



ÉTUDES ÉCONOMIQUES

PROSPECTIVE

Enjeux et perspectives de la consommation collaborative

Annexe - Parangonnage international

Date de parution : juin 2015
Couverture : Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin
Édition : Martine Automme, Nicole Merle-Lamoot

ISBN : 978-2-11-139393-6

Enjeux et perspectives de la consommation collaborative



Parangonnage international

Avertissement

La méthodologie utilisée, ainsi que les résultats obtenus, relèvent de la seule responsabilité du prestataire Nomadeis qui a réalisé cette étude. Ils n'engagent ni le Pipame, ni la DGE, ni le Picom. Les parties intéressées sont invitées, le cas échéant, à faire part de leurs commentaires à la direction générale des Entreprises (DGE) qui a coordonné le groupement de commandes de cette étude.



SOMMAIRE

1. PÉRIMÈTRE ET MÉTHODOLOGIE.....	- 9 -
2. TENDANCES GÉNÉRALES.....	- 11 -
3. ANALYSE DES DIFFÉRENTS MARCHÉS.....	- 17 -
3.1. CANADA.....	- 17 -
3.1.1. Marché de la consommation collaborative.....	- 17 -
3.1.2. Quel soutien des pouvoirs publics ?.....	- 28 -
3.2. ESPAGNE.....	- 31 -
3.2.1. Marché de la consommation collaborative.....	- 31 -
3.2.2. Quel soutien des pouvoirs publics ?.....	- 40 -
3.3. BRÉSIL.....	- 43 -
3.3.1. Marché de la consommation collaborative.....	- 43 -
3.3.2. Quel soutien des pouvoirs publics ?.....	- 53 -
4. ANNEXES.....	- 55 -

PÉRIMÈTRE ET MÉTHODOLOGIE

Afin **d'enrichir d'un éclairage international** l'analyse du phénomène de la consommation collaborative en France, l'étude « Consommation collaborative et distribution commerciale : enjeux et perspectives » prévoit la réalisation d'un benchmark portant sur **trois pays** appartenant à des catégories distinctes :

- Pays développés prospères à forte intensité en NTIC (le pays retenu est le **Canada**) ;
- Pays industriels connaissant des difficultés économiques conjoncturelles (le pays retenu est **l'Espagne**) ;
- Pays émergents, pour lesquels la consommation collaborative connaît un essor et peut représenter un moyen d'accéder à la consommation de masse (le pays retenu est le **Brésil**).

En tenant compte des différences culturelles et des contextes socio-économiques propres à chacun des pays étudiés, le benchmark présente un état des lieux synthétique de la **situation locale de la consommation collaborative**, avec un focus particulier sur :

- Les relations existant entre les activités du marché conventionnel et celles développées dans le cadre de la consommation collaborative ;
- Les mesures mises en œuvre par les pouvoirs publics nationaux pour encadrer le développement de la consommation collaborative.

Pour chacun des pays, **neuf secteurs d'activité** recouvrant la majeure partie des champs d'application de la consommation collaborative ont été retenus. Ces secteurs sont classifiés selon le **type de réponse apportée à un besoin des consommateurs** : se déplacer ; transporter et stocker des biens ; se loger ; se divertir ; se nourrir ; s'équiper ; s'habiller ; se financer et enfin se faire aider (services et compétences).

Le benchmark ne saurait prétendre à l'exhaustivité, et trois **facteurs de biais** peuvent notamment être soulignés :

- La consommation collaborative est un **phénomène récent**, en pleine expansion. Les premières initiatives notables ont en effet vu le jour à la fin des années 2000. *Le Bon Coin* par exemple été créé en France en 2006¹, *Airbnb* en 2008, et si *BlaBlaCar* a officiellement été lancé en 2004 (sous le nom *Covoiturage.fr*), son essor et son internationalisation datent de 2011. La nouveauté de ce phénomène implique donc indéniablement un **recul limité pour l'analyse** ;
- Il existe relativement **peu de données disponibles** sur le sujet. Les organisations spécialisées comme *OuiShare*, *Shareable* ou *Collaborative Consumption* ont entamé un travail de structuration et d'analyse des initiatives et startups, mais avouent elles-mêmes être incapables de recenser la totalité des initiatives et de dégager des chiffres globaux sur la totalité des secteurs d'activités. Peu d'études à échelle nationale ont par ailleurs été menées dans les différents pays, et les médias restent les principales sources d'information.

¹ Leboncoin.fr est créé en 2006 d'un partenariat entre Spir Communication (émanation du groupe Ouest-France) et l'éditeur norvégien Schibsted. Il s'agit d'une déclinaison du site suédois Blocket.se, créé par l'informaticien Henrik Nordström en 1996

- Les textes analytiques, produits par exemple par des auteurs académiques, tendent enfin à se concentrer sur certaines initiatives particulières, et n'abordent que rarement le phénomène dans sa globalité et sa complexité.

2. TENDANCES GÉNÉRALES

Le Canada, l'Espagne et le Brésil sont des pays où **la consommation collaborative existe et se développe progressivement** depuis ces dix dernières années.

Dans ces pays, comme en France, la consommation collaborative est une tendance récente, qui a connu un véritable **essor à partir de 2007** et la crise économique. Regroupant de plus en plus de consommateurs et de producteurs, les pratiques de la consommation collaborative apparaissent aujourd'hui comme une **alternative crédible à la société de consommation conventionnelle** et comme un concept capable de changer les paradigmes économiques classiques ainsi que les mentalités.

Des **facteurs structurels apparaissent communs** aux trois pays étudiés.

