu as des notifications tout le temps. Par exemple, si tu suis quelqu'un sur la plateforme, tu recevras une notification dès qu'elle poste quelque chose. Pour moi, c'est le gros désavantage.

A: Tu vois d'autres points négatifs ?

B: Pas là tout de suite, mais si ça me revient plus tard je te le dirai.

A: OK, du coup peux-tu me citer les avantages et inconvénients ?

B: Les avantages c'est que ça permet de ne pas passer par des circuits classiques, donc ne pas forcément consommer et d'entrer dans une surconsommation. Les gens qui en prennent conscience sont contents de pouvoir passer par d'autres circuits. Il y a l'avantage d'un point de vue écologique aussi, plutôt que de jeter des objets, il vaut mieux les céder car il y a toujours quelqu'un qui serait intéressé. C'est aussi avantageux économiquement évidemment car ça me permet de gagner quelques sous grâce des produits que je n'utilise plus, donc autant les rentabiliser. C'est surtout ça pour les avantages, je pense. Sinon pour les inconvénients, ça enlève du travail à certaines plus grosses entreprises comme les magasins de fringues tels H&M, Zara, etc. Après je trouve que c'est aussi notre manière de consommer, moi en tout cas quand j'utilise ce genre de plateforme, je me dis que ce n'est pas si grave car je m'ancre dans un modèle alternatif.

A: Peux-tu développer l'idée de « système alternatif » ?

B: Plutôt que de donner de l'argent à ces enseignes par exemple, qui vendent je ne sais pas combien de vêtements pas toujours faits dans des conditions éthiques, qui polluent énormément et qui sont importés dans toute l'Europe avec des trajets très longs, je trouve ça mieux de directement se diriger vers un particulier. Moi, ainsi, je peux proposer des biens de seconde main et ainsi permettre à ses habits d'être utilisés au maximum avant d'être jetés et donc de lutter contre cette surconsommation. C'est le fait de ne pas trop donner du fric à des sociétés qui « ne le méritent pas ». Et puis faire en sorte qu'il y ait un contact entre les gens et que les

gens se rendent compte aussi qu'ils peuvent faire leur affaire à eux, un peu à côté de ce commerce classique on va dire.

A: Donc l'idée que ça soit entre pairs te plaît ?

B: Oui, je trouve ça chouette, mais c'est surtout pour le fait de ne pas être trop dépendante de ces multinationales. Parce qu'on a quand même des habitudes par rapport à ça et de se dire que tu peux trouver un habit qui est peut-être « démodé » et date de 3 ou 4 ans qui te plaît, ce n'est pas mal. Moi je préfère acheter cet habit-là plutôt que d'acheter le dernier truc à la mode qui ne me plaira plus dans 2 mois et que je vais jeter après. Et puis c'est le fait de se dire que tu n'es pas dépendant d'une industrie et que tu arrives à vivre sans. Ça fait plaisir de gagner de l'argent d'une fille qui est comme moi, qui met du beurre dans les épinards et de sentir que d'autres personnes préfèrent nous aider nous plutôt que ces grosses firmes.

A: Est-ce que tu as d'autres points positifs ou négatifs à mettre en avant ?

B: Parfois, les modalités offertes ne sont pas toujours géniales. Par exemple, le fait de devoir détenir une carte de crédit ou avoir un compte PayPal pour l'utiliser peut être embêtant. C'est un système qui peut décourager beaucoup de personnes, finalement ça me freine.

A: Peux-tu me citer un exemple où ça t'a freiné ?

B: Par rapport aux commandes sur Deliveroo par exemple.

A: Ah oui donc là c'est plus en tant qu'acheteuse, est-ce que ça t'a posé problème en tant que fournisseur ?

B: Oui aussi. Une fois, j'ai voulu louer mon appartement sur Airbnb car je partais en vacances et j'avais besoin d'argent, mais vu que je n'avais pas de carte de crédit, je ne l'ai pas fait.

A: OK, donc tu m'as cité plusieurs points négatifs et inconvénients, comment fais-tu pour les surmonter ?

B: Du coup moi, vu que c'était surtout au début où je trouvais que ce n'était pas forcément bien expliqué, j'ai demandé de l'aide à une copine, qui m'a renseignée. Et puis voilà, maintenant que je l'ai fait une fois, ça va tout seul. Par rapport aux notifications, c'est vrai que c'est super ennuyant. C'est quelque chose qui pourrait me décourager et donc me convaincre d'enlever l'application. Mais bon après, en me disant que c'est gratuit, que c'est super facile à installer, si c'est ça le prix à payer, ce n'est pas si terrible que ça.

A: Peux-tu davantage développer cette facilité d'utilisation ?

B: Tu comprends vite ce qu'il faut faire, tu es totalement guidée quand tu veux poster un article. Il ne faut vraiment pas du tout avoir des compétences spéciales pour l'utiliser. Tu comprends très vite comment ça marche. L'interface est claire et facile à comprendre, c'est lisible.

A: Tu me parlais de la gratuité de la plateforme, peux-tu développer davantage ce qui te plaît ou pas là-dedans ?

B: C'est simple, si ça avait été payant, je ne l'aurais pas installée car ça aurait pris une trop grosse marge sur les produits que je vends, qui sont déjà proposés à très petits prix. La gratuité je trouve que c'est vraiment important surtout dans cette démarche là où tu es là pour revendre de vieilles fringues. Je trouve que ça n'irait pas vraiment ensemble si tu devais payer. Mais par contre, je ne sais pas du tout comment c'est payé, parce qu'en fin de compte, je crois qu'il n'y a pas de publicités sur l'application et ça c'est bien. Je me demande donc comment ça fonctionne. En tant que vendeur, tu n'as pas des frais de service, jusqu'à présent c'était gratuit du début à la fin. Donc ça vaut vraiment le coup. Mais j'ai aussi un autre inconvénient !

A: Je t'écoute.

B: Ça dépend vraiment de comment tu es organisée et ça dépend de quand ça tombe. En fait, tu as un certain nombre de jours pour envoyer ton colis quand quelqu'un te l'achète. Quand ça tombe pendant la semaine de tes examens ou autre, c'est plus ennuyant. Mais bon, ce n'est pas propre à l'envoi, puisque si je rencontrais la personne directement, ça me demanderait aussi de me déplacer. Je veux dire le fait d'envoyer un colis n'est pas beaucoup plus embêtant que de devoir se déplacer. Il n'y a pas trop le choix de le faire et heureusement il y a quand même des points positifs pour compenser. C'est juste dommage de ne pas disposer d'un délai plus long pour envoyer les colis.

A: Cela te demande donc des efforts ?

B: Oui, au niveau de l'envoi de colis, mais ça peut aussi être en matière de préparation des articles où tu dois prendre beaucoup de photos, les décrire du mieux que tu peux pour ne pas perdre d'étoiles.

A: Donc pour toi ça prend quand même du temps de poster un article ?

B: Oui tout à fait, d'autant plus que tu as toujours peur de faire des mauvaises photos et puis que certaines acheteuses viennent se plaindre sur le modèle, la qualité, etc. Et puis ça a aussi un autre avantage, ça permet de retrouver des articles que tu ne vas plus retrouver en magasin. C'est un plaisir pour l'acheteur évidemment, mais aussi pour le vendeur qui offre des choses que certaines recherchent peut-être depuis longtemps. Du coup, ça apporte du plaisir et ça me plaît assez.

A: Donc proposer des objets rares pour toi c'est important ?

B: Oui, la rareté puis aussi le fait que tous les habits des différents vendeurs soient rassemblés dans une seule plateforme, ce qui permet à la personne de ne pas faire plusieurs boutiques. Dans la même idée, ça pousse les personnes à découvrir des choses auxquelles ils n'auraient pas pensé, ainsi on peut découvrir et redécouvrir de nouvelles choses.

A: Que veux-tu dire quand tu dis qu'il y a trop de vendeurs ?

B: Il y en a beaucoup, du coup c'est compliqué que tes articles arrivent en tête de page dans la page d'accueil.

A: C'est-à-dire ?

B: Dans la page d'accueil se mettent les produits récents et qui viennent d'être ajoutés, mais aussi les habits définis en fonction des critères des acheteuses. Vu qu'il y a beaucoup de vendeurs, notre article arrive vite en fin de page et n'est donc plus dans la page d'accueil, du coup c'est un peu énervant. Le seul moyen de revenir et de montrer sa « vitrine » spontanément c'est de payer et ça je m'y oppose.

A: Ah oui ?

B: Oui comme j'ai dit plus haut, l'important c'est que ça soit gratuit sinon ça n'en vaut plus la peine.

A: Tu me parlais du fait que tes articles arrivent en bas de page, peux-tu me dire ce que ça te fait ?

B: Ça me dérange. Comme je l'ai dit, pour y remédier, soit on paie, soit on reposte le produit encore et encore, mais là, ça demande trop de temps et je n'ai pas l'envie ni la force de consacrer autant de temps.

A: Tu as d'autres choses qui te viennent en tête ?

B: Non je ne pense pas, juste peut être que le système de filtres ça aide à trouver ce qui nous convient plus facilement.

A: D'accord. Je pense qu'on a fait le tour. Je te remercie grandement pour ta participation et pour l'aide précieuse que tu m'as apportée dans la réalisation de ce mémoire. Je vais juste te poser quelques dernières petites questions pour en savoir plus sur toi, mais hors enregistrement. Merci.

Transcription 3

Identité	ID 03
Genre	Masculin
Âge	20 ans
État civil	En couple
Profession	Étudiant en secondaire
Plus haut diplôme obtenu	Secondaire inférieur
Zone d'habitation	Zone urbaine
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	BlaBlaCar et cours particuliers
Années d'expérience	1 (BlaBlaCar) et 3 (cours particuliers)
Date de l'entretien	15 avril 2019
Durée de l'entretien	34 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, je te remercie de m'accorder ton temps dans un entretien.

B: Avec plaisir.

A: Donc moi, c'est Anaïs, je suis en dernière année de master en sciences de gestion à HEC. Pour valider mon master, je dois réaliser un mémoire, que j'ai décidé de faire sur l'économie de partage. Le but est de pouvoir identifier les barrières et motivations des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. Puis-je te demander ce qu'est pour toi l'économie de partage?

B: Je pense que ça part d'un service que l'on propose et qui est moins cher que ce qu'on trouve traditionnellement sur le marché avec les entreprises ou autre.

A: En fait, c'est le fait qu'un individu mette une ressource qu'il détient, mais n'utilise pas entièrement à la disposition d'un autre individu, qui ne possède pas cette ressource, mais souhaite en faire l'usage. Ça peut être des ressources matérielles (logements, habits, voitures...), mais aussi immatérielles (la connaissance/le savoir, le temps dans le cas d'une proposition de baby-sitting...). La plupart du temps, ça se passe sur des plateformes permettant de faire rencontrer l'offre et la demande, mais aussi de proposer plusieurs services comme les assurances, le paiement sécurisé, etc. Dans mon cas, je me concentre surtout sur la relation entre deux particuliers. Est-ce que ça te semble clair?

B: Oui tout à fait.

A: L'entretien que l'on va faire aujourd'hui est dit "semi-directif", je vais donc te guider par des thèmes et questions et je te demande alors de t'exprimer librement sur le sujet. Au plus tu en dis, au mieux c'est et au plus j'aurai une information de qualité. L'entretien va durer une trentaine de minutes et sera enregistrée pour des raisons d'analyse des résultats. Bien entendu, tout ce que tu me dis restera confidentiel et anonyme. Je peux aussi couper l'enregistrement à tout moment si tu le souhaites. As-tu des questions?

B: Non, c'est plutôt clair.

A: Commençons alors. Peux-tu me dire avec quelle(s) plateforme(s) tu pratiques l'économie de partage en tant que fournisseur ?

B: Actuellement, ce que j'utilise le plus, c'est BlaBlaCar. On m'en avait parlé assez souvent auparavant et on m'avait présenté ça comme une possibilité d'économiser en carburant. En plus, c'est sympa car ça permet de ne pas faire les routes tout seul. L'année dernière, je me suis lancé et j'ai donc proposé mon premier trajet en tant que chauffeur. Je partais de Liège pour aller du côté de Paris. J'ai réussi à remplir ma voiture, mais finalement personne n'est parti de Liège, mais plutôt de Maastricht. C'est sympa, j'ai discuté et j'ai rencontré de nouvelles personnes. Une des passagères était même actrice alors on apprenait beaucoup de choses, c'était vraiment sympa, j'ai bien aimé. Comme ça s'est bien passé, j'ai recommencé. Dans 3 jours, je vais même

essayer le concept en tant que passager cette fois. Je ne l'ai encore jamais fait, j'ai toujours agi en tant que chauffeur jusqu'à présent. Je vais donc aller jusqu'à Paris et comme ce sont les vacances de Pâques, les bus et trains étaient trop chers et c'est donc pour ça que j'ai pensé à BlaBlaCar. Ça apparaissait comme étant la solution.

A: As-tu utilisé d'autres plateformes?

B: J'ai voulu utiliser une application de location de voitures entre particuliers, mais je ne me souviens plus du nom. J'avais regardé pour un camping-car car c'est un bien qui coûte relativement cher en location, j'en avais trouvé un pas mal et pas cher. Le problème c'est que la plateforme fonctionne avec une assurance n'acceptant pas les chauffeurs en dessous de 21 ans. Étant âgé de 20 ans, ce n'était donc pas possible pour moi de le louer.

A: Ah oui donc dans ce cas, c'est toi qui voulais louer un camping-car, ce n'est pas toi qui le fournissais?

B: C'est moi qui voulais en emprunter un à quelqu'un oui. Mais vu que je n'ai pas 21 ans, je ne pouvais pas le faire car sinon l'assurance ne me prenait pas en charge.

A: OK, quelles autres plateformes utilises-tu ?

B: J'utilise aussi Facebook pour le reste, via les groupes et Marketplace. Par exemple, je pose des questions dans un groupe d'entraide sur la mécanique des motos. Il suffit de poster une photo en expliquant le souci que l'on rencontre et on entre alors en contact avec quelqu'un qui s'y connaît et qui peut nous aider à moindre prix.

A: OK, et toi tu as déjà proposé des choses là-dessus?

B: Moi non. Mais maintenant que j'y pense, j'ai déjà proposé des cours particuliers vu que je parle couramment plusieurs langues (anglais, espagnol et français), mais c'était en France. J'ai donc donné des cours d'initiation en espagnol à des enfants de 8 à 9 ans.

A: Peux-tu me dire par quelle plateforme tu es passé?

B: Je ne sais plus du tout te dire parce que ça date déjà d'il y a quelques années.

A: Peux-tu m'en dire un peu plus sur cette expérience?

B: Oui bien sûr, j'avais trouvé cette plateforme par hasard et comme j'étais adolescent, je me suis dit que ça pouvait être bien pour ce faire un peu plus d'argent de poche. Vu que je parle ces langues couramment, ça ne me demandait pas d'efforts donc c'était simple. Finalement, c'était de l'argent facilement gagné.

A: Peux-tu maintenant me parler de tes expériences en général en tant que fournisseur?

B: En tant que fournisseur, comme je te l'ai dit tantôt pour BlaBlaCar, c'était sympa. Au début, j'avais quand même une petite peur de passer plusieurs heures avec des gens que je ne connais absolument pas, je ne savais pas sur qui j'allais tomber ni s'ils allaient être sympathiques. Mais je me suis dit qu'au pire des cas, quelqu'un qui ne parle pas ce n'est pas si grave. Finalement, ça

se fait assez rapidement, on se tutoie directement, on ne parle pas forcément de la route, mais sur ce que chacun fait dans la vie, etc. Finalement, la route passe assez vite. Je ne sais pas si tous les voyages se passent comme ça, mais moi j'ai eu de la chance. Je vais le refaire bientôt en tant que passager, on verra comment ça va se passer. J'espère que ça va bien se passer.

A: Donc le fait de discuter et faire connaissance avec la personne est important pour toi?

B: Oui, ce qui est bien en plus avec BlaBlaCar, c'est qu'on a les retours et donc à chaque voyage, les deux personnes (le passager et le chauffeur) doivent donner un retour sur leur voyage et dire comment ça s'est passé, comment elle a conduit, comme les personnes ont discuté, etc. Ça fonctionne via une notation sur 5 si je ne me trompe pas et donc on peut en savoir davantage sur la personne rien qu'en accédant à ces notations. Ce qui est bien aussi c'est que sur l'application, on peut mettre à quel stade on aime bien parler et donc ça permet aussi de se faire une idée. Finalement, on peut regarder le profil de tout le monde. Moi, j'avoue je ne fais pas trop attention à ça.

A: Ce n'est pas important pour toi?

B: Pas tellement car je me dis qu'il y a toujours un minimum de discussion, on ne va pas passer 4 heures à se regarder dans le blanc des yeux.

A: Tu m'as dit qu'au début tu avais un peu peur des inconnus, peux-tu m'en dire davantage?

B: Oui parce qu'évidemment on va chercher des gens qu'on ne connaît pas pour rester dans la même voiture qu'eux. On ne sait par exemple pas ce que transporte la personne donc c'est un peu tracassant. Surtout pour les personnes venant des Pays-Bas, ça peut très bien être des gens qui vont ramener des produits illicites. On ne sait pas ce qu'ils ont dans leur sac. Finalement, c'est ça qui fait un petit peu peur, mais bon ça s'est bien passé et je ne vois pas pourquoi je ne le referais pas.

A: Quels sont pour toi les avantages et inconvénients de proposer de tels services?

B: Avec BlaBlaCar je n'ai pas eu d'inconvénients, au contraire je n'ai eu que des avantages parce que malgré le fait que je doive faire des détours de temps en temps, ça ne me dérange pas car je suis quelqu'un qui aime beaucoup rouler. Finalement, mon essence est remboursée à 100%, donc ça ne me pose pas de problème de faire des détours. Lors de mon premier trajet, j'allais vers Paris et quelqu'un devait aller dans la périphérie, il m'a demandé de le déposer. Pour ça, il fallait que je fasse un détour avec quelques embouteillages, mais je l'ai quand même fait, il n'y avait pas de problème. Je sais qu'il y a des gens que ça peut déranger.

A: Tu penses qu'il y a des passagers qui en demandent trop?

B: Oui peut-être. Là par exemple, je suis en train de discuter avec celui qui va m'amener vendredi pour voir s'il peut me déposer à la gare de Lyon et non pas à la gare du Nord, je vais voir ce qu'il en dit. Soit la personne est sympa et accepte de faire un petit détour, soit elle refuse.

Il serait dans son droit de ne pas vouloir. Ça pourrait être un inconvénient, on est lié au trajet de l'autre. Comme il n'y a pas autant de trajets que ça qui sont proposés sur BlaBlaCar, il faut qu'on s'arrange ensemble pour définir le trajet exact. Parfois aussi les voyageurs définissent des zones et c'est plus compliqué. Par exemple, Paris et la région parisienne ce n'est pas la même chose. Vu que souvent ce sont des personnes limitées en budget qui utilisent BlaBlaCar, je fais un effort aussi pour ne pas qu'ils aient à prendre d'autres transports en commun une fois que je les dépose.

A: Tu parles des moyens limités des passagers, est-ce aussi une raison pour toi d'agir en tant que fournisseur?

B: Franchement oui parce qu'on divise l'essence. C'est un fait puisque mes trajets sont alors 100% remboursés par les passagers.

A: Ça t'est même déjà arrivé de te faire des bénéfices?

B: J'ai fait un peu de bénéfice, environ 20€ de bénéfice en plus.

A: Peux-tu m'en dire plus sur la détermination de ton prix?

B: J'ai été sur le site et j'ai regardé les propositions faites par la plateforme pour le trajet. Si on met un prix au-dessus de la fourchette renseignée, les gens vont comparer et trouver moins cher. Si on met un prix en dessous, évidemment, ça part vite. Moi la première fois, j'avais proposé un prix bien inférieur à ce que BlaBlaCar proposait, c'était tellement bas que les passagers avec qui j'étais m'ont dit que je devais augmenter le prix car le confort de ma voiture (berline) n'était pas négligeable et en plus il y avait de la place. Du coup maintenant, je me mets dans la moyenne. Mais même en proposant des prix inférieurs à ce que BlaBlaCar propose, j'ai réussi à gagner 20€ de bénéfice. En plus, maintenant, j'ai changé de voiture et j'ai donc une voiture qui consomme moins, donc je n'hésiterai pas à proposer des trajets à nouveau. C'est mieux de faire le trajet avec des gens que tout seul finalement.

A: Donc pour toi, l'aspect relationnel est important?

B: Aussi, il y a les deux. Je ne vois que des avantages, on discute avec les gens, on connaît de nouvelles personnes et on économise de l'argent sur l'essence. C'est cool, je ne vois pas de raison de ne pas le faire. Ça ne me dérange pas de la faire même si je sais que ça pourrait déranger certains de faire monter des inconnus dans leur voiture. Moi, c'est quelque chose qui ne m'a jamais vraiment dérangé, une fois j'ai même pris un auto-stoppeur sur la route pour le ramener. Donc finalement, que ça soit payant ou pas, je le fais quand même.

A: Donc l'argent est un petit plus pour toi, mais pas ta motivation principale?

B: Tout à fait.

A: Comment as-tu pensé à t'inscrire sur BlaBlaCar?

B: C'est une application connue, il y a même des publicités à la télé donc je connaissais avant même d'avoir ma voiture et mon permis. Il y a sûrement des concurrents, mais je ne les connais pas. Je sais que sur Facebook, il existe des groupes de covoiturage, mais je ne suis pas dedans car BlaBlaCar me suffit. En plus, je pense que c'est plus compliqué car les annonces se font par postes. D'ailleurs, ça me fait penser que je vais souvent dans des soirées dans toute la Belgique ou même parfois en France et que souvent on s'arrange pour faire du covoiturage ensemble. C'est donc un BlaBlaCar improvisé.

A: Tu viens de me parler du fait que c'est moins simple de passer par Facebook, pourquoi?

B: C'est plus compliqué au niveau de la visibilité du poste. Il n'y a pas des gens qui vont aller chercher des trajets précis sur Facebook. Sur BlaBlaCar, avant de lancer une recherche, il faut sélectionner plusieurs critères, les personnes sont alors activement à la recherche d'un trajet. Il y a une vraie démarche. Sur Facebook, ça serait plus compliqué surtout vu le nombre de postes publiés par jour, certains postes arrivent en bas de page et plus personne ne les voit. Sur BlaBlaCar, en fonction de ce qu'on recherche, on retrouve tous les postes.

A: Donc BlaBlaCar est plus fonctionnel?

B: Franchement oui en plus c'est très simple d'utilisation.

A: OK, peux-tu me citer les points positifs et négatifs de l'économie de partage?

B: Du point de vue positif, on en revient à la notion d'entraide, qui devrait être davantage mise en avant. Je pars du principe qu'on devrait plus s'entraider. Moi je suis le premier à aider. Par exemple, l'autre jour j'étais sur l'autoroute d'Herstal et j'ai vu qu'il y avait des personnes qui avaient besoin d'aide, du coup je me suis mis sur le côté pour les aider. Je trouve qu'il faut s'entraider et faire ce qu'on peut pour faire du bien autour de nous. Donc les sites de partage, ça se rapproche de cette notion car finalement, tu proposes un service tout en sachant que tu permets à l'autre d'économiser de l'argent. Ce n'est pas seulement pour un intérêt personnel. Quand on prend un taxi par exemple, c'est différent. Leurs tarifs me choquent et je trouve ça totalement exagéré et malhonnête. Hier, j'ai pris le taxi pour faire le trajet Liège-Visé et j'ai payé 35€, alors que d'un autre côté, je propose 24€ pour faire Liège-Paris, c'est fou! La différence est plus que flagrante. Maintenant, le point négatif se trouve plus au niveau des entreprises traditionnelles puisque les consommateurs se tournent de plus en plus vers les plateformes de ce style au détriment des entreprises classiques. Il y a une réelle concurrence.

A: Est-ce que ça te pose problème personnellement que ça soit négatif pour ces entreprises traditionnelles?

B: Non, parce que d'un autre côté, je me fais de l'argent. Je sais aussi qu'il y a Uber qui se positionne entre BlaBlaCar et les taxis qui permet de garder la convivialité du covoiturage. Je sais qu'il y a eu une guerre avec les taxis. Pour ma part, j'aurais très bien pu être chauffeur Uber.

A: C'est-à-dire?

