

La consommation collaborative : une révolution citoyenne ?

Manon Désert

Juin 2014

Avec le soutien de _____



L'Europe pour
les citoyens



Wallonie



FÉDÉRATION
WALLONIE-BRUXELLES



RÉGION DE
BRUXELLES-
CAPITALE

Pour la Solidarité – PLS

Fondé à Bruxelles en 2002, ***Pour La Solidarité – PLS*** est un laboratoire d'idées indépendant qui œuvre en faveur de l'Europe solidaire et durable. Engagé à penser et à construire l'amélioration sociétale, ***Pour la Solidarité – PLS*** met au service des décideurs ses réflexions et actions centrées sur la valeur de solidarité.

MISSIONS

En tant que think & do tank spécialisé en matières européennes, ***Pour la Solidarité*** se consacre à la formulation de propositions et recommandations de politiques publiques, à l'accompagnement personnalisé d'acteurs publics et privés sous forme de conseil et de formation et à la gestion d'espaces pluriels d'information et de dialogue.

FAIRE RÉSEAU

Animé par la volonté de créer des liens de coopération, ***PLS*** conseille les acteurs clés (pouvoirs publics, entreprises et organisations de la société civile) et les fédère en un vaste réseau ouvert de partenaires européens. Grâce à cette communauté d'alliances, ***Pour la Solidarité – PLS*** développe de nombreux projets transnationaux.

COLLECTION ÉDITORIALE

Pour la Solidarité – PLS édite une série de publications périodiques, disponibles en version papier et digitale sur son portail web. Les Cahiers Pour la Solidarité présentent les résultats de recherches comparatives européennes, les Working Papers donnent un éclairage sur des enjeux d'actualité, les Études & Dossiers apportent analyse et réflexion sur des sujets innovants. Le Télex Pour la Solidarité, lettre électronique mensuelle, permet de suivre l'actualité européenne.

VEILLE EUROPÉENNE

Quatre Observatoires européens et leurs newsletters consultables en ligne, recensent de façon thématique les bonnes pratiques et l'actualité en matière d'Économie sociale, de Diversité, de Participation citoyenne et de Logement durable.

FAVORISER LE DIALOGUE

PLS organise et participe à de nombreuses rencontres et conférences au niveau européen. Sa présence à Bruxelles et son réseau de partenaires dans les États membres lui permettent d'être présent dans des lieux de discussion pour échanger et débattre de l'avenir de l'Europe solidaire et durable.

DE L'IDÉE AU PROJET

Fort de son expérience décennale en matière d'accès aux financements européens, ***Pour la Solidarité*** multiplie les initiatives sur le terrain et accompagne les acteurs politiques, économiques et sociaux en délivrant de façon dédiée des services de conseil, de formation et de veille spécialisée.

Pour la Solidarité – PLS concentre ses activités sur cinq axes directeurs :

- Affaires sociales
- Économie sociale
- Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) et Diversité
- Développement durable
- Participation citoyenne

Sommaire

Sommaire	3
Avant-propos	4
Introduction.....	5
I. Comprendre la consommation collaborative, ce phénomène en pleine expansion	6
1. D'un âge de la propriété à l'avènement du partage.....	6
2. La diversité des systèmes collaboratifs	7
II. Le partage : un consumérisme 3.0 ?.....	10
1. Consommer collaboratif pour consommer plus ?.....	10
2. Le partage, un nouvel eldorado pour les entreprises.....	11
III. L'humain au cœur de cette économie citoyenne.....	12
1. Quand les consommateurs font de la résistance	13
2. Du bien... au lien : un mode de consommation vecteur de lien social	15
Conclusion.....	17
Bibliographie	18

Avant-propos

Notre quotidien est chaque jour davantage organisé sur le **mode du partage** : du covoiturage aux logiciels libres, du *coworking* aux jardins partagés. Alors que la crise dévastatrice qui frappe nos sociétés européennes depuis plus de cinq ans aujourd'hui a mis en exergue les limites d'un modèle économique libéral centré sur le profit, au détriment de l'humain, l'émergente économie du partage est porteuse d'espoir.

Cette économie n'en est encore qu'à ses prémisses, mais constitue déjà un réel **enjeu de solidarité européenne**.

Un enjeu **démocratique** d'abord, pour ses promesses en matière de participation citoyenne, en ce qu'elle replace les consommateurs citoyens en potentiels acteurs du changement.

Un enjeu **social**, ensuite. Cette économie a non seulement la capacité de recréer du lien social dans les territoires, elle présente aussi un modèle de développement alternatif, complémentaire à l'économie sociale.

Un enjeu **environnemental**, enfin. En invitant les consommateurs à se détacher progressivement de la propriété, ce nouveau mode de consommation apporte des réponses pertinentes à la crise écologique.

Pour ces trois raisons, l'économie du partage a bien les capacités de participer à la transition durable que *Pour la Solidarité - PLS* appelle de ses vœux. Pourtant, rien n'est gagné d'avance ; c'est le message de ce Working Paper. Les acteurs de l'économie collaborative doivent, jour après jour, s'assurer qu'ils travaillent bien en faveur d'une Europe ... plus solidaire.

Denis Stokkink, Président de *Pour la Solidarité - PLS*

Introduction

I share. You share. We share. Ou plutôt *Ouishare* : tel est le nom d'un festival organisé du 5 au 7 mai dernier à Paris, rassemblant pour la seconde fois citoyens, starts-up, multinationales, universitaires, politiques et médias autour du thème de « l'économie collaborative »¹. Si le terme ne s'impose que lentement dans l'espace public, nous savons (presque) tous qu'il est désormais possible de partager sa maison, son canapé, son jardin, sa voiture, son bureau, un repas, des financements... et ce, en quelques clics seulement ! Le partage est à la mode ; difficile aujourd'hui de passer à côté de ce phénomène en plein essor qui vient bouleverser les fondements de notre système économique. Mais à quoi correspond exactement l'*économie collaborative* ? Les parties prenantes partagent volontiers leur voiture, mais partager une définition de cette expression semble plus compliqué². Les termes *économie collaborative*, *économie du partage* (traduit de l'anglais *sharing economy*) ou *économie peer-to-peer* (de pair à pair) sont d'ailleurs souvent employés indistinctement. Que recouvre quant à elle la *consommation collaborative* ? Rachel Botsman, co-auteure du livre *What's mine is yours, The rise of collaborative consumption* et reconnue comme une quasi prophétesse du mouvement, la définit comme le fait de prêter, louer, donner, échanger des objets ou services via les technologies et des communautés de pairs³.

