

## Un amoncellement d'objets dormants et coûteux

# Posséder ou partager ?

Et si l'usage ne correspondait pas nécessairement à la propriété ? Soucieuses d'en finir avec l'hyper-consommation d'objets qui ne servent que très rarement, confrontées à un pouvoir d'achat en berne, de nombreuses personnes s'organisent pour partager et troquer. Un mouvement en pleine expansion que les groupes privés ont vite détourné pour élargir le cercle... des acheteurs.

*"Au domicile de chacun d'entre nous, il existe à la fois un problème écologique et un potentiel économique. Nous avons dans nos foyers de nombreux biens que nous n'utilisons pas : la perceuse qui dort dans un placard et ne servira en moyenne que treize minutes dans sa vie, les DVD visionnés une ou deux fois qui s'entassent, l'appareil photo qui attrape la poussière plus que la lumière, mais aussi la voiture que nous utilisons en solitaire moins d'une heure par jour ou l'appartement vide tout l'été. La liste est longue. Et elle représente une somme impressionnante d'argent comme de déchets futurs."*

Telle est, en substance, l'accroche des théoriciens de la consommation collaborative. Car, assène avec un grand sourire Rachel Botsman <sup>1</sup>, l'une de leurs chefs de file,

*"vous avez besoin du trou, pas de la perceuse ; d'une projection, pas d'un DVD ; de déplacements, pas d'une voiture !"...*

Jeremy Rifkin est celui qui a diagnostiqué cette transition d'un âge de la propriété vers un "âge de l'accès"<sup>2</sup> où la dimension symbolique des objets décroît au profit de leur dimension fonctionnelle : alors qu'une voiture était autrefois un élément de statut social qui en justifiait l'achat au-delà de son usage, les consommateurs se sont mis à louer leur véhicule.

Aujourd'hui, c'est même leur propre automobile ou leur propre domicile que les jeunes proposent à la location. S'ils font ainsi le désespoir de nombreux industriels du transport ou de l'hôtellerie, d'autres y voient un détachement vis-à-vis des objets de consommation porteur d'espoir. Les plates-formes d'échange permettent une meilleure allocation des ressources ; elles atomisent l'offre, éliminent les intermédiaires et facilitent le recyclage. Ce faisant, elles érodent les monopoles, font baisser les prix

<sup>1</sup> Cf. Rachel Botsman et Roo Rogers, *What's Mine Is Yours : How Collaborative Consumption Is Changing the Way We Live*, HarperCollins, Londres, 2011 ; Lisa Gansky, *The Mesh : Why the Future of Business Is Sharing*, Portfolio Penguin, New York, 2010. En France, par exemple : [www.ouishare.net/fr](http://www.ouishare.net/fr) ; [www.consocollaborative.com](http://www.consocollaborative.com)

<sup>2</sup> Jeremy Rifkin, *L'Age de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, La Découverte, coll. "Poche-Essais", Paris, 2005 (1re éd. : 2000).

et apportent de nouvelles ressources aux consommateurs. Ceux-ci seraient ainsi amenés à acheter des biens de qualité, plus durables, incitant les industriels à renoncer à l'obsolescence programmée.

Séduits par les prix réduits et par la commodité de ces relations "pair à pair" (P2P), ils contribueraient à la réduction des déchets. La presse internationale, du *New York Times* au *Monde* en passant par *The Economist*, titre sur cette "révolution dans la consommation".

## Un tour de passe-passe

Les partisans de la consommation collaborative sont souvent des déçus du "développement durable". Mais, s'ils lui reprochent sa superficialité, ils n'en font généralement pas une critique approfondie. Se réclamant surtout de Rifkin, ils n'évoquent jamais l'écologie politique. Ils citent volontiers Mohandas Gandhi :

*"There is a sufficiency in the world for man's need, but not for man's greed" (# "Il y a suffisamment de ressources sur cette terre pour répondre aux besoins de tous, mais il n'y en aura jamais assez pour satisfaire les désirs de tous."*<sup>3</sup>

Cela ne les empêche pas de manifester une forme de dédain à l'égard des décroissants et des militants écologistes en général, vus comme des utopistes marginaux et "politisés".

*"C'est en 2008 que nous avons buté contre le mur. Ensemble, mère nature et le marché ont dit "stop !". Nous savons bien qu'une économie basée sur l'hyperconsommation est une pyramide de Ponzi<sup>4</sup>, un château de cartes", argumentait Botsman lors d'une conférence Technology, Entertainment and Design (TED)<sup>5</sup>.*

Selon elle, la crise, en contraignant les gens à la débrouille, aurait provoqué un sursaut de créativité et de confiance mutuelle qui aurait fait exploser ce phénomène de la consommation collaborative<sup>6</sup>.

De plus en plus de sites Internet proposent de troquer ou de louer des biens "dormants" et coûteux : lave-linge, vêtements de marque, objets high-tech, matériel de camping, mais aussi moyens de transport (voiture, vélo, bateau) ou espaces physiques (cave, place de parking, chambre, etc.). Le mouvement touche jusqu'à l'épargne : plutôt que de la laisser dormir sur un compte, des particuliers se la prêtent en contournant les banques<sup>7</sup>.