B: Je suis quelqu'un qui aime beaucoup conduire donc ça aurait été un moyen de faire quelque chose qui me plaît tout en gagnant un peu d'argent. Je sais qu'aux États-Unis, ils utilisent beaucoup Uber car c'est moins cher, c'est plus sympa et les gens discutent. À Paris aussi, mais un peu moins qu'aux États-Unis.

A: Qu'est-ce qui te bloque d'être chauffeur Uber?

B: Le fait qu'il n'y en ait pas sur Liège.

A: OK et tu penses que tu aurais effectué ce travail à quelle fréquence?

B: Occasionnellement, pendant les vacances par exemple.

A: Et les polémiques sur le statut des travailleurs Uber, ça ne te bloque pas?

B: Ça ne me dérange pas car j'ai déjà un travail et ça n'aurait pas été quelque chose pour remplacer mon emploi. C'est plus pour m'occuper, faire quelque chose que j'aime et me faire un peu d'argent en même temps. Ça me fait penser aussi au fait que parfois certains exploitent BlaBlaCar en proposant des trajets à des prix révoltants et trop hauts.

A: Tu penses alors qu'il y a des personnes qui se servent de l'application plus pour faire du profit que pour une raison de partage des coûts?

B: Je suis certain que je peux trouver des gens qui proposent le trajet Liège-Paris tous les jours pour se faire de l'argent. Malheureusement, c'est comme ça, il y a des gens qui en profitent.

A: Quels sont les autres points positifs et négatifs?

B: J'ai un peu tout dit sur le positif: on discute avec les gens, on fait de nouvelles rencontres et on partage les coûts d'un trajet. C'est aussi un bon moyen de contrer les prix excessifs des professionnels. Par exemple, je pratique de temps en temps le troc. C'est bien car ça permet le partage. Tout ça permet de passer à côté du système des multinationales où l'on dépense trop d'argent. Ça permet d'économiser et d'aussi retrouver l'humanité. Un autre exemple, c'est que j'ai troqué ma précédente voiture contre une nouvelle sur Facebook. Au début, je voulais vendre ma voiture et en racheter une autre, mais j'ai finalement opté pour le troc. C'est quelque chose qui se fait beaucoup. Je me suis renseigné sur l'état de l'autre voiture avant de faire l'échange. Il y a un marché qui se développe en dessous du "réel marché".

A: Pratiques-tu souvent le troc?

B: Je n'en fais pas souvent, mais si je pouvais en faire plus souvent, je le ferais. C'est surtout par manque de temps que je ne le fais pas beaucoup.

A: Donc pour toi c'est quand même quelque chose qui prend du temps?

B: Oui, mais au final pas autant que je le pense, je crois. Je suis quelqu'un d'assez procrastinateur, je n'ai pas forcément l'envie directe d'écrire un poste puisqu'il faut que la personne vienne voir l'objet, il faut que moi je regarde ce qu'elle a donné en échange, etc. Là,

on est en vacances, j'ai le temps, mais je ne le fais pas car je fais beaucoup d'autres choses. Mais c'est quelque chose que je pourrais faire. Pour la voiture, je l'ai directement fait car c'était nécessaire.

A: Tu t'es renseigné sur la voiture avant de la prendre en troc?

B: Oui, je suis allé la voir. Ça s'est fait très vite, j'ai posté mon annonce le matin et je suis allé voir la voiture le soir même et je revenais avec.

A: C'est donc quelque chose qui te motive cette efficacité et cette rapidité de transaction?

B: Franchement oui. Si j'avais dû la revendre au concessionnaire ou quoi, ça aurait pris plus de temps, j'aurais surtout pris du temps à en trouver une nouvelle. Là, en une journée c'était fait.

A: Qu'en est-il du temps consacré pour les autres plateformes que tu utilises?

B: Pour BlaBlaCar, ça prend littéralement 5 minutes, je pourrais même le faire maintenant tout de suite, c'est super facile. L'application est très simple d'utilisation. Je peux même faire ça dans le bus. Je poste les informations sur le trajet que je dois réaliser et ensuite les personnes intéressées me font une proposition. Je peux alors accepter ou refuser de les prendre comme passagers. On peut alors regarder leur profil et déterminer si on fait confiance en cette personne ou pas. En général, je coche l'option pour dire que j'accepte automatiquement les voyageurs, peu importe qui ils sont. Il reste toujours la peur dernière, mais je me dis que c'est un site connu et que tout le monde est un peu là pour les mêmes raisons.

A: Donc l'inconnu ne te tracasse pas plus que ça?

B: Non pas vraiment, je fais confiance.

A: Comment gères-tu l'inconnu?

B: Je fais confiance au site qui est pour moi digne de confiance car c'est un site connu. Je sais que c'est un petit peu inconscient, mais les gens qui sont dessus sont tous là pour le même principe. J'essaye quand même de toujours jeter un coup d'œil quand même au profil de la personne, même si elle a déjà réservé afin de voir qui elle est. Dans le pire des cas, on peut toujours annuler le trajet. Mais c'est le même principe quand on prend un auto-stoppeur par exemple, pourquoi je le fais, pourquoi je ne le ferais pas? Parce que j'ai déjà été auto-stoppeur avant et que j'ai déjà connu cette galère.

A: As-tu d'autres points positifs et négatifs à ajouter?

B: Peut-être un sur le troc de voitures car pour le troc, il faut qu'on soit sûre que ce qu'on a vaut ce qu'on va donner. Pour les voitures, c'est d'autant plus important car on ne voit pas forcément certains défauts de la voiture. Il faut faire attention de ne pas se faire arnaquer. Ça existe et donc il faut faire attention. À part ça, il n'y a que du positif: le temps qu'on gagne, l'argent qu'on économise, l'amabilité des personnes...

A: Que mets-tu en place pour pallier les inconvénients que tu m'as cités?

B: Pour la voiture, j'ai un avantage car je connais quelqu'un qui est mécanicien et qui est venu la voir avec moi. Concernant BlaBlaCar, je pense qu'il faut s'adapter et trouver le juste milieu avec les voyageurs concernant les détours à faire pour récupérer et déposer les gens. Il faut savoir faire des concessions et se dire que BlaBlaCar ce n'est pas un taxi ni un train. Sinon, j'ai déjà entendu parler de personnes qui proposent des échanges de maison pour les vacances notamment, et ça me plairait de le faire un jour, quand j'aurai ma propre maison. Je ne pense pas que dans ce domaine il y ait des points négatifs excepté peut-être les arnaques du style où la maison ne correspond pas à ce qui était sur les photos. Mais bon, les arnaques, il y en a partout donc ça ne doit pas être un frein.

A: Tu es donc assez ouvert à cette nouvelle économie qui émerge?

B: Franchement oui, je trouve que c'est super cool et sympa! Ça permet de rencontrer du monde.

A: As-tu d'autres choses à rajouter?

B: Non, je crois que j'ai fait le tour de tout.

A: On en arrive donc à la fin de l'entretien, je te remercie pour ta participation et ton enthousiasme. Tu m'as fourni de nouvelles informations très intéressantes. Maintenant, je vais juste te poser des questions plus "personnelles" pour en savoir un peu plus sur toi. Encore un grand merci à toi.

Transcription 4

Identité	ID 04
Genre	Féminin
Âge	24 ans
État civil	En couple
Profession	Étudiante en master
Plus haut diplôme obtenu	Bachelier
Zone d'habitation	Zone rurale
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	BlaBlaCar, Vinted, Marketplace et 2ème main
Années d'expérience	1 (Vinted), 2 (BlaBlaCar) et 7 (2ème main et Marketplace)
Date de l'entretien	15 avril 2019
Durée de l'entretien	29 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci de me recevoir. Donc comme tu le sais, je suis en dernière année de master à HEC et donc pour mon mémoire, je dois analyser les motivations et barrières des fournisseurs de l'économie de partage. J'ai besoin de toi afin que tu puisses me raconter tes expériences en tant que fournisseur et me dire comment ça s'est passé, ce que tu as aimé, ce que tu n'as pas aimé, ce qui t'a posé problème, etc. Tout d'abord, est-ce que tu peux me dire ce qu'est l'économie de partage pour toi ?

B: Oui, c'est quand tu te mets au service des autres et que tu agis en tant que particulier.

A: Oui, c'est un peu ça. C'est plus précisément le fait qu'un individu mette des ressources, qu'il n'utilise pas totalement à la disposition d'un autre individu qui ne dispose pas de ces ressources, mais en a besoin. Ça peut être des ressources matérielles comme des habits, une voiture, un bien, des objets... mais aussi des ressources immatérielles comme le savoir et le temps. Dans mon travail, je vais principalement m'axer sur la relation P2P, donc entre deux particuliers comme tu le disais si bien. Souvent, le partage se fait sur une plateforme, ce qui permet de faire rencontrer l'offre et la demande mais aussi de fournir des services comme le paiement sécurisé, les assurances, etc. Donc voilà, je pense que c'est tout pour le contenu. L'entretien est un entretien semi-directif, c'est-à-dire que je vais te donner des thèmes et orientations et toi tu t'exprimes librement sur ces sujets. Aucune remarque ne sera considérée comme déplacée ni comme inutile. Au plus tu en dis, au mieux c'est. L'entretien va être enregistré, mais je te rassure, ça restera confidentiel et anonyme. Il durera une trentaine de minutes. As-tu des questions ?

B: Non, merci.

A: D'accord, commençons alors. Tout d'abord, sur quelle(s) plateforme(s) utilises-tu l'économie de partage?

B: En tant que fournisseur j'ai déjà participé sur 2ème main, Vinted, Marketplace (Facebook) et BlaBlaCar. En tant qu'utilisateur, plus Airbnb et tout.

A: Est-ce que tu peux m'en dire plus sur tes expériences en tant que fournisseur?

B: Oui, j'avais beaucoup d'habits, surtout des affaires pour les chevaux, c'est avec ça que j'ai commencé. Je n'utilisais plus ces articles parce que je ne montais plus à cheval ou car je n'avais plus besoin de ces articles. Plutôt que d'aller sur des brocantes, passer ma journée là-bas et perdre du temps à me déplacer, je me suis dit qu'il suffisait de faire une photo, de la poster et après tout gérer en ligne de chez moi. C'est vraiment plus facile. Donc j'avais fait ça et ça avait plus ou moins bien marché. Et pour être plus complet alors je me suis inscrite sur 2ème main et Marketplace. Avant tout ça, j'utilisais "que faire", mais ça, ça a vieilli, c'était en 2010. Depuis j'utilise 2ème main et ça marche vraiment bien. Pour les vêtements, j'ai essayé Vinted, mais il

a fallu du temps parce qu'au début ce n'était accessible qu'en France. Mais la vente de vêtements ce n'est pas mon fort.

A: Ah oui, pourquoi ça?

B: Parce que je n'en ai pas des tonnes et ce que je vends, c'est surtout des articles démodés, des trucs que même toi tu n'as pas envie d'acheter. Donc là c'est mieux de donner. Sinon j'utilise aussi BlaBlaCar, je l'ai fait une première fois parce que je faisais un super long trajet, j'allais à Paris et je m'étais dit que si je prenais quelqu'un dans ma voiture ça me paierait une partie de mon essence. Donc c'était tout bénéf. Et plus pour faire tout le trajet en une fois, c'est plus agréable de parler avec quelqu'un, ça passe plus vite.

A: OK, tu me disais que ça te prenait moins de temps d'utiliser ces plateformes et de pratiquer l'économie de partage plutôt que d'aller sur les brocantes. Pourrais-tu développer cet aspect?

B: Oui, car tu sélectionnes ce que tu as envie de vendre, tu fais juste une photo où tu présentes bien ton article et puis tu le mets directement sur l'application en faisant ta petite description. Après, si quelqu'un est intéressé, il va envoyer un message, tu réponds, tu organises la vente et c'est tout. Tu peux le faire de chez toi, tu peux le faire au travail, tu peux le faire à l'école, tu peux le faire partout tant que tu as internet. Sur une brocante, parfois, tu vas y aller de 6 heures à 16 heures, tu vas payer ton emplacement et tu vas passer la journée pour ne rien vendre si ça trouve.

A: Donc pour toi c'est une bonne alternative de se dire que même si tu ne vends rien, de toute façon tu ne perds pas de temps?

B: En effet. En plus, ton annonce peut rester des semaines, donc si quelqu'un est intéressé, il retrouvera ton annonce. Mais le souci, c'est qu'il faut payer pour mettre l'annonce en haut de page de recherche. Moi ça m'énerve de payer pour remonter l'annonce, la mettre en avant ou la prolonger. Dans le cas de 2ème main, ils envoient un mail pour dire que l'annonce arrive à expiration et ils te proposent de la prolonger. Mais si tu la prolonges, l'annonce garde sa place initiale et donc tu te retrouves à la dixième page. C'est donc mieux de supprimer l'annonce et de la reposter. Ça, ça m'énerve un peu, mais bon.

A: Et pourquoi est-ce que tu dis que tu ne paierais pas pour la mettre en avant?

B: Parce qu'à la base j'utilise ces plateformes justement parce qu'elles sont gratuites. Donc je me dis que si je dois payer, je perds sur mon prix de vente.

A: OK, du coup imaginons que les plateformes soient payantes, les utiliserais-tu quand même?

B: Vinted et 2ème main c'est certain que je ne les utiliserai pas, mais BlaBlaCar bien parce que c'est de toute façon un trajet que tu vas faire. Donc peut-être que si j'avais une petite commission qui reste raisonnable je le ferais. Dans le cas de vente d'objets non pressants à vendre, je ne le ferais pas.

A: Un peu plus haut, tu m'as dit que ça fonctionnait bien comme principe.

B: Oui, car j'ai vendu beaucoup de trucs. J'ai vendu surtout des affaires d'équitation parce que ce ne sont pas des affaires qui s'usent facilement. Donc si tu vends un mors pour mettre dans la bouche du cheval, 2 ans après il est toujours impeccable et la personne va le payer quand même moitié moins cher. Ça, tu es sûre de vendre. Il y'a beaucoup d'articles comme ça qui perdent de la valeur, mais que les gens achèteront quand même, car c'est encore en bon état et en sellerie ça coûte très cher. Déjà avoir un cheval ça coûte cher alors la moindre économie dans le milieu est bonne à prendre.

A: Pour toi, c'est important que les gens fassent des économies?

B: C'est le principe, quand tu achètes en 2ème main, le but est de faire des économies et ainsi avoir un objet bien moins cher alors qu'il est toujours en bon état. Maintenant, c'est sûr que tu peux aussi penser à l'économie le zéro déchet, mais je pense que le fait de faire des économies domine.

A: Peux-tu développer cet aspect "zéro déchet"?

B: C'est important. Je suis sur deux groupes "zéro déchet" sur Facebook et ils parlent de l'importance d'acheter en 2ème main et d'utiliser le maximum de ressources disponibles sans en créer de nouvelles. Il y a aussi un autre truc, c'est le troc. C'est sympa comme concept aussi.

A: L'as-tu déjà pratiqué?

B: J'ai essayé de troquer mes plantes de menthe, mais ça n'a pas spécialement fonctionné, car je n'aime pas demander quelque chose en échange. Les gens me disent qu'ils sont très intéressés, mais me demandent ce que je veux en échange, je ne sais pas quoi leur demander. Parfois, ils proposent juste un cookie ou des trucs comme ça et c'est toujours sympathique.

A: Donc tu me dis que tu ne sais jamais quoi demander en échange, est-ce ça te viendrait à l'idée de proposer ça gratuitement?

B: Quand ce sont des articles que je vais jeter, oui. Pour les objets qui n'ont plus vraiment de valeur, pour moi, ça me demande le même effort de les jeter ou de les donner, alors autant les donner. Sinon, je connais la plateforme Couchsurfing, une sorte de Airbnb gratuit. C'est cool à utiliser si tu as envie de faire des échanges culturels, mais le fait que ça soit avec des inconnus me bloque un peu.

A: Peux-tu développer?

B: Déjà quand je vends quelque chose sur 2ème main ou quoi et que les gens viennent chercher l'objet à la maison, il y a toujours un petit malaise parce que je ne sais pas comment réagir: faire la bise? Serrer la main? En général, j'essaye d'expédier ce moment. C'est pour ça que je préfère envoyer. Avec BlaBlaCar, c'est spécial, car je partais de Visé pour aller à Paris et la fille habitait à Maastricht. Du coup, elle m'a demandé si ça ne me dérangeait pas de passer par

Maastricht et qu'elle me donnerait des sous en plus. J'ai accepté et je lui ai laissé le choix du montant à me donner pour le détour. Finalement, elle m'avait quand même donné 25 ou 30 euros en plus de la course qui coûtait 30 euros. J'étais très contente, mais bon elle aurait pu me donner 5€ et c'était bon.

A: Tu as eu d'autres expériences BlaBlaCar?

B: J'ai proposé plusieurs fois, mais je n'ai eu personne.

A: Sais-tu à quoi c'est dû?

B: J'utilise BlaBlaCar que quand je sais que je vais vraiment faire de grands trajets et quand c'est planifié. Par exemple, si un jour j'ai envie d'aller à la mer, j'hésiterais à mettre une offre sur BlaBlaCar parce que s'il y a des gens qui s'inscrivent et que je n'ai plus envie d'y aller, c'est compliqué. Quand les courses sont plus volatiles, c'est plus compliqué. Pour les petits trajets, parfois, je me dis que je regarderais bien, mais alors ça te met une contrainte en plus: être obligé d'être là à une heure précise, de prendre la personne à un endroit précis et aller le déposer à un endroit précis. On avait également proposé une offre pour repartir de Disney, une personne était intéressée, mais il fallait l'attendre une heure donc on a préféré refuser. C'est donc quand même parfois contraignant pour tous ces aspects.

A: Tu m'as parlé du fait de gagner de l'argent. Peux-tu développer cet aspect?

B: Sur BlaBlaCar, quand je propose mon prix, je ne fais pas de calcul particulier. Souvent, l'application propose un prix et j'essaye de rester dans cette fourchette. Si je suis vraiment au-dessus du marché, personne ne va me contacter. Je ne vois pas non plus pourquoi je me mettrais en dessous du marché, donc je fais une moyenne. Pour les autres applications de type 2ème main, c'est plus subjectif. En fonction de l'état, je détermine un pourcentage de réduction comparé au prix d'achat du produit neuf. J'essaye de mettre des prix ronds et attrayants.

A: D'accord, sur BlaBlaCar, tu avais réussi à faire du profit en plus ou juste rentabiliser tes coûts?

B: J'avais réussi à faire du profit étant donné que j'étais tombée sur une voyageuse généreuse qui m'avait donné 30€ pour un simple détour par Maastricht. Sinon, je pense que le prix s'ajuste en fonction du nombre de passagers donc le profit reste limité. Mais pour moi, le plus important c'est de rentabiliser les coûts, le but n'est pas de se faire de l'argent, mais peut-être de partager la route avec quelqu'un d'autre afin que ça passe plus vite.

A: OK, peux-tu développer cet aspect?

B: Oui, lors de ma course, j'étais contente de rencontrer la fille parce que c'était une Française qui habitait à Maastricht et qui travaillait dans les bureaux d'une célèbre entreprise de prêt-à-porter. Je trouvais ça intéressant de connaître un petit peu la vie des gens. Du coup, on a échangé et pour ça, j'aime bien le rapport humain. Finalement, tu es dans ta voiture et donc tu

te sens en sécurité. Au début, ça m'inquiétait de tomber sur une personne bizarre, mais après je me suis dit que les profils sur BlaBlaCar sont sans doute certifiés. Mais bon, ceci reste limité à un trajet de voiture, j'aurais plus de mal à dormir avec un inconnu dans ma maison, je ne sentirais pas que j'ai le contrôle total.

A: Comment fais-tu pour gérer cette méfiance envers les inconnus?

B: Je regarde les avis et commentaires des autres utilisateurs afin de voir si ce sont des personnes dignes de confiance, si elles sont à l'heure, etc. Ça me permet de me rassurer. Par contre, pour les autres sites que j'ai cités auparavant, que ce soit Pierre, Paul ou Jacques, cela m'importe peu, car finalement, il n'y a pas vraiment d'échange physique. Mais sur 2ème main, je vais quand même regarder les avis pour éviter la perte de temps avec les personnes non sérieuses qui réservent des articles, mais annulent à chaque fois. Il faut que ça soit un minimum sérieux.

A: As-tu déjà eu une mauvaise expérience?

B: Non je ne pense pas puisque j'ai toujours pris des petites précautions comme le fait d'attendre l'argent avant d'envoyer le colis. Dans le cas de Vinted c'est bien, car on n'a pas à gérer le paiement, tout se fait automatiquement par la plateforme.

A: Je reviens un peu sur la notion zéro déchet évoquée plus haut, que peux-tu me dire de plus à ce sujet ?

B: C'est un peu la prise de conscience fortement mise en avant pour le moment, on dit partout qu'il faut protéger la planète et du coup j'ai plus tendance à acheter en seconde main si les affaires sont impeccables. Mais bon, je pense que c'est surtout une question d'argent que d'environnement.

A: Donc pour toi, c'est un bon moyen de te constituer un revenu?

B: Oui, même si le profit n'est pas très élevé, c'est toujours ça de pris.

A: Peux-tu me dire d'autres points positifs et négatifs de ton utilisation de l'économie de partage en tant que fournisseur?

B: Le point positif c'est que ça te met en relation avec des personnes super rapidement, tu te fais un petit peu d'argent et tu fais de la place chez toi, c'est un gain de temps, tu peux rencontrer des personnes aussi. Pour les inconvénients, je dirais que parfois, tu gaspilles du temps avec les gens pas sérieux, mais bon tu en gagnes de l'autre côté donc c'est en partie compensé. Et puis même quand tu te rends sur une brocante, tu vas aussi perdre du temps avec des gens qui vont te demander des informations. Un autre inconvénient c'est aussi le manque de sérieux que je peux y mettre où parfois, j'oublie de répondre et il peut se passer une semaine sans que je pense à répondre à cette personne. Peut-être les applications devraient envoyer plus de notifications.

Maintenant, je dis surtout ça pour 2ème main, car sur Vinted, Marketplace et BlaBlaCar c'est très clair et les notifications sont récurrentes.

A: Tu penses que 2ème main pourrait améliorer son application?

B: Oui tout à fait. C'est peut-être juste un problème avec l'application, car finalement, je ne vais jamais sur le site. C'est plus pratique, simple et facile d'utiliser les applications avec notre téléphone. Un autre inconvénient c'est que sur Marketplace, tous tes amis vont voir ton offre avec ton prénom alors que sur d'autres plateformes, tu peux te créer des pseudos. Je n'aime pas le fait que mes amis sur Facebook voient ce que je vends, c'est quelque chose de personnel. En plus, ça doit ennuyer toute ma communauté Facebook.

A: L'aspect communauté est-il important pour toi?

B: Pas spécialement, je ne me suis pas créé de réelle communauté. J'imagine que pour certaines personnes oui. Par exemple, la copine de mon frère, elle a des enfants et du coup elle met régulièrement des annonces pour les vêtements des enfants. J'ai l'impression que ce sont à chaque fois les mêmes personnes qui reviennent pour acheter et donc elle se crée une "clientèle" et un réseau. Mais ce n'est pas du tout le cas pour moi.

A: Donc pour BlaBlaCar, tu aimes avoir un contact sur le moment, mais par la suite tu ne comptes pas créer une réelle relation?

B: Oui, mais imaginons que tu sois frontalier et que tu vas travailler tous les jours au Luxembourg, peut-être que là, tu vas essayer de te créer une réelle communauté et nouer un lien avec les personnes. Donc tu gardes sûrement un contact avec les gens quand tu fais ça régulièrement, mais pas quand tu fais une ou deux courses de temps en temps. Ce n'est pas spécialement ça que je recherche, c'est plutôt une compagnie sur le moment.

A: Vois-tu d'autres avantages et inconvénients?

B: Il n'y en a pas qui me viennent en tête.

A: Que mets-tu en place pour surmonter les inconvénients et les points négatifs que tu m'as énoncés?

B: Vérifier les profils des personnes avec qui on entre en contact tout d'abord. Ensuite, penser à aller vérifier si on n'a pas des messages en attente auxquels on doit répondre. Un des inconvénients c'est qu'il faut être assidu. Si tu t'engages à vendre un truc, il faut déjà être assidu pour répondre à la personne, lui donner des informations complémentaires si nécessaire, envoyer le colis à temps, etc. Tu as aussi des exigences par rapport à la personne en face: qu'elle réponde en temps et en heure par exemple.

A: Donc ça demande quelques efforts de ta part?