« Un jour, nous regarderons le 20ème siècle et nous nous demanderons pourquoi nous possédions autant de choses » écrivait un journaliste du *Time* en 2011, classant la consommation collaborative au rang des dix idées qui changent le monde⁴. L'année suivante, Anne-Sophie Novel et Stéphane Riot déclaraient « *Vive la Co-révolution !* »⁵, appelant à la mise en œuvre d'une société collaborative. Le consensus apparent autour des bienfaits de ces pratiques émergentes soulève pourtant des questions quant à la nature et à l'ambition de la consommation collaborative. « *Nous sommes entrés dans l'adolescence de l'économie de la contribution* » affirmait Bernard Stigler en mai 2013. Or, l'adolescence est souvent synonyme de remise en cause identitaire... Il est probablement temps aujourd'hui de se demander : cette co-révolution est-elle un mouvement organisé par les citoyens, pour les citoyens ? La consommation collaborative doit-elle être perçue comme une forme d'engagement citoyen ou comme une nouvelle opportunité d'étendre les sphères du marché ? En quoi permet-elle de recréer des logiques de solidarité - locales et globales - au cœur du système économique ?

Cette note synthétique s'attachera à définir les contours de la consommation collaborative et les facteurs explicatifs de son émergence, avant de mettre en lumière la tension existante entre enjeux économiques, sociaux et démocratiques derrière cette consommation 3.0.

¹ Ce festival est organisé par le Think Tank éponyme *Ouishare* : + d'infos sur www.ouisharefest.com

² Botsman R., « The sharing economy lacks a shared definition », *Le blog de la consommation collaborative*, 22/11/2013 : www.collaborativeconsumption.com : bit.ly/1blyMWE

³ Guillaud H., « La montée de la consommation collaborative », *Le Monde*, 24/09/2010: www.lemonde.fr : bit.ly/RLcY4U

⁴ Walsh B., « Today's Smart Choice: Don't Own. Share », *Time*, 17/03/11: content.time.com : ti.me/19YTeQY

⁵ Novel A., Riot S., *Vive la co-révolution ! Pour une société collaborative*, Manifesto, Alternatives Éditions, 2012.

I. Comprendre la consommation collaborative, ce phénomène en pleine expansion

1. D'un âge de la propriété à l'avènement du partage

Aux dires de ses promoteurs, l'économie collaborative nous éloignerait chaque jour davantage du 20^{ème} siècle (et de son hyperconsumérisme) et constituerait le modèle économique de demain. « *Nous voulons faire du partage l'histoire déterminante de l'économie du 21ème siècle* »⁶ affirmait Natalie Foster, co-fondatrice de *Peers.org*.

La **critique de la société de consommation** est au cœur du raisonnement des théoriciens de l'économie du partage. Dans *What's mine is yours*, Rachel Bostman et Roger Roo regrettent la production de déchets induite par une vision positive du jetable et l'encombrement de nombreux objets inutiles. Ils soulignent, surtout, l'insatisfaction consubstantielle à la société d'abondance. Les consommateurs sont, à l'image d'un coureur sur un tapis de course, à la poursuite d'une satisfaction qui leur échappe toujours.

« *Au domicile de chacun d'entre nous, il existe à la fois un problème écologique et un potentiel économique* »⁷ argumentent les chefs de file de la consommation collaborative pour faire **l'apologie de l'usage sur la propriété**. La perceuse, utilisée en moyenne treize minutes au cours de sa vie, est d'ailleurs devenue le symbole du non-sens de la propriété : « *Vous avez besoin du trou, pas de la perceuse ; d'une projection, pas d'un DVD ; de déplacements, pas d'une voiture !* »⁸ La dimension symbolique des biens est progressivement délaissée au profit de leur dimension fonctionnelle, même pour des objets encore largement associés à la réussite sociale, comme les voitures. Ce passage d'un « âge de la propriété » vers un « âge de l'accès »⁹ avait été diagnostiqué par Jérémy Rifkin dès 2000. Dans son dernier ouvrage *The Zero Marginal Cost Society* (avril 2014), il ose d'ailleurs annoncer le déclin du capitalisme au profit de mouvements collaboratifs et de production à petite échelle grâce à Internet et aux réseaux¹⁰.

Comment expliquer, plus concrètement, l'émergence du partage au détriment de la propriété individuelle ? Par la **combinaison d'une crise sociale, écologique et économique, et d'une révolution technologique**.

⁶ Voir *Supporting the Sharing Economy: A Q&A with Peers Co-Founder Natalie Foster*, publié le 31/07/2013 sur <http://www.shareable.net> : bit.ly/1irNbsu

⁷ Bostman R., Roo R., *What's mine is yours : How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live*, HarperCollins, Londres, 2011.

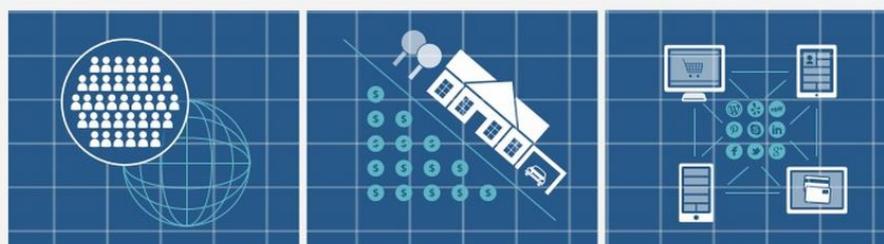
⁸ Idem.

⁹ Rifkin J., *L'Âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, La Découverte, coll. Poche-Essais, Paris, 2005 (1re éd. : 2000).

¹⁰ Georges B., « La révolution collaborative », *Les Échos*, 11/04/2014 : www.lesechos.fr : bit.ly/1geV9R7

Figure 02

THREE MARKET FORCES DRIVE THE COLLABORATIVE ECONOMY



1 SOCIETAL DRIVERS

- Increasing Population Density
- Drive for Sustainability
- Desire for Community
- Generational Altruism

2 ECONOMIC DRIVERS

- Monetize Excess or Idle Inventory
- Increase Financial Flexibility
- Access Over Ownership
- Influx of VC Funding

3 TECHNOLOGY DRIVERS

- Social Networking
- Mobile Devices and Platforms
- Payment System

Source: "The Collaborative Economy," Altimeter Group (June 4, 2013)



Les facteurs d'explication sociétaux sont souvent mis au premier plan : les individus seraient à nouveau, selon R. Botsman, convaincus de l'importance du collectif, ou plutôt de la nécessité de recréer du lien dans une société de plus en plus atomisée. La consommation collaborative apporte par ailleurs des réponses à la forte pression environnementale : le partage n'est pas qu'un choix, il est aussi perçu comme une nécessité. La crise économique, enfin, a joué un rôle majeur : quelques-uns ont été contraints de « consommer collaboratif » compte-tenu de leur budget limité, d'autres ont pu arrondir leur fin de mois en mettant à disposition certains de leurs biens.