Dans le domaine des transports, le co-voiturage consiste à partager le coût d'un trajet ; une sorte d'auto-stop organisé et contributif, qui permet de voyager par exemple de Lyon à Paris pour 30 euros, contre 60 euros en train, et de faire connaissance avec de nouvelles personnes le temps du trajet. Plusieurs sites sont apparus en France dans les années 2000 pour proposer ce service.

<sup>3</sup> Cité dans Anne-Sophie Novel et Stéphane Riot, *Vive la corévolution ! Pour une société collaborative*, Alternatives, coll. "Manifestô", Paris, 2012.

<sup>4</sup> Montage frauduleux, inauguré en 1920 par Charles Ponzi, consistant à rémunérer des investisseurs grâce au démarchage constant de nouveaux contributeurs. Lire Ibrahim Warde, "Ponzi, ou le secret des pyramides", *Le Monde diplomatique*, août 2009.

<sup>5</sup> "Rachel Botsman : à propos de la consommation collaborative", mai 2010, [www.ted.com](http://www.ted.com)

<sup>6</sup> Lire Mona Chollet, "Yoga du rire et colliers de nouilles", *Le Monde diplomatique*, août 2009.

<sup>7</sup> Zopa, Prosper ou Lending Club sont les plates-formes majeures aux Etats-Unis. En France, outre Prêt d'union, FriendsClear a noué un partenariat avec le Crédit agricole.

Puis s'est produite l'évolution typique des *start-up* du Web : on se bat pour s'imposer comme la référence incontournable de la gratuité, et, une fois cette position obtenue, on impose aux utilisateurs une facturation à travers le site, "pour plus de sécurité", en prélevant une commission de 12 %. Alors que le numéro un français, *Covoiturage.fr*, est devenu *BlaBlaCar* afin de se lancer à la conquête du marché européen, et que son équivalent allemand, *Carpooling*, arrive en France, des co-voitureurs excédés par le virage mercantile du site français ont lancé la plate-forme associative et gratuite *Covoiturage-libre.fr*.

L'auto-partage traduit lui aussi une avancée culturelle et écologique. Des plates-formes comme *Drivy* permettent la location de véhicules entre particuliers. Pourtant, les acteurs dominants du marché sont en fait des loueurs *flexibilisés* (location à la minute et en self-service) qui ont leur propre flotte. La réduction annoncée du nombre de véhicules est donc toute relative. Même la flotte *Autolib'*, mise en place par la mairie de Paris avec le groupe *Bolloré* sur le modèle des *Vélib'*, se substitue aux transports en commun davantage qu'elle ne permet de supprimer des voitures <sup>8</sup>.

S'agissant de l'hébergement, Internet a également favorisé l'envol des échanges entre particuliers. Plusieurs sites <sup>9</sup> permettent de contacter une foule d'hôtes disposés à vous recevoir gratuitement chez eux pour quelques nuits, et cela dans presque tous les pays. Mais le phénomène du moment, c'est le "bed and breakfast" informel et citadin et son leader incontesté, *Airbnb*. Cette *start-up* vous propose de passer la nuit chez des Athéniens ou des Marseillais qui vous concocteront un généreux petit déjeuner "en option" pour un prix inférieur à celui d'un hôtel. Une pièce vide chez vous ou votre appartement lorsque vous partez en vacances peuvent ainsi devenir une source de revenus. En un mot : "Airbnb : travel like human" ("Avec Airbnb, voyagez comme des êtres humains"). Dans la presse économique, cependant, la *start-up* montre un autre visage. Elle s'enorgueillit de prélever plus de 10 % de la somme payée par les hôtes, et de voir son chiffre d'affaires de 180 millions de dollars en 2012 croître aussi rapidement que sa capitalisation boursière, de près de 2 milliards de dollars.

*"La richesse réside bien plus dans l'usage que dans la possession — Aristote", clamait l'entreprise d'auto-partage City Car Club.*

Mais, à y regarder de plus près, le détachement vis-à-vis de la possession diagnostiqué par Rifkin ne semble pas en impliquer un vis-à-vis de la consommation : le rêve d'antan était de posséder une Ferrari ; aujourd'hui, c'est simplement d'en conduire une. Et si les ventes diminuent, les locations augmentent. Cet "âge de l'accès" révèle une mutation des formes de la consommation lié à un changement logistique : la mise en circulation des biens et des compétences de chacun à travers des interfaces Web performantes. Loin de s'en effrayer, les entreprises voient dans cette fluidification tout un potentiel de transactions nouvelles dont elles seront les intermédiaires rémunérés.

D'une part, cela permet d'élargir la base des consommateurs : ceux qui n'avaient pas les moyens d'acheter un objet coûteux peuvent le louer à leurs pairs.