B: Oui quand même, il faut se bouger pour vendre et proposer tes services, mais bon ça vaut le coup, car après tu es payée et donc ça a ses avantages.

A: Penses-tu à autre chose dont tu n'as pas encore parlé ou que tu voudrais développer?

B: En tant que consommateur, tu as beaucoup d'avantages, que ça soit sur Airbnb où tu paies beaucoup moins cher, Deliveroo où tu vas réduire ton empreinte carbone, etc.

A: Réduire l'empreinte carbone c'est important pour toi?

B: Quand même. En tant que fournisseur, quand tu envoies un colis par La Poste, il y a du groupage et donc ça limite les transports. Sinon, j'essaye de rencontrer les personnes en face à face et ainsi éviter les envois, qui polluent quand même, même si c'est limité. Mais pour ça, il faut que la personne habite près de chez moi. J'essaye de toujours consulter les profils auparavant et d'organiser les rendez-vous dans un lieu où il y a du monde.

A: Tu te renseignes donc sur la personne auparavant? Prends-tu également contact avec eux pour en savoir davantage?

B: Non pas du tout, à part le profil je regarde juste leur manière de parler, mais c'est tout. Je n'essaye pas de savoir leur âge, ce qu'ils font dans la vie, etc., parce que ce n'est pas nécessaire pour la nature de l'échange. Tout ce qui m'intéresse c'est de vendre mon article et puis c'est tout.

A: D'accord, as-tu quelque chose à ajouter?

B: Non je ne crois pas.

A: Super, je te remercie de m'avoir accordé cette entrevue. Tu m'as donné pas mal de choses intéressantes à analyser et je t'en remercie. Je vais maintenant te poser des questions plus sociodémographiques, mais ça sera hors enregistrement. Merci.

Transcription 5

Identité	ID 05
Genre	Féminin
Age	22 ans
État civil	Célibataire
Profession	Étudiante en bachelier
Plus haut diplôme obtenu	CESS
Zone d'habitation	Zone rurale
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	Topnanny, Vinted, Marketplace et 2ème main
Années d'expérience	2 (Topnanny), 4 (Vinted, Marketplace et 2ème main)
Date de l'entretien	16 avril 2019
Durée de l'entretien	35 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, je te remercie de m'accorder cet entretien. Donc comme tu le sais sûrement, je suis en dernière année de master à HEC et je dois donc réaliser mon mémoire. Pour cela, j'ai décidé de me concentrer sur un sujet actuel, à savoir l'économie de partage et plus précisément sur les motivations et barrières des fournisseurs, uniquement, quant à leur utilisation de cette économie. Tout d'abord, qu'est-ce pour toi l'économie de partage?

B: Le fait de partager ses services sur des sites internet et d'avoir quelque chose en retour?

A: C'est un peu l'idée oui. Cependant, ça peut être des services comme tu l'as dit mais aussi des biens plus tangibles comme des habits, une voiture, un logement, etc. En réalité, c'est le fait qu'une personne propose une de ses ressources (donc service ou bien matériel comme on l'a dit) à une autre personne qui n'a pas cette ressource, afin que cette dernière puisse en bénéficier. Comme tu l'as dit, il y a souvent une contrepartie. La plupart du temps, ça s'effectue via une plateforme qui permet aux deux groupes d'utilisateurs, les fournisseurs et les consommateurs de se rencontrer mais qui offre aussi plusieurs services dans certains cas, comme les assurances par exemple. Dans ma situation, je me consacre surtout sur l'aspect P2P, c'est-à-dire une transaction entre deux particuliers. Est-ce clair pour toi?

B: Oui.

A: D'accord, juste avant de commencer l'entretien, je t'informe qu'il s'agit d'un entretien semi-directif, c'est-à-dire que sur base de thèmes, je vais t'inviter à t'exprimer, au plus tu en dis au mieux c'est. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Je te rappelle aussi que notre entrevue sera enregistrée mais qu'évidemment tout ce que tu dis restera confidentiel et anonyme. L'entretien durera une trentaine de minutes. As-tu des questions?

B: Non, pas pour le moment.

A: Sur quelle(s) plateforme(s) pratiques-tu l'économie de partage en tant que fournisseur?

B: Topnanny pour le baby-sitting mais aussi des plateformes de vente du coup, vu que je ne savais pas que ça faisait partie de l'économie de partage. J'ai peu vendu sur Vinted jusqu'à présent car je n'y ai pas encore mis beaucoup d'habits mais sinon je vends beaucoup sur le site de 2ème main et sur Marketplace sur Facebook.

A: Peux-tu m'en dire plus sur tes expériences avec les plateformes?

B: Ce qui est délicat, c'est de faire venir les gens chez soi pour qu'ils puissent essayer les vêtements. Tu ne sais jamais qui est derrière ta porte. Il y a aussi le fait de devoir rester chez soi pour recevoir la personne alors que parfois certaines personnes ne viennent pas ou sont en retard. Ça me gêne qu'elles voient l'intérieur de chez moi. Concernant le baby-sitting, c'est différent car c'est moi qui me déplace chez la personne. Mais là aussi, j'arrive chez la personne sans savoir sur qui je vais tomber ni dans quel milieu je vais me retrouver, c'est l'inconnu. J'ai donc un peu cette peur d'aller dans l'inconnu. Sinon, il n'y a rien d'autre de négatif. Concernant

le paiement, ça se fait souvent en liquide, que ce soit pour les vêtements ou pour le baby-sitting. Dans ce cas là aussi, il faut donc avoir confiance en la personne. Pour les vêtements, c'est plus facile vu que la personne vient chez moi et repart directement tandis que pour le baby-sitting ça peut être fait en décalé puisqu'elle peut nous payer à la journée mais aussi à la semaine ou au mois. Le paiement c'est donc un peu plus difficile pour le baby-sitting. On ne sait pas quel est leur niveau de vie et s'ils sont dignes de confiance pour le paiement, mais heureusement au fur et à mesure on commence à connaître les parents. Pour les vêtements, c'est plus facile car ils viennent, paient et repartent directement.

A: Tu ne fais donc pas d'envois pour les vêtements?

B: J'ai déjà fait des envois mais je n'en fais plus puisqu'à chaque fois les consommateurs se plaignaient. Du coup, je leur proposais de me renvoyer l'article et de les rembourser mais au final ça me coûtait cher car je devais repayer le retour de l'article sans rien vendre. J'ai donc arrêté, j'ai eu 2 fois des soucis. J'ai à chaque fois accepté de les rembourser pour éviter d'avoir une mauvaise réputation.

A: Peux-tu davantage m'en dire sur ces mauvaises expériences?

B: C'était un short blanc et apparemment il était taché alors que quand je l'ai envoyé, ce n'était pas le cas. Je veille toujours à bien regarder l'état des produits que je vends avant de les vendre. La personne m'a donc demandé de la rembourser par un virement, ce que j'ai fait. J'y ai donc perdu. Je préfère le main à main même si souvent les personnes viennent à mon domicile. En plus, ça demande de bloquer une heure de temps pour prévoir les avances et les retards des acheteuses. Comme les articles se vendent à moindre prix, c'est prendre beaucoup de temps (pour prendre les photos, les poster, traiter les questions et trouver un arrangement pour se voir) pour ne pas avoir grand-chose en retour.

A: Le temps est donc une réelle contrainte pour toi?

B: Oui, une contrainte pour au final pas grand-chose.

A: Qu'est-ce qui te pousse à pratiquer ces activités alors?

B: Le baby-sitting c'est clairement pour le fait de me faire de l'argent mais pour les vêtements c'est plutôt pour faire de la place chez moi. On gagne de l'argent mais le montant est faible et puis même, avec cet argent, je rachète d'autres vêtements. Donc au final, on ne gagne pas beaucoup. Par contre, pour le baby-sitting ce n'est vraiment pas mal. En plus comme je fais des études de puéricultrice, c'est mon futur métier et ça m'apprend des choses, ça me fait connaître dans le milieu, connaître des gens, etc. Par exemple, après l'entretien je vais rechercher un petit à la crèche (que j'ai trouvé avec Topnanny), et du coup ça permet de me faire connaître à la crèche du village et pourquoi pas me faire engager là-bas par après, on ne sait jamais. Le baby-sitting m'a apporté beaucoup plus que la vente de vêtements.

A: Le baby-sitting te permet donc de te créer un réseau?

B: Oui, beaucoup. Mais par contre, sur Topnanny, je ne sais pas si les personnes doivent payer ou pas pour s'inscrire. Moi je n'ai pas dû le faire pour proposer mon service, mais je sais qu'un parent d'enfants que je babysittais me disait que parfois ça peut aller jusqu'à 50€ par mois de participation sur d'autres sites. C'était donc une raison pour lui de changer de plateforme. Je sais donc que parfois les parents doivent payer, mais ce n'est pas le cas de ceux qui proposent leurs services.

A: C'est aussi quelque chose qui t'a poussé à te lancer sur la plateforme?

B: De toute façon, je ne m'attendais pas à devoir payer, que ça soit sur n'importe quel site. Sinon, j'avais aussi essayé de distribuer des petits papiers dans le village pour proposer mes offres de baby-sitting mais ça n'a pas vraiment fonctionné, les personnes n'étaient pas intéressées. Ce qui est bien sur les sites spécialisés, c'est que les gens sont vraiment ceux qui cherchent des offres, c'est centralisé. Les personnes recherchent aussi souvent des baby-sitters sur une base régulière. Par exemple, grâce à Topnanny, j'occupe 3 soirs par semaine à faire du baby-sitting. C'est vraiment comme un petit boulot. Tandis que par le bouche-à-oreille, c'est plus pour des petites soirées à titre occasionnel. En plus, c'est direct. Quand tu t'inscris sur le site, la demande t'est directement adressée car il y a des gens qui sont inscrits avant toi et qui voient toutes les nouvelles offres qui arrivent. Les personnes intéressées peuvent alors regarder ton profil et voir si tu conviens ou pas en fonction de la description que tu as mise. C'est vraiment sympa. On doit juste créer son profil et poster l'offre et c'est fini, ça ne prend pas beaucoup de temps. On peut aussi mettre une photo comme ça la personne nous voit et nous on peut la voir aussi si elle en a mise une.

A: À quel point c'est important pour toi de voir la personne en photo?

B: C'est très important. Aussi bien pour les parents afin de voir le baby-sitter que pour moi afin de me donner une idée sur qui ils sont. On peut aussi mettre la description que l'on veut pour permettre aux gens d'en apprendre davantage sur nous, on met également nos disponibilités et le prix que l'on demande. Ça, c'est bien parce que sur d'autres sites, ce sont les parents qui proposent les prix et donc nous, on n'est pas libres de proposer le nôtre. Au moins, c'est fixe, les parents acceptent ou refusent si le prix ne leur convient pas.

A: Comment fixes-tu ton prix?

B: Mon prix je le base sur le prix indiqué sur le site de la "ligue des familles", une organisation de baby-sitting où le travail est déclaré. J'essaye de proposer un prix inférieur parce que sinon les parents vont plutôt prendre des gens déclarés offrant alors des assurances en plus, car dans mon cas, s'il arrive un accident, je ne suis pas protégée et les parents non plus. Donc je me base là-dessus mais de toute manière, on sait que souvent, un baby-sitting tourne autour de 9€ de

l'heure. Ça dépend aussi du nombre d'enfants et des frais d'essence nécessaires pour aller chercher les enfants. Aujourd'hui par exemple, pour le petit que je dois aller chercher, je compte 2€ en plus par jour pour l'essence. Par contre, quand c'est une journée complète, j'arrondis mon prix.

A: Donc sur Topnanny, il n'y a pas de principe d'assurance?

B: Non, il n'y a rien du tout du point de vue des assurances. Ça permet juste de mettre les personnes en contact. On ne demande même pas la carte d'identité, on demande juste si tu as ton permis pour prévenir les parents si on sait aller chercher l'enfant à l'école ou pas. Donc, niveau sécurité ce n'est pas le top mais au final, quand tu travailles dans la région, tu connais un peu tout le monde donc il n'y a pas vraiment de soucis, tu rencontres les gens une première fois et tu te fais une idée.

A: Organises-tu donc toujours une première rencontre avec les personnes?

B: Oui bien sûr, toujours. J'aime bien voir les personnes avant mais aussi les enfants afin de voir si le feeling passe bien, mais aussi de voir le milieu dans lequel je vais travailler. Cependant, une fois la rencontre faite et l'offre acceptée, on ne passe plus par le site, mais plutôt par nos numéros de téléphone. D'ailleurs ça me fait penser à un point négatif, c'est le fait qu'il y ait des publicités et de notifications sur le site, ils envoient notamment tout le temps des mails. Mais ça je ne peux pas le contrôler. Du coup, j'essaie de suspendre mes annonces quand je suis trop occupée.

A: Dans le cadre des plateformes où tu vends tes vêtements, te renseignes-tu aussi sur la personne à priori?

B: Oui, je regarde leur profil. Parfois certains utilisent des pseudos et je préfère donc quand même en savoir plus sur eux. Je regarde s'ils ont indiqué la ville dans laquelle ils vivent, comme ça je sais comment m'organiser, mais aussi s'ils ont des photos.

A: À quel niveau ça suffit pour remédier à la peur des inconnus qui viennent chez toi, comme tu m'as dit en début d'entretien?

B: C'est aussi le fait de me dire que ça me permet de faire du tri et de la place dans ma garde-robe parce que ça me fait mal au cœur de les jeter alors que je les ai achetés un certain prix. Par contre, les blouses de moindre qualité, que j'ai payées moins cher, ça je ne les vends même pas parce ça ne vaut pas la peine d'user son temps et d'avoir des inconnus chez soi. Je préfère les jeter dans les bulles pour les donner. Donc pour ça, ça ne fonctionne pas mais pour le reste ça fonctionne super bien. Je pense que c'est dû au fait que maintenant, Marketplace a une icône à part sur Facebook alors qu'avant il fallait faire des recherches pour retrouver un article. En plus, on peut utiliser des filtres pour choisir la localisation donc c'est vraiment bien. Mais d'un autre côté, ce qui est embêtant, c'est que tes amis Facebook voient tes ventes dans leur fil d'actualité.

A: À quel niveau ça te dérange?

B: Je n'aime pas qu'on voie ce que je vends parce que, par exemple certains pourraient se dire que j'ai grossi et que c'est pour ça que je revends mes habits. J'aime bien vendre mes vêtements mais à part, ce n'est pas que je suis gênée mais ils n'ont pas à savoir la raison de mes ventes. C'est pour ça que j'utilise 2ème main, c'est mieux à ce niveau-là et c'est plus discret.

A: Accordes-tu de l'importance à la manière dont tu pourrais être jugée sur ces plateformes?

B: Pas avec les personnes que je ne connais pas car on est là dans le même but mais avec mes amis oui.

A: D'accord, je reviens au système de cotation dont tu m'as parlé au début de l'entretien, à quel niveau accordes-tu de l'importance au système de notation?

B: Je n'ai absolument jamais regardé les notations des gens avec qui je suis en contact pour la simple et bonne raison que sur Topnanny, seuls les baby-sitters sont notés et non les parents donc ça me concerne moins. Pour ma part, je n'ai même pas spécialement regardé combien d'étoiles j'avais sur le site. Sur 2ème main, je ne sais même pas si on est côté. Moi-même, je ne mets même pas d'avis. Sinon, ça n'a rien avoir mais je voulais parler du système de paiement aussi. Pour les vêtements, dans le cas d'envoi de colis, je demande que les personnes paient avant que j'envoie le colis. Quand j'achète sur ces mêmes sites, c'est pareil et là il faut faire confiance à la personne, être certaine qu'elle envoie bien le colis une fois l'argent aussi.

A: Quand toi tu vends, attends-tu que le virement soit fait ou que la personne te dise simplement que c'est fait?

B: Ça dépend des banques donc parfois je demande une capture d'écran prouvant que le paiement a bien été fait. Je n'envoie jamais sans paiement parce qu'on ne sait pas sur qui on tombe. En plus, en envoi, on ne voit jamais la personne alors qu'en mains propres, on la voit quand même. Ça me rassurerait qu'il y ait un service de paiement sécurisé comme sur Vinted par exemple. Là, on ne doit se tracasser de rien, tout se fait tout seul. Une fois j'ai déjà eu une arnaque aussi sur 2ème main. Je vendais des cartouches, ce qui représente quand même un certain prix, et une personne m'a contactée pour faire un envoi. Au moment du paiement, elle me demandait d'aller acheter des bons d'une célèbre compagnie d'envoi de colis dans une station essence, d'ensuite lui envoyer et que cette même compagnie me rembourserait par après. Je ne comprenais même pas ce que je devais faire. C'est alors qu'elle a lancé une "procédure", qui était fausse évidemment, qui disait que je devais de l'argent à cette même compagnie d'envoi. Je recevais donc des emails soi-disant "officiels". J'ai finalement tout annulé en me rendant compte de l'arnaque que c'était. C'est une arnaque très répandue. Il faut donc faire attention. C'est pour ça que je privilégie le main à main.

A: OK et même si du coup tu dois avoir des contacts avec des inconnus?

B: Oui, mais je fais quand même attention à ne pas laisser venir n'importe qui chez moi. Je m'arrange alors pour aller chez eux, mais je reste toujours à l'extérieur de la maison. Mais bon je sais aussi que les personnes aiment bien essayer les vêtements qu'on leur propose et c'est normal. Si c'est une veste, un sac ou des chaussures, là on peut le faire dans un lieu public, mais quand c'est un pantalon par exemple c'est plus délicat.

A: Comment t'arranges-tu quand les personnes viennent chez toi?

B: Ils peuvent aller dans la toilette, qui se trouve en bas. Le problème c'est que parfois ils veulent un miroir pour voir ce que ça donne mais je ne les fais pas monter, je leur propose donc de se regarder dans la vitrine du salon, qui fait office de miroir. En haut, c'est trop intime et en plus on ne sait jamais ce qu'ils observent dans la maison. Je préfère donc le main à main, mais le moins possible dans ma maison.

A: Peux-tu me citer les points négatifs et positifs d'agir en tant que fournisseur dans l'économie de partage?

B: C'est très utile et facile. Pour les vêtements par exemple, ça permet de publier à plusieurs endroits et de faire autre chose pendant ce temps et de ne pas passer ta journée entière à un vide-dressing ou à une brocante et perdre la totalité de ta journée, surtout que tu dois tout prendre avec toi. Sur 2ème main, tu as le temps de préparer le vêtement et tu n'as pas besoin de transporter toute ta garde-robe. Pour les points négatifs, j'ai parlé des inconnus et donc du fait de faire du main à main. Pour le baby-sitting, je favorise des personnes de la région mais je vais aussi voir leur profil Facebook sur base des informations que j'ai sur Topnanny. En plus, des fois, ça me permet de voir que j'ai des amis en commun et ça me permet d'en savoir encore plus sur la personne. Habitant une petite région, tout le monde connaît un peu tout le monde. En plus, rester dans la région me permet de ne pas faire trop de kilomètres et donc de demander trop de suppléments aux parents. Il y a aussi certaines personnes qui utilisent plutôt des pseudos, ça c'est embêtant mais bon c'est le risque de l'internet en général, ce n'est pas spécifique à l'économie de partage. Sur les sites de 2ème main aussi, les photos ne représentent pas toujours la réalité et donc quand on vend ça peut aussi nous retomber dessus car les personnes ne s'attendaient pas à recevoir ce genre de produit. Par exemple, je vendais une jupe, qui était quand même longue et sur la photo la dame pensait qu'elle était courte, elle s'est donc plainte. Je peux comprendre mais je ne vois pas trop quoi y faire, j'essaye déjà de prendre des photos les plus représentatives possible, mais ce n'est pas évident.

A: Vois-tu autre chose?

B: Pour Topnanny, c'est bien pour les plus jeunes qui cherchent des petits boulots pour avoir un peu d'argent en plus. Ce qui est bien aussi, c'est qu'avant de s'inscrire, on peut déjà consulter les demandes des parents, ce qui permet d'avoir une orientation sur ce qu'on propose. Tu as déjà

plein de propositions alors que si tu mets des papiers dans la boîte aux lettres, ce n'est pas le cas et tu ne peux pas voir la réelle demande des "acheteurs". Voilà, je pense que c'est tout.

A: As-tu quelque chose à ajouter ?

B: Non, rien du tout.

A: Tu m'en as déjà dit pas mal. Je te remercie alors, l'entretien touche à sa fin. Je vais juste te poser quelques questions plus personnelles mais hors enregistrement. Un grand merci à toi.

Transcription 6

Identité	ID 06
Genre	Féminin
Âge	22 ans
État civil	En couple
Profession	Étudiante en bachelier
Plus haut diplôme obtenu	CESS
Zone d'habitation	Zone rurale
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	B-sit, BlaBlaCar, Vinted et Marketplace
Années d'expérience	1 (B-sit, BlaBlaCar et Vinted), 6 (Marketplace)
Date de l'entretien	17 avril 2019
Durée de l'entretien	29 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, je te remercie d'être ici pour répondre à mes questions et m'aider dans mes recherches. Donc moi, je m'appelle Anaïs, je suis étudiante en dernière année à HEC et pour valider mon master je fais un mémoire sur l'économie de partage. Dans ce mémoire, je vais principalement identifier les motivations et barrières des fournisseurs et donc voir un peu ce qui pousse des personnes à se lancer dans l'économie de partage en tant que fournisseur et ce qui pourrait éventuellement les bloquer. Déjà, est-ce que tu peux me dire ce que c'est l'économie de partage pour toi?

B: Je pense que c'est le fait de participer à des sites comme BlaBlaCar où l'on peut partager des choses, nos services principalement.

A: C'est un peu ça. En réalité, c'est le fait qu'un individu mette une ressource qu'il n'utilise pas totalement à la disposition d'un autre individu qui en a besoin. Cette ressource, ça peut aussi bien être une ressource matérielle avec le partage de logements, de biens, d'habits, etc., mais aussi une ressource immatérielle comprenant le savoir, le temps et le financement participatif. Souvent, comme tu l'as si bien dit, ça se fait sur une plateforme parce qu'elle permet de prendre en charge plusieurs services comme le paiement sécurisé dans certains cas, mais aussi les assurances. La plateforme permet aussi de mettre en relation l'offre et la demande. Dans le cadre de mon mémoire, je me focalise surtout sur la relation entre deux pairs, deux particuliers. L'interview est un entretien semi-directif et donc sur base de thèmes et questions que je vais te proposer, je t'invite à t'exprimer librement et me raconter tes expériences, sentiments, etc. L'entretien, comme je te l'ai dit, va être enregistré, mais je te rassure qu'il reste tout de même anonyme et confidentiel. L'entretien durera une trentaine de minutes. As-tu des questions?

B: Non.

A: Peux-tu me dire sur quelle(s) plateforme(s) tu as participé en tant que fournisseur de l'économie de partage?

B: Du coup, il y en a beaucoup, je me suis rendue sur pas mal de plateformes de vente telles que Marketplace et Vinted, mais je suis aussi active sur BlaBlaCar et B-sit, une plateforme de baby-sitting. Sinon, une fois j'ai fait usage de Airbnb, mais en tant qu'utilisateur.

A: Peux-tu m'expliquer les différentes expériences que tu as eues sur ces plateformes?