Ce phénomène n'aurait pourtant pu voir le jour sans les réseaux sociaux et technologies en temps réel, pierre angulaire du modèle économique collaboratif. Pour Blandine Alglave, la culture du don numérique (qui ne coûte rien, les biens immatériels étant reproductibles sans frais) aurait d'ailleurs été à l'origine d'un retour en grâce inattendu de formes d'altruisme dans notre rapport aux biens matériels. « *On a compris dans le numérique que la valeur n'était pas dans la possession mais dans la mise en commun et dans les liens créés par ce partage.* »¹¹ Précisons à cet égard que le web a fourni des outils de collaboration massive, mais l'ambition est bien de concrétiser les logiques collaboratives dans le réel, ce que l'on peut résumer par l'expression : « *Using the Internet to get off the internet* »¹².

2. La diversité des systèmes collaboratifs

Les pratiques de consommation collaborative sont pourtant multiples, de par la nature des relations entre acteurs (partage, location, don, troc), le type de biens partagés et le type de

¹¹ Truffy V., « Partageux mais bien marketés », *Mediapart*, 17/09/2011 : blogs.mediapart.fr : bit.ly/1g4F1Sv

¹² Botsman R., Roo R., *What's mine is yours : How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live*, HarperCollins, Londres, 2011.

business model adopté. Pour donner plus de sens à cet ensemble, certains auteurs ont établi une typologie des formes de consommation collaborative.

Selon R. Botsman, **trois catégories** peuvent être distinguées :



Product service systems Systèmes de redistribution Styles de vie collaboratifs

Source : www.collaborativeconsumption.com

- « ***Product services systems*** »: dépassant la vision classique de la propriété, ces initiatives permettent de répondre à un besoin par la fourniture d'un service. Dans le domaine des transports, citons l'autopartage¹³ dont *Zipcar* est le leader mondial, l'autopartage entre particuliers (comme *Buzzcar* ou *Drivy*), le vélo-partage ou encore le tout récent jelouemoncampingcar.com! Des sites de location de jouets, d'œuvres d'art ou de pièces de mode ont aussi vu le jour, alors que des plateformes comme *Neighborrow*¹⁴ visent à faciliter la location entre voisins.
- Les « ***systèmes de redistribution*** » permettent à un bien d'être transmis sous forme de troc, de don ou de vente entre particuliers. Les plateformes web permettant cette transmission sont souvent marchandes, mais la création d'un compte est la plupart du temps gratuite (*eBay*, *Le Bon coin*, *The Clothing Exchange*, etc.).
- Les « ***styles de vie collaboratifs*** »: ces initiatives s'appuient sur le partage de ressources immatérielles (espace, temps, argent, compétences...) entre particuliers. Le partage d'espace de travail (*coworking*), de places de stationnement, d'hébergement (*couchsurfing*), de transport (covoiturage) relèvent de cette catégorie, tout comme les sites de finance participative (*crowdfunding*), permettant de lever des fonds sur internet auprès d'un groupe d'individus. Parmi les dérivés de cette catégorie, on compte aussi les monnaies alternatives ou les achats groupés directs au producteur comme les AMAP, au sens où ils nécessitent une collaboration entre consommateurs préalable à la conclusion d'un accord avec l'agriculteur.

Ajoutons à ces catégories la diversité introduite par les formes de ***business models*** : si certaines entreprises fournissent directement des services aux particuliers (modèle « business-to-consumer » ou « B2C »), la consommation collaborative repose largement sur des échanges entre pairs, dit « peer-to-peer » ou « consumer-to-consumer » (C2C), organisés par des plateformes marchandes ou non-marchandes.

Et le collaboratif ne se limite pas à la consommation ! Ce mode d'organisation et de gestion, s'appuyant sur les réseaux en ligne et les communautés de pairs, vient aussi chambouler les méthodes de travail et l'ensemble du système productif traditionnel. De plus en plus de

¹³ En anglais « carsharing » : système permettant à des abonnés ou membres d'un réseau d'utiliser ponctuellement des voitures en libre-service

¹⁴ <http://beta.neighborrow.com/>

sites internet ont en effet adopté le *crowdsourcing*¹⁵ (littéralement « approvisionnement par la foule »), consistant à mobiliser l'intelligence, la créativité et le savoir-faire des internautes dans la conception de contenus ou produits. Plus fondamentalement encore, la production par les pairs se multiplie aux quatre coins de la planète¹⁶. En témoigne notamment la prolifération des *fabs labs*, ateliers de production ouverts à tous. Selon Chris Anderson, le mouvement des *makers* constitue rien de moins que la « nouvelle révolution industrielle »¹⁷ !

Quatre grands principes peuvent être dégagés des nombreuses expériences de consommation collaborative¹⁸ :

- La masse critique d'utilisateurs, consommateurs ou membres (*critical mass*): ces initiatives doivent en effet avoir la capacité d'attirer un nombre conséquent de personnes pour bien fonctionner.
- La capacité de non-utilisation (*idling capacity*) : moins un objet est utilisé par ses propriétaires, plus il pourra être partagé, mutualisé avec d'autres.
- La croissance dans la possibilité d'une gestion collective des biens communs (*beliefs in the commons*), théorisée par Elinor Ostrom¹⁹.
- La notion de confiance entre personnes étrangères (*trust between strangers*), enfin, est au cœur du système : elle est le ciment social permettant aux « places de marché » de fonctionner sans friction. L'établissement d'un lien direct de confiance entre consommateurs est rendu possible par les systèmes de réputation, très courants sur les sites de consommation collaborative. R. Botsman va d'ailleurs jusqu'à présenter la réputation comme « la monnaie de la nouvelle économie »²⁰.

L'avènement de l'âge de l'accès, encouragé par une crise sociétale et économique, a donc donné naissance à une multitude d'initiatives qui contribuent à rétablir des formes de solidarité anciennes sous le mode 3.0. Pourtant, quels rapports entretiennent-elles vraiment avec le consumérisme ? Le mode du partage, prôné par la grande majorité des acteurs, ne serait-il pas finalement une opportunité de donner un nouveau souffle au capitalisme et à l'individualisme ?