En premier lieu, la **crise économique** est un déterminant que l'on retrouve de manière systématique dans l'émergence de cette forme alternative de consommation, même si son impact est à nuancer en fonction des pays. La crise et le « soulèvement » citoyen de certaines parties de la population (notamment en Espagne²) ont nourri une prise de conscience sur la non-viabilité des modes de consommation conventionnels et sur la recherche de solutions alternatives. Cette prise de conscience semble être partagée dans tous les pays d'étude, notamment par les jeunes urbains de la classe moyenne³.

Un autre point commun entre les trois pays d'étude est **l'essor et la forte démocratisation des NTIC**, qui se traduit notamment par des taux d'équipement en informatique particulièrement élevés⁴. Cette informatisation de la société a permis l'accès du grand public aux plateformes de consommation collaborative dématérialisées, et a accompagné l'essor des activités associées à ces plateformes.

Les marchés des trois pays analysés semblent par ailleurs être fortement **influencés par les modèles de pays plus avancés en matière de consommation collaborative**, dont les entreprises, puissantes, occupent souvent des positions de *first mover* qui leur confèrent des avantages concurrentiels importants (contrôle des ressources locales, notoriété forte, taille critique, etc.). Ainsi, au regard du nombre d'entreprises étrangères s'implantant sur le marché, le Canada et, dans une moindre mesure, le Brésil, semblent relativement perméables aux initiatives qui se développent aux États-Unis ; tandis que l'Espagne et le Québec représentent des débouchés porteurs pour les acteurs français.

Si les trois pays partagent des caractéristiques communes, **l'ampleur et la vitesse de développement de la consommation collaborative varient cependant fortement en fonction du pays étudié.**

L'Espagne fait ainsi figure de pays avant-gardiste, avec de nombreuses plateformes ayant réussi leur internationalisation et devenues des références, dans le secteur de l'hébergement

² Mouvement 15-M, qui a débuté par l'occupation de la Puerta del Sol le 15 mai 2011, est né en réaction à la crise économique et la gestion de ses effets par le gouvernement espagnol

³ Au Canada par exemple, une étude Nielsen de 2013 montre que les jeunes urbains sont les plus concernés et les plus actifs dans le phénomène de la consommation collaborative.

⁴ Le Canada se caractérise par un taux d'équipement en matériel informatique supérieur à 90%

(MyTwinPlace⁵ ou Nomaders⁶ par exemple) ou du financement (Kantox⁷ ou Comunitae⁸ par exemple).

Des initiatives existent également au Canada mais elles sont moins nombreuses, moins diversifiées et surtout moins innovantes. Il existe par ailleurs une forte **régionalisation des activités** de consommation collaborative canadiennes, en particulier dans les environs de Vancouver et de Toronto ainsi qu'au Québec.

Le Brésil apparaît enfin comme le pays où la consommation collaborative semble la moins développée parmi les 3 pays étudiés. Plusieurs raisons à ce « retard » peuvent être avancées, parmi lesquelles le **moindre impact de la crise économique** dans ce pays, en comparaison des pays occidentaux. Au cours de la dernière décennie, près de 40 millions de personnes sont en effet sorties de la pauvreté au Brésil⁹. Cette nouvelle classe moyenne qui accède au marché développe des habitudes de consommation ambivalentes, où cohabitent des initiatives de consommation collaborative et des actes de consommation plus classiques. Au regard du nombre d'entreprises implantées localement et de la densité d'articles de presse sur le sujet, **la tendance de la consommation collaborative semble relativement récente** par rapport aux autres pays étudiés¹⁰.

Au-delà de ces tendances globales, l'analyse révèle des **distinctions importantes selon les secteurs d'activité** étudiés.

Se déplacer :

La mobilité, secteur historique de la consommation collaborative, présente une **différentiation marquée entre les marchés de l'Espagne, d'une part, et du Canada et du Brésil, d'autre part.**

De nombreux modèles économiques et de nombreuses solutions coexistent (covoiturage, taxi de particuliers (Voitures de Tourisme avec Chauffeur), location de voitures entre particuliers, etc.) en Espagne. Le marché est dense, de nombreuses plateformes proposent leurs services et agissent le plus souvent au niveau national. Le pays héberge par ailleurs les deux plateformes leaders de covoiturage : *Carpooling*¹¹ (Allemagne) et *Blablacar* (France)¹².

Au Canada comme au Brésil, le covoiturage et les formes de mobilité collaborative sont relativement peu développées à l'échelle du pays. Une des raisons qui pourraient être avancées revêt un aspect structurel : l'existence de très longues distances entre les villes et la prédominance de l'avion comme moyen de transport. Au Canada cependant, des plateformes existent au niveau des villes et provinces. Le Brésil, lui, a une spécificité supplémentaire qui rend la mobilité collaborative plus difficile à mettre en œuvre et qui a trait à la violence et à l'insécurité, endémiques dans le pays¹³ avec notamment des enlèvements et des vols avec violence qui rendent les axes routiers relativement peu sûrs.

Il est à noter que les différents pays comportent tous des systèmes d'autopartage et de vélopartage dans les grandes villes, ainsi que des systèmes de location de voitures entre particuliers.

⁵ <https://www.mytwinplace.com/fr/>, plateforme d'hébergement touristique qui propose à des particuliers de s'échanger les résidences

⁶ <https://www.nomaders.com/>, plateforme d'activités touristiques qui propose des activités typiques des pays visités

⁷ <http://kantox.com/fr> (cf page - 32 -)

⁸ <https://www.comunitae.com/>, plateforme leader espagnole du prêt participatif aux entreprises ou aux particuliers

⁹ http://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/40-millions-de-bresiliens-sont-sortis-de-la-pauvrete-sous-lula_1373790.html Sous la présidence de Lula, environ 40 million de personnes ont rejoint la classe moyenne, caractérisée par un revenu familial compris entre 750 et 3200\$

¹⁰ Selon le site de référence Collaborative Consumption, la consommation collaborative n'a émergé au Brésil qu'au début des années 2010.