B: Concernant la vente, sur Vinted, ça ne fonctionne pas vraiment car les gens ont tendance à plus mettre les articles dans leurs favoris qu'autre chose. Donc, je n'ai pas vraiment fait énormément de ventes avec. Maintenant par contre tous les articles que je mettais sur Vinted, je les mettais aussi sur Marketplace et là ça partait plus vite. Je ne sais pas trop pourquoi, sans doute car les personnes se rendent plus sur Facebook (dont dépend Marketplace) que sur Vinted, je ne sais pas. Pour mes expériences, ça s'est toujours bien passé sauf une fois avec une dame

qui a préféré que je fasse un envoi de colis. Apparemment, l'article ne lui plaisait pas du tout et elle m'a accusée d'être une arnaqueuse, c'était assez délicat. Mais généralement, de manière globale, ça se passe toujours très bien, les gens sont toujours sympathiques, que ça soit pour la vente ou pour l'achat. Après pour BlaBlaCar, je l'ai fait une fois, j'ai proposé d'aller jusqu'à Zaventem parce que je devais aller chercher mon copain là-bas justement. Ça s'est très bien passé, je suis tombé sur une fille qui allait prendre son avion, elle a vraiment beaucoup parlé. Ça changeait de faire le trajet seule. Si je devais le faire, je le referais avec plaisir. Le problème c'est que l'on doit tout planifier et respecter un certain timing. Ici, je savais que je devais être sur place à une certaine heure, j'avais donc cette obligation, mais quand je vais par exemple à l'école, ce n'est pas toujours évident de dire à quelle heure précisément on part et surtout de respecter cet horaire. Parfois, je pars plus tôt, parfois plus tard, donc je ne peux vraiment le faire que quand ce sont des trajets comme pour aller à l'aéroport, que c'est vraiment bien défini et délimité et que c'est planifié auparavant. Par exemple, ici je suis venue à Liège, j'aurais pu proposer une course jusqu'à Liège vu que Liège-Aywaille c'est quand même un long trajet, mais je ne l'ai pas fait parce qu'il y a vraiment trop de contraintes de timing et je ne suis pas quelqu'un qui se focalise à fond sur l'heure. Concernant B-Sit, je me suis proposée car j'avais pas mal de temps libre vu que j'étais en stage. Dans ma région, il n'y avait pas vraiment beaucoup de propositions. Dans les villages ça se fait surtout par le bouche-à-oreille. Je propose de me déplacer jusqu'à 20km au maximum, mais c'est assez difficile par la plateforme car c'est surtout focalisé sur les grandes villes que sur la campagne en soi. J'ai eu une offre une fois, mais ce jour-là, je me suis retrouvée à devoir la refuser. J'espère pouvoir un jour en avoir d'autres.

A: OK donc via cette plateforme, tu n'as encore jamais eu de proposition?

B: Non, j'ai déjà fait des propositions, eu des demandes, mais je n'étais malheureusement pas disponible au moment demandé. Ils me demandaient de garder un enfant de 20h à minuit alors que je finissais le travail à 20h30, c'était donc un peu compliqué.

A: Je reviens au début de la conversation sur le fait que tu avais dû faire un envoi une fois. D'habitude, tu ne fonctionnes pas avec des envois?

B: Généralement, les gens viennent à la maison ou alors on se donne un point de rendez-vous sur Liège ou même Ougrée puisque mon copain habite là-bas. Généralement, ça se passe toujours bien comme ça. Les gens viennent souvent à la maison plutôt qu'à des points de rendez-vous en dehors.

A: C'est toi qui leur proposes de venir chez toi ou la démarche vient d'eux?

B: Dans mon annonce, je mets: "possibilité de remise en mains propres sur Aywaille, Liège ou Ougrée". Généralement, ils me demandent directement eux-mêmes pour venir au domicile.

A: Est-ce quelque chose qui te pose problème?

B: Non pas du tout, je préfère justement. Ça ne me dérange pas car mes parents généralement eux aussi proposent également des objets en vente sur des sites plus particuliers de voitures, motos, etc. Comme pour eux c'est plus facile de faire venir les gens à la maison, pour moi aussi ça l'est. J'ai toujours vu ça et en plus ma maison, c'est également le siège social de l'entreprise de mes parents donc il y a souvent beaucoup de gens sur place.

A: Donc le fait qu'il y ait des inconnus chez toi ça ne te pose pas problème?

B: Non, ce n'est pas quelque chose de dérangeant et qui me bloque.

A: Et dans le cadre de BlaBlaCar et B-sit?

B: Non plus.

A: Tu m'as parlé du fait que la personne que tu as rencontrée sur BlaBlaCar était sympathique. Est-ce important pour toi de rencontrer des gens et de créer une relation?

B: Pas spécialement. Parfois, il y a des relations qui se créent. J'ai eu l'expérience avec un baby-sitting, mais hors B-sit, où une relation s'est réellement créée. Les gens m'invitaient pour Noël et les anniversaires. Enfin, il y a vraiment eu une relation qui s'est créée, mais ce n'est pas tout le temps le cas, ça dépend des personnes en fait, des caractères et de leur manière d'être.

A: Donc ce n'est pas spécialement quelque chose que tu recherches?

B: Non pas spécialement, même avec BlaBlaCar. Maintenant, dans le cas de BlaBlaCar, c'est toujours mieux quand on est avec quelqu'un qui parle parce que c'est toujours un peu gênant de se retrouver avec quelqu'un qu'on ne connaît pas et de n'avoir personne qui parle dans la voiture. C'est toujours mieux qu'il puisse y avoir de la conversation.

A: C'était un critère de recherche alors sur BlaBlaCar?

B: Oui en partie, mais je ne me souviens plus vraiment des critères que j'avais mis dans mon profil car j'ai créé mon profil il y a un an ou deux.

A: Je reviens sur ta mauvaise expérience Marketplace, comment as-tu réagi à cela?

B: En fait, j'ai pris les devants parce qu'elle m'avait menacée de me mettre de mauvaises notations. J'ai donc agi avant elle en prévenant les autres utilisateurs que ce n'était pas une personne honnête et qu'il fallait privilégier les échanges en mains propres avec elle. Il n'y a donc pas eu de répercussions.

A: Est-ce que c'est quelque chose qui pourrait te tracasser, le fait d'avoir des commentaires négatifs?

B: C'est inquiétant sans l'être en fait car une cotation négative si on a beaucoup de cotations positives ne va pas vraiment influencer le tout. À ce niveau-là, ça ne m'inquiète pas trop. Par contre, ça devient inquiétant à partir du moment où on en aurait vraiment plusieurs.

A: Je reviens sur ce que tu me disais sur BlaBlaCar, le fait de ne pas être seule dans la voiture est un aspect positif pour toi?

B: Au début que je roulais en voiture, je n'aimais pas trop être seule, mais maintenant je m'y suis habituée. J'aime qu'il y ait une ambiance et je mets donc toujours au moins la radio, mais jamais de musique. Je préfère les gens qui parlent pour que ça fasse comme une présence humaine. J'aime bien être toute seule de temps en temps dans ma bulle, mais la compagnie est vraiment super importante pour moi, c'est vraiment ancré dans mon caractère. BlaBlaCar était une bonne option car en plus ça permet d'aider quelqu'un. Concernant mes études, je fais de la RH, j'ai justement cette envie de pouvoir aider les gens, la preuve c'est que je suis là aujourd'hui pour t'aider.

A: Tout à fait. Peux-tu développer le fait que tu aimes aider les gens?

B: Depuis que je suis toute petite, mes parents m'ont appris que l'aide et le partage sont des valeurs cruciales, j'ai toujours grandi dans cette optique-là, mes parents ont toujours aidé des gens, c'est dans ma culture.

A: Tu m'as aussi parlé du fait que tu privilégiais les longs trajets sur BlaBlaCar.

B: Je préfère oui.

A: Que considères-tu comme longs trajets?

B: On pourrait dire que Aywaille-Liège c'est un long trajet, mais pour moi c'est un trajet normal, je l'utilise plus pour des trajets inhabituels.

A: Qu'est-ce qui te bloquerait à proposer BlaBlaCar pour des trajets plus habituels?

B: Le timing principalement parce qu'on doit prévoir au moins 5 à 10 minutes en plus parce que généralement ce sont des points de rendez-vous que l'on donne, qui parfois dévient légèrement de la trajectoire. Par exemple des fois on me demande d'aller les chercher aux Guillemins alors que je sors de l'autoroute à Angleur, je dois donc rajouter 10 minutes de trajet. À 8h du matin, 10 minutes de trajet c'est énorme quand il y a des embouteillages.

A: Ça te demande donc plus d'efforts?

B: Oui et non en fait. Ça ne me demande pas plus d'efforts, mais les détours quand le timing est très serré c'est gênant.

A: Peux-tu me dire quels sont les avantages et inconvénients d'utiliser l'économie de partage?

B: Déjà au niveau des avantages, on aide les gens, ça permet d'avoir un petit plus financièrement pour le baby-sitting principalement. Pour la voiture, ça permet de récupérer les frais d'essence, mais aussi de rencontrer des gens. Dans le cadre des ventes, ça permet de se débarrasser d'objets qu'on n'utilise plus en faisant le bonheur de quelqu'un plutôt qu'en les jetant à la poubelle.

A: Tu me dis que ça te permet de faire de l'argent?

B: Oui tout à fait, il y a juste pour BlaBlaCar où c'est plus le fait de rentabiliser.

A: Peux-tu développer?

B: Ce n'est pas vraiment ce que je cherche là-dedans puis en plus je n'ai pas l'impression qu'il y a moyen de se faire beaucoup d'argent car on doit rester dans une certaine marge de prix vis-à-vis des autres fournisseurs. Sinon, on n'a pas de passagers et on ne rentabilise donc pas. Par exemple, pour aller à Bruxelles, je paie 18€ d'essence environ aller-retour. BlaBlaCar propose un tarif entre 3€ et 5€ pour ce trajet si on prend 4 personnes avec soi, du coup il n'y a pas spécialement moyen de faire des bénéfices.

A: Comment fixes-tu ton prix?

B: En fonction des autres offres des fournisseurs, j'essaye de me mettre dans la moyenne, mais tout en regardant bien de couvrir mes frais d'essence.

A: Et sur les plateformes autres que BlaBlaCar?

B: Je regarde les autres offres disponibles, mais aussi l'état de l'objet que je propose. Si c'est un objet que d'autres vendeuses vendent à 2€, mais que l'objet n'a même pas un mois, qu'il y a toujours la souche et que l'échange est toujours possible, alors là je vais le proposer à un prix supérieur. Je détermine donc le prix en fonction de l'état de l'objet, la marque, s'il est toujours sous garantie ou pas, etc. Parfois, je vends même des objets que je n'ai jamais utilisés.

A: As-tu déjà pensé à d'autres alternatives pour vendre ces objets?

B: Les brocantes, mais ça, ce n'est pas évident parce qu'il faut trouver un moment pour pouvoir y aller. Sinon, pour certains vêtements qui sont démodés ou pas de marque et donc attirent moins de monde, je les donne à Terre.

A: Le don est-il donc important pour toi?

B: Aussi oui car ça fait partie du partage et j'aide les gens, une fois de plus.

A: Tu me disais que d'aller en brocante ça prenait du temps, est-ce que les plateformes t'apportent un gain de temps?

B: C'est un gain de temps car au moment de la mise en ligne, ça prend entre 5 à 10 minutes de prendre des photos et puis de les publier. Une fois que c'est fait, il n'y a plus rien à faire, excepté le fait de répondre aux personnes intéressées. Au final, c'est un énorme gain de temps oui.

A: D'accord, peux-tu maintenant me dire les inconvénients?

B: Le timing déjà, puis aussi le fait qu'on ne sait pas toujours sur qui on tombe. Parfois, ça me fait peur. J'ai toujours tendance à prévenir mes proches quand je me rends chez quelqu'un que je ne connais pas ou qu'un inconnu vient à la maison. Il y a aussi le fait qu'on peut tomber sur des arnaques. Généralement, on les voit venir en plein dans le mille. Donc ça va, c'est un inconvénient qui est vite effacé.

A: As-tu déjà eu affaire à ces arnaques?

B: Non jamais. On a déjà essayé de m'arnaquer, mais j'ai directement compris que c'était une arnaque et je ne me suis donc pas laissée prendre.

A: Comment fais-tu pour déceler que c'est une arnaque?

B: Déjà, je regarde la note de la personne sur la plateforme puisque ça, ça joue beaucoup. Généralement si la personne a une mauvaise note, il faut s'en méfier. Je regarde aussi la manière dont la personne parle et si elle est polie. Ça permet de se faire une idée. Sinon je fonctionne souvent au feeling.

A: Donc l'aspect notation est important pour toi?

B: Oui quand même, parce que quand on est une femme c'est toujours plus compliqué. Un homme a plus de moyens de se défendre s'il se retrouve dans une mauvaise situation. Je pense donc qu'en tant que femmes, on doit être encore plus vigilantes que les hommes. C'est pour ça que je regarde vraiment les notes, les commentaires et des choses comme ça.

A: Est-ce que tu regardes aussi les profils?

B: S'il y a moyen, j'essaye, pour voir un peu comment est la personne et surtout pour la reconnaître au moment du rendez-vous. Ça permet aussi de me faire une idée sur qui est la personne parce que ça reste des inconnus donc ça fait toujours peur.

A: Tu as quand même une certaine crainte envers les inconnus?

B: Je m'en méfie quand même assez car j'ai eu des expériences de harcèlement et des choses comme ça dans la vie, et donc maintenant j'essaye de faire attention.

A: As-tu des moyens de te préserver des inconnus?

B: Sur Facebook j'essaye de contacter les amis qu'on a en commun afin de voir comment est la personne.

A: Qu'as-tu d'autre à ajouter ?

B: J'ai déjà voulu faire du partage par Airbnb quand mes parents ne sont pas là car j'ai souvent la maison pour moi toute seule. Le problème c'est que comme ce n'est pas ma maison, je n'ose pas.

A: D'accord et pourquoi?

B: Mes parents ne sont pas vraiment pour parce qu'avoir des inconnus qui dorment chez eux, ça leur fait peur. Moi ça ne me dérange pas, mais uniquement si je suis là, afin de pouvoir surveiller que tout se passe bien.

A: Que mets-tu en place pour surmonter les points négatifs et inconforts que tu m'as cités?

B: Au niveau du timing, il n'y a rien à faire pour le contrer. Concernant la peur des inconnus, je vais vérifier les profils Facebook, je préviens mon compagnon et des amis d'où je vais afin qu'ils puissent intervenir en cas de problème. Même pour notre entretien d'aujourd'hui j'ai prévenu je t'avoue.

A: Je comprends. As-tu autre chose à ajouter?

B: Juste peut-être concernant B-sit. Je ne suis pas inscrite depuis très longtemps, mais je trouve ça intéressant et sympathique de mettre en contact des parents avec des baby-sitters parce que ce n'est pas toujours facile. Même en tant que parents, ce n'est pas toujours facile de trouver quelqu'un en qui on a confiance pour faire garder ses enfants. Sur B-sit, avec le système de notation, ils peuvent en savoir davantage sur les personnes et donc augmenter la confiance qu'ils accordent. En plus, il y a une possibilité de paiement sécurisé, c'est vraiment bien fait. Sinon, on peut aussi s'arranger entre nous pour se donner l'argent de main à main, mais là alors on en revient à une question de confiance.

A: L'application te simplifie-t-elle donc la recherche de garde d'enfants ?

B: Oui, mais maintenant j'ai l'impression que c'est surtout pour les grandes villes plus connues. Dans le milieu rural, c'est beaucoup moins connu, il faudrait donc que ça soit un peu plus connu.

A: As-tu quelque chose en plus à ajouter ?

B: Non, je t'ai tout dit.

A: Super. Du coup, l'entretien se termine, je te remercie vraiment beaucoup d'être venue à ma rencontre et d'avoir répondu à mes questions. Maintenant, je vais plus me concentrer sur le sociodémographique, mais hors enregistrement. Merci beaucoup.

Transcription 7

Identité	ID 07
Genre	Masculin
Âge	28 ans
État civil	Célibataire
Profession	Ouvrier en maintenance aéronautique
Plus haut diplôme obtenu	Bachelier
Zone d'habitation	Zone urbaine
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	BlaBlaCar
Années d'expérience	2
Date de l'entretien	19 avril 2019
Durée de l'entretien	37 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci d'avoir accepté ma demande et de venir ici à ma rencontre. Donc moi je m'appelle Anaïs et je suis en dernière année de master en sciences de gestion à HEC. Pour valider ce master, je dois faire un mémoire, que j'ai décidé d'axer sur l'économie de partage et plus précisément sur l'analyse des barrières et motivations perçues par les fournisseurs quant à l'utilisation de cette économie. L'entretien est un entretien dit "semi-directif". En fait, je te donne des thèmes sous forme de questions et je te demande alors d'en parler librement. Au plus tu en dis, au mieux c'est, aucune remarque ne sera qualifiée d'inutile. L'entretien sera enregistré pour des raisons d'analyse, mais évidemment notre entrevue restera confidentielle et anonyme. L'entretien durera une trentaine de minutes. Pour commencer, peux-tu me dire ce qu'est pour toi l'économie de partage?

B: Aucune idée, je n'ai jamais entendu ce terme. J'imagine que c'est Airbnb, BlaBlaCar et autres, mais je n'en sais pas plus.

A: C'est le fait qu'un individu ait des ressources qu'il n'utilise pas totalement et les mette alors à la disposition d'autres individus qui veulent avoir l'usage de ces ressources. Ça peut être des ressources matérielles comme le fait de louer son habitation ou une partie du moins, mais aussi les ventes d'habits ou les propositions BlaBlaCar par une personne à qui il reste des places disponibles dans sa voiture. Ça peut aussi être des ressources immatérielles comme le partage de temps et de connaissance comme le baby-sitting, le fait de proposer de donner des cours, etc. Il y a une réelle notion d'échange et dans le cas que j'étudie, c'est un échange entre 2 particuliers.

B: C'est un peu le style du "Repair café" ? C'est un endroit qui permet d'aider des personnes en réparant leurs biens abîmés.

A: Oui, tout à fait. Donc, souvent ça passe par le biais de plateformes (comme Airbnb, BlaBlaCar et Vinted) qui permettent de tout centraliser et d'organiser la rencontre entre l'offre et la demande, mais aussi d'offrir des services divers comme les assurances. Voilà, je pense que j'ai fait le tour, as-tu des questions?

B: Non, tout est clair.

A: Commençons alors. Sur quelle(s) plateforme(s) as-tu pratiqué l'économie de partage en tant que fournisseur?

B: BlaBlaCar.

A: Exclusivement?

B: Est-ce que les sites de vente comme 2ème main rentrent dedans aussi?

A: Oui, tout à fait. Un individu peut très bien mettre un bien à la disposition d'un autre individu, impliquant un transfert de propriété ou non.

B: OK, du coup j'utilise 2ème main tout le temps.

A: Pour vendre aussi?

B: Non, uniquement en tant qu'acheteur.

A: D'accord, ça, c'est un aspect qui me concerne moins, mais tu peux bien sûr y faire référence durant l'entretien.

B: D'accord.

A: Comment se sont passées tes expériences en tant que fournisseur?

B: Concernant BlaBlaCar, le week-end passé, j'ai fait un aller-retour et c'était le 3ème trajet BlaBlaCar en tout et pour tout que je proposais. J'utilise surtout ça quand je fais de longs trajets. Je le fais pour compenser la consommation très élevée de carburant. En plus, écologiquement, c'est l'équivalent d'une tonne qui transporte un individu de 80kg seulement, ce n'est pas l'idéal. C'est donc un peu ridicule de faire de telles distances seul, même si j'aime être tout seul. Ça permet aussi de rencontrer des gens, ce qui est plutôt agréable aussi.

A: D'accord, pourquoi utilises-tu la plateforme pour de longs trajets uniquement?

B: Je ne m'y suis pas encore vraiment intéressé. C'est vrai que quand je rentre chez mes parents (Ath) par exemple, je pourrais proposer le trajet. Le problème c'est que quand je vais chez mes parents, je me lève, je pars et je ne décide pas de l'heure exacte de mon départ. Je ne planifie jamais vraiment l'heure du trajet.

A: Ça te poserait donc problème du point de vue du timing à mettre en place?

B: Oui c'est ça. Des fois, je ne sais pas à quelle heure je pars et clairement, il y a certains moments où je pourrais le prévoir, mais je me dis que peu de personnes sont à la recherche du trajet Liège-Ath. C'est plutôt Liège-Paris qui est très populaire, il y a beaucoup de personnes qui le font, même sur la route vers Paris tu croises d'autres BlaBlaCar.

A: Peux-tu me développer l'argument que tu as donné: "ça me permet de faire des économies"?

B: BlaBlaCar propose un tarif aux conducteurs, tu peux le modifier, mais c'est le tarif le plus avantageux pour les deux parties. En laissant le tarif proposé par BlaBlaCar, je rentre plus que dans mes frais, car je ne dépense vraiment pas un rond pour prendre ces personnes dans ma voiture et ensuite tout est pris en charge: le carburant et même les péages.

A: Ça te permettrait même de faire du profit?

B: Je ne sais pas, ce n'est pas l'idée. Je n'ai même pas calculé, mais je pense que pour aller à Paris, j'ai touché un peu d'argent, pas des masses. Ce n'est vraiment pas l'idée, c'est plus pour le fait de partager les frais parce que seul, un aller-retour pour Paris me coûte 30 euros de péages plus facilement 45 euros de mazout. Tu as vite fait les calculs. BlaBlaCar proposait 23 euros par personne pour Liège-Paris et j'embarquais trois personnes. Je veille à ne pas embarquer plus de 3 personnes afin de laisser la place centrale libre. Je veux que tout le monde soit à l'aise et ait de la place, que ça ne soit pas une boîte à sardines.

A: Veilles-tu donc au confort de tes passagers?

B: Oui bien sûr, le but est de partager les coûts et non d'entasser le plus de personnes possible pour gagner un maximum d'argent.

A: Tu m'as aussi parlé que c'était écologiquement parlant intéressant, pourquoi?

B: La majorité du temps, les gens se déplacent tous seuls en voiture. Leur apport énergétique est désastreux, car comme je le disais, une voiture d'une tonne est utilisée pour déplacer un humain de 80 kilos. Du coup, un scooter serait plus idéal pour moi seul, car ça consommerait moins. Le fait de remplir une voiture permet de réduire cet impact.

A: Est-ce quelque chose qui t'a motivé de base?

B: Pas en premier lieu, c'est plutôt clairement le fait de partager les frais. Mais bon c'est vraiment un plus, on y pense. Pour une fois, je me dis que ma voiture n'est pas vide et que je participe à lutter contre la pollution.

A: Peux-tu développer le fait que tu aimes être seul dans ta voiture?

B: Oui j'aime bien conduire seul, ça me permet de mettre la musique à fond de temps en temps, avoir un petit moment de solitude où il n'y a personne qui m'embêtera.

A: Serait-ce une contrainte pour toi à ce niveau-là d'accueillir des gens dans ta voiture?

B: Non, car de temps en temps ça permet de casser les habitudes, de rencontrer des gens, d'entendre d'autres histoires, c'est une expérience. Il se passe plus de choses sur le trajet et on en apprend. Encore là, pour aller à Paris, j'ai appris qu'une des dames qui était avec moi est la maman d'une fille qui était avec moi en secondaire. Il arrive souvent pas mal de petits trucs du genre. D'un aspect social c'est génial aussi.

A: Es-tu dans une démarche de te créer de réelles relations sociales?

B: Non pas vraiment, c'est plutôt des rencontres sur le moment, mais qui ne se poursuivent pas après. Par contre, il y a une personne, que j'ai transportée récemment, avec qui on s'est dit de garder contact, mais on verra si on le fait vraiment. Je ne sais pas si ce sont juste des paroles en l'air ou pas. Je verrai.

A: Ça te permet donc de faire des rencontres?

B: Oui, c'est quelque chose que j'aime. J'ai déjà voyagé dans le monde tout seul, j'ai fait ce choix afin d'être plus ouvert aux gens, car quand tu ne connais personne, tu es obligé de parler avec d'autres. Quand tu es avec tes proches, tu fais moins l'effort d'aller vers les gens que tu ne connais pas. Ce type de voyages permet d'en apprendre sur l'expérience des gens, sur ce qu'ils apprennent au cours de leur vie et d'avoir d'autres avis sur le fondement de la vie. Sur un de mes trajets BlaBlaCar, il y avait une dame qui était totalement "hippie", elle construisait des yourtes écologiques pour accueillir des gens. C'était chouette. Il y avait aussi une dame qui venait voir une copine à Liège. J'étais surpris aussi de voir la variété de personnes qui utilise la plateforme. On peut clairement avoir des gens de 20 ans comme de 60 ans. Ça touche vraiment

tout le monde. Je pensais que j'allais n'embarquer des jeunes uniquement, mais en fait, pas du tout. Cet aspect est chouette.

A: Tu aspiras donc à en savoir davantage sur d'autres personnes?

B: Tout à fait.

A: Quels sont les avantages et inconvénients de cette activité?

B: L'application est vraiment bien faite, il est facile de s'arranger. Pour le retour, par exemple, j'avais organisé un endroit de rendez-vous précis, j'ai juste envoyé un petit message et tout le monde était au bon endroit. La flexibilité vient des deux côtés, ce n'est pas mal.

A: Qu'entends-tu par « l'application est bien faite »?