¹⁵ Néologisme créé en 2006 par Howe et Robinson à partir de l'*outsourcing* : le *crowdsourcing* est en effet une forme d'externalisation au sens où certaines tâches, traditionnellement effectuées au sein de l'entreprise, sont confiées à la « foule », sous-traitant 3.0. L'encyclopédie en ligne Wikipedia fonctionne par exemple sur le modèle du *crowdsourcing* en proposant à des contributeurs volontaires de rédiger des articles.

¹⁶ Pour en savoir plus, consulter les travaux de la [P2P foundation](http://blog.p2pfoundation.net/) de [Michel Bauwens](#) sur <http://blog.p2pfoundation.net/>

¹⁷ Anderson C., *The new industrial revolution*, Crown Business, 2012, 257 pp. Voir www.makers-revolution.com

¹⁸ Botsman R., Roo R., *What's mine is yours : How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live*, HarperCollins, Londres, 2011.

¹⁹ Dans *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action* (1990), Elinor Ostrom affirme qu'il n'y a pas de fatalité à la « tragédie des communs » annoncée par Garret Hardin en 1968, selon laquelle la rationalité économique devrait à priori pousser les individus se partageant un bien commun à le surexploiter.

²⁰ Voir la vidéo « The currency of the new economy is trust », accessible sur <http://www.ted.com/> : bit.ly/1f8E12v

II. Le partage : un consumérisme 3.0 ?

Plus de 110 milliards de dollars. C'est la valeur du marché de l'économie du partage en 2013, estime R. Bostman. À elle seule, la location entre particuliers représenterait un marché d'environ 26 milliards. Selon le magazine *Forbes*, l'économie collaborative aurait permis aux consommateurs d'empocher, en 2013, quelques 3,5 milliards de dollars. De quoi comprendre l'engouement de beaucoup pour la tendance au partage...

1. Consommer collaboratif pour consommer plus ?

« E-loue est une plateforme Internet simple et performante permettant à n'importe quel particulier ou professionnel de mettre en location ses objets [...] Leur premier objectif est : l'augmentation du pouvoir d'achat (autant des propriétaires que des locataires) qui font des économies et gagnent de l'argent »²¹ peut-on lire sur leur site internet.

Selon les auteurs de « La consommation collaborative : le versant encore équivoque de l'économie de la fonctionnalité », qui ont analysé pendant près de 18 mois 25 sites d'économie collaborative, les **motivations économiques** des consommateurs sont prédominantes. Les comportements altruistes ou responsables ne suffisent évidemment pas à expliquer le phénomène ; ces pratiques s'intègrent dans des logiques de consommation durable mais « sont conditionnées par l'opportunité financière qu'elles représentent et par l'immuable quête du pouvoir d'achat »²². A titre d'exemple, la location de voitures via une plateforme communautaire comme Citizencar s'expliquerait à hauteur de 56% par une volonté de réduction du budget automobile²³. Il s'agit bien pour les consommateurs d'un moyen d'optimiser leur pouvoir d'achat en période de crise économique, aux côtés d'autres pratiques émergentes comme le *smart shopping* (achat malin) ou le *wise shopping* (achat réfléchi)²⁴. S'ajoute aux avantages économiques l'argument de « praticité » de la location par rapport à la propriété (souplesse d'utilisation, diminution du risque, alternatives aux contraintes de stockage, etc.).

Si l'économie collaborative nous invite à repenser notre rapport à la possession, le consumérisme a encore, à bien des égards, de beaux jours devant lui. « Le rêve d'autan était de posséder une Ferrari ; aujourd'hui c'est simplement d'en conduire une. Et si les ventes diminuent, les locations augmentent. »²⁵

« La consommation collaborative est aussi une manière d'hyperconsommer »²⁶ affirme d'ailleurs P. Moati, coprésident de l'Observatoire Société et Consommation : l'échange de produits

²¹ Robert I., Binninger A., Ourahmoune N., « La consommation collaborative, le versant encore équivoque de l'économie de la fonctionnalité », *Développement durable et territoires*, vol. 5, n°1, février 2014, p.13-14.

²² Idem, p.14.

²³ IFOP pour le compte de CityzenCar, « Les français prêts à adopter la consommation collaborative ! », novembre 2011.

²⁴ Djelassi S., Collin-Lachaud I. et Odou P., « Crise du pouvoir d'achat. Les distributeurs face au « wise shopping », *Décisions marketing*, 2009, n°56.

²⁵ Denoun M., Valadon G. « Posséder ou partager », *Le Monde Diplomatique*, Octobre 2013, p.3.

²⁶ Moati P., « La consommation collaborative est aussi une manière d'hyperconsommer », *Libération*, 10/12/2012.

d'occasion sur internet accélérerait le désir de consommation, ce cercle vicieux du « désir–acquisition–utilisation–désillusion–désir renouvelé »²⁷. En stimulant le plaisir de la nouveauté, les sites d'échange redonneraient ainsi un nouveau souffle à des produits marqués par l'obsolescence technologique ou psychologique.

2. Le partage, un nouvel eldorado pour les entreprises

De leur côté, les entreprises ont rapidement compris leur intérêt à investir dans ce concept. Si, traditionnellement, elles produisent et vendent massivement des biens, elles sont de plus en plus nombreuses à fournir des services basés sur l'usage ou à se placer en intermédiaire rémunéré des transactions entre consommateurs. La consommation collaborative promettait un effacement des intermédiaires ; on assiste plutôt, de ce point de vue, à leur **reconversion en plateforme technique**²⁸.

L'avantage de ces tendances nouvelles est double pour les entreprises. Elles permettent d'élargir la base des consommateurs mais aussi d'étendre la marchandisation à de nouveaux services, comme le souligne T. Geron du magazine *Forbes* : « *Le concept du partage a créé des nouveaux marchés à partir de choses qui n'étaient auparavant pas considérées comme monétisables.* »²⁹

Et il faut avouer que ça peut rapporter gros. Les trois cofondateurs californiens de Airbnb – plateforme de location d'appartements entre particuliers³⁰ – ont rejoint en mars 2014 le club très fermé des milliardaires de l'économie du partage (aux côtés notamment de Pierre Omidyar, fondateur d'eBay), l'entreprise ayant été évaluée à 10 milliards de dollars³¹. Ces *success stories* de jeunes entrepreneurs attirent d'ailleurs toute l'attention des investisseurs qui n'hésitent pas à acheter des parts du gâteau de l'économie du partage.

Ces plateformes collaboratives ouvrent de nouveaux débouchés, mais viennent aussi grignoter des **parts de marché** des acteurs traditionnels, comme en témoignent l'inquiétude de l'hôtellerie face à l'expansion de Airbnb ou celle des chauffeurs de taxi face à Uber. Les pouvoirs publics sont, ainsi, de plus en plus sollicités pour réguler ces initiatives considérées par certains comme de la concurrence déloyale³².