¹¹ <http://www.carpooling.com/>, plateforme d'origine allemande de covoiturage

¹² Ces plateformes n'agissent pour l'instant qu'en Europe mais planifient leur extension sur de nouveaux marchés, comme le Brésil pour Blablacar <http://www.covoiturage.fr/>

¹³ Selon l'Office des Nations Unies Contre la Drogue et le Crime, le Brésil en 2009 faisait partie des 20 pays les plus dangereux au monde avec un taux d'homicide de 26 pour 100 000

Se loger :

Dans les trois pays d'étude, l'offre est globalement la même pour le secteur de l'hébergement, qu'il soit touristique ou résidentiel.

Airbnb¹⁴ est l'acteur le plus présent sur le secteur d'activité de la location touristique¹⁵, HomeExchange¹⁶ sur celui de l'échange de maison, et le groupe W3¹⁷ dans le secteur de l'hébergement locatif.

L'Espagne semble être un marché relativement mature étant donné que de nombreuses plateformes spécialisées dans l'hébergement touristique temporaire et plus généralement dans les activités sont implantées dans ce pays.

Le segment de l'hébergement touristique est caractérisé par un nombre élevé d'acteurs, souvent présents à l'international.

Se divertir :

Le segment des activités touristiques¹⁸ est également atomisé, avec de nombreuses plateformes qui proposent aux vacanciers de vivre des expériences uniques en compagnie de locaux.

Cependant, les acteurs de l'hébergement et des activités touristiques sont souvent considérés comme une concurrence déloyale de la part de l'industrie hôtelière, notamment en Espagne.

S'alimenter :

S'approvisionner

Dans tous les pays étudiés, **ce secteur d'activité est très atomisé et les initiatives se concentrent à des échelles locales**, du fait de la nécessaire proximité des consommateurs avec les producteurs et de la désintermédiation que ce le concept de consommation collaborative implique.

Les trois pays étudiés sont tous des puissances agricoles. Cependant, le Brésil et le Canada sont caractérisés par la présence d'un complexe industriel agroalimentaire très concentré et développé à grande échelle. Les agriculteurs sont majoritairement de grands propriétaires fonciers ou des groupes industriels¹⁹ qui possèdent l'essentiel de terres. En Espagne, l'industrialisation de l'agriculture n'a pas atteint un tel degré, et le tissu économique comprend aussi bien des grandes exploitations que des petits exploitants. L'existence d'un mode de vie rural et paysan en Espagne permet donc l'organisation d'un nombre supérieur d'initiatives de consommation collaborative, telles que des systèmes d'Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne²⁰ (AMAP), en comparaison du Canada et du Brésil.

Se restaurer :

Dans les trois pays d'étude, **deux pratiques de consommation collaborative émergent et concentrent la majorité des initiatives.**

¹⁴ <https://www.airbnb.fr/> Cette plateforme a déjà permis à plus de 20 millions de personnes de se rendre dans l'un des 800 000 logements disséminés dans plus de 34 000 villes dans le monde. Airbnb est, en 2014, une entreprise valorisée à 10 milliards de dollars

¹⁵ 50 000 particuliers louent chaque jour à d'autres des personnes une chambre/maison via le site Airbnb.

¹⁶ <https://www.trocmaison.com/fr/>, filiale française d'HomeExchange, plateforme d'hébergement touristique permettant aux particuliers de s'échanger des résidences

¹⁷ Ce groupe possède ainsi Vivastreet, Wheretosleep, homes for student et EasyRoomate, qui sont déclinés en Espagne, Canada et France

¹⁸ Les activités sportives ou de découverte culturelle des villes et régions visitées

¹⁹ Comme détaillé dans les parties relatives à ces pays (p.16 pour le Canada ; p.25 pour l'Espagne ; p.33 pour le Brésil)

²⁰ Une AMAP naît de la rencontre entre un groupe de consommateurs et d'un producteur. Ils établissent entre eux un contrat pour une saison et définissent ensemble la diversité et la quantité de denrées à produire pour la saison. Ces denrées peuvent être aussi bien des fruits, des légumes, des œufs, du fromage, de la viande, etc.

La première pratique est la **réalisation de repas participatifs** qui permet de créer du lien social en faisant se rencontrer des habitants d'un même quartier ou d'une même ville pour partager un diner.

La deuxième est l'intérêt croissant et prononcé par les consommateurs pour le « fait maison », via **l'achat de plats préparés par d'autres individus**. La nature même de ce secteur d'activité de la consommation collaborative pousse cependant à une atomisation des acteurs (en fonction des villes, des quartiers, etc.).

S'équiper :

Ce secteur est marqué par **l'hétérogénéité des acteurs et la diversité des sous-secteurs d'activités**, en termes de type de produit et d'acte de consommation (don, location, vente, etc.)

Les principales initiatives recensées dans les différents pays sont des **plateformes dématérialisées et transversales**, permettant de louer ou vendre des objets de toute sorte (équipement informatique, outils de bricolage, objets culturels, etc.) d'une envergure locale, nationale mais aussi internationale.

Des **différences existent entre sur la manière de consommer**. Ainsi, en Espagne, l'utilisation de plateformes collaboratives répond à un souci des consommateurs de rechercher de « bonnes affaires » ainsi que des prix moins élevés. Au Brésil, ces plateformes sont plutôt considérées comme un moyen de consommer davantage sans pour autant consacrer un budget trop élevé.

S'habiller :

L'offre de biens et services est également très hétérogène dans ce secteur, et concerne tout type de vêtements et d'accessoires (vêtements pour enfants, costumes et robes de mariage, mode féminine, etc.).

Le marché collaboratif du textile et de l'habillement canadien comporte plusieurs particularités. Par rapport aux autres pays, il dispose tout d'abord d'un **caractère plus évènementiel** : des évènements sont régulièrement organisés dans les villes canadiennes comme Montréal ou Toronto, pour permettre aux consommateurs de venir échanger et troquer leurs vêtements et accessoires. La consommation de vêtements de seconde main devient par ailleurs une véritable **tendance de mode**.