B: Tu mets le trajet à effectuer sur la plateforme, les passagers peuvent alors s'imbriquer dans ton trajet à d'autres endroits. BlaBlaCar va alors accepter ou refuser. J'ai embarqué une dame qui voulait venir par Namur et BlaBlaCar lui a proposé de se rendre à un endroit avec 5 minutes de détour. L'application propose également un tarif, que l'on peut diminuer ou augmenter. Personnellement, je trouve ça bête de l'augmenter, mais il y a des gens de BlaBlaCar que j'ai rencontrés qui m'ont dit qu'ils étaient déjà tombés sur des personnes qui veulent faire du profit à tout prix. C'est alors moins agréable. L'application est bien faite aussi au niveau du tracking puisque les passagers peuvent voir le temps le trajet et quand ils vont arriver (en tenant compte des détours). Tout est vraiment dit sur l'application, il n'y a pas de flou. Tout le paiement se fait par l'application aussi, tu enregistres un compte et l'application fait le reste.

A: Dans quelle mesure est-ce important pour toi?

B: C'est important, car on ne sait pas sur qui on peut tomber, il vaut mieux quelque chose de sécurisé. Tout est automatique.

A: On ne sait pas à qui on a affaire?

B: Des passagers m'ont déjà dit qu'ils étaient tombés sur un chauffard qui voulait faire du profit. Puis en tant que chauffeur, tu peux tomber sur des gens qui ne vont pas dire un mot du trajet et tu vas te retrouver tout seul à conduire finalement alors que le nom dans l'application c'est "BLABLACar, ce n'est pas: "on se tait et on roule".

A: C'est un aspect qui te dérange?

B: Je ne voudrais pas non plus qu'on parle tout le trajet parce que je dois me concentrer sur la route, mais après les personnes qui se taisent complètement, ne s'intéressent pas à toi ou te prennent pour un robot qui conduit, je n'aime pas. Je n'aime pas non plus les personnes qui vont réserver un trajet sans te dire "bonjour". Forcément, j'accepte le trajet, mais ce n'est pas agréable, on se sent comme "utilisé".

A: Quels sont tes critères pour accepter un trajet?

B: Je n'en ai pas vraiment. J'envoie quand même toujours un message aux voyageurs pour leur transmettre les informations.

A: Tu les contacts donc plutôt pour un aspect pratique qu'autre chose?

B: Oui. Il n'y a pas de prise de contact avant d'accepter la course. De toute façon, les personnes ont un profil sur l'application où je peux trouver un numéro de téléphone pour après communiquer avec eux. En plus, on peut communiquer sans 4G.

A: Qu'est-ce qui t'importe sur le profil des autres utilisateurs?

B: Leur numéro de téléphone pour communiquer. Après je ne peux pas me permettre de juger des personnes sans les connaître donc je ne regarde pas plus que ça les profils. Je regarde juste si les personnes aiment bien parler, même si en général elles ne le notifient jamais si elles n'aiment pas ça. Pour le retour de Paris par exemple, j'ai eu une fille qui était très sympathique, mais qui a mis son casque et on ne l'a pas entendue du trajet. Je trouvais ça un peu dommage, mais bon, je ne lui en ai pas tenu rigueur.

A: Comment aurais-tu réagi si tu avais été seul avec elle?

B: Je pense qu'elle aurait fait plus d'efforts pour parler parce que là, je parlais pas mal avec le passager qui avait déjà fait l'aller avec moi et avec la dame un peu "hippie" aussi. Elle s'est donc mise dans son coin et elle a dormi.

A: As-tu signalé sur la plateforme que cette personne n'était pas très bavarde?

B: Non, je ne laisse pas d'avis. Cependant, si tu veux lire l'avis qu'on t'a laissé, tu es obligé d'en mettre un à ton tour, donc uniquement dans ce cas-là je le fais. Je dois d'ailleurs encore laisser un avis pour une personne qui m'en a laissé un. En moyenne, une personne sur deux laisse un avis et moi je ne cherche pas spécialement à en laisser un.

A: Quelle importance accordes-tu aux avis que les autres personnes te laissent?

B: Peu, je sais qui je suis, mais de temps en temps c'est bien, car ça confirme que ça s'est bien passé et ce n'était pas du faux semblant.

A: Je reviens sur les éventuels détours que tu as réalisés, comment les as-tu vécus?

B: Ce ne sont que des petits détours sinon l'application ne l'accepte pas de toute façon. Sinon, c'est à toi de laisser ton aval et de rajouter une étape. Ça ne me dérange donc pas vu que ce sont exclusivement des petits détours. Une fois une dame devait aller à Namur, mais elle devait reprendre son vélo pliable pour aller à la gare, je l'y ai déposée directement, ça m'a pris 20 minutes, mais ça ne me dérangeait pas, car elle devait attraper un train et en plus il faisait noir. Il ne faut pas non plus laisser les gens dans le pétrin, ce n'est pas l'idée.

A: C'est-à-dire?

B: J'aime aider les autres. L'idée c'est qu'ils n'ont pas de voiture et donc forcément il faut être un peu flexible et puis ils te paient aussi, tu offres quand même un service. Par exemple, je laisse aussi des bonbons dans l'auto, apparemment personne d'autre ne le fait.

A: Tu m'as jusqu'à présent cité des points positifs, mais quels sont les points négatifs?

B: Le fait de tomber sur de mauvaises personnes. Si tu prends des gens dans ta voiture et qu'ils laissent traîner des papiers alors que tu mets une poubelle, c'est embêtant.

A: Que mets-tu en place pour limiter cela?

B: Justement, les avis sont là pour ça. Je regarde plus ou moins combien d'étoiles ils ont sans aller dans le détail. S'ils ont 4 étoiles ou plus, c'est bon. De toute façon, les gens laissent souvent entre 4 et 5 étoiles.

A: Quels sont les autres points négatifs?

B: Je ne sais pas.

A: D'autres points positifs alors?

B: Si tu tombes sur des gens un peu fous comme toi, tu peux vite créer des liens, je pense. J'ai un ami qui a utilisé BlaBlaCar, mais en tant que passager et son chauffeur nous a rejoint en soirée plus d'une fois maintenant.

A: Il y a quand même un petit réseau qui se crée alors?

B: Je pense, mais ce n'est pas vraiment ce que je recherche.

A: Serais-tu tenté par le fait de pratiquer davantage l'économie de partage?

B: Oui, je suis d'ailleurs tenté par le fait d'aller en "Repair Café", mais avec le travail, ce n'est pas évident, c'est impossible.

A: Que proposerais-tu dans ce cas?

B: Être la personne qui aide les gens à réparer leur électroménager afin qu'ils puissent l'utiliser plutôt que de le jeter et d'en acheter un nouveau.

A: À quel niveau le fait de jeter un bien te dérange?

B: Le but est de combattre l'obsolescence programmée. C'est aussi le fait de faire gagner et économiser de l'argent aux gens. Quand je vois le nombre de personnes qui juste en ne s'y connaissant pas, se débarrassent de leurs affaires alors que tout est réparable finalement, ça me désole. Même au niveau des voitures, les personnes pensent ne pas être capables de faire un entretien alors que c'est tout simple en fait. On leur fait croire que ce n'est pas possible et qu'il faut aller en garage et payer deux/ trois fois le réel coût. J'aime bien combattre le système. Pour ce faire, je veux que les grosses entreprises gagnent moins d'argent sur notre dos. Le système actuel est fait pour te faire acheter et consommer et ne rien réparer pour tout renouveler alors que finalement il y a tellement de choses que l'on jette sans essayer de les réparer. Tout le monde perd un fric dingue pour consommer alors qu'on pourrait faire autrement.

A: L'économie de partage est-elle donc un modèle alternatif?

B: Oui. Je ne sais pas comment je pourrais réellement agir, mais je pourrais même réaliser des petits entretiens avec plusieurs personnes, leur montrer comment réparer un bien et leur montrer qu'ils peuvent réaliser ça chez eux. J'aspire à faire comprendre aux gens qu'ils peuvent s'en sortir autrement qu'en jetant. Il faut réutiliser ce qu'on a. J'ai envie d'aider les gens à ne pas faire n'importe quoi à ce niveau-là. Je ne dis pas que j'agis tout le temps comme ça, mais j'essaye de temps en temps.

A: Quels sont les autres avantages et inconvénients?

B: A part essayer de ne pas se faire berner, je ne vois pas. Je pense que l'idée principale, c'est vraiment d'arrêter de se faire berner par tout ce qu'on nous dit et nous faire acheter à tout prix. Il faut arrêter cela.

A: Qu'est-ce qui pourrait te bloquer à pratiquer l'économie de partage?

B: Je crois que la première barrière, c'est le petit confort que l'on a. Après, c'est une barrière que l'on peut tous franchir, mais moi en premier j'aime bien mon petit confort et mes habitudes. En sortir est compliqué. Cependant, petit à petit j'essaye d'apporter des choses dans ma vie qui m'empêchent de faire n'importe quoi, aussi bien écologiquement qu'économiquement. Ça va de pair en fait.

A: Qu'est-ce qui fait de l'économie de partage le besoin de sortir de ton confort?

B: Se consacrer à quelque chose de nouveau, qu'on ne connaît pas et d'apprendre à l'utiliser.

A: Cela pourrait te bloquer?

B: Pas totalement non, mais il faut quand même le faire.

A: Je reviens sur le fait du « Repair Café », qu'est-ce qui fait que tu n'y vas pas?

B: J'ai beaucoup de travail et donc quand j'ai congé, j'en profite pour passer du temps avec ma famille et mes proches.

A: Ça te demande donc du temps?

B: Dans le cas du Repair Café oui ça prend du temps, car je pense que tu restes quand même toute une matinée ou une journée. En plus, c'est le dimanche, il y a donc de grandes chances que je sois chez mes parents. Le dimanche matin, c'est le moment où je me repose, c'est sacré. S'il y avait d'autres jours en plus, j'irais plus facilement.

A: Serais-tu intéressé de proposer les mêmes services, mais par le biais d'une plateforme comme List Minut?

B: Je ne connais pas, mais pourquoi pas. Ça me plairait vraiment, je crois.

A: Qu'est-ce qui fait que tu ne le fais pas?

B: Je ne connaissais pas.

A: Pour toi il y a alors des choses qui ne sont pas encore assez connues?

B: Oui, certaines ne sont pas assez connues, mais c'est vrai que maintenant que tu m'en as parlé, je vais regarder. J'ai beaucoup de temps libre la semaine donc je pourrais clairement faire ça. Il faudrait que je me renseigne.

A: Tu m'as aussi parlé de 2ème main, pourquoi n'agis-tu pas en tant que fournisseur sur la plateforme?

B: Souvent quand j'ai des objets, j'aime les garder, je suis conservateur à ce niveau-là. Mais par contre, ça ne me dérange pas d'acheter en 2ème main, mais c'est juste que je me dis: "on ne sait jamais, ça peut toujours servir". Je garde donc tout. Il faudrait vraiment que je sois convaincu que l'objet ne me servirait plus à rien pour le vendre.

A: Quel avantage pourrait ressortir de la vente de tes objets?

B: Économiquement parlant, mais aussi pour faire de la place. J'achète sur 2ème main justement parce que je fais des économies. J'ai d'ailleurs récemment acheté une voiture.

A: Vois-tu d'autres motivations, barrières, points positifs ou négatifs?

B: Encore une fois, ce sont les gens, car sur 2ème main, parfois la personne te vend quelque chose qui n'est pas en très bon état sans le préciser. Tu es donc déçu de ton achat, c'est un gros point négatif. Ça se base sur la confiance. Tu es obligé d'avoir un peu confiance aux gens et de base j'ai confiance. Je ne suis peut-être pas le bon exemple, car j'ai parfois trop confiance aux gens.

A: À quel niveau ce trop-plein de confiance pourrait-il t'handicaper dans le domaine de l'économie de partage?

B: Me faire rouler facilement. Par exemple, louer un bien en mauvais état sur Airbnb. Pour moi, les gens doivent vendre des propositions correctes. Pour certains biens, je vais voir chez la personne, comme je l'ai fait quand j'ai acheté ma voiture. J'essaye aussi d'analyser la personne par du face-à-face.

A: Utilises-tu beaucoup ce face-à-face dans le cadre de l'économie de partage?

B: Pas spécialement le face-à-face, mais je pense que le contact est crucial, rien que pour s'arranger pour le lieu de rendez-vous sur BlaBlaCar par exemple.

A: Vois-tu autre chose ?

B: Non, je pense que j'en ai déjà dit pas mal.

A: D'accord, l'entretien se finit donc ici. Je te remercie d'avoir répondu à mes questions, qui vont beaucoup m'aider. Je vais maintenant te poser des questions pour en savoir davantage sur toi, mais hors enregistrement du coup. Merci.

Transcription 8

Identité	ID 08
Genre	Masculin
Âge	25 ans
État civil	Célibataire
Profession	Ouvrier
Plus haut diplôme obtenu	CESS
Zone d'habitation	Zone rurale
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	BlaBlaCar
Années d'expérience	2
Date de l'entretien	23 avril 2019
Durée de l'entretien	38 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci d'être ici pour participer à mes recherches. Je m'appelle Anaïs, je suis en dernière année de master à HEC et j'ai décidé d'axer mon mémoire sur l'économie de partage. Concrètement, je vais étudier les motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. J'ai besoin de toi afin que tu puisses me parler de tes expériences, de ce que tu as aimé, ce que tu n'as pas aimé, etc. L'entretien est dit "semi-directif" car, sur base de thèmes et questions que je vais te donner, je t'invite à t'exprimer librement. Au plus tu en dis, au mieux c'est, rien ne sera considéré comme inutile ou hors sujet. L'entretien est enregistré, mais je te rassure que tout restera confidentiel et anonyme. À tout moment on peut couper l'entretien si tu le souhaites. On devrait en avoir pour une trentaine de minutes. As-tu des questions?

B: Non.

A: Qu'est-ce que pour toi l'économie de partage?

B: Je vois ça comme un échange de service. Je sais qu'il y a un site qui existe où l'on peut s'échanger des services. Là-dessus, tu gagnes des points de service que tu peux échanger contre un autre service. Mais je n'ai pas encore participé à cela et en plus je ne me souviens plus du nom du site. Maintenant, l'économie de partage à proprement dit, je ne saurais pas vraiment la définir.

A: Donc en fait l'économie de partage, c'est le fait qu'un individu ait des ressources qu'il n'utilise pas totalement, voire pas du tout et qu'il met à la disposition de quelqu'un d'autre, qui ne dispose pas de ces ressources, mais souhaite en avoir l'usage. Les ressources peuvent être matérielles (biens, logements, voitures...) ou immatérielles (cours particuliers, baby-sitting...). Souvent, ça se fait par le biais de plateformes qui mettent en relation l'offre et la demande, mais qui proposent aussi divers services comme les paiements sécurisés et les assurances. Dans le cadre de mon mémoire, je me focalise particulièrement sur l'échange de pair-à-pair, à savoir entre deux particuliers.

B: D'accord. C'est vrai que les plateformes, ça aide beaucoup car au début, on fonctionnait avec des groupes sur Facebook, c'était moins direct. Avant on passait trois jours à chercher ce qu'on voulait et maintenant, on trouve directement ce que l'on veut. C'est un réel gain de temps. Les plateformes, ça permet aussi d'avoir une estimation de tarif à proposer car au début sur BlaBlaCar, je n'avais aucune idée du tarif à proposer. On peut se baser sur les offres des autres utilisateurs et voir ce qui est proposé par le site. La plateforme, suivant un algorithme, donne la moyenne de l'offre actuelle pour un même trajet. La plateforme prévient également quand le prix est trop élevé par rapport à la moyenne et nous prévient que l'on risque de rencontrer la demande moins facilement. En effet, pour les prix trop hauts, il n'y a personne qui répond, j'ai déjà essayé, mais ça ne fonctionne pas. Ça permet d'avoir une valeur plus juste. Au début, je

demandais la moitié de ce que je demande maintenant pour un trajet, je ne demandais pas assez, c'était lié au fait que je ne savais pas comment déterminer mon tarif.

A: Le gain d'argent a-t-il été une motivation première?

B: Je suis plus dans une vision d'amortissement des coûts: essence et péages. Pour aller jusqu'à Paris, ça me coûte un plein d'essence (péages compris) et donc le fait de partager les coûts, ce n'est vraiment pas négligeable. Avec cet argent gagné, je peux alors me faire un restaurant ou quoi, c'est assez intéressant.

A: A quelle fréquence utilises-tu la plateforme BlaBlaCar?

B: J'ai utilisé la plateforme une quinzaine de fois en tant que chauffeur et une fois seulement en tant que passager. J'utilise surtout BlaBlaCar pour les plus longs trajets (tout ce qui est plus d'une heure et demie de trajet).

A: Pour quelle(s) raison(s) privilégies-tu les longs trajets?

B: Pour les petits trajets, les passagers s'orientent plus vers les transports en commun. Je pense que les personnes ont des abonnements et le fait d'utiliser BlaBlaCar leur revient donc plus cher pour les courts trajets. Pour les longs trajets, c'est différent car les prix des transports en commun tels que le train ou l'avion sont beaucoup plus élevés. Il y a aussi un problème au niveau de l'horaire qui est imposé et je pense que pour les petits trajets, les gens n'ont pas envie de se prendre la tête à devoir aller à un endroit précis et faire attention à y être à l'heure précise.

A: Cette planification te pose-t-elle aussi problème en tant que fournisseur?

B: Oui dans le sens où quand on a plusieurs personnes à prendre à différents endroits, on ne peut pas attendre la personne si elle est en retard par risque que ça se répercute sur tous les autres passagers. C'est donc risqué. Les utilisateurs doivent donc respecter les horaires. Un autre problème pour les voyageurs c'est qu'ils ne savent pas toujours où et sur qui ils vont tomber. Nous, en tant que fournisseur de la plateforme, l'avantage c'est que quand on reçoit les demandes des utilisateurs, on peut voir leur tête, leur passif dans la cadre de l'application et on peut aussi gérer l'atmosphère qu'il va y avoir sur le trajet. Quand on est juste utilisateur et que l'on cherche un véhicule, généralement, on sélectionne le trajet le moins cher ou celui qui nous arrange le mieux au niveau du point de départ, quitte à délaissé la qualité du transport et le profil du transporteur. Les connaissances que j'ai qui utilisent ce site en tant que voyageurs, ne font pas attention à la personne avec qui ils voyagent, seuls l'horaire, le tarif et le point de départ important. Ils n'accordent pas non plus d'importance au type de voiture qui va les conduire à leur destination.

A: En tant que fournisseur, tu te renseignes aussi à l'avance sur les personnes que tu vas embarquer?

B: Je le fais toujours. Je regarde le profil BlaBlaCar, mais aussi le profil Facebook car les comptes sont souvent associés. C'est facile d'analyser les gens et de voir avec qui on voyage. C'est aussi rassurant car on peut voir à quoi ressemble la personne et vu les temps qui courent, si on peut voyager avec des gens qui ont l'air "inoffensifs" et sérieux, c'est toujours mieux.

A: Tu as donc une certaine méfiance vis-à-vis des inconnus?

B: Au début surtout j'étais méfiant car ça engage à rencontrer des personnes que l'on ne connaît pas, mais aussi à assurer un service envers ces personnes: quand on dit : « à telle date, on fait tel trajet", il faut s'y tenir. Si on ne s'y tient pas, les utilisateurs peuvent se retourner contre nous. L'utilisateur peut très bien annuler son trajet. Le fournisseur perd alors une personne et donc une partie de l'amortissement.

A: Tu me dis "au début surtout j'étais méfiant", qu'en est-il maintenant?

B: J'ai eu de la chance car les personnes qui ont fait le trajet avec moi étaient très conviviales et sympathiques, ce qui m'a encouragé pour la suite et a calmé cette éventuelle méfiance que j'avais au début.

A: La convivialité, est-ce quelque chose que tu recherches?

B: Oui, le fait de voyager à plusieurs, ça permet de diminuer la pression de temps de trajet. J'effectue souvent le trajet vers Paris, c'est 4h30 de temps de trajet donc avoir quelqu'un dans le véhicule pour parler et échanger, c'est déjà plus agréable.

A: Tu cherches à créer de réels liens ou juste une compagnie directe?

B: En ce qui me concerne, je recherche uniquement un contact immédiat, mais je sais que certains recherchent des personnes qui effectuent le trajet régulièrement afin de créer des contacts plus avancés. J'ai un ami qui devait fréquemment effectuer le trajet Liège-Metz et qui était à la recherche de passagers réguliers pour essayer de garder contact sur le long terme.

A: Et toi pas?

B: Avant, je faisais le trajet fréquemment, mais maintenant, c'est plus occasionnel donc c'est plus compliqué.

A: Qu'est-ce qui fait que tu utilises la plateforme de manière plus occasionnelle?

B: Avant, je travaillais dans l'événementiel et je me rendais donc à Paris pour organiser des "gamings" et donc tous les week-ends je m'y rendais. Maintenant, cette activité s'est un peu calmée avec le temps et j'y vais juste pour mon loisir, soit plus très souvent. Le nombre de trajets nécessaires a diminué.

A: Je reviens un peu plus au début de notre entretien, tu m'as parlé de "l'obligation de service que tu as vis-à-vis des consommateurs", peux-tu m'en dire davantage à ce sujet?

B: En tant que fournisseur, on est obligé de fournir le service dans lequel on s'engage, qui est d'être à l'heure au rendez-vous pour prendre les passagers, mais aussi de respecter le temps de

trajet et d'amener les personnes au point signalé. Cependant, on peut toujours s'arranger avec les personnes directement pour les déposer à d'autres endroits. Le fait de prendre en charge la personne et de l'amener au point de rendez-vous est quelque chose qui nous incombe quand on accepte le trajet. Mais c'est normal en soi, ce n'est pas contraignant. Parfois, je fais même des détours pour aller chercher et déposer des personnes, mais ça ne me pose pas de soucis car ça facilite la vie de l'utilisateur et j'aspire à ce type de valeur. J'avoue aussi que cette perte de temps permet d'augmenter les chances d'avoir un nouveau voyageur qui veut se joindre au trajet et du coup de rentabiliser les frais davantage. Parce qu'avec la concurrence c'est compliqué de remplir sa voiture à chaque fois.

A: C'est-à-dire?

B: Ça me pose problème car plus il y a de fournisseurs, plus on se répartit la demande qui ne grandit pas forcément. C'est aussi embêtant car cette concurrence amène les fournisseurs à baisser leurs prix et la moyenne du tarif proposé par trajet est donc diminuée, ce qui fait une rentabilisation du trajet plus faible. Je pense aussi à autre chose que je ne t'ai pas dit.

A: Je t'écoute.

B: En tant que fournisseur, on ne paie pas de commission, mais les utilisateurs bien. Le paiement de cette commission nous permet tous les deux d'accéder à différents services comme le fait de se faire rembourser si le fournisseur ne vient pas nous chercher. Il y a un système de sécurité pour les utilisateurs, qui est un système d'assurance au cas où il y a des accidents sur le trajet et qu'ils sont blessés. C'est assez bien développé sur cet aspect-là.

A: En tant que fournisseur, qu'est-ce que ça implique?

B: Dans mon cas, je sais que les trajets que je fais se passent bien, je n'ai jamais de problèmes. Je ne me pose jamais plus de questions que cela. Ça concerne plus les utilisateurs. Sinon, il y a aussi le paiement sécurisé qui est bien fait. Je me sens plus à l'aise avec une plateforme qui peut me garantir d'être payé car le paiement en main à main est toujours problématique, il est possible que la personne n'ait pas l'argent sur elle et doive le retirer auprès d'un distributeur, ce qui fait aussi perdre du temps sur le trajet. C'est toujours bien d'avoir une sécurité qui est directement annoncée. Ça permet d'éviter les arnaques, c'est rassurant.

A: Tu m'as parlé de l'importance de la gratuité de la plateforme de ton côté, si elle avait été payante, te serais-tu quand même inscrit?

B: De toute façon, il y a toujours une des parties qui devra payer, sinon la plateforme ne fait pas de profit non plus. Mais si c'était à moi de payer les frais, je calculerais si j'y gagne quand même à la fin. Tout dépend aussi du système de frais mis en place. Si c'est sous forme d'abonnement à payer pour mettre mon service à disposition simplement, je ne le ferais pas car il n'y a aucune garantie que je trouve des voyageurs. Par contre, le système de frais à la course,

ça ne me dérangerait pas car on paie, mais ça permet de garantir un certain service et une certaine sécurité sur l'assurance, etc. Maintenant, imaginons qu'il y ait un concurrent qui fasse payer le chauffeur plutôt que le passager, je choisirais BlaBlaCar en premier lieu car je sais que je ne dois pas payer de commission.