D'autre part, la marchandisation s'étend à la sphère domestique et aux services entre particuliers : une chambre d'amis ou le siège passager d'une voiture peuvent être proposés à la location, de même qu'un coup de main en plomberie ou en anglais. On peut d'ailleurs anticiper le même effet rebond que dans le domaine énergétique, où les réductions de dépenses issues de progrès

---

<sup>8</sup> "On a raté l'objectif. Autolib' ne supprime pas de voitures", L'interconnexion n'est plus assurée, 26 mars 2013, <http://transports.blog.lemonde.fr>

<sup>9</sup> Couchsurfing.org, Hospitalityclub.org et Bewelcome.org, notamment. Ce dernier réunissant les déçus des deux premiers.

techniques conduisent à des augmentations de consommation <sup>10</sup> : les revenus qu'une personne tire de la mise en location de son vidéo-projecteur l'inciteront à dépenser davantage.

Pourtant, il existe bien de nouvelles pratiques qui vont à rebours du consumérisme. Elles sont très diverses :

❑ les *couchsurfers* (littéralement, "surfeurs de canapé") permettent gracieusement à des inconnus de dormir chez eux ou bénéficient de cette hospitalité.

❑ Les utilisateurs de *Recupe.net* ou de *Freecycle.org* préfèrent offrir des objets dont ils n'ont plus l'utilité plutôt que les jeter.

❑ Dans les *systèmes d'échange locaux (SEL)*, les membres offrent leurs compétences sur une base égalitaire : une heure de jardinage vaut une heure de plomberie ou de design Web.

❑ Dans les *Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP)*, chacun s'engage à s'approvisionner pendant un an auprès d'un même agriculteur local avec lequel il peut développer des liens, et participe bénévolement aux distributions hebdomadaires de légumes. Cet engagement relativement contraignant traduit une démarche qui dépasse la simple "consommation" consistant à "voter avec son portefeuille".

Quel est le point commun entre ces projets associatifs et les *start-up* de la distribution C2C — pour *consumer to consumer*, "de consommateur à consommateur" ?

Comparons les *couch-surfers* et les clients d'*Airbnb* : pour les premiers, l'essentiel réside dans la relation avec la personne rencontrée, et le confort est secondaire, tandis que pour les seconds, c'est l'inverse. Les critères de leurs évaluations respectives sont donc sensiblement différents : ce qui prime sur *Airbnb*, au-delà du prix, c'est la propreté du lieu et la proximité avec le centre touristique, alors que sur *Couchsurfing.org*, au-delà de la gratuité, ce sont les moments avec l'hôte. De même, les plates-formes telles que *Taskrabbit.com* proposent des échanges de services entre particuliers payants, alors que les *SEL* reposent sur le don.

Si, dans leurs articles destinés au grand public, les promoteurs de la consommation collaborative citent souvent les initiatives associatives pour vanter l'aspect "social" et "écologique" de cette "révolution", celles-ci disparaissent au profit des *start-up* lorsqu'ils s'expriment dans la presse économique. Non seulement parce que les échanges à but non lucratif sont plus difficilement monétisables, mais aussi parce qu'ils ne sont pas "massifiables".

En fait, on ne peut réunir les deux démarches sous l'étiquette d'"économie du partage" qu'en se focalisant sur la forme de ces relations, et en minorant les logiques très différentes qui les nourrissent.

Cet amalgame, qui culmine dans le tour de passe-passe consistant à traduire *to share* ("partager") par "louer", est largement encouragé par ceux qui cherchent à profiter du phénomène.

Par un subterfuge qui s'apparente au *greenwashing* ("habillage vert"), des projets tels que les *AMAP* en viennent à servir de caution. Ceux qui s'en font l'écho en minorant les valeurs sociales sous-jacentes

---

<sup>10</sup> Lire Cédric Gossart, "Quand les technologies vertes poussent à la consommation", *Le Monde diplomatique*, juillet 2010.

à ces projets participent ainsi à une sorte de *collaborative washing*. Les personnes qui offrent leur toit, leur table ou leur temps à des inconnus se caractérisent en effet généralement par des valeurs liées à la recherche de pratiques égalitaires et écologiques ; ce qui les rapproche davantage des coopératives de consommation et de production que des plates-formes d'échange C2C.

Cette dualité en recoupe bien d'autres : celle qui sépare le "développement durable" de l'écologie politique, ou encore le mouvement du logiciel *open source* — qui promeut la collaboration de tous pour améliorer les logiciels — de celui du logiciel libre — qui promeut les libertés des utilisateurs dans une perspective politique.

A chacun de ces domaines, on pourrait étendre la fameuse distinction opérée par Richard Stallman, l'un des pères du logiciel libre :

*"Le premier est une méthodologie de développement ; le second est un mouvement social."*<sup>11</sup>

Martin Denoun & Geoffroy Valadon

---

<sup>11</sup> Richard Stallman, "Pourquoi l'« open source » passe à côté du problème que soulève le logiciel libre", [www.gnu.org](http://www.gnu.org)