Plutôt que d'adopter une stratégie défensive, les entreprises « classiques » ont, à bien des égards, intérêt à savoir transformer cette menace en opportunité. La SCNF a tenté de faire face à son principal concurrent *Blablacar* en achetant une autre plateforme de covoiturage

²⁷ Robert I., Binninger A., Ourahmoune N., « La consommation collaborative, le versant encore équivoque de l'économie de la fonctionnalité », *Développement durable et territoires*, vol. 5, n°1, février 2014, p.15.

²⁸ Truffy V., « Partageux mais bien marketés », *Mediapart*, 17/09/2011 : blogs.mediapart.fr : bit.ly/1g4F1Sv

²⁹ Traduction faite par l'auteur : Geron T., « Airbnb and the unstoppable rise of the share economy », *Forbes*, 23/01/2013

³⁰ Le nombre de nuits réservées sur le site Airbnb en 2013 a été estimé entre 12 et 15 millions, dont 141 000 seulement pour la nuit du nouvel an. Voir Geron T., « Airbnb and the unstoppable rise of the share economy », *Forbes*, 23/01/2013

³¹ Geron T., « Airbnb Cofounders To Become First Sharing Economy Billionaires », *Forbes*, 20/03/2014

³² Voir Badger E., « Why we can't figure out how to regulate Airbnb », *The Washington Post*, 23/04/2013 : <http://www.washingtonpost.com> : wapo.st/Qeav1n

(123envoiture.com). Goldman Sachs et Google surfent sur la vague collaborative via leur investissement dans Uber. Ikea propose à ses clients de covoiturer. BMW a lancé le service d'autopartage *Drive Now*³³ et son concurrent Volkswagen s'est empressé de faire de même³⁴. Castorama a créé la plateforme *Troc'heures* dédiée à l'échange de savoir-faire en matière de bricolage. Manifestement, le mode collaboratif et le triomphe de l'usage sur la propriété obligent les industriels à se réinventer. Pour l'économiste J. Blanc, le développement de services collaboratifs par toutes les enseignes risquerait d'ailleurs de former un émiettement à l'origine d'une perte d'avantage concurrentiel : la tendance s'épuiserait progressivement et les entreprises ne pourront plus compter sur le seul mode collaboratif pour *booster* leur image et leur chiffre d'affaires³⁵.

Afin de masquer, ou minorer, l'enjeu commercial derrière ces pratiques, certaines entreprises ont recours à ce que Denoun et Valadon appellent le « **collaborative washing** », qui met en valeur l'aspect humain et *eco-friendly* de l'économie du partage au sens large, alors les systèmes de location B2C ou C2C s'inscrivent rarement dans une vraie logique de solidarité. Selon eux, « *cet amalgame culmine dans le tour de passe-passe consistant à traduire to 'share' (partager) par 'louer'* »³⁶. L'entreprise d'autopartage City Car Club n'hésitait d'ailleurs pas à citer Aristote, selon lequel « *la richesse réside bien plus dans l'usage que dans la possession* »³⁷.

Ainsi, les logiques marchandes à l'œuvre derrière le terme d'*économie du partage* doivent être soulignées. Pourtant, ces flux monétaires ne doivent pas faire oublier la contribution de toute cette économie à l'*empowerment* des citoyens-consommateurs. Surtout, ils ne doivent pas faire oublier l'ensemble des initiatives qui, en invitant à des modes de vie collaboratifs, contribuent à recréer du lien social là où il avait trop souvent disparu.

III. L'humain au cœur de cette économie citoyenne

L'économie collaborative est-elle alors... solidaire ou individualiste ? Alternative ou capitaliste ? Basée sur un partage désintéressé ou rentable ? Les deux, probablement. Le terme globalisant d'économie collaborative rassemble en effet des initiatives portées par des visions et des modèles très différents, qui n'ont ni la même orientation politique, ni la même vision de l'économie et de la société. Et le « collaborative washing » contribue sûrement à semer le trouble dans cet ensemble hétérogène. Ne faudrait-il pas d'ailleurs parler « des économies collaboratives » / « des économies du partage » pour bien distinguer les logiques des initiatives associatives – non lucratives – de celles des start-up ? Et de celles des grandes entreprises ?

³³ *DriveNow: BMW and Sixt Joint Venture for premium car sharing*, publié le 21/03/2011 sur : <http://www.bmwblog.com> : bit.ly/1jAh36b

³⁴ *Volkswagen met en place un programme d'autopartage à Hanovre* publié le 13/05/2011 sur www.decision-achats.fr : bit.ly/1uA9KAg

³⁵ Moutter, Jean-Baptiste, « Consommation collaborative : vers un autre système économique ? », *Youphil*, 25/10/2013 sur www.youphil.com : bit.ly/1gCKctc

³⁶ Denoun, Martin, Valadon, Geoffroy, « Posséder ou partager », *Le Monde Diplomatique*, Octobre 2013, p.3

³⁷ *Ibid.*

Selon le Larousse, le **partage** peut être défini comme l'« *action de diviser une chose en portions, en parties* » ou comme le « *fait de partager quelque chose avec quelqu'un* »³⁸. C'est donc bien cette seconde définition du partage, reposant sur une mise en commun avec autrui, qui permet de replacer l'humain au cœur du système économique. Quand cette mise en commun est non marchande, elle peut même être à l'origine d'une économie alternative... et citoyenne.

1. Quand les consommateurs font de la résistance

Le troc, le partage ou l'échange de biens par internet... : en redonnant une liberté de choix aux consommateurs, ces pratiques s'inscrivent dans une **stratégie** (plus ou moins consciente) **de résistance** des consommateurs et de contournement du marché. La résistance, expliquaient Kates et Belk en 2001, se donne à voir sous deux formes : une résistance « par la consommation » et une résistance « à la consommation »³⁹.

Les pratiques de l'économie collaborative peuvent en effet être analysées comme des outils de résistance « **par la consommation** », au sens où elles privilégient l'échange entre consommateurs au détriment du système marchand traditionnel. Cette nouvelle économie contribue largement à l'*empowerment* des consommateurs : en s'organisant collectivement via des plateformes en ligne, ces derniers trouvent un moyen d'augmenter leur pouvoir d'achat. En ce sens, cette économie contribuerait aussi à une relative égalisation de la société, en élargissant l'accès à des biens ou services jusqu'alors réservés à certaines populations.