Enfin, au Canada, **les boutiques conventionnelles cohabitent avec les plateformes dématérialisées**. La relation est parfois même complémentaire : on repère les vêtements que l'on souhaite acquérir en boutique, puis on les achète ultérieurement sur internet.

Se financer :

La finance participative²¹ est un secteur en pleine expansion, qui enregistre dans le monde une croissance de 100% par an²².

²¹ La finance participative se décompose en 3 sous segments : les dons, avec ou sans récompenses (le plus souvent, ces récompenses sont en relation avec le projet que le don a servi à financer) ; les prêts avec ou sans intérêts (en général, ces prêts sont destinés au financement des PME/TPE) ; l'investissement au capital (la participation aux levées de fonds émises par les startups)

²² Le Monde, mars 2014, *l'Economie collaborative s'invente en France : gardons notre avantage*. Certains acteurs commencent par ailleurs à faire concurrence aux banques : *Lending Club* (USA), *Comunitae* (Esp), *Trustbuddy* (Suède).

Concernant les **dons**, dans les 3 pays de référence, **les particuliers sont les principaux contributeurs** et les projets les plus financés sont les **projets culturels pour le Canada et l'Espagne** et les **projets solidaires pour le Brésil**.

Concernant **l'investissement au capital**, ce sont en général des **entreprises conventionnelles, nationales ou étrangères, qui financent d'autres entreprises par le biais de plateformes collaboratives**.

Dans deux études sur l'état des lieux du financement participatif à l'échelle internationale menées en 2012²³, il ressort que :

- On recense mondialement plus de 580 plateformes de financement participatif, majoritairement en Amérique du Nord et en Europe ;
- Plus de 2.5 milliard de dollars ont été levés via des campagnes de financement participatif pour soutenir plus d'un million de projets et d'initiatives à travers le monde.

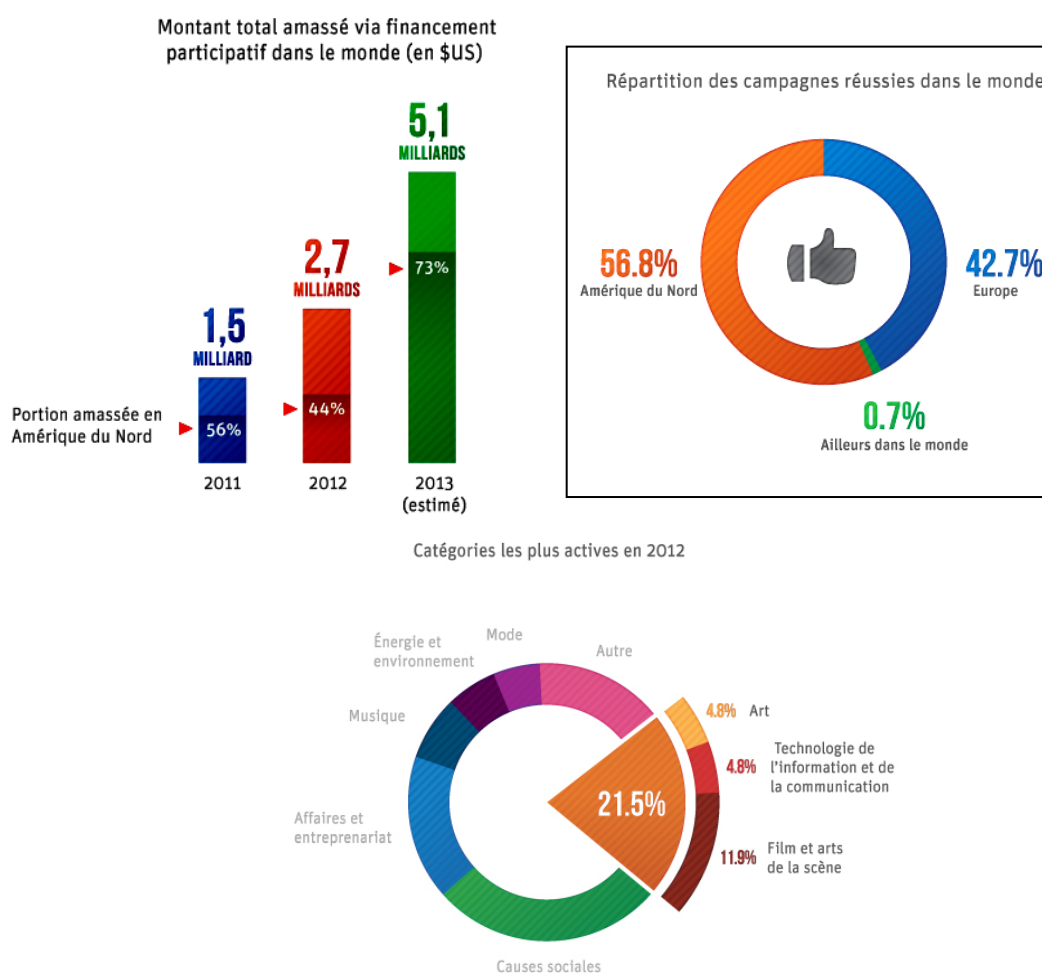


Figure 1-2-3 : Fonds des Médias du Canada, 2012

99% des campagnes réussies dans le monde proviennent d'Amérique du Nord et d'Europe occidentale. Dans ces zones géographiques, **le Canada et l'Espagne semblent être des marchés relativement matures** avec en 2012, plus d'une quarantaine de plateformes dédiées au

²³ Une étude de 2012 commandée par le Fonds des Médias du Canada sur le financement participatif et une autre conduite par Massolution/Crowdsourcing LLC.

financement participatif²⁴ (don, prêts aux entreprises ou investissement au capital), ce qui plaçait ces pays en tête du classement international. Le Brésil, quant à lui, reste encore marginalisé.