A: D'accord. Pourrait-il y avoir un aspect négatif à ces services offerts?

B: Peut-être la possibilité d'arnaques sera un aspect négatif. Je m'explique, si un passager annule sa course pour se faire rembourser pour une raison valable, il n'y a pas de soucis. Le problème c'est que ça pourrait arriver que certains déclarent que je ne les ai pas déposés au bon endroit alors que c'est faux. Ça m'ennuierait car comme c'est une tentative d'arnaques, c'est parti pour des mesures plus complexes et poussées.

A: Outre les mesures complexes à lancer, qu'est-ce qui t'ennuierait là-dedans?

B: Le possible impact que ça pourrait avoir s'il laisse un commentaire négatif à mon rencontre alors que tout s'est bien passé.

A: Est-ce important pour toi cette notation?

B: Oui beaucoup. On essaye quand même qu'il y ait une bonne ambiance et que ceux qui ont voyagé avec nous nous mettent une meilleure référence car au mieux on est référencé, au mieux on est aperçu par les autres utilisateurs. C'est aussi un peu comme si on comparait deux restaurants, si on devait choisir entre un qui est coté à 1 étoile et un autre à 5 étoiles, on n'hésiterait pas longtemps. Mais maintenant, j'ai assez de bonnes évaluations que pour me dire que s'il y en a une qui est négative, ce n'est pas très grave. Cependant, si dès le début j'avais commencé avec une mauvaise utilisation, ça aurait été très mauvais pour la suite, je n'aurais pas trouvé de passagers pour mes prochaines courses. La seule solution à ce moment-là est de se créer un nouveau compte pour repartir de zéro. Il faut de bonnes notes dès le début, sinon ça ne fonctionne pas.

A: Utilises-tu d'autres plateformes de l'économie de partage?

B: Non, uniquement BlaBlaCar.

A: Quels sont les points positifs et négatifs d'agir en tant que fournisseur dans l'économie de partage?

B: Les points positifs, c'est le gain de temps, la capacité de voir au préalable avec qui on voyage (avoir accès à leur profil et à leurs notations) et les assurances qui sont mises à disposition des utilisateurs. Ce sont les 3 points majoritaires.

A: Et les points négatifs?

B: Ne pas pouvoir changer l'horaire ou le trajet, on est tenu de respecter ce qu'on a proposé dès le début. On est tenu de respecter les obligations: être présent à l'heure au bon endroit de rendez-vous. Si au dernier moment, on se dit qu'on passerait bien par un autre endroit que prévu, ce

n'est pas possible. Légalement, un contrat se fait et on est obligé de le remplir. Ça bride un petit peu la liberté du trajet.

A: Vois-tu d'autres avantages et inconvénients de l'économie de partage?

B: L'inconvénient majeur c'est la concurrence qui se développe. Au début, quand je mettais une annonce pour aller vers Paris, il n'y avait que 2 ou 3 annonces en parallèle. Maintenant, il y en a une vingtaine! Le nombre de personnes agissant en tant que fournisseur augmente, les prix diminuent et le nombre d'utilisateurs, lui, augmente, mais dans une moindre mesure.

A: Qu'est-ce qui te freinerait à participer à d'autres plateformes?

B: La concurrence existante sur la plateforme, mais également le fait de ne pas connaître la plateforme me freineraient. Sur BlaBlaCar, j'ai mes références. Si je démarre à zéro sur une autre plateforme, tout est à refaire, les utilisateurs ne me connaissent pas et donc je suis moins intéressant.

A: Qu'est ce qui t'handicaperait d'autre en tant que nouvel arrivant sur une plateforme?

B: Simplement le fait que je n'ai pas de commentaires et qu'encore personne ne m'ait référencé. En soi, ce n'est pas très contraignant, mais si on est déjà établi quelque part et qu'on a une certaine "notoriété", c'est décourageant de recommencer ailleurs.

A: Vois-tu d'autres motivations quant au fait de participer à l'économie de partage?

B: Ce qui me motive majoritairement, c'est l'aspect financier, mais aussi le côté social, le fait de rencontrer des personnes que l'on ne rencontrerait pas dans la vie de tous les jours.

A: En quoi est-ce important ?

B: Jusqu'à présent, j'ai covoituré avec des personnes de tous âges et tous horizons: ça passe par des personnes habillées en costard cravate à des mères de famille qui vont retrouver leurs enfants. C'est super large et le fait de rencontrer autant de personnes différentes est très enrichissant car c'est un mélange de toutes les classes sociales.

A: Vois-tu autre chose?

B: Le côté social serait aussi une barrière car il faut être un minimum sociable pour se dire que l'on va rencontrer des gens que l'on ne connaît pas et que l'on va voyager avec eux. La personne doit avoir une certaine aisance à pouvoir rencontrer des gens et être sociable car si c'est une timide qui est chauffeur, ça risque d'être pesant car passer 3 heures dans un calme plat, ce n'est jamais très agréable. Du coup, ce n'est pas une expérience très enrichissante.

A: D'accord, as-tu quelque chose à ajouter?

B: Peut-être ce qui bloquerait aussi c'est le fait de ne pas connaître la plateforme. Voilà.

A: D'accord, du coup je te remercie pour le temps que tu m'as accordé et pour les réponses intéressantes que tu m'as apportées. Je vais maintenant tenter d'en savoir plus sur toi d'un point de vue sociodémographique, mais ça se fera hors enregistrement. Merci.

Transcription 9

Identité	ID 09
Genre	Féminin
Âge	59 ans
État civil	Mariée avec 1 enfant
Profession	Fonctionnaire
Plus haut diplôme obtenu	Bachelier
Zone d'habitation	Zone urbaine
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	BlaBlaCar
Années d'expérience	3
Date de l'entretien	23 avril 2019
Durée de l'entretien	30 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à cet entretien organisé dans le cadre de mon mémoire. Donc moi, je m'appelle Anaïs, je suis étudiante en dernière année à HEC en master en sciences de gestion et pour mon mémoire, j'ai décidé de m'intéresser à l'économie de partage, principalement sur la perspective des fournisseurs. Plus précisément, je vais étudier les motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. Pour commencer, qu'est-ce que pour vous l'économie de partage?

B: J'ai donc participé à BlaBlaCar, c'est ma première expérience. Pour moi, l'économie de partage, c'est le fait de partager, notamment sa voiture, avec quelqu'un qui n'a pas les moyens peut-être d'éventuellement prendre les transports en commun ou pour qui c'est compliqué ou autre. Donc moi, c'était vraiment ma première expérience, je pense, de l'économie de partage. Maintenant peut-être qu'il y en a pour lesquels je suis un petit peu ignorante. C'est plutôt ma fille qui m'a incité à le faire parce qu'elle a 25 ans et beaucoup de jeunes ont tenté ce type d'expérience, en étant eux bénéficiaires, que ce soit via BlaBlaCar ou Airbnb. Je n'ai pas encore tenté Airbnb en tant que fournisseur, mais en tant qu'utilisateur bien.

A: Il semblerait que vous ayez compris le concept. C'est donc vraiment le fait qu'une personne ait des ressources qu'elle n'utilise pas totalement ou même pas du tout et qu'elle les mette à disposition de quelqu'un d'autre qui ne les a pas, pour que cette dernière puisse en bénéficier. Cela peut être des ressources matérielles comme des objets, habits, voitures, logements, etc., mais aussi immatérielles comme le fait par exemple de proposer des cours particuliers à quelqu'un, du jardinage ou encore des services de baby-sitting. Souvent, ça s'effectue sur des plateformes qui permettent de faire rencontrer l'offre et la demande, mais aussi de fournir certains services comme le paiement sécurisé, les assurances, les gestions de litiges, etc. L'entretien durera une trentaine de minutes. Comme je vous l'ai dit, ça va être enregistré, mais évidemment tout reste confidentiel et anonyme et il est possible de suspendre l'enregistrement à tout moment. L'entretien se déroule sous la forme d'un entretien semi-directif, c'est-à-dire que je vais vous proposer des thèmes et questions et je vous demande alors de vous exprimer librement. Au plus vous en dites, au mieux, c'est donc n'hésitez pas. Avez-vous des questions?

B: Non.

A: Sur quelles plateformes avez-vous pratiqué l'économie de partage en tant que fournisseur?

B: BlaBlaCar exclusivement, mais j'ai aussi essayé Vinted, mais ce n'est pas très concluant pour le moment, je pense que je n'ai pas encore la bonne technique. Il m'arrive aussi de participer à des vide-dressings. Ce que je n'utilise plus, j'essaye quand même que ça ait une seconde, une troisième ou une quatrième vie. Je suis très « Outremeusienne » donc dans le quartier d'Outremeuse, il y a des mouvements collaboratifs engendrés par toute une partie de jeunes notamment qui veillent à diminuer notre utilisation de plastique et à privilégier le bio. Je

me sensibilise très fort à ce type d'engagement. Sinon, je partage aussi mes livres. Une fois lus, je les cède à ma maman, qui elle-même les lit et les passe ensuite à sa cousine parisienne qui les dépose dans des boîtes à livres ou sur des bancs publics.

A: Dans quelle mesure la réutilisation de ressources existantes est importante pour vous?

B: C'est très important parce qu'un jour, on va être étouffé par nos immondices, par notre trop-plein. Je participe aussi à des envois, notamment pour la Bosnie, de vêtements que je n'utilise plus, mais que je n'ai pas réussi à vendre.

A: Vous aspirez donc à venir en aide aux personnes dans le besoin?

B: Oui je pense que s'il y a moyen de donner une deuxième ou troisième vie, jeter me semble complètement inutile. Je suis aussi pour la réparation des électroménagers. Je suis très fâchée contre l'obsolescence programmée.

A: C'est-à-dire?

B: Parce que j'ai vu un jour, il y a peut-être 2 ou 3 ans, un reportage sur un pays d'Afrique, je pense que c'était la République Démocratique du Congo, où sont envoyés des déchets informatiques, c'était complètement surréaliste. Il y a des enfants qui marchent dans des ordinateurs éventrés. Concrètement, ce n'est pas possible de continuer à surconsommer parce qu'on surproduit et on surdéjette. Où va le monde avec ça? J'ai vu aussi, ça vient de tourner sur les réseaux sociaux, que le Canada déverse ses déchets de manière complètement illégale. C'est affligeant.

A: Dans quelle mesure l'économie de partage permet de résoudre ces "problèmes"?

B: Dans mon cas avec BlaBlaCar, c'est tenter de limiter la pollution.

A: C'est une des raisons qui vous a poussées à vous lancer dans l'économie de partage?

B: C'est une des raisons oui, mais il y en a plusieurs. C'est vraiment ma fille qui m'a mis le pied à l'étrier car elle avait participé à des expériences tout à fait sécurisées, elle en était tout à fait enchantée. C'était aussi pour moi une forme d'aide. Je n'ai pas du tout pensé à rentabiliser la voiture, c'est quelque chose qui ne m'avait absolument pas interpellée au départ et j'avoue que j'ai d'ailleurs décidé de reverser entièrement l'argent que je récupère de cette activité à "Médecins sans frontières". Je fonctionne comme ça parce que de toute façon le voyage on le fait quand même donc autant partager.

A: Pouvez-vous développer le fait "d'aider les autres"?

B: Comme j'ai la volonté d'aider les autres et que j'ai principalement eu des retraités et des étudiants sur BlaBlaCar, ça me fait plaisir qu'ils économisent. C'est surtout le fait d'aider parce que la dernière jeune fille que nous avons prise en BlaBlaCar, c'était pour le trajet Liège-Nancy, qui est un trajet plutôt compliqué à réaliser en train. C'est aussi une façon de rencontrer d'autres

personnes. En plus il se fait que cette fille que nous avons prise connaît mon beau-fils, donc c'était chouette.

A: Quelle importance accordez-vous la rencontre de nouvelles personnes?

B: C'est indispensable parce que sinon "on s'encroute". Mais créer des liens est finalement la base de mon travail (aider les personnes en situation de décrochage scolaire).

A: Où se limite le lien que vous créez avec ces personnes?

B: Je ne sais pas, jusqu'à présent, les contacts ont été faits lors des voyages et j'ai des nouvelles d'une seule personne. Cependant, c'est une exception car elle est étudiante en vétérinaire ici à Liège et qu'elle connaît mon beau fils, mais sinon, pour les autres, je n'ai pas créé de réelle relation. Il faut aussi dire aussi que je fais rarement les mêmes trajets puisque je fais le trajet vers les vacances et que je change de destination chaque année. C'est donc compliqué de garder un contact récurrent avec ces personnes.

A: Pourquoi privilégiez-vous BlaBlaCar pour les longs trajets?

B: Je ne prends pas ma voiture pour des petits trajets, j'ai un abonnement de bus. Si je devais par exemple aller à Bruxelles, je prendrais le train. Donc en général, seuls les très longs trajets sont effectués en voiture. J'en profite alors pour mettre une annonce sur BlaBlaCar.

A: Pouvez-vous m'en dire davantage sur vos expériences rencontrées?

B: Des expériences tout à fait positives, sauf une, qui était négative. Un garçon nous avait réservé un trajet, mais quand nous sommes arrivés à la gare de Saint-Brieuc, on a vu une toute jeune fille qui n'était pas majeure. Je me suis dit: "Aïe aïe aïe", ça ne s'est pas bien passé parce que j'ai refusé de prendre la jeune femme car ce n'était pas elle qui avait réservé, elle était mineure et n'avait pas ses documents d'identité sur elle. Quand je lui ai dit que je ne pouvais pas la prendre, elle m'a alors culpabilisée en disant qu'à cause de moi elle allait devoir rompre avec son petit ami. C'est ma seule mauvaise expérience jusqu'à présent. Sinon pour tout le reste, les personnes étaient à l'heure. Il y en a qui dorment dans la voiture, d'autres qui papotent et qui racontent un petit peu leur vie, leurs expériences, etc. Cependant, soyons francs, le rapport reste quand même un peu superficiel. C'est un service, mais ça ne va pas vraiment au-delà du trajet, mais ça ne me dérange pas vraiment. Par contre, avec mon mari, on s'est toujours dit que quand on transporte des jeunes, on attend qu'on vienne les chercher ou qu'ils soient dans un autre moyen de transport. On ne les laisse jamais en plan quelque part, on veille.

A: Donc même en cas de détours éventuels, ça ne vous pose pas de soucis?

B: Non, pas du tout. Je me mets un peu à leur place aussi. J'ai voyagé, mais j'avais l'interdiction formelle de faire de l'auto-stop. Je me dis qu'il faut quand même sécuriser le service, quand on prend quelqu'un c'est un engagement moral.

A: Est-ce que la sécurisation mise en place par BlaBlaCar compte pour vous?

B: Oui, c'est très important que l'application soit sécurisée déjà rien que pour la personne qui utilise BlaBlaCar en tant qu'utilisateur, mais aussi pour la personne qui offre ses services évidemment, même si on n'est jamais à l'abri du faux pas puisque nous, on a eu cette expérience avec ce jeune homme qui était une jeune fille. Mais oui, je pense que c'est quand même plutôt important de savoir qui on prend et où l'on va.

A: Vous pouvez avoir une méfiance vis-à-vis des inconnus?

B: Non. Ce qui m'a rendue méfiante c'est le fait que la jeune fille était mineure, elle était vraiment très jeune. Ça, c'est rigoureusement interdit, je ne le ferai jamais.

A: Faites-vous quand même attention à qui vous acceptez dans votre voiture?

B: Oui, je ne veux pas non plus aller en travers de la loi. Ça peut être un enlèvement de mineur donc je ne rigole pas avec ça. J'essaye de rester fidèle, en tout cas, à mes principes. Je vérifie donc l'âge du voyageur.

A: Vous avez parlé du fait que certaines personnes que vous transportez dorment dans la voiture. Est-ce que ça vous dérange?

B: Non, pas du tout. Ça n'a pas d'importance, aucune importance.

A: Quels sont pour vous les avantages et inconvénients de l'économie de partage?

B: L'avantage pour moi c'est que c'est quand même un service de proximité qui est beaucoup plus personnalisé. Ce n'est pas un service anonyme, c'est beaucoup plus personnalisé. Je pense que c'est un phénomène qui prend de l'ampleur, mais qui reste quand même un rapport de personne-à-personne. En tout cas dans mon expérience à moi, il y a une forme d'avantage « win-win » pour l'un comme pour l'autre. Je pense qu'il y a aussi une forme de limitation de tout ce qui est polluant, mais ça reste faible si on compare ça à l'acheminement des bananes depuis le fin fond de l'Amérique latine, évidemment c'est une goutte d'eau dans la mer. Il faut utiliser les ressources là où elles sont. J'ai presque envie de dire : "mais pourquoi ne pas partager". Pour moi, on a quand même le gros avantage de l'expérience humaine. La rencontre en premier lieu est importante même si ce n'est pas le cas pour tous les services. Je pense à un vieil ami à qui il est arrivé de ne pas croiser le propriétaire du logement qu'il louait via Airbnb. C'est peut-être le fait d'essayer de rentabiliser au maximum une chambre, mais quelque part pourquoi pas. Je sais qu'il y a des personnes qui ont eu des expériences assez cuisantes et très négatives avec Airbnb. Mais bon, la majorité ce n'est pas le cas, on ne parle jamais que de ce qui va mal. En général, ce qui va bien, on ne le dit pas. Concernant le désavantage, même si je n'en ai eu qu'un petit, et encore, ce n'était pas dramatique, ça n'a pas mis mon voyage en péril. Jusqu'à présent, les désavantages je ne les vois pas vraiment.

A: Vérifiez-vous les profils des voyageurs avant d'accepter de les prendre dans votre voiture?

B: Non, pas du tout. C'est un avis assez subjectif, mais je ne vérifie jamais, j'accepte qui veut venir.

A: Qu'est-ce qui vous motive à participer à cette nouvelle économie? Ou encore, qu'est-ce qui vous bloque quant à la participation d'une autre plateforme?

B: Ce qui me bloquerait, je pense que c'est ma méconnaissance vis-à-vis de l'économie de partage car je n'ai pas encore creusé le sujet à fond. BlaBlaCar m'a semblé assez facile à utiliser en tant que fournisseur. Qu'est-ce qui pourrait me bloquer? Peut-être le fait que je suis parfois un peu fainéante. Peut-être aussi un léger manque de temps car je suis toujours dans la vie professionnelle donc pourquoi ne pas, d'ici 3 ans quand je serai retraitée, essayer de voir ce que je peux offrir aussi, car je n'ai peut-être pas grand-chose à offrir à part ma voiture, mes habits, etc. Il faudrait quelque chose de plus pertinent, j'ai déjà pensé à accueillir des étudiants dans ma maison car j'ai pas mal de place.

A: C'est donc quelque chose à quoi vous pensez?

B: J'y réfléchis en tout cas. Avec mon mari, on veut se rendre utile d'une façon ou d'une autre. Peut-être quand on sera plus disponible, ça sera plus facile.

A: L'économie de partage vous demande-t-elle donc de fournir des efforts et du temps?

B: Ça demande du temps oui. Dans le cadre de l'accueil de quelqu'un chez soi, ça demande des efforts oui, on n'accueille pas sur un matelas, on offre quelque chose de confortable et on se rend disponible. Mais ça ne s'oppose certainement pas à l'envie de le faire.

A: À quel niveau ça vous prend du temps?

B: Le fait que je n'en connais pas assez sur le sujet nécessiterait un apprentissage, ce qui prendrait certainement du temps. Mais "consacrer mon temps à" ne me pose pas un problème. Sur BlaBlaCar, ça prend un peu de temps de remplir nos informations, mais je comprends tout à fait car il faut que ça soit sécurisé. C'est un peu lourd, mais étant nulle à ce niveau-là, je comprends que ça prenne du temps pour sécuriser et pour faire en sorte que ça fonctionne.

A: Est-ce que ça représente d'autres contraintes?

B: Ça n'a pas été une grosse contrainte du tout, les personnes sont très respectueuses de l'horaire et sont présentes, et puis il y a toujours moyen de se contacter. En plus, je reste souple.

A: Quelles sont les autres motivations et barrières?

B: Je vais citer ce qui est une barrière pour beaucoup de personnes, mais pas pour moi. C'est une limite philosophique à l'heure actuelle, au 21ème siècle. Je pense que la résistance au changement est extrêmement lourde et il faut un peu ouvrir nos yeux, nos bras, nos ailes pour l'autre. On est dans une société dite "individualiste" et horizontale, c'est le tout tout de suite et très vite. Je pense que c'est un des effets pervers des réseaux sociaux, même si je leur reconnais des effets très positifs. Il y a alors un frein d'une société qui n'est pour le moment pas encore

prête. Je pense que pour la génération des 20-35 ans, ça devient un réel créneau. Cependant, pour ma génération à moi, les 40-60 ans, c'est plus compliqué. Le fait d'ouvrir sa porte à l'autre fait soupirer.

A: D'où provient cette résistance selon vous?

B: La méconnaissance de l'autre, la peur, l'inconnu fait peur pour les gens. Pas pour moi.

A: Quelle est la raison principale qui fait que vous vous opposez à cette mentalité?

B: La prise de conscience que si on ne le fait pas, on va droit dans le mur, on est au pied du mur. Le fait que les partis extrémistes deviennent majoritaires, il faut un peu réfléchir au pourquoi. C'est l'individualisme qui est responsable de ça. Pour moi, à l'heure actuelle, on n'est pas en mesure de fermer la porte à l'autre. C'est une chose que je ne comprends pas. Ce qu'il me pousse à faire changer les choses, c'est que l'économie de partage est une porte d'entrée pour agir sur tout cela. Je comprends que l'on partage des jardins, des surplus alimentaires et le fait de ne pas le faire m'énerve très fort. Mais je ne me sens pas assez puissante au niveau régional en tout cas, donc autant l'être au niveau individuel puisque les replis m'énervent beaucoup.

A: Voyez-vous d'autres avantages et inconvénients relatifs à l'économie de partage?

B: C'est donner d'autres moyens pour d'autres choses. Cela pourrait être intéressant d'envisager des partages de services pour ainsi faire évoluer l'individualisme. Je pourrais très bien l'envisager dans le cadre d'une aide.

A: Qu'est-ce qui fait que vous ne le faites pas?

B: Je n'en sais rien. Peut-être parce que je me suis focalisée sur d'autres choses. Mais je pourrais l'envisager.

A: Avez-vous autre chose à ajouter?

B: Je pense que l'économie de partage va devenir une forme de démarche réflexive, que tout le monde devrait pouvoir envisager à un moyen donné. Mais ça ne dépend pas de la personne qui souhaite le faire, mais plutôt du législateur. J'aimerais qu'on y porte plus d'attention car ce n'est actuellement malheureusement pas le cas.

A: Il me semble qu'on en arrive à la fin de l'entretien. Je vous remercie vraiment pour les informations complémentaires que vous m'avez fournies. C'était vraiment très chouette et intéressant. Je vais maintenant vous poser quelques questions plus sociodémographiques, mais hors enregistrement. Je vous remercie.

Transcription 10

Identité	ID 10
Genre	Masculin
Âge	23 ans
État civil	Célibataire
Profession	Étudiant en master
Plus haut diplôme obtenu	Bachelier
Zone d'habitation	Zone rurale
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	Airbnb, Superprof et 2ème main
Années d'expérience	1 (Superprof), 2 (Airbnb) et 5 (2ème main)
Date de l'entretien	24 avril 2019
Durée de l'entretien	32 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci d'avoir accepté de participer à un entretien. Je m'appelle Anaïs et je suis en dernière année de master en sciences de gestion à HEC. Je fais mon mémoire sur l'économie de partage et plus précisément sur le fait de comprendre les motivations et barrières rencontrées par les fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. Peux-tu me dire ce qu'est, pour toi, l'économie de partage?

B: Ça reprend les sites d'aide C2C, sur internet principalement, où les gens partagent des choses entre eux. Cela peut permettre aux gens d'arrondir leur fin de mois. Je ne pense pas que les gens utilisent l'économie de partage pour en faire leur métier, je pense que c'est plutôt dans l'optique d'avoir un complément de revenu.