De nombreuses initiatives vont par ailleurs résolument à rebours du consumérisme et lancent, par l'action, un vrai message politique.

« Internet et les logiques collaboratives [...] peuvent permettre au consommateur, au citoyen, de devenir plus acteur de sa consommation et de l'économie. »

Edwin, sur le blog *consocollaborative.com*

Citons à ce titre le désormais célèbre *couchsurfing*, qui offre aux voyageurs la possibilité d'être hébergé gratuitement par des locaux, actuellement porté par le slogan « *share your life* ». L'alimentation a aussi donné naissance à des nombreuses pratiques : les achats groupés auprès de producteurs (*La Ruche qui dit Oui*, AMAP), les dons ou trocs de fruits et légumes du jardin⁴⁰, les cours de cuisine collaboratifs ou encore le *colunching*⁴¹ encourageant les déjeuners entre inconnus ! Des sites de troc⁴² organisent des échanges de vêtements, de livres⁴³, de journaux⁴⁴, de graines⁴⁵ et même des échanges temporaires⁴⁶ ou

³⁸ www.larousse.fr

³⁹ Robert I., Binninger A., Ourahmoune N., « La consommation collaborative, le versant encore équivoque de l'économie de la fonctionnalité », *Développement durable et territoires*, vol. 5, n°1, février 2014.

⁴⁰ <http://www.plantezchezvous.com> ; www.les-ptits-fruits-solidaires.com ; <http://www.troc-legumes.fr>

⁴¹ <http://www.colunching.com>

⁴² Certaines de ces plateformes sont sans but lucratif, d'autres peuvent être marchandes. Toutes, pourtant, font l'objet d'échanges non monétaires entre consommateurs.

⁴³ <http://fr.bookmooch.com/>

⁴⁴ <http://www.trocdepresse.com>

⁴⁵ <http://grainesdetroc.fr/>

⁴⁶ www.trocmaison.com, www.homeexchange.com

définitifs⁴⁷ de maisons ; d'autres sites facilitent le don entre inconnus⁴⁸. Les systèmes d'échanges locaux (ou SEL), généralement associatifs, permettent plus globalement aux membres d'une communauté locale de s'échanger gratuitement des produits, compétences et savoir-faire.

Zoom sur BruSEL

Dans la capitale belge, l'association BruSEL organise un échange de services entre ses membres, comparable au troc mais qui n'impose pas de réciprocité : vous pouvez apprendre l'espagnol à quelqu'un et une autre personne fera du baby-sitting pour vous ! Il existe une unité d'échange – le BLE (Bon local d'échange) – et un principe de base : une heure de travail vaut 100 BLES (qu'il s'agisse de donner un cours ou de balayer une rue).

Source : brusel.be

Toutes ces initiatives, si elles ne relèvent pas nécessairement des théories de la simplicité volontaire et de la décroissance, s'inscrivent bien dans la seconde forme de résistance décrite plus haut, celle d'une résistance « à la consommation ». Souvent motivées par des choix idéologiques, elles se posent en s'opposant à la culture dominante de la consommation, à la survalorisation de *l'avoir* et privilégient plutôt un mode d'existence basé sur *l'être*. Sous bien des aspects d'ailleurs, elles se rapprochent ou s'insèrent dans l'économie sociale et solidaire.

L'économie collaborative est-elle sociale et solidaire ?

Flore Berlingen et Antonin Léonard, co-fondateurs du Think Tank Ouishare, s'expriment sur la question.

« *Souvent, les créateurs de start-up collaboratives se voient comme des entrepreneurs sociaux* » analyse F. Berlingen avant de préciser : « *l'économie collaborative et l'économie sociale et solidaire sont deux modèles différents, deux modes de création de valeur, qui se croisent parfois* ».

« *On peut analyser les liens entre économie collaborative et économie sociale sous deux angles : celui de la gouvernance et celui de l'impact social* », ajoute A.Léonard. [Les organisations de l'économie collaborative n'ont que rarement une gouvernance associative ou coopérative. Souvent, elles se développent sous le statut associatif avant d'évoluer vers un statut plus entrepreneurial]. Pour lui, « *il y a des liens évidents, [...] ce qui est intéressant c'est que les deux puissent apprendre l'un de l'autre :*

- *que l'économie collaborative mette peut-être davantage au centre, dans certains cas, les valeurs qui sont le fondement de l'ESS et aussi une réflexion très profonde sur la gouvernance,*
- *et pour l'ESS, peut-être muter avec ces innovations [...] issues [...] d'Internet et davantage intégrer des logiques ouvertes et collaboratives qui permettent justement de mobiliser des communautés internationales et d'avoir un impact social et environnemental encore plus important. »*

Sources : Pialot D., « L'économie collaborative est-elle solidaire ? », *La Tribune*, 29/11/2013 et LCI Matin week-end, « Tous acteurs du changement », 11 mai 2014.

⁴⁷ <http://echangedefinitif.com/>

⁴⁸ <http://donnons.org/>

La consommation collaborative peut donc offrir de réels **espaces d'expression citoyenne**. Au niveau local, la constitution d'un jardin communautaire par un collectif de citoyens par exemple est perçue par leurs créateurs, selon Visconti, « *comme [une façon] de pratiquer leur citoyenneté en dehors du marché et comme une forme de contestation de la domination du marché sur l'espace public* »⁴⁹. Jean-Paul Flipo, auteur de *La consommation citoyenne : origines, significations, enjeux* (2012), définit quant à lui la consommation collaborative comme une « *forme de comportement citoyen* » : elle fournit une réponse à la « *crise de démocratie* » en permettant de « *voter utile, avec son porte-monnaie et ses initiatives citoyennes* »⁵⁰.

2. Du bien... au lien : un mode de consommation vecteur de lien social

On pourrait tenter de distinguer les initiatives marchandes des initiatives solidaires, les pratiques motivées par des raisons économiques de celles motivées par des convictions plus idéologiques, mais s'enfermer dans cette dichotomie serait difficile...et contre-productif. Bien souvent, nous l'avons vu, ce sont des motivations variées, à la fois idéologiques et économiques, qui se cumulent dans un ordre qui dépend des personnes et de la nature du bien ou service partagé.