Se faire aider et apprendre :

Deux tendances fortes se dégagent sur l'ensemble des pays de référence.

La première est la vague du *Do it yourself*, qui se traduit en consommation collaborative par la mise à disposition des savoir-faire de certains particuliers envers d'autres particuliers. En Espagne, du fait de la crise économique et d'un fort taux de chômage, ces activités peuvent être perçues comme un **moyen de subsistance** par une partie de la population qui souffre de la crise économique.

La deuxième est la **volonté de créer du lien social** et de partager des moments avec des particuliers sans forcément les connaître. Les *Repar'lab*²⁵ sont ainsi des endroits où l'on apprend à bricoler et où l'on tente de redonner une seconde vie aux ustensiles et objets, gratuitement, mais ce sont surtout des moments qui permettent de rencontrer ses voisins et de les aider. Cette deuxième tendance est particulièrement forte en Espagne avec la volonté de « réhumaniser » la société depuis la crise économique, ainsi qu'au Canada où la territorialisation de la consommation collaborative et la limitation de l'activité des plateformes aux villes ou provinces, impliquent le développement de réseaux d'entraide locaux.

Ces plateformes prennent de plus en plus l'aspect de **réseaux sociaux et réseaux d'entraide**, fermés à ceux qui ne font pas partie de la communauté.

²⁴ Selon le Fond des Média du Canada

²⁵ <http://www.youphil.com/fr/article/07595-repar-lab-diy-recyclage-repair-cafes?ypcli=ano>

3. ANALYSE DES DIFFÉRENTS MARCHÉS

3.1. CANADA

3.1.1. Marché de la consommation collaborative

3.1.1.1. Description de la consommation collaborative

Remarque préliminaire : dans la littérature canadienne, l'analyse de la consommation collaborative est souvent intégrée à un domaine et un vocable beaucoup plus large sous l'appellation « consommation responsable ». La consommation responsable prend en compte tous les types de consommation qui ont un impact positif sur l'environnement et la société ; de l'achat de véhicules moins polluants à la location et au partage d'équipements et objets.

La consommation collaborative au Canada s'est développée avec **l'influence des États-Unis et de la France**, ainsi que de la crise économique, à partir du **milieu des années 2000**.

Un rapport publié par l'*Ontario Responsible Consumption Index* affirme que « depuis la crise économique de 2008, les comportements liés à la consommation collaborative (modèle économique où l'usage est plus valorisé que la possession) se sont développés dans la plupart des pays industrialisés, et particulièrement en France²⁶ ».

Le financement participatif, le secteur textile et les plateformes de location ou d'achat d'objets et équipements sont relativement matures au Canada, alors que les secteurs de la mobilité et la restauration-agroalimentaire restent à développer.

Plusieurs études ont été menées ces dernières années au Québec et en Ontario pour déterminer les habitudes de consommation collaborative des habitants de ces provinces.

Au **Québec**, l'Observatoire de la Consommation Responsable²⁷ a en 2013 mis en lumière les préférences des Québécois quant à l'achat, la location ou le don d'objets.

	Acheté d'occasion	Acheté neuf	Loué	échangé	Partagé
Laptops	22.1%	70%	1.5%	3.2%	2.5%
Ordinateurs fixes	26%	65.8%	0.8%	3%	3.5%
Appareils photos	14.3%	75.4%	1.8%	1.8%	3.6%
Caméras	15.6%	72.2%	2.9%	3.4%	4.4%
Objets de collection	47.2%	37.2%	1.4%	4.8%	5.5%
Décoration	36.1%	57%	0.5%	2.4%	3%
Jouets	36%	54.7	0.3%	2.2%	3.5%
Articles pour bébés	31.3%	55.6%	0.8%	4.8%	4.3%
Bijoux montres	17.2%	77.2%	0.5%	1.5%	2.7%
CD/DVD	29.7%	52.7%	3.6%	3.2%	5.1%

²⁶ Dans la version originale: "Since the economic crisis of 2008, so-called collaborative consumption behavior (economic model whereby usage overrides ownership) has developed in the majority of industrialized nations, especially in France. Ontario is no exception and various collaborative behaviours have begun to emerge".

²⁷ L'OCR a sondé 1104 internautes via un panel Web de MBA Recherche (33 00 citoyens représentatifs de la population au Québec), du 21 septembre au 1er octobre 2013.

Musique	37.9%	47.6%	2.2%	3.5%	3.5%
Tablettes	10.4%	81.8%	2.2%	2.5%	2.8%
Jeux / consoles	35.6%	49.1%	4.2%	5.8%	4.2%
Livres	36.7%	38%	1.9%	4.7%	8.7%
Meubles	38.7%	50.4%	1%	2.5%	4.8%
Electroménagers	28.7%	65.7%	1%	1.6%	0.7%
Bricolage	27.4%	56.7%	4.8%	2%	6%
Jardinage	23.3%	59.4%	2.7%	3.4%	7%
Articles de sport	34%	57.5%	1.5%	2.5%	3.2%
Vélos	45.6%	40.1%	1.7%	2.2%	6%
Voitures	53.4%	35.6%	5.7%	1.1%	0.2%
Chaussures	13.1%	82.2%	0.1%	0.6%	1.1%
Vêtements	27.8%	62%	0.4%	2.4%	3.8%
Téléphonie	8.4%	82.9%	3.2%	2.8%	2.2%

Ces résultats viennent conforter ceux produits par une étude Nielsen datant de 2013 qui indique que **68% des Canadiens envisagent favorablement de partager leurs biens, et que 81% se disent prêt à louer leurs biens à d'autres personnes**. Les Canadiens, et plus particulièrement les Québécois sont sensibles à la consommation collaborative.