A: Oui, c'est ça. C'est le fait qu'un individu détienne des ressources qu'il n'utilise pas totalement et les mette à la disposition de quelqu'un d'autre afin que ce dernier puisse les utiliser. Cela peut être matériel (logements, habits, biens...), mais aussi immatériel (baby-sitting, jardinage...). Comme tu l'as dit, ça se fait souvent par le biais de plateformes qui offrent parfois des services complémentaires comme les assurances et le paiement sécurisé, mais qui permettent aussi une rencontre entre l'offre et la demande. Je me focalise surtout sur l'aspect P2P, celui entre deux particuliers. L'entretien va durer 30 minutes et sera enregistré. Bien entendu, tout ce que tu dis restera confidentiel et anonyme. À tout moment si tu le souhaites, je peux arrêter l'enregistrement. L'entrevue va être sous la forme "semi-directive". Je vais donc te donner des thèmes ou questions et je te demande de t'exprimer librement là-dessus. Rien ne sera considéré comme "inutile" donc au plus tu en dis, au mieux c'est. As-tu des questions?

B: Non, c'est bien clair.

A: Peux-tu me dire sur quelle(s) plateforme(s) tu as déjà pratiqué l'économie de partage?

B: Airbnb en proposant un logement en location en Espagne. Sinon, je vends aussi des biens sur 2ème main, je vends des jeux vidéo. J'utilise Facebook aussi pour acheter des livres pour l'université. Sinon, je ne vois rien d'autre.

A: Sur Facebook, as-tu également agi en tant que fournisseur?

B: Non, plutôt en tant qu'acheteur. En tant que vendeur, uniquement sur Airbnb pour mettre en location un bien et sur 2ème main pour vendre des jeux vidéo et des trucs comme ça.

A: Peux-tu me parler des expériences que tu as rencontrées en tant que fournisseur de l'économie de partage?

B: Sur 2ème main, tout s'est bien passé, c'est très facile de mettre une annonce. Sur Airbnb aussi tout s'est bien déroulé. Le contact avec les gens s'est très bien passé, j'aime l'idée de partager mon bien avec d'autres personnes qui viennent en vacances afin d'améliorer leur séjour. La plateforme est facile d'accès et à utiliser. C'est bien aussi que le fait de mettre une annonce ne

soit pas payant. On paie juste une commission par location. Je préfère que ça se passe comme ça que de devoir payer pour mettre mon annonce sans savoir si mon bien va être loué ou non.

A: Si ça avait été payant, l'aurais-tu quand même fait?

B: Peut-être, mais pas certain. J'aurais alors cherché une plateforme concurrente gratuite, peut-être moins visible et connue.

A: Pourquoi ton choix s'est-il orienté vers Airbnb?

B: Parce que j'avais déjà utilisé la plateforme en tant que consommateur et que je savais déjà comment fonctionnait la plateforme. C'est le principe de pouvoir aider des gens, comme moi j'avais été aidé quand j'ai pris des biens en location sur Airbnb lors de mes vacances.

A: Le fait d'aider les autres est-il une réelle motivation?

B: Mon intérêt personnel prime, il y a quand même les rentrées d'argent que l'on touche, permettant de payer les charges relatives au bien, mais ça me plaît de me dire que des personnes vont passer un bon séjour en venant dans mon appartement, comme moi j'ai passé un bon séjour chez d'autres personnes.

A: L'aspect financier est-il alors la principale motivation de l'utilisation de l'économie de partage?

B: Oui, parce qu'on prend toujours un risque quand on met son bien en location. L'aspect financier permet de bien rentabiliser. Cela permet de survenir au risque puisqu'on ne sait jamais qui on va accueillir chez soi.

A: C'est-à-dire?

B: Ça fait toujours peur de ne pas connaître la personne, on ne connaît pas ses intentions. Ce qui est bien sur Airbnb, c'est qu'on peut choisir auparavant si la demande de location est acceptée directement ou si on veut un moment de réflexion avant de l'accepter ou la refuser. Moi, j'ai toujours demandé un temps de réflexion afin de bien pouvoir analyser le profil et les commentaires de la personne. Je préfère aussi louer mon bien à des familles avec des enfants plutôt qu'à des jeunes qui viennent pour faire la fête et qui risquent de dégrader l'appartement. Une famille est, selon moi, plus respectueuse.

A: Qu'est-ce que tu regardes précisément sur le profil des personnes qui veulent louer ton bien?

B: Je regarde leurs appréciations et les commentaires afin d'en savoir plus sur eux et leur respect vis-à-vis du logement. Je pense que la notation est à la base du concept parce que même moi je suis noté.

A: Quelle importance accordes-tu à ton évaluation?

B: Quand même beaucoup, j'essaie d'avoir une bonne évaluation pour deux raisons: pouvoir louer le bien plus rapidement et facilement, mais aussi pour ma fierté personnelle. J'ai envie

que les personnes apprécient leur séjour. Si on a une mauvaise appréciation, on est mal référencé sur le site et on loue moins le bien.

A: Qu'entends-tu par "fierté personnelle"?

B: Si j'ai une notation négative, c'est peut-être que je fournis un mauvais service ou que le prix proposé est trop haut. Ça en prend un coup sur l'estime de moi-même.

A: Tu m'as dit que ton logement était en Espagne, c'est ça?

B: Oui.

A: Qu'est-ce qui t'a motivé à proposer ce bien?

B: Parce que c'est le seul logement que je possède. Je n'ai pas encore mon propre bien en Belgique donc j'ai décidé de proposer mon bien en Espagne. En plus, ça se prête bien pour les vacances donc c'est une assurance que je peux le louer. Le logement a une piscine et est situé près de la mer, c'est vraiment dans l'esprit Airbnb, même si on peut aussi trouver des logements situés dans des centres-villes.

A: Peux-tu en dire plus sur cet "esprit Airbnb"?

B: Ça permet de faire de nouvelles rencontres et de pouvoir partager mon bien en fournissant un logement de qualité aux voyageurs. Ce qui m'a aussi motivé à mettre mon bien en location sur Airbnb, c'est de proposer un logement moins cher qu'un hôtel aux voyageurs, dans une meilleure situation géographique avec un équipement supérieur et abondant.

A: Quel type de relation crées-tu avec les voyageurs?

B: C'est un contact restreint qui se passe uniquement lors de leur arrivée quand je leur montre le logement et que je leur explique certaines choses sur la ville. Je leur renseigne les bonnes adresses et j'essaie de mettre certaines choses à leur disposition comme du café par exemple pour améliorer leur séjour.

A: Tu ne gardes donc pas de contact avec eux après le séjour?

B: Non pas du tout, ça se limite vraiment à ça. Il y a quand même des parties communes comme la piscine, et là, je n'hésite pas à leur demander comment se passe le séjour. Mais rien de plus.

A: C'est le logement entier que tu loues?

B: Oui, tout à fait, c'est vraiment indépendant de là où je suis.

A: Tu me parlais de la différence entre ton logement et les hôtels, à quel point est-ce important?

B: L'offre est plus variée sur Airbnb que pour des hôtels, mais c'est aussi plus facile. Avec mon logement, je peux proposer des séjours de durée variable, pour les hôtels, c'est peut-être un peu plus compliqué.

A: Qu'est ce qui t'a séduit d'autre sur Airbnb?

B: Le fait que ça soit sécurisé et qu'il y ait des appréciations que l'on puisse lire afin d'en savoir davantage sur la personne. Le site permet aussi de limiter les arnaques, qui sont quand même courantes dans cette activité. Le fait aussi d'être payé par intermédiaire est important.

A: À quel point les arnaques te tracassent-elles?

B: Je n'ai pas spécialement peur de tomber sur une arnaque car Airbnb fournit un service de paiement sécurisé qui permet de me verser l'argent quoi qu'il arrive. Maintenant, je suis plus tracassée par les dégradations éventuelles qui peuvent survenir. Je ne sais pas s'il y a une assurance proposée par Airbnb, je ne me suis pas plus renseignée sur le sujet. Je pense que c'est le point qui me fait le plus peur. J'avais aussi loué le bien à des amis, hors Airbnb. Je leur ai loué moins cher car quand ce sont des personnes que je connais, j'ai confiance et je sais qu'ils ne vont pas faire n'importe quoi. Avec les inconnus, s'il y a une dégradation quelconque, je sais que je peux la réparer par le surtarif que je demande. Je loue donc un peu plus cher pour prendre en compte ce risque. Parfois, vu que ce n'est pas leur bien à eux, ils font plus difficilement attention au logement même.

A: Tu as donc une certaine méfiance vis-à-vis des inconnus?

B: Pas spécialement car les commentaires permettent de diminuer cette peur. Je pense que j'ai quand même déjà loué le bien à des personnes nouvelles sur la plateforme, qui n'avaient pas encore d'appréciations. Du coup, j'ai un peu discuté avec eux avant afin d'en savoir un peu plus. C'est vrai que l'on court toujours un risque, mais ça fait partie du jeu. Il faut surpasser ça.

A: Qu'est-ce qui fait que tu privilégies l'économie de partage plutôt que les agences de location plus traditionnelles pour louer ton bien?

B: Airbnb nous laisse plus de liberté sur l'acceptation ou non de certains voyageurs, mais aussi sur les périodes de location qui peuvent varier. Je peux ainsi décider de ne pas louer mon bien pendant 2 ou 3 jours afin d'en faire profiter des proches par exemple. Sur Airbnb, je peux aussi louer le bien pour de courts séjours. Les agences prennent aussi une plus grosse commission qu'Airbnb. Sur Airbnb, la commission est minime.

A: Quels sont pour toi les points positifs et négatifs de l'économie de partage en tant que fournisseur?

B: Moins de commission, un meilleur contact pour sélectionner les clients (parler avec eux avant de décider de leur louer le bien) et une plus grande liberté de l'offre (choix des périodes de location). C'est le fait aussi que ça soit en relation avec une notion de partage, de faire découvrir son bien à une autre personne.

A: Et les inconvénients?

B: Un inconvénient est le fait qu'il n'y ait pas d'assurance et de garanties sur les arnaques. Si on met son bien dans une agence de location, il y a certainement une garantie plus complète.

A: Demandes-tu une caution pour assurer les dégâts?

B: Non, on ne l'a jamais fait parce que demander une caution pour un petit séjour, c'est plus ennuyant qu'autre chose.

A: Peux-tu maintenant me parler de 2ème main?

B: Ce qui me motive, c'est le fait d'avoir une demande pour mes biens que je n'aurais pas eue autrement car je n'ai pas d'autres moyens d'accès pour vendre ces biens. C'est le moyen le plus pratique. Pour les inconvénients, je dirais que les arnaques sont nombreuses, on ne sait pas avec qui on traite. Beaucoup demandent de payer une fois le bien reçu, mais je refuse.

A: Comment surmontes-tu cette peur de l'arnaque?

B: En demandant le paiement avant d'envoyer le bien. Sinon, parfois j'invite les personnes à venir chercher l'article à mon domicile si les personnes habitent près de chez moi.

A: Quels autres avantages ou inconvénients vois-tu ?

B: D'une certaine manière ça permet de gagner de l'argent, mais vu que ce ne sont jamais de très gros montants, ça reste limité. Du coup, l'aspect financier ici n'est pas ma motivation première, c'est plus pour me débarrasser des jeux qui traînent dans la maison.

A: Ce faible montant récupéré pourrait te bloquer?

B: Ça m'est déjà arrivé de me dire que je n'allais pas vendre ce bien car ce que j'allais en retirer allait être tellement faible que ça n'en vaut pas la peine. Pas besoin de perdre son temps à mettre l'annonce et à répondre aux emails des personnes intéressées pour pas grand-chose. Mais bon, d'un autre côté, c'est tellement facile de les vendre qu'on se pose la question. C'est rapide de mettre un article en vente.

A: C'est donc quelque chose qui te prend du temps?

B: Oui. Sur Airbnb, pour vendre son bien, il faut prendre de belles photos et donc ça prend du temps. Ça prend également du temps au niveau de la gestion des périodes de location avec le calendrier. Il faut aussi proposer un service complet: changer les draps de lit, faire le ménage... Même quand on loue pour 2 jours, il faut faire tout cela donc oui, ça peut être assez pesant. Ce n'est donc pas le fait d'utiliser la plateforme qui prend du temps, mais plutôt l'accueil des invités. Pour 2ème main, c'est pareil, ça ne prend pas de temps de publier l'annonce, mais après, il faut aller à la poste pour déposer le bien. Ça peut être décourageant.

A: Utilises-tu d'autres types de plateformes ?

B: J'ai déjà proposé des cours particuliers en comptabilité via le site "Superprof". Le but était vraiment d'avoir un revenu complémentaire. Ayant un parcours en comptabilité, j'ai voulu aider les gens qui ont des difficultés dans cette matière. Je me suis aussi dit que comme j'étais encore étudiant, je pourrais attirer plus de monde préférant alors avoir un professeur directement concerné, qui est jeune et qui est toujours dans le circuit, plutôt qu'un comptable plus âgé.

A: Il y avait-il des contraintes sur "Superprof"?

B: Juste le fait de devoir me déplacer était une contrainte. J'habite à la campagne et quelques fois, je devais faire plusieurs kilomètres pour aller chez la personne. Pour pallier cela, je demandais que la personne réserve au moins 2 heures de cours d'affilé afin de rentabiliser le déplacement. Sinon, les gens venaient aussi chez moi et vu que j'habite chez mes parents, ce n'est pas très pratique d'être dans le salon avec mes parents à côté.

A: As-tu déjà pensé à utiliser d'autres plateformes?

B: BlaBlaCar, mais ce n'est pas encore très connu en Belgique et puis même j'aurais peur des personnes qui viennent dans ma voiture. On attend souvent des gens qui se font agresser ou voler la voiture. Ce principe n'est pas si mal, mais je n'ai jamais cherché à le faire car je ne sais pas sur qui je vais tomber. Ce sont des choses rares, mais qui peuvent arriver. Je pense aussi que le système de notation permet d'un peu nous rassurer.

A: En quoi est-ce différent sur Airbnb?

B: C'est une très bonne question. Peut-être le fait que le logement soit privé et que je ne sois pas avec eux dans le même logement. Le prix aussi, qui est plus conséquent et donc ça en vaut plus la peine. Le gain sur BlaBlaCar est trop faible pour le risque que l'on encourt.

A: Vois-tu d'autres avantages et inconvénients?

B: Non, je pense avoir tout dit.

A: D'accord. On en arrive donc à la fin de l'entretien. Je te remercie pour le temps que tu m'as consacré. Je vais juste te poser quelques dernières questions plus sociodémographiques, mais hors enregistrement. Merci.

Transcription 11

Identité	ID 11
Genre	Féminin
Âge	28 ans
État civil	En couple
Profession	Étudiante en master
Plus haut diplôme obtenu	Bachelier
Zone d'habitation	Zone rurale
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	ListMinut
Années d'expérience	3
Date de l'entretien	24 avril 2019
Durée de l'entretien	34 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci d'avoir accepté de me recevoir. Je m'appelle Anaïs et je suis en dernière année de master en sciences de gestion à HEC ici à Liège. Dans le cadre de mon mémoire, j'étudie l'économie de partage et plus précisément les motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. Tout d'abord, qu'est-ce que pour toi l'économie de partage?

B: Je dirais que c'est un style de vie où des personnes mettent en commun des situations et des moyens pour s'entraider, de manière gratuite ou non, de manière à diminuer les frais et d'éventuellement être dans une logique écologique.

A: D'accord, tu as déjà identifié pas mal de choses. L'économie de partage c'est le fait qu'un individu ait des ressources qu'il utilise peu, voire pas du tout, et les mette à la disposition d'un autre individu, qui ne dispose pas de ces ressources, mais souhaite en obtenir l'usage. Cela fonctionne souvent avec des plateformes permettant de faire rencontrer l'offre et la demande, mais aussi d'offrir certains services comme le paiement sécurisé et les assurances. Dans mon mémoire, je vais uniquement traiter l'aspect P2P, à savoir les transactions entre deux particuliers. L'entretien que l'on va réaliser aujourd'hui sera enregistré, mais tout ce que tu me dis restera totalement confidentiel et anonyme. De plus, à tout moment je peux stopper l'enregistrement si tu le souhaites. L'entretien devrait durer une trentaine de minutes. L'entretien sera semi-directif, c'est-à-dire que sur base de thèmes que je vais te proposer, je te demande de t'exprimer librement. Au plus tu en dis, au mieux c'est. Aucune remarque ou commentaire ne sera critiqué. As-tu des questions?

B: Non, pas pour le moment.

A: On va donc commencer l'entretien en tant que tel. Peux-tu me dire sur quelle(s) plateforme(s) tu pratiques l'économie de partage?

B: ListMinut déjà et BlaBlaCar aussi, mais en tant que passager.

A: Qu'en est-il des expériences rencontrées avec ListMinut?

B: J'ai connu cette plateforme via un ami qui connaissait un des fondateurs de ListMinut. C'est tout récent comme plateforme, ça a commencé il y a quelques années. J'ai commencé à faire mon profil il y a 3 ans en proposant du "petsitting", à savoir de la garde d'animaux chez moi ou chez les gens, mais aussi des services d'aide-ménagère. La plateforme demande à ce que la personne mette ses coordonnées dès le départ pour fournir un minimum de sécurité et avoir son identité.

A: Quelle importance accordes-tu à cette sécurité?

B: Je pense que c'est surtout important pour les personnes qui sont à la recherche d'un service, donc plus les consommateurs, puisqu'ils veulent savoir à qui ils ont affaire. C'est plutôt eux que ça concerne car ce sont eux qui confient leurs enfants ou leurs animaux et donc il faut qu'ils

aient confiance en la personne. En terme de sécurité, le site ne permet pas aux particuliers de se transmettre leurs coordonnées afin de privilégier les contacts à travers la plateforme et ainsi être certains que toutes les transactions passent bien par la plateforme. C'est très protocolaire, on n'a pas le droit de transférer notre numéro de téléphone, notre compte Facebook, notre adresse email ou autre par message sur la plateforme. Il y a un robot derrière qui contrôle tout. Cela permet à la plateforme d'être certaine de toucher une commission même si après la première transaction, les personnes s'arrangent souvent pour une nouvelle prestation de service hors de la plateforme. C'est peut-être une petite faille dans le système.

A: Qu'as-tu d'autre à dire sur tes expériences sur la plateforme?

B: J'ai surtout eu des expériences de "petsitting" où je gardais les animaux chez moi, même des chiens. Je me suis aussi rendue une ou deux fois chez des personnes pour garder leurs animaux, mais sans y dormir. Je passais juste quelques heures pour les promener, jouer avec eux, leur donner à manger et à boire et vérifier que tout allait bien. Quand c'était chez moi, je les gardais durant tout le séjour, ça se passait très bien, d'ailleurs, les gens étaient globalement très contents de la prestation car je leur envoyais des nouvelles et des photos de leurs animaux. Ça les confortait dans le "petsitting" que je proposais. En plus, pour moi qui ai aussi pas mal d'animaux, c'était un réel plus, j'ai pu aussi leur procurer des amis à temps partiel, des compagnons qui pouvaient vraiment leur tenir compagnie. C'était aussi assez joyeux pour moi finalement de rendre service tout en ayant l'opportunité d'avoir plusieurs animaux qui s'entendent bien. D'ailleurs, concernant l'entente des animaux, je demande toujours à ce que les animaux se rencontrent au préalable pour voir si l'entente se passe bien ou non, auquel cas j'annule ou pas la prestation. Sur le site, il y a cette possibilité d'annuler la prestation.

A: C'est important pour toi?

B: Oui, je trouve que c'est vraiment important car, autant pour moi que pour la personne qui demande la prestation, on a toujours moyen de se défaire d'un engagement si la situation ne s'y prête pas, si les animaux ne s'entendent pas ou si quelque chose ne va pas. Je trouve que c'est effectivement très important de pouvoir annuler une prestation. J'ai eu un autre type d'expérience, dans l'offre d'aide-ménagère cette fois. Une personne cherchait des gens pour faire le ménage dans des appartements qu'elle mettait en location dans le cadre de Airbnb. Cette personne essayait de ne pas passer par le site. Elle mettait donc son annonce sur le site, mais elle voulait éviter de payer des frais et a donc trouvé une astuce pour mettre son numéro et son adresse email de manière cryptée pour que les autres prestataires puissent la contacter de manière totalement illégale à la plateforme. Au début, je m'étais dit "pourquoi pas" et je l'avais contactée, mais j'avais quand même cette méfiance car elle ne mettait pas beaucoup d'informations sur son profil, ça me mettait un doute. J'ai finalement fini par annuler car je me

suis dit que si la personne cherchait à crypter ses informations pour ne pas payer, c'est que c'était certainement quelqu'un de louche. En plus, elle ne répondait pas à tous les prestataires et faisait des "copier-coller" dans ses réponses. Ce genre d'expérience est très rare, heureusement.

A: À quel point accordes-tu de l'importance au fait d'avoir confiance aux autres personnes ?

B: En général, je suis plutôt quelqu'un qui fait confiance aux gens, même aux inconnus. En général, ça se passe plutôt bien, les gens sont plutôt bienveillants. Je n'ai pas eu spécialement de mauvaise expérience. Maintenant, je pense que dès qu'on a la possibilité d'avoir accès à un profil avec des coordonnées et des avis, c'est important de l'utiliser. Les avis sont très importants. Si la plateforme permet de proposer des avis, alors effectivement, c'est très intéressant de s'y référer pour se rassurer ou non sur la personne. J'ai donc besoin d'être rassurée un minimum. J'évalue la personne en fonction de comment elle écrit, comment elle se comporte avec les autres prestataires, les avis éventuels s'il n'y en a, etc.

A: Je reviens sur la mauvaise expérience que tu as eue récemment, est-ce que le fait de contourner les règles imposées par la plateforme te dérange ?

B: À la base non, ça ne me dérange pas qu'une personne essaie de trouver un moyen de contourner et de ne pas payer des frais, même si effectivement ce n'est pas spécialement génial pour cette plateforme qui fournit aussi un travail et qui doit donc aussi être rémunérée. Après, on peut toujours débattre du coût de ces frais qui peut être plus ou moins élevé. Cependant, si la personne n'est pas bienveillante, là, c'est différent. Il faut que la personne le fasse pour de bonnes raisons. Si je sens qu'il y a d'autres choses qui peuvent me déranger, je vais me méfier. Mais autrement, ça ne me dérange pas.

A: Peux-tu me dire de quelle manière tu aspires à prendre un contact préalable avec les demandeurs de service ?

B: On est obligé de donner notre numéro de compte bancaire à l'avance à la plateforme afin d'établir le contrat. De cette manière, on peut déjà avoir un premier contact avec la personne et faire comme si le contrat allait se faire. À ce moment-là, on peut se contacter, se donner rendez-vous au préalable et organiser une rencontre pour nos animaux. Le site est très bien fait à ce niveau-là et il est très facile d'annuler une prestation. Le site a même été réactualisé depuis sa création afin que ça soit mieux organisé, mais aussi afin qu'un onglet sur les législations en terme d'impôts soit ajouté. C'est important ça car on est imposé et donc tout est bien expliqué, on peut même retrouver notre solde année par année avec le taux d'imposition en vigueur. Ils nous aiguillent plutôt bien en terme d'imposition. Le site permet aussi de trouver une information rapidement et donc de ne pas perdre patience, mais aussi de s'inscrire aisément. C'est simple à utiliser.

A: Comment vis-tu l'obligation de prestation que tu as vis-à-vis des demandeurs?

B: Plutôt bien. En général, ce qui m'est demandé est faisable, les personnes n'exagèrent pas spécialement.

A: Comment réagirais-tu dans le cas d'une demande trop exigeante?

B: Tout dépend du tarif horaire sur lequel on s'est mis d'accord. Si la personne réclame plus que prévu, je pourrais éventuellement revoir le tarif horaire à la hausse. D'ailleurs en terme de tarif horaire, sur le site, plusieurs personnes peuvent se proposer pour réaliser la prestation et ensuite le demandeur choisit qui va exécuter la prestation en fonction de la personnalité de la personne, mais aussi du tarif proposé. Ils regardent aussi les avis laissés par les précédents demandeurs. Dans mon cas, j'ai de bons avis. Sinon, chacun a le droit de proposer le tarif qu'il souhaite, ça me plaît. Souvent, je propose des tarifs plutôt intéressants par rapport aux autres. Peut-être est-ce de la concurrence déloyale de temps en temps, mais ça me permet de trouver davantage d'intéressés pour mon offre. Je pense aussi que je n'ai pas grandement besoin de finances et que donc je le fais plus pour obtenir de l'expérience car je suis en études de vétérinaire, en 5ème année. Le fait de garder d'autres animaux me permet de faire des études d'observation sur les animaux et de savoir comment ils se comportent. C'est donc essentiel pour mon expérience professionnelle. Je fais d'une pierre deux coups : fournir une prestation afin d'aider d'autres personnes et de leur rendre service, mais aussi pour moi, acquérir de l'expérience et trouvant un compagnon pour mes animaux.