De plus, il est intéressant de noter que si l'argument économique est souvent déclencheur pour les utilisateurs, il peut devenir secondaire au fur et à mesure qu'ils découvrent les joies du partage. « *De la crise naît la nécessité de s'assembler, et de cette nécessité naît le plaisir de s'assembler. On y trouve son compte pour ses intérêts individuels et matériels, puis très vite, quelque chose se passe et la communauté d'intérêts devient une communauté de liens* » pouvait-on lire à ce titre sur le blog de *La Ruche qui dit Oui*⁵¹. Le succès de la consommation collaborative s'explique, en ce sens, bien moins par les économies permises que par le renforcement du lien social et du sens de la communauté qu'elle établit. Au-delà des projets visant à organiser une rencontre entre inconnus, comme *Bienvenue à ma table*⁵², les échanges de biens et services sont largement motivés par une recherche de lien social, comme le souligne le sociologue Erwan Lecoeur :

« Derrière les produits et les services concernés, c'est avant tout une nouvelle forme de relation, de partage qu'il s'agit de vivre. Plus qu'une simple proximité géographique, on peut y voir une recherche de relation affinitaire à nouer ; le besoin d'une rencontre réelle, d'un contact avec le producteur, l'inventeur, le fournisseur de biens ou de services. [...] On passe du bien à ce qu'il

⁴⁹ Robert I., Binninger A., Ourahmoune N., « La consommation collaborative, le versant encore équivoque de l'économie de la fonctionnalité », *Développement durable et territoires*, vol. 5, n°1, février 2014

⁵⁰ Mootoosamy E., *La consommation collaborative est une forme de comportement citoyen*, publié le 06/03/2013 sur : magazine.ouishare.net : bit.ly/1uzx3KA

⁵¹ Léonard A., « La nouvelle économie du partage », *Le blog de la consommation collaborative*, 12/05/2011 : consocollaborative.com : bit.ly/1iXoSUF

⁵² <http://www.bienvenueamatable.com>

*permet : un lien. [...] Le bonheur n'est pas contenu dans l'objet échangé, semblent dire des millions de nouveaux consommateurs mais dans l'acte d'échange et la rencontre qu'il permet. »*⁵³

« **L'âge des communautés** » était la thématique choisie cette année par le festival *Ouishare*. C'est bien, en effet, la constitution de « communautés », à la croisée des mondes numérique et physique, qui permet aux services collaboratifs de prendre forme. Selon R. Botsman, le consommateur comme on l'entendait jusqu'à maintenant sera mort d'ici dix ans. « *Le consommateur ne se définira plus comme tel mais comme membre d'une communauté.* »⁵⁴ Faut-il voir dans cette tendance un réencastrement du social dans le système économique ? Manifestement, oui.

Anne de Malleray, auteur de « Les communautés collaboratives, objet sociologique non identifié »⁵⁵, rappelle pourtant que l'emploi du terme générique « communauté » pour définir les destinataires et contributeurs de l'économie collaborative masque une complexité liée à l'absence de consensus autour de la définition de cette nouvelle économie. Jouant une fonction intégratrice ou simplement agrégatrice, les pratiques collaboratives sont à l'origine de liens plus ou moins forts, ou plus ou moins faibles, entre les membres des communautés.

⁵³ Léonard A., « La nouvelle économie du partage », *Le blog de la consommation collaborative*, 12/05/2011 : consocollaborative.com : bit.ly/1iXoSUF

⁵⁴ De Malleray, A., « Les communautés collaboratives, objet sociologique non identifié », *Ouishare*, 11/03/2014 : magazine.ouishare.net : bit.ly/1izhwCO

⁵⁵ *Ibid.*

Conclusion

La diversité de la consommation collaborative invite donc à un discours nuancé. L'âge de l'accès apporte sans aucun doute des réponses à la crise écologique. Il permet une forme d'inclusion sociale en élargissant l'accès à de nombreux produits, même pour les plus précaires. Très souvent, il réintroduit une forme de convivialité, de lien social dans l'échange économique, à la fois localement et globalement. Peut-on pourtant parler d'une transformation systématique des consommateurs en « **consom'acteurs** » responsables et engagés, qui verraient dans les services collaboratifs un moyen de faire vivre leur citoyenneté ? Pas tout à fait. Les sites de consommation collaborative contribuent à des degrés très divers à la participation des citoyens dans la construction d'une société plus durable, juste et solidaire. Les initiatives citoyennes de partage sont malheureusement trop souvent récupérées par le secteur privé, qui voit dans chaque innovation collaborative l'opportunité d'un nouveau marché. « *C'est la tragédie des coopératives du siècle dernier : dès que quelque chose fonctionne, des entreprises qui ont les moyens pour l'acheter vont en profiter* »⁵⁶ affirme Paul Jorion. Nous devons tout faire pour que cette « tragédie » ne s'étende pas à l'ensemble de la consommation collaborative, pour que les citoyens gardent la main sur cette forme de consommation alternative.

C'est pourtant moins par la consommation que **par la production** que le collaboratif est en passe de révolutionner le système économique. Si les consommateurs peuvent contourner le marché en s'échangeant eux-mêmes des produits (précédemment achetés sur le marché), ils le feront encore davantage en créant collectivement l'offre. La production pair-à-pair a d'abord vu le jour dans l'immatériel (*hackerspaces*, logiciels libres...) mais des communautés autonomes productrices de valeur – en ligne ou dans le réel – ont aujourd'hui pour objectif de créer des biens « communs » reproduisibles par tous. Plus que jamais, le mariage de la technologie et de la croyance dans le commun font du collaboratif **un réel enjeu citoyen**.

⁵⁶ Jorion, Paul, « Les grosses firmes récupèrent déjà ces idées », *Le Soir*, 19/04/2014 : www.lesoir.be : bit.ly/1lnCCXB

Bibliographie

Publications

Anderson, Chris, *The new industrial revolution*, Crown Business, 2012, 257 p.

Botsman, Rachel, Roo, Rogers, *What's mine is yours : How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live*, HarperCollins, Londres, 2011, 304p.

Novel A., Riot S., *Vive la co-révolution ! Pour une société collaborative*, Manifesto, Alternatives Éditions, 2012, 208 p.

Rifkin, Jérémy, *L'Âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*, La Découverte, coll. Poche-Essais, Paris, 2005 (1re éd. : 2000)

Rapports

World Economic Forum Young Global Leaders Taskforce (Sharing Economy Working Group), Collaborative Lab, *Sharing Economy Working Group Position Paper*, juin 2013

Altimeter Group, [The Collaborative Economy](#), 4 juin 2013

Articles scientifiques :

Robert, Isabelle, Binninger, Anne-Sophie et Ourahmoune, Nacima, « La consommation collaborative, le versant encore équivoque de l'économie de la fonctionnalité », *Développement durable et territoires*, vol. 5, n°1, février 2014

Articles de presse et blogs :

Badger E., « Why we can't figure out how to regulate Airbnb », *The Washington Post*, 23/04/2013: <http://www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2014/04/23/why-we-cant-figure-out-how-to-regulate-airbnb/http://bit.ly/1jAh36b>

Botsman, Rachel, « The sharing economy lacks a shared definition », 22/11/2013 : <http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/>

Denoun, Martin, Valadon, Geoffroy, « Posséder ou partager », *Le Monde Diplomatique*, Octobre 2013, p.3

De Malleray, Anne, « Les communautés collaboratives, objet sociologique non identifié », *Ouishare*, 11/03/2014 : <http://magazine.ouishare.net/fr/2014/03/les-communautes-collaboratives-objet-sociologique-non-identifie/>

Georges, Benoit, «La révolution collaborative », *Les Échos*, 11/04/2014 : <http://www.lesechos.fr/opinions/livres/0203435017481-la-revolution-collaborative-663926.php#Xtor=AD-6001>

Geron, Tomio, « Airbnb and the unstoppable rise of the share economy », *Forbes*, 23/01/2013 : <http://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/>

Guillaud, Hubert, « La montée de la consommation collaborative », *Le Monde*, 24/09/2010: http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/09/24/la-montee-de-la-consommation-collaborative_1415781_651865.html

Johnson, Cat, « Supporting the Sharing Economy: A Q&A with Peers Co-Founder Natalie Foster », *Shareable*, 31/07/2013 : <http://www.shareable.net/blog/supporting-the-sharing-economy-a-qa-with-peers-co-founder-natalie-foster>

Jorion, Paul, « Les grosses firmes récupèrent déjà ces idées », *Le Soir*, 19/04/2014 : <http://www.lesoir.be/524735/article/economie/2014-04-19/grosses-firmes-recuperent-deja-ces-idees>

Konrad, Alex, « Airbnb Cofounders To Become First Sharing Economy Billionaires As Company Nears \$10 Billion Valuation », *Forbes*, 3/20/2014 : <http://www.forbes.com/sites/alexkonrad/2014/03/20/airbnb-cofounders-are-billionaires/>

Léonard, Antonin, « La nouvelle économie du partage », *Le blog de la consommation collaborative*, 12/05/2011: <http://consocollaborative.com/983-economie-du-partage-consommation-collaborative.html>

Moati, Philippe, « La consommation collaborative est aussi une manière d'hyperconsommer », *Libération*, 10/12/2012

Moutter, Jean-Baptiste, « Consommation collaborative: vers un autre système économique? », *Youphil*, 25/10/2013 : <http://www.youphil.com/fr/article/06946-consommation-collaborative-Rifkin-Botsman?ypcli=ano>

Mootosamy, Edwin, « La consommation collaborative est une forme de comportement citoyen », *Ouishare*, 06/03/2013 : <http://magazine.ouishare.net/fr/2013/03/consommation-collaborative-comportement-citoyen/>

Novel, Anne-Sophie, « Vingt idées pour dynamiser l'économie du partage dans les territoires », *Même pas mal ! Partage d'alternatives pour mode de vie en temps de crise*, 8/07/2013 : <http://alternatives.blog.lemonde.fr/2013/07/08/vingt-idees-pour-dynamiser-leconomie-du-partage-dans-les-territoires/>

Pialot, Dominique, « L'économie collaborative est-elle solidaire ? », *La Tribune*, 29/11/2013.

Truffy, Vincent, « Partageux mais bien marketés », *Mediapart*, 17/09/2011 : <http://blogs.mediapart.fr/blog/vincent-truffy/170911/partageux-mais-bien-marketes>

Walsh, Bryan, « Today's Smart Choice: Don't Own. Share. 10 Ideas That Will Change the World », *TIME*, 17/03/11: http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html

Vidéos

Botsman, Rachel, « The currency of the new economy is trust », juin 2012, accessible sur : http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust

LCI Matin week-end, « Tous acteurs du changement », 11 mai 2014, consulté le 14/05/2014 sur : <https://www.facebook.com/photo.php?v=873589102656169&set=vb.148239178524502&type=2&theater>

Sitographie :

Collaborative Consumption : www.collaborativeconsumption.com

P2P Foundation : blog.p2pfoundation.net

Festival Ouishare : <http://www.ouisharefest.com>



Ce Working Paper est une publication électronique qui peut à tout moment être améliorée par vos remarques et suggestions. N'hésitez pas à nous contacter pour nous en faire part.

Collection des publications Pour la Solidarité

Directeur éditorial : Denis Stokkink

Aperçu de nos récentes publications :

Working Papers Pour la Solidarité

Éclairages sur des enjeux d'actualité

L'inclusion sociale et l'insertion socioprofessionnelle des détenus et ex-détenus : politiques et directives européennes.

Sophie Pinilla, mars 2014

Art & handicap en Belgique francophone.

Sanjin Plakalo, février 2014

Les métiers de la création et de la culture dans la Stratégie Europe 2020.

Élise Dubetz, février 2014

Le système public suédois des retraites au prisme de la méthode ouverte de coordination : identification d'une « bonne pratique ».

Hélène Gire, février 2014

Les discriminations sur les réseaux sociaux.

Céline Brandeleer, décembre 2013

L'Europe sociale face à la crise, quels enjeux en matière d'emploi ?

Margaux Prival, septembre 2013

Pourquoi et comment l'Etat doit-il soutenir la demande de services à la personne ?

Fanny Cools, septembre 2013

L'économie sociale dans le secteur de l'énergie : le cas des coopératives d'énergie renouvelable en Europe.

Pol Cadic et Alexandra Collin, juillet 2013

Cahiers Pour la Solidarité

Résultats de recherches comparatives européennes

La Transition : un enjeu économique et social pour la Wallonie.

Sanjin Plakalo, mars 2013

Les primo-arrivants face à l'emploi en Wallonie et à Bruxelles.

Elise Dubetz, septembre 2012

Les Emplois Verts, une nouvelle opportunité d'inclusion sociale en Europe.

Lise Barutel & autres auteurs, mai 2012

Études & Dossiers Pour la Solidarité

Analyses et réflexions sur des sujets innovants

Les enjeux santé & logement en Région bruxelloise.

Rachida Bensliman, septembre 2013

L'impact de la 6^e réforme de l'État belge sur sa représentation au Conseil de l'UE : le cas de la filière emploi.

François Moureau, mars 2013

Services de proximité & nouvelles technologies : une union prometteuse pour l'économie plurielle.

Fanny Cools, septembre 2012



Rue Coenraets, 66
1060 Bruxelles - Belgique

www.pourlasolidarite.eu
info@pourlasolidarite.eu

Tél. : +32.2.535.06.88
Fax : +32.2.539.13.04