Une étude similaire²⁸ ciblant **l'Ontario et Toronto** a également produit des résultats tendant à démontrer que les Ontariens étaient sensibles à la consommation collaborative et qu'un pourcentage relativement large de la population de la province (**12 850 000 habitants en 2011**) affichait déjà certaines pratiques collaboratives, comme dans le **secteur de l'hébergement et celui des objets et équipements**.

Rang	Comportement	Pourcentage
1	Achat de biens de seconde main	55.2%
2	Partage d'objets et équipements avec d'autres individus	38.9%
3	Partage de services avec d'autres individus	35.2%
4	Achat de biens et services via des plateformes web	28.6%
5	Locations d'objets et équipements de professionnels	27.5%
6	Location d'objets et équipements d'individus	25.4%
7	Pratique du couchsurfing	14.2%

La consommation collaborative telle que définie dans le cadre de l'étude²⁹ se développe à une **échelle très locale** au Canada. Chaque ville, chaque province a son propre réseau de plateformes, et nombreuses sont les plateformes qui ne dépassent pas le périmètre d'une ville ou d'une province (le service de covoiturage *Pogoride*³⁰ à Vancouver ou *Maxloc*³¹, la plateforme de location d'objets au Québec). Il existe actuellement **peu de réseaux nationaux voire internationaux** dans la majorité des secteurs d'activités étudiés. *Kangaride*³² représente une exception notable dans le secteur de la mobilité. C'est le premier réseau de covoiturage national, qui a émergé au début des années 2010 et qui s'exporte désormais aux États-Unis.

²⁸ Ontario Responsible Consumption Index 2012, via un questionnaire en ligne portant sur un échantillon de 1050 personnes

²⁹ Cf « note de cadrage »

³⁰ <http://blog.pogoride.com/>, plateforme de covoiturage à Vancouver

³¹ <http://www.maxloc.ca/fr/>, plateforme de location de biens au Québec

³² <http://www.kangaride.com/> plateforme de covoiturage au Québec

Plusieurs raisons peuvent être avancées pour expliquer cette **territorialisation des initiatives**. Il existe tout d'abord des **différences culturelles et linguistiques** relativement marquées entre les provinces. **L'étendue géographique et les distances** existant entre les différents foyers de peuplement représentent un obstacle supplémentaire pour les types de consommation qui nécessitent une certaine proximité (échange de services, alimentation locale, etc.).

Dans ce contexte, **Montréal, Toronto et, dans une moindre mesure, Vancouver sont les villes où l'on compte le plus d'initiatives**. Le Québec et l'Ontario disposent d'un héritage important en ce qui concerne l'économie sociale. Par exemple, Montréal et Toronto ont beaucoup développé le partage des espaces publics, des espaces verts, des jardins communautaires ainsi que l'autopartage et le vélopavage³³, Vancouver et Montréal ont, elles, accueilli de nombreuses coopératives dans les secteurs bancaire et agricole.

Les initiatives se développent donc à l'échelle des villes, voire des provinces, ce qui favorise un **degré de complexité plus important**. En effet, les plateformes, dans différents secteurs d'activités dépassent relativement souvent le simple cadre de la mise en relation commerciale d'individus, et invitent au développement de **véritables réseaux d'entraide locaux**. Ainsi, *Gofellow*³⁴ adopte le même principe que *PiggyBee*³⁵ à l'échelle de Montréal mais permet à des particuliers de se rencontrer fréquemment et de perpétuer ces relations d'entraide. Dans les secteurs d'activités se déplacer, se nourrir, s'équiper, s'habiller, se faire aider et apprendre, **la rencontre physique, le développement de réseaux d'entraide et le partage sont encouragés, souvent plus que dans les autres pays de référence** où l'argument économique peut primer. Le Canada se caractérise ainsi par la complexité de ses réseaux développés à l'échelle locale.

Bien que différenciée selon les régions et les villes, la consommation collaborative est **progressivement structurée au niveau national** par des acteurs de différente nature. Au niveau international tout d'abord, des organisations telles que *Collaborative Consumption*, *Shareable* et surtout *OuiShare* visent à fédérer les initiatives, à organiser un **réseau à l'échelle mondiale** afin de partager les bonnes pratiques et les idées pertinentes, à créer un environnement multiculturel, et surtout à rapprocher des acteurs afin d'accélérer la transition des sociétés vers l'économie collaborative.

Il existe également des **collectifs et des associations proprement canadiennes**, comme *Cities for people* ou la *Social Innovation Generation* qui tentent de repenser la ville, l'espace urbain et de faciliter la **réappropriation des villes par leurs habitants**. Ces associations multiplient les rencontres entre les acteurs afin de dégager des bonnes pratiques et de faire émerger une **nouvelle forme de démocratie locale**, par l'association de toutes les parties prenantes : institutions, société civile, entreprises, etc.

Le Canada se caractérise également, à la différence des autres pays d'étude, par la **juxtaposition de deux « modèles » de consommation**. En effet, comme dans les autres pays, la consommation collaborative est avant tout **dématérialisée et désintermédiée**, mais il existe également dans quelques secteurs d'activités, notamment pour s'équiper, s'habiller, **des points de vente physiques** comme les *tool libraries*³⁶, qui centralisent les objets et vêtements de seconde main et dans lesquels les clients peuvent venir réaliser leurs achats ou effectuer des repérages en vue d'achats ultérieurs.

³³ Selon April Rinne, directrice stratégique du Collaborative Lab

³⁴ <http://gofellow.com/>, plateforme de livraison de colis entre particuliers au Québec

³⁵ <http://www.piggybee.com/>, plateforme de livraison de colis entre particuliers dans le monde

³⁶ Les *tool libraries* fonctionnent comme des bibliothèques d'objets. Les membres peuvent emprunter des outils, instruments, accessoires, etc. pour une période déterminée. On recense des *tool libraries* à Toronto, Ottawa, Kingston, Calgary et Vancouver.

Enfin, la **proximité géographique avec les États-Unis**, pays pionnier et moteur de la consommation collaborative, peut représenter un **facteur inhibant pour les entreprises canadiennes**. Le Canada semble en effet très perméable aux initiatives qui proviennent des États-Unis, à tel point que le pays représente un des premiers marchés extérieurs pour de nombreuses plateformes américaines comme *TaskRabbit*³⁷ et pour des prestataires de service comme les *Free Geek shops* ou les *tool libraries*, qui se sont implantées au Canada à la fin des années 2000 et structurent la consommation collaborative dans ce pays. Du fait de la proximité géographique et culturelle, de nombreuses plateformes américaines s'implantent en premier lieu au Canada.

3.1.1.2. Segmentation de l'analyse

Il convient d'analyser en détail les spécificités du marché de la consommation collaborative au Canada, afin de mettre en lumière la diversité sectorielle ainsi que la complexité des systèmes.

Se déplacer :

Il semble que **les services de mobilité collaborative soient concentrés dans trois provinces** : l'Ontario, la Colombie britannique et le Québec. En effet, chacune a son service d'autopartage (*Autoshare*³⁸ à Toronto, *Modo*³⁹ à Vancouver) et de covoiturage (*Pogoride* à Vancouver, *Communauto*⁴⁰ au Québec). Ce dernier mode de mobilité collaborative semble davantage se développer au Québec que dans les autres provinces, où peu de plateformes sont disponibles, même si le covoiturage au Québec a encore une très grande marge de progression, puisqu'il reste un moyen de transport peu usité par rapport aux pays européens. En effet, **des plateformes nationales de covoiturage et d'autopartage semblent difficilement compatibles avec la nature du Canada** et des pays d'Amérique du Nord en général, compte tenu des grandes distances entre les villes. Le moyen « classique » de se déplacer sur de longues distances reste l'avion, pour lequel *ChangeYourFlight*⁴¹, plateforme venue d'Espagne, permet de revendre des billets et réservation. Ainsi, **les initiatives restent plutôt locales** même s'il existe également sur le marché canadien des acteurs étrangers comme l'allemand *Carpooling* ou l'américain *Zipcar*⁴².

De ce fait, les formes de mobilité les plus développées au Canada semblent être le **covoiturage** (*Pogoride*, *Ridesurfer*⁴³, *Communauto*, *Allostop*⁴⁴, *AmigoExpress*⁴⁵, etc.) et l'**autopartage** (*Zipcar*, *Autoshare*, *Modo*, *Car2Go*⁴⁶, etc.)⁴⁷.

Certaines initiatives sortent du simple domaine du covoiturage et sont l'occasion de développer le lien social, à l'image de la plateforme de covoiturage *RideSurfer* qui permet aux parents d'élèves de Vancouver d'organiser un système de covoiturage entre membres du réseau.

³⁷ <https://www.taskrabbit.com/>, plateforme d'offres d'emploi entre particuliers

³⁸ <http://autoshare.com/>, plateforme d'autopartage à Toronto

³⁹ <http://www.modo.coop/>, plateforme d'autopartage à Vancouver

⁴⁰ <http://www.communauto.com/>, plateforme de covoiturage au Québec

⁴¹ <http://www.changeyourflight.com/>, plateforme d'échange de billets d'avion

⁴² <http://www.zipcar.com/>, plateforme internationale d'autopartage

⁴³ <http://www.ridesurfer.ca/>, plateforme de covoiturage à Vancouver,

⁴⁴ http://www.allostop.com/passager/recherche/index.php?selectionne=&ville_depart=1&ville_arrive=2&date=13-10-2014&date_fin=31-12-2099

⁴⁵ <http://www.amigoexpress.com/>, plateforme de covoiturage au Québec

⁴⁶ <https://www.car2go.com/fr/montreal/>, plateforme d'autopartage d'origine allemande

⁴⁷ Il n'est pas prévu dans cette étude d'analyser en détail ce secteur. Cf « note de cadrage »



RideSurfer : *RideSurfer* est une plateforme, créée à Vancouver, qui permet aux parents membres de la communauté, après que la plateforme ait vérifié l'identité des membres et le fait qu'ils aient des enfants dans les écoles, d'organiser un système de covoiturage afin de conduire leurs enfants aux écoles qu'ils fréquentent.

Les initiatives de location de voitures entre particuliers et les VTC semblent par contraste peu développées au Canada. Il apparaît difficile de trouver des données sur ces phénomènes.

Transporter et stocker des biens :

Le modèle de transport logistique entre particuliers qu'on trouve au Canada consiste à récupérer un objet localisé dans un **pays étranger** par l'intermédiaire d'un individu qui s'y trouve et qui le ramène lors de son retour. **Le service est généralement gratuit** (en dehors du prix à payer pour acquérir l'objet), mais il est d'usage de donner une « récompense » à celui qui ramène l'objet, comme un repas offert chez l'habitant

Deux entreprises semblent être très présentes sur le marché canadien : l'entreprise belge d'envergure internationale *PiggyBee*, et la plateforme québécoise *Gofellow*. *Gofellow* reprend le principe de la plateforme d'origine belge en centrant son développement sur le Québec, (zone d'activité s'étendant entre Montréal et la ville de Québec) et en axant sa communication autour de la notion de communauté et de confiance entre les membres.

Concernant le stockage de produits, **le *self storage* est une tendance très développée au Canada.** Il s'agit d'espaces (sous forme de garages), en périphérie des villes, dédiés à cette utilisation et qui sont mis à la disposition des particuliers. **Face à cette concurrence, le stockage entre particuliers ne semble pas être très développé.**

Se loger :

Résidentiel

L'habitat résidentiel collaboratif semble être assez fortement développé au Canada et plus particulièrement au Québec. Cela est dû en partie à une **tradition ancienne d'habitat participatif** dans la province, qui a toujours été soutenue par les gouvernements successifs à travers différents programmes⁴⁸ :

- Le Programme Intégré Québécois, de 1984 à 1986,
- Le Programme sans but lucratif privé, de 1986 à 1994,
- Le Programme d'achat-rénovation pour les coopératives et Organismes à But Non Lucratif (OBNL), en 1995 et 1996,
- Le programme AccèsLogis, qui existe depuis 1997
- Le Programme Logement abordable Québec qui a vu le jour en 2002, dans le contexte de la crise du logement.

⁴⁸ Ces divers programmes ont assoupli le cadre réglementaire et ont compté des incitations fiscales et des aides financières

Les projets d'habitat résidentiel participatifs sont organisés de manière pyramidale : 27 500 ménages québécois sont regroupés au sein de 950 coopératives d'habitation, elles-mêmes rassemblées en 6 fédérations régionales supervisées par la Confédération québécoise des coopératives d'habitation. La Confédération appuie les fédérations afin qu'elles fournissent aux membres des coopératives l'information et les services dont ils ont besoin pour assurer une saine gestion de leurs immeubles et améliorer leurs conditions de logement.

Touristique

Le marché canadien est **extrêmement perméable aux acteurs internationaux** leaders du secteur de l'hébergement touristique, surtout américains et européens. En sus des deux poids lourds américains d'*Airbnb* et d'*HomeExchange*, il existe en effet de nombreuses plateformes espagnoles (*OnlyApartments*⁴⁹, *Alterkeys*⁵⁰, *MyTwinPlace*) et françaises (*Bedycasa*⁵¹, *CosmopolitHome*⁵², *GuesToGuest*⁵³).

L'étude menée par l'Observatoire de la Consommation Responsable, ciblant le Québec (Cf page 12-13), a mis en évidence les habitudes de consommation des Québécois. Il ressort que ces derniers **commencent à s'intéresser aux plateformes collaboratives du secteur touristique**. Dans la dernière année, pour leurs vacances, ils ont utilisé :

- *Airbnb* pour 3,0% d'entre eux ;
- *Couchsurfing*⁵⁴ pour 1,5% d'entre eux ;
- *Tripping*⁵⁵ (autre plateforme de couchsurfing) pour 0,9% ;
- *Wimdu*⁵⁶ (location de logement chez l'habitant) pour 0,5% ;
- *Guest to Guest* (échange de maisons) pour 0,3%.

Se divertir :

Concernant les activités touristiques, de nombreuses plateformes existent mais proviennent de l'étranger : *WWOOF* (UK)⁵⁷, *Good Spot* (France)⁵⁸, *Nomaders* (Espagne), etc. Elles permettent aux touristes étrangers de vivre des expériences uniques, généralement réservées aux locaux.

Par exemple, *Nomaders* permet aux touristes visitant Vancouver de faire du vélo sur les berges en passant par des endroits connus et appréciés des locaux, loin des circuits touristiques.

⁴⁹ <http://www.only-apartments.fr/>, plateforme d'hébergement touristique

⁵⁰ <http://es.alterkeys.com/>, plateforme d'hébergement touristique

⁵¹ <http://www.bedycasa.com/>, plateforme d'hébergement touristique

⁵² <https://en.cosmopolithome.com/>, plateforme de night swapping

⁵³ <http://www.guesttoguest.com/>, réseau d'échange d'appartements entre particuliers

⁵⁴ <https://www.couchsurfing.org/>, plateforme d'hébergement touristique

⁵⁵ <http://www.tripping.com/>, plateforme de couchsurfing

⁵⁶ <http://www.wimdu.com/>, plateforme d'hébergement touristique

⁵⁷ <http://www.wwof.net/>, plateforme permettant d'obtenir gîte et couvert contre participation aux travaux agricoles dans les fermes du monde entier

⁵⁸ <https://www.good-spot.com/fr/>, plateforme d'activités touristiques

Un exemple de découverte collaborative d'un pays et de ses habitants : WWOOF



WWOOF : *Willing Workers On Organic Farms* est un mouvement né en 1971 qui est aujourd'hui présent dans plus de 50 pays. Ce réseau mondial de fermes met en relation des hôtes qui se proposent d'accueillir des *WWOOFers* pour partager leurs connaissances, leur savoir-faire, leur quotidien et leurs activités avec la possibilité pour ces derniers de se voir offrir le gîte et le couvert contre la participation aux travaux quotidiens.

S'alimenter :

S'approvisionner

Le Canada est une grande puissance agricole. L'agriculture canadienne génère 200 000 emplois et 3,5 milliards de dollars canadiens chaque année. Le Canada est également exportateur net de produits agricoles, l'agriculture représentant au moins 9 % des exportations du pays⁵⁹.

Les agriculteurs canadiens sont majoritairement de très grands exploitants agricoles. **La structure de l'agriculture canadienne ne favorise ainsi pas l'existence d'un mode de vie paysan conventionnel, nécessaire à l'existence d'une agriculture de proximité et à des liens directs entre consommateurs et producteurs.**

Les initiatives concernant ce secteur d'activité sont donc majoritairement **urbaines** et semblent se concentrer dans l'Ontario. Dans cette province en effet, de nombreuses associations se donnent pour mission de **réapprendre aux individus comment manger sainement**, cultiver la terre, jardiner au sein de programmes sociaux ou pédagogiques, comme ceux mis en place par le *Stop Community Food Center*⁶⁰ ou le *Food Share*⁶¹. Leurs actions consistent notamment à développer des réseaux afin de mettre en relation des particuliers possédant des terres avec ceux qui souhaiteraient les cultiver ; ceