

Compte-rendu Innov&Vous du 27/11/2019

L'économie collaborative : risques et opportunités

Orateurs

Licencié en Histoire moderne et en économie, docteur en Sciences de gestion, **Alain Decrop** est Directeur du CeRCLe (Centre de Recherche sur la Consommation et les Loisirs). Ses intérêts de recherche se concentrent sur le comportement et la prise de décision du consommateur, les méthodes qualitatives et le marketing du tourisme et des loisirs.

Jonathan Schockaert, 30 ans, est co-fondateur et CEO de ListMinut, une plateforme collaborative qui compte aujourd'hui plus de 200.000 utilisateurs inscrits sur l'ensemble de la Belgique.

Jérôme Mallargé est co-fondateur de l'application ShareABike. Il est également chercheur en marketing avec pour intérêts principaux l'étude du comportement des consommateurs et l'évaluation des services dans le domaine de la consommation collaborative.

Introduction

Alain Decrop explique que l'économie collaborative (l'économie dite du partage) a redéfini l'idée de la « production-consommation ». Aujourd'hui, plutôt que d'acheter des produit/des biens/des services, on les emprunte, on les loue.

Dans une maison tout s'y prête ou presque. Combien de minutes d'utilisation dans la vie d'une foreuse ? 15 minutes en moyenne pour un coût moyen à l'achat qui se situe entre 50 et 100€.

Quel est le pourcentage d'utilisation d'une voiture par rapport au temps total sur une semaine : 2,6%

C'est une des raisons pour laquelle cette consommation collaborative s'est très rapidement diffusée.

Définition de l'économie collaborative de Wikipédia : « échange de bien et de service mais aussi l'idée créer de la valeur en commun ».

On parle alors de révolution horizontale : des consommateurs qui vont offrir leurs biens et services à d'autres consommateurs via souvent l'intermédiaire d'une plateforme (internet ou non). On parle d'organisation horizontale des échanges, en opposition à l'organisation verticale dans le business traditionnel.

Plus aucun secteur n'échappe à l'économie collaborative. Surtout dans le logement, le transport, etc.

Présentation du projet ListMinut

Au départ, il s'agissait d'un projet universitaire réalisé dans le cadre d'un Master en entrepreneuriat.

Le concept de la plateforme repose sur la mise en relation de « voisins » pour échanger des petits services du quotidien. Il y a 10 catégories différentes : on peut trouver tout et n'importe quoi. 50 000 prestataires de services. La grande majorité des prestataires sont des particuliers (85%).

L'équipe sera composée de 19 personnes en fin d'année.

ListMinut a pris beaucoup de temps à trouver son business model mais commence à bien fonctionner. Ils ont néanmoins eu beaucoup de soucis avec la législation belge (en 2013), notamment avec l'auditorat après un reportage.

Aujourd'hui, la plateforme est agréée par le SPF Economie.

Présentation de ShareABike : vélos partagés à Mons

Fonctionne comme les trottinettes à Namur (sauf qu'on ne peut pas les mettre n'importe où quand on a fini). Les fondateurs de ShareABike travaillent avec les autorités locales, visent aussi les villages et les entreprises. 6 partenaires au projet. Début de l'activité en 2014.

Etat des lieux de l'économie collaborative

Selon Alain Decrop, il faut saisir l'ampleur du phénomène. Selon une étude réalisée par PwC :

- 10 000 start-ups collaboratives (marché mondial) ;
- 24 milliards générés dans l'UE en 2016 → prévision de 570 milliards en 2025 ;
- Croissance de 35% par rapport à 3% pour l'économie normale ;
- 85% des revenus captés par les particuliers ;
- BlaBla car : 70 millions d'utilisateurs ;
- Parfois très capitaliste. Uber a récolté 82 milliards de dollars à son entrée en bourse. Le double de Ford ;
- En 2014, Airbnb (créé il y a 11 ans) comptait plus de chambres que l'empire Hilton (créé il y a 93 ans).

L'économie collaborative ne remplace pas les secteurs traditionnels mais se juxtapose aux paradigmes existants.

Economie des biens/ je possède (ex. VW, Toyota) → économie des services/je loue (s'est développé dans les années 80, ex. Hertz) → économie collaborative/je partage.

Quelques chiffres sur le phénomène Airbnb en Belgique : 779.000 arrivées de voyageurs, 2,2 millions de nuitées (6% des parts de marché), des recettes pour les hôtes de 28M€ en Flandres – 26M€ à Bruxelles et 9M€ en Wallonie, entre 5 et 11M€ de recettes pour Airbnb, un apport de 304 millions d'euros par la communauté Airbnb.

Comment expliquer le succès de l'économie collaborative ?

- Changements technologiques → facilite les business model, plateforme qui permettent de créer des réseaux, il y a aussi la géolocalisation.
- Changement économique → la plupart des plateformes sont apparues en 2008/2009. Cela permet d'arrondir les fins de mois ou d'obtenir des biens moins chers (ex. : Ebay).
- Changements sociétaux → dans la mentalité de beaucoup de personnes → les pionniers de l'économie collaborative = la génération Y et Z : authenticité, accès plutôt que possession, etc. ce sont de nouvelles valeurs.

En résumé : RESEAUX + PRECARITE + CONFIANCE

Comment expliquer le succès de ListMinut ?

Le concept d'économie collaborative n'est pas neuf mais la technologie a donné une autre ampleur au phénomène. Ex : le covoiturage a toujours existé mais avec la technologie, ça s'est développé.

La technologie a vraiment été un levier !

Métier d'une plateforme ? Utiliser la technologie pour créer de la confiance !

Listminut, c'est du service entre particuliers. Ce qui soulève la question de la confiance nécessaire : garder son chien, ses gosses, etc.

« Nous on a eu beaucoup plus facile de trouver des prestataires que des clients. Et d'ailleurs Menu Next Door, c'est pareil. Le cout d'acquisition d'un client est énorme ! Et comme les plateformes ne dégagent pas des marges énormes sur les clients, on ne peut pas se permettre de dépenser des sommes super importantes », explique Jonathan Schockaert. « On vient d'atteindre la rentabilité mais pas sur l'année et le lendemain on ne l'était déjà plus car on avait recruté 6 personnes. Nos couts opérationnels et marketing sont énormes. Avant d'être rentables avec une plateforme faut déjà y aller ».

La différence avec les SEL (services d'échanges locaux) ?

Dans les SEL, la monnaie d'échange, c'est le temps et pas l'argent. Leur cible est différente : ce sont les clients qui n'ont pas le temps ou les compétences.

Quid des business model ?

Shareabike : sans bornes (sans stations). Comme il n'y a pas besoin de structure importante, le coût de mise en place est réduit, ce qui le rend accessible pour des villages, des entreprises, etc. Mais également de manière éphémère (ex. : utilisation entre le camping et la scène d'un festival. Le système s'adapte à n'importe quel vélo).

Technologie générique : une seule marque, une seule plateforme. Un compte ouvert à Namur fonctionne aussi à Liège, mais la tarification est laissée aux villes.

Listminut : « On a changé de BM le 20 mars 2019. On est passé d'un système de 20% de commission à un système où le client doit souscrire à un abonnement. Si on avait commencé avec ce BM au début, ça n'aurait pas marché. »

Pourquoi on a changé ? « Parce qu'il fallait éviter le bypass. On se retrouvait à faire la police : voir taux de conversion : combien de visites sont converties en commande. » Ils n'étaient pas certains que ça allait marcher.

Résultats : beaucoup moins d'annulation et le panier moyen a augmenté de 25%. « On perd certains clients qui sont moins ponctuels ».

Coté capitaliste : « Nous avons levé plus d'un million d'euros. Donc oui, faut qu'on dégage du bonus. Dans économie collaborative, il y a économie. Mais on veut grandir pas seulement pour les investisseurs. Parfois des chômeurs se transforment en indépendants et ça c'est une grande satisfaction !!! Plusieurs millions d'euros qui sont gagnés par des particuliers grâce à ListMinut.

Est-ce qu'on perd parfois des clients ou des prestataires (terme utilisé : le CHURN) ? « Oui on en a, ils sont devenus indépendants et n'ont plus besoin de passer par nous ».

Mais du coup, quelle durabilité du modèle ?

« Les gens à qui notre plateforme a permis de se lancer ont un attachement à la plateforme. Et puis, tous n'ont pas envie de devenir indépendants. Avec le système d'abonnement, on n'est plus là ponctuellement mais pour vous accompagner quotidiennement dans les services dont vous avez besoin et plus seulement pour du ponctuel → gros travail de com à faire pour changer le mindset »

Vous avez envisagé une option pro ? « Oui. Pour leur simplifier la paperasse ».

Facteurs clés de succès et d'échec sur les plateformes collaboratives ?

(Etude portant sur 27 entrepreneurs) mais en même tps il y en a 100 en Belgique qui sont reconnus par le SPF.

- Les utilisateurs
- L'équipe (valable pour toutes les startups)
- Business model et bons pivots
- L'idée derrière le projet
- Le timing d'entrée

Repenser la consommation et les modèles d'affaire ? Comment réagir ?

Entreprises conventionnelles ?

- S'appuyer sur les acteurs alternatifs pour assurer son propre développement ;
- Améliorer/consolider l'offre des acteurs alternatifs ;
- Créer un partenariat avec un acteur alternatif pour développer une nouvelle offre ;
- Se différencier. Hôtel menacé : Airbnb ne vous donne pas les services que nous vous proposons tels que... ibis a fait de ses espaces d'accueil des sortes de salon très différents de l'espace de check in traditionnels. Check in avec son ordi portable à coté de vous dans les Novotel. On enlève cette idée que c'est froid et impersonnel ;
- S'inspirer des outils qui font la force de l'économie collaborative. Comme Décathlon avec Trocathlon ;
- Faire des partenariats avec des entreprises collaboratives comme AXA qui assure Blablacar ;
- Lancer une plateforme collaborative concurrente.

Certaines entreprises ont bien compris l'intérêt : IKEA a racheté la plateforme sur laquelle on peut trouver des gens pour monter les meubles Ikea.

En quoi votre plateforme représente-t-elle une menace ou une opportunité pour les entreprises conventionnelles ?

ListMinut : « Les grosses boites, le faire eux-mêmes, c'est mort. Ils sont nuls. On les connaît les Hubo, les Brico, etc. lui n'y croit pas du tout. N'ont pas la capacité de le faire. Cela dit, en 5 ans, on a eu 5 contrôles sociaux, 2 contrôles fiscaux, convocation au pénal. Le gros problème c'est les gens qui n'essaient pas de comprendre. Y'a des menaces mais y'a aussi des opportunités et ce serait dommage de pas en tenir compte. »

La consommation collaborative

Sous la direction de
Alain DECROP

Préface de Marco TORREGROSSA

Enjeux et défis de la nouvelle société du partage



deboeck **B**
SUPÉRIEUR

La consommation collaborative

Depuis quelques années, l'économie collaborative – souvent qualifiée d'économie du partage – connaît un succès fulgurant. Elle se fonde sur l'échange, la vente ou le don de biens ou de services entre particuliers. Les acteurs de cette nouvelle économie en deviennent donc à la fois consommateurs et producteurs. De cette dualité, naît ce que l'on appelle la **consommation collaborative**. Le plus souvent, cette dernière implique un intermédiaire qui prend la forme d'une plateforme digitale et repose sur des modèles marchands ou non marchands.

Apparues il y a moins de dix ans, des sociétés comme Uber ou Airbnb pèsent aujourd'hui plus lourd en bourse que des empires tels que Hilton ou American Airlines qui ont mis près d'un siècle à se construire. Le covoiturage (BlaBlaCar), la préparation de repas pour ses voisins (Menu Next Door), l'hébergement gratuit de voyageurs (CouchSurfing) ou encore la communauté de partage de jardins (Hyperlocavore) sont d'autres exemples d'un glissement de notre économie vers de **nouvelles formes de consommation et de business partagés**.

Ce livre offre un panorama de cette **nouvelle économie** basée sur la consommation collaborative. Il comporte 12 chapitres rédigés par des experts

français, belges et canadiens. Chaque chapitre se termine par le témoignage d'un **acteur de terrain**.

La première partie de l'ouvrage décrit le **phénomène de consommation collaborative**, en évalue l'importance et le situe dans son contexte : comment définir la consommation collaborative ? Comment en expliquer le succès ? Quels sont les principaux acteurs/secteurs concernés ? Qu'est-ce qui motive les adeptes des modes de consommation collaboratifs ?

La seconde partie de l'ouvrage offre une **mise en perspective des principaux enjeux** économiques, juridiques et sociétaux qui découlent de la consommation collaborative : a-t-elle des impacts positifs pour la société et l'environnement ? Quelles sont les menaces et les opportunités pour les entreprises ? Comment les pouvoirs publics doivent-ils réagir ?

Le livre s'adresse à un large public, ainsi qu'aux étudiants, chercheurs, entreprises, associations et pouvoirs publics. Mêlant concepts théoriques et illustrations pratiques, il permet de comprendre les multiples facettes de la consommation collaborative.



Alain DECROP est professeur de Marketing et directeur du CeRCLe (Centre de Recherche sur la Consommation et les Loisirs) au sein de la Faculté des sciences économiques, sociales et de gestion de l'Université de Namur. Ses intérêts de recherche se concentrent sur la consommation postmoderne et la prise de décision du consommateur, l'économie collaborative et le marketing du tourisme et des loisirs. Il est l'auteur de plusieurs livres et articles dans des revues internationales de premier plan.

Ont contribué à cet ouvrage :

Aurélie Acquier, Paul Belleflamme, Florence Benoit-Moreau, Simon Borel, Eric Briat, Valentina Carbone, Isabelle Collin-Lachaud, Bernard Cova, Alain Decrop, Alexandre de Stree, Fabien Durif, Myriam Ertz, Jean-Marc Ferrandi, Valérie Guillard, Elodie Juge, Amélie Lachapelle, Jean-Pierre Loisel, Renaud Lunardo, Jérôme Mallargé, David Massé, Nil Özçağlar-Toulouse, Rémy P...
Rémy P...

ISBN 978-2-8073-0767-4