A: Le fait de gagner de l'argent ne représente donc pas une motivation pour toi?

B: Ce n'est pas la motivation première en tout cas, mais gagner de l'argent reste quand même une motivation.

A: Que peux-tu me dire sur le système de frais et commission sur la plateforme?

B: Par exemple, quand j'ai fait ma prestation d'aide-ménagère, j'avais établi un tarif à 13 euros de l'heure et en fait, sur ces 13 euros, le site récupère une partie (2€ environ). J'ai donc été payée 11€. J'ai remarqué que ces frais sont progressifs et augmentent avec le nombre d'heures que dure la prestation. J'avoue qu'à ce moment-là, j'ai dû demander au consommateur de ne pas mentionner plus d'heures sur le site afin qu'on s'arrange entre nous pour les heures restantes. J'ai alors été payée en espèces plutôt que par le site. Ces frais-là représentent donc un désavantage, ça décourage un petit peu.

A: Tu m'as expliqué pourquoi tu t'étais lancée dans le "petsitting", mais qu'est-ce qui t'a motivé dans l'aide ménage?

B: Je voulais me diversifier en terme de prestations que je proposais, mais aussi car j'ai moins de temps pour garder des animaux puisque ça demande plus de temps et plus de responsabilités. C'est surtout car je me suis découverte maniaque dernièrement. Chez moi, j'avais cette envie

de ranger ou de nettoyer très souvent et je me suis dit: "pourquoi ne pas offrir ce service à des gens qui en ont besoin et en même temps gagner un petit peu d'argent ?".

A: À quel point le fait de rendre service aux autres est important pour toi?

B: C'est important. J'aspire à offrir un service de qualité et à devenir de plus en plus compétente, c'est vraiment un moteur pour avoir plus d'expérience. C'est éventuellement le fait de rencontrer des gens, mais via ListMinut, ça reste plutôt cordial, sans aller plus loin. Peut-être que d'autres plateformes comme BlaBlaCar sont plus enclins à faciliter cette rencontre, il y a plus d'opportunités relationnelles.

A: Le fait de rencontrer de nouvelles personnes est donc important pour toi?

B: Oui, je me dis que c'est une occasion, en plus des opportunités que j'ai au travail, pendant les études ou ailleurs, de rencontrer des personnes avec qui je pourrais développer une affinité et avec qui je pourrais partager des points communs ou des idées communes. D'ailleurs, la personne chez qui j'ai effectué le ménage avait beaucoup de choses dont elle voulait se débarrasser, elle allait sûrement les jeter. Moi, ce sont des choses qui m'intéressaient et j'ai donc pu les récupérer. C'était des assiettes, mais aussi de l'alimentaire qui approchait de la date limite. J'aime bien récupérer des choses quand c'est possible, je suis beaucoup dans le recyclage, dans les habits de deuxième main, etc. C'était donc pour moi aussi l'occasion d'aider la personne à faire son ménage, mais aussi de récupérer des choses dont elle n'avait plus besoin. J'ai aussi oublié de te dire que durant cette expérience, cette personne avait des chats chez elle et elle m'avait demandé de l'aider à leur administrer des médicaments. J'ai pu aider cette personne à administrer des médicaments, ce qui m'a permis d'apprendre et de me perfectionner dans le cadre de mes études de vétérinaire. C'était une très bonne expérience. Comme quoi, dans un but précis, il peut y avoir bien d'autres externalités qui sont bénéfiques pour les deux personnes.

A: Aspires-tu à créer des relations sur le long terme?

B: Oui, je préfère le long terme afin de gagner plus d'expérience. C'est une manière aussi de se sentir utile et de gagner confiance en soi via ces prestations, contacts, échanges, partages. Ce sont des occasions de mettre à profit ses compétences, de développer de nouvelles compétences en apprenant de nouvelles choses ou bien même d'apprendre de nouvelles choses aux personnes que j'aide. Il y a une notion d'échange à tous points de vue.

A: Tu m'as parlé de BlaBlaCar, qu'est-ce qui te bloque quant au fait de fournir tes services sur cette plateforme?

B: C'est surtout par manque d'expérience en terme de conduite, je ne veux pas faire prendre des risques aux gens.

A: Et dans le cas d'autres plateformes?

B: Je ne sais pas du tout.

A: Quels sont pour toi les avantages et inconvénients de pratiquer l'économie de partage?

B: Comme avantage, je dirais que c'est le fait de permettre aux gens de bénéficier d'un service accessible dans la région et à prix raisonnable. Pour les inconvénients, je ne vois pas trop.

A: Je reviens sur la notion de recyclage énoncée au début de l'entretien, que peux-tu me dire de plus là-dessus?

B: Dans le cadre de mes prestations, j'ai pu permettre à une personne de recycler les affaires qu'elle comptait jeter alors qu'on pouvait encore les utiliser. J'ai aussi fait en sorte de lui éviter d'aller chez le vétérinaire en administrant moi-même les médicaments à ses chats. Du point de vue de l'environnement, je pense que BlaBlaCar est plus bénéfique que mes prestations de service sur ListMinut. Dans ce cas, le covoiturage permet de limiter le nombre de voitures et donc par la même occasion, la pollution. Pour ListMinut, je ne vois pas spécialement ce qu'il y a d'environnemental là-dedans.

A: Tu me disais aussi que l'économie de partage est un style de vie. Pourquoi dis-tu cela?

B: Je pense que c'est un nouveau mode de consommation, qui change de ce qu'on avait jusqu'à présent car les utilisateurs utilisent moins d'argent et limitent la pollution. Tout le monde ne s'inscrit pas là-dedans, tout dépend du caractère de la personne et de ses principes. Il faut qu'elle se tracasse de l'état actuel des choses. Moi, je m'ancre là-dedans de plus en plus en achetant mes habits en deuxième main au lieu d'aller dans des magasins où l'on a des vêtements neufs en abondance, produits dans des pays asiatiques par des enfants, entre autres, et qui sont transportés jusqu'ici, ce qui demande beaucoup d'énergie. Il y a beaucoup de problèmes à ce niveau-là. Je suis totalement dans cette direction un peu verte et écolo. Je pense aussi que c'est une bonne occasion pour certaines personnes de se rencontrer et d'échanger afin de peut-être en convaincre d'autres. Au plus on en parle, au plus il y aura des personnes qui seront intéressées par cette économie de partage.

A: Vois-tu des points négatifs?

B: Je pense qu'il doit y en avoir, mais je n'y ai jamais pensé en fait. Je n'ai pas vraiment de barrières.

A: D'accord, tu m'as déjà fourni pas mal d'informations très intéressantes donc je te remercie. C'est ici que l'enregistrement prend fin. Je vais encore te poser quelques questions plus sociodémographiques, mais hors enregistrement. Je te remercie.

Transcription 12

Identité	ID 12
Genre	Féminin
Âge	24 ans
État civil	En couple
Profession	Psychologue
Plus haut diplôme obtenu	Master
Zone d'habitation	Zone urbaine
Pays d'habitation	Belgique
Plateformes utilisées	BlaBlaCar, TicketSwap, Marketplace et 2ème main
Années d'expérience	1 (BlaBlaCar), 2 (TicketSwap et Marketplace) et 6 (2ème main)
Date de l'entretien	26 avril 2019
Durée de l'entretien	26 minutes
Méthode d'entretien	Face-à-face
Légende	A : intervieweur B : répondant

A: Bonjour, merci de me recevoir pour participer à mon entretien. Je m'appelle Anaïs et je suis en dernière année à HEC en sciences de gestion ici à Liège. J'ai décidé de faire mon mémoire sur l'économie de partage et plus précisément sur l'analyse des motivations et barrières des fournisseurs quant à leur utilisation de l'économie de partage. Tout d'abord, qu'est-ce que pour toi l'économie de partage?

B: Franchement je ne sais pas du tout. Je n'en sais rien.

A: D'accord. En réalité, c'est le fait qu'un individu ait des ressources qu'il n'utilise pas totalement et les mette à la disposition d'un autre individu qui ne possède pas ces ressources, mais souhaite en avoir l'usage. Les ressources peuvent être matérielles (habits, objets, logements, voitures...) ou immatérielles (temps, savoir, connaissance, financement participatif...). Ça se fait souvent sur des plateformes permettant de faire rencontrer l'offre et la demande, mais offrant aussi des services divers comme le paiement sécurisé et les assurances. Dans mon mémoire, je me focalise principalement sur les relations entre deux particuliers. Comme je te l'ai déjà dit, l'entretien sera enregistré, mais tout ce que tu dis restera confidentiel et anonyme. Je peux aussi couper cet enregistrement à tout moment si tu le souhaites. L'entrevue durera une trentaine de minutes environ. L'entretien est dit "semi-directif" et donc sur base de thèmes que je te propose, tu me dis ce que tu en penses et tu t'exprimes librement. Au plus tu en dis, au mieux c'est, donc n'hésites pas. As-tu des questions?

B: Non, pas pour l'instant.

A: D'accord, commençons. Sur quelle(s) plateforme(s) pratiques-tu l'économie de partage en tant que fournisseur?

B: BlaBlaCar et 2ème main.

A: Que peux-tu me dire sur les diverses expériences que tu as eues avec ces plateformes ?

B: J'ai utilisé BlaBlaCar qu'une seule fois pour un aller-retour, j'ai donc proposé deux trajets différents. Je proposais les trajets Liège-Paris et Paris-Liège. Par contre, j'utilise 2ème main plus fréquemment, dès que j'ai quelque chose à vendre. Cela fait quelques années que je le fais. En revanche, BlaBlaCar je ne l'ai fait que cette année. J'ai décidé de l'utiliser car le trajet vers Paris est quand même coûteux. J'ai une amie qui utilise la plateforme tout le temps, mais en tant que passager, elle m'a dit que c'était un bon moyen de rentabiliser mes frais. Je trouvais ça chouette de proposer le trajet, en me disant que pour aller vers Paris, j'avais de fortes chances de trouver quelqu'un. J'ai posté mon annonce 10 jours avant mon trajet et j'ai trouvé quelques personnes. J'ai bien été payée quelques jours après donc c'était chouette. Sur 2ème main par contre, il y a toujours des expériences négatives. C'est dû au fait que ce n'est pas vraiment sécurisé, bien qu'il y ait quand même un système de notations. Plusieurs personnes ne sont pas venues au point de rendez-vous, ça, c'était plus ennuyant. Le souci sur cette plateforme, c'est

qu'en tant qu'acheteuse, il arrive que l'on veuille acheter un bien qui n'est finalement pas conforme à ce qui était annoncé.

A: As-tu déjà eu ce souci de non-conformité en tant que vendeuse?

B: Non pas du tout parce que je suis très honnête, je fais plein de photos sur tous les angles et je notifie chaque défaut du produit. Par contre, ce qui est très énervant sur 2ème main, ce sont tous les emails d'arnaques que l'on reçoit. Dès que tu mets un article en vente, tu reçois beaucoup d'emails automatiques et louches. On reçoit surtout ce genre d'emails pour les produits d'une certaine valeur. Moi, je ne prends plus le temps de répondre à ce genre de choses.

A: A quoi repères-tu ces arnaques?

B: On les reconnaît, ce sont toujours les mêmes textes, les adresses email sont sous la forme "...@laposte.net" et puis leurs profils ont été créés le jour même.

A: En quoi la plateforme t'aide-t-elle à gérer cela?

B: Je pense qu'elle met des choses en place, maintenant je ne sais pas quoi. Je pense que quand tu t'inscris sur 2ème main, ils tentent de vérifier ton compte par une adresse email ou autre, mais les arnaqueurs arrivent toujours à contourner cela. J'imagine qu'ils mettent des choses en place, mais on ne voit rien, je reçois toujours ce genre d'emails. Je pense que c'est compliqué à gérer car ce sont des comptes qui sont créés le jour même. C'est donc compliqué à gérer. Sinon, sur BlaBlaCar, ce qui est bien, c'est que ça passe par une adresse email ou le profil Facebook, donc tout le monde est identifié ou authentifié. De la sorte, ils peuvent déjà vérifier les identités de chacun pour ne pas avoir des utilisateurs fantômes ou des arnaqueurs.

A: À quel point le système mis en place par BlaBlaCar est important pour toi?

B: C'est quand même important, mais je pense que ça l'est d'autant plus pour la personne qui cherche une voiture pour un trajet car elle se retrouve dans la voiture d'un inconnu et ne sait pas où il va l'amener. Pour ma part, j'ai vérifié rapidement le profil des personnes qui étaient intéressées et ça allait.

A: Qu'as-tu regardé principalement?

B: Leur profil, qui ils sont, combien ils ont d'amis, etc. Mais du coup, c'est vrai que le système d'authentification des personnes est important pour moi.

A: Qu'est-ce qui fait que tu as proposé tes services qu'une seule fois pour le moment?

B: J'ai aussi proposé un trajet de Liège vers Louvain-la-Neuve car j'allais à une formation, mais je n'ai eu personne qui était intéressé. Peut-être que les horaires ne se mettaient pas bien, c'était un samedi matin à 6h. Ce n'est donc pas que je ne veux pas le refaire, mais je fais peu de trajets et donc c'est compliqué d'en proposer. En plus, pour beaucoup de trajets plus courts, ça revient moins cher aux passagers de prendre directement le train. Il faut au moins une heure de voiture pour que le trajet devienne rentable pour eux, sinon ça n'en vaut pas la peine. Par exemple,

quand je suis allée à Paris, j'ai fait escale à Charleroi et à La Louvière, c'est là que j'ai pris mes deux passagers, personne n'a démarré de Liège. Je proposais donc aussi le trajet Liège-Charleroi pour 12€ (prix proposé par le site), mais comme un ticket aller en train revient moins cher, je n'ai trouvé personne. En plus, il faut que nos horaires collent avec ceux des passagers et ça c'est parfois un peu compliqué, alors que les trains, il y en a tout le temps.

A: Cela te met-il une contrainte horaire?

B: Moi pas car je propose les horaires qui me conviennent, mais pour les voyageurs, c'est plus embêtant.

A: De quelle manière est déterminé ton tarif?

B: Je regarde le maximum qui est proposé par la plateforme et je mets 2€ de moins. Je regarde aussi les prix proposés par les autres chauffeurs. Maintenant, moi je ne suis pas la plus généreuse, je mets toujours un prix relativement élevé, tout en veillant à rester moins cher que le train.

A: BlaBlaCar t'offre donc vraiment l'opportunité de gagner de l'argent?

B: Pas vraiment pour gagner de l'argent car finalement, ça me coûte quand même plus que ce que les passagers m'ont payé, mais plutôt une manière de rentabiliser les coûts.

A: Comment est-ce que ça s'est passé avec les passagers que tu as pris dans ta voiture?

B: Pour le premier passager, nous sommes arrivés en retard, mais je me suis excusée plusieurs fois par SMS. Il était donc déjà au point de rendez-vous et était très sympathique. En revanche, l'autre passager que j'ai pris à La Louvière ne répondait pas. J'ai finalement réussi à le joindre et il n'était pas du tout à l'endroit qu'on s'était fixé. Finalement, il est quand même venu, il ne parlait presque pas français donc le contact était limité. Le premier passager parlait beaucoup donc ça allait. Concernant la fille qu'on a prise au retour, ça allait, elle était au bon point de rendez-vous et était là à l'heure. Au niveau du contact, ça a été aussi.

A: Le contact fait-il aussi partie des choses que tu recherches?

B: Non, pas vraiment. En fait, sur BlaBlaCar, on doit mettre si on parle beaucoup ou pas et moi j'avais mis que je parlais de manière "normale". Mais maintenant, peu importe si on parle beaucoup ou pas durant le trajet. J'ai cru que j'allais être mal à l'aise au début car personne ne parlait, mais en fin de compte, il n'y avait pas de malaise. Le contact ne m'intéresse pas vraiment, je fais cela uniquement dans le but de rentabiliser les frais et l'essence.

A: Qu'est-ce qui te motive d'autre à participer à l'économie de partage?

B: Je n'en vois pas vraiment, c'est vraiment pour un aspect financier uniquement que je le fais.

A: Qu'est-ce qui te bloque alors?

B: Il n'y a rien qui me freine en soi. Je sais que je ne participerai pas à Airbnb car je n'ai rien à louer. Et puis en plus, je pourrais louer mon appartement si je vais en vacances, mais je ne pense

quand même pas que je le ferais car il faut être présent pour accueillir les personnes, je pense que c'est important d'être là. Et puis aussi, on vit dans le logement donc il y a toutes nos affaires de valeur, ça fait aussi partie de notre intimité. Je ne le ferais donc pas.

A: Peux-tu m'en dire davantage sur les expériences négatives que tu as eues sur 2ème main?

B: Il y a des acheteurs qui ne viennent pas au rendez-vous, mais aussi divers autres problèmes. Une fois, ma maman a vendu son iPhone à 550€ et la personne lui a donné 11 faux billets de 50€. Elle a porté plainte, mais ça ne sert à rien. Ce n'est pas la première fois que ça arrive. Moi, j'ai toujours mon marqueur pour tester les billets et je préviens les personnes avant de les voir que je testerai si les billets sont des vrais ou pas. Je ne fais ça qu'à partir des montants de 50€ ou plus. Sinon, en tant qu'acheteur, il y a aussi le risque d'avoir des articles pas du tout conformes à ce qui était décrit. Ça, ça me rend folle. Il y a aussi les emails d'arnaques qui sont super énervants. Tu as l'impression que tu as des acheteurs potentiels, mais en fait, ce n'est pas le cas.

A: Qu'est-ce que la plateforme pourrait mettre en place pour limiter cela?

B: Gérer les paiements déjà. Sur BlaBlaCar, c'est automatique. S'il n'y avait pas ce système de paiement sécurisé sur BlaBlaCar, je ne l'aurais probablement pas fait. Cela permet d'être certain d'être payé et surtout pas avec de faux billets. Sinon, il y a aussi l'application "TicketSwap" qui je pense correspond à l'économie de partage. Sur ce site, on peut vendre entre particuliers des billets de concert. Je ne sais pas si tu connais?

A: Si bien sûr.

B: J'ai déjà vendu 2 fois des billets de concert sur ce site. Heureusement qu'il y a le paiement sécurisé et le fait que la plateforme vérifie les tickets mis en vente pour certifier le fait que ce sont des vrais.

A: Que peux-tu me dire d'autre sur cette plateforme?

B: Je l'ai utilisée deux fois, je pense. J'ai vendu des places pour Werchter, même plus cher que ce que je les avais payées au départ. C'était plutôt une bonne affaire. Ils prennent une petite commission, ce qui est normal. Ça s'est bien passé car en fait tu ne dois pas parler avec les gens, c'est la plateforme qui traite les demandes et fait en sorte que tu sois payé directement.

A: Peux-tu développer le principe de commission que tu viens d'énoncer?

B: Sur TicketSwap, il y a une commission, mais sur 2ème main non, sauf sur certaines catégories d'objets où il faut payer pour mettre des annonces. Pour ma part, s'il fallait payer, je ne le ferais pas. Sur BlaBlaCar, je pense aussi qu'ils prennent une commission, mais ce n'est pas grave vu ce qu'on peut gagner, la commission est minime.

A: Si la plateforme avait été payante, pourquoi n'y aurais-tu pas pris part?

B: Car sinon je passe par le Marketplace de Facebook où je sais que c'est gratuit. En plus, nos affaires se vendent très bien. Sur BlaBlaCar, si ça avait été à hauteur de 2€, ça ne m'aurait pas dérangé, mais si c'était 5€, je ne sais pas. Sur TicketSwap, ça reste raisonnable donc ça va.

A: Que peux-tu me dire sur ton expérience Marketplace?

B: En fait, je mets les mêmes annonces sur Marketplace et sur 2ème main afin d'avoir plus de chances de vendre.

A: Il y en a-t-il une que tu préfères?

B: Ça dépend des objets, mais finalement, j'ai toujours vendu tout ce que je proposais sur les plateformes. Je ne dirais pas qu'il y en a une qui fonctionne mieux que l'autre, mais je préfère 2ème main parce que c'est anonyme. Sur Marketplace, tout le monde peut accéder à mon profil Facebook, ça ne me plaît pas. En plus, j'ai mis sur Facebook que je suis psychologue et une psychologue qui vend ses vieux vêtements, ça ne le fait pas. Je préfère l'anonymat. Maintenant, avec Marketplace, tu as une meilleure certitude sur la personne à qui tu vends tes objets.

A: Je reviens sur le système de notation que tu m'as énoncé plus haut, quelle importance accordes-tu aux avis disponibles sur les plateformes?

B: Je suis très contente quand on me met des avis positifs.

A: Et si on te met des négatifs?

B: On ne m'en met pas parce que je fais tout dans les règles de l'art. Si on me mettait une mauvaise notation, je ne serais pas contente du tout car il n'y a pas de raison de m'en mettre une mauvaise, mais aussi car ça entacherait ma réputation. Les gens peuvent se méfier par la suite. Sinon, je regarde aussi les avis quand j'achète. Si je dois acheter des articles à un vendeur, je regarde souvent la date à laquelle il s'est inscrit: s'il vient de s'inscrire, je me méfie beaucoup alors que si je vois qu'il est là depuis quelques années, c'est que ce n'est pas une arnaque.

A: Quels sont pour toi les points négatifs et positifs de l'économie de partage?

B: Comme avantage, je ne vois que l'aspect financier. Il y a peut-être aussi le fait que les plateformes offrent un système de paiement sécurisé, mais ça dépend du contexte car si on voit la personne en face à face, il n'y a pas besoin de ce système, même si on risque toujours d'avoir de faux billets. Ça permet aussi de pouvoir revendre des choses moins chères qu'en magasin, de vendre des choses en 2ème main, on fait de bonnes actions. Il y a moyen de se faire du bénéfique sur certaines choses, même si ce n'est pas mon but. L'aspect financier est vraiment primordial. Sinon, l'aspect contact social est sans intérêt pour moi.

A: Te sens-tu impliquée dans ce modèle de réutilisation des ressources en tant que vendeuse?

B: Pas plus que ça. Je ne me pose pas la question, mais c'est vrai que ça peut être un point positif. Ce n'est pas ce qui me motive particulièrement, c'est vraiment l'aspect financier qui prime.

A: Vois-tu d'autres barrières ou motivations?

B: Franchement, niveau positif, à part l'aspect financier, je ne vois pas grand-chose. Pour les points négatifs, je dirais que tu ne sais pas à qui tu as affaire, le fait aussi que les paiements ne sont pas toujours sécurisés et aussi le fait que certains acheteurs disent ne pas avoir reçu le colis alors que c'est faux afin d'être remboursés. Je me méfie beaucoup des autres.

A: As-tu quelque chose à ajouter?

B: Non.

A: D'accord. On en arrive donc à la fin de l'entretien. Je te remercie pour les réponses que tu m'as apportées. Je vais juste te poser quelques dernières questions plus sociodémographiques, mais hors enregistrement. Merci.

EXECUTIVE SUMMARY

Recently, a new model of consumption has emerged in our economy. It is called “sharing economy”, or “collaborative economy”. The rapid growth of this new phenomenon has been encouraged by technological, economic and social factors. Also, this new economy has totally disrupted the traditional one. First of all, because it has given power to private users, who are also called “peers”. This means that both the provider and the consumer are now able to act on their own. The second reason why this new model is totally revolutionary is that it is based on access instead of ownership, which characterizes more traditional ways of consumption. In this way, sharing economy enables peer-users to exchange goods and services in return for compensation, which does not necessarily have to be financial. In this sharing economy, in order to organize the meeting of supply and demand, and to take care of the transactions that happen every day, online platforms were created. However, surviving as a platform is not an easy task, and therefore it’s crucial for them to attract enough participants.

For a better understanding of this trend, it is interesting to know and understand why peers decide to participate or not on those platforms. Several academic studies have covered the case of the customers, but the providers apparently remain under-explored. Yet, suppliers are as important as customers, as they are the ones who bring the resource to share.

Therefore, this thesis is to be read as an analysis of what it is that motivates providers to use the sharing economy platforms, and which are the barriers they encounter in this context.

So, the reader will find the description of barriers and motives identified by the above-mentioned study, as well as explanations, all of which will bring some more information to the scientific literature and which will lead to an attempt of giving a few tips to the platform managers, for them to manage this trend in a more efficient way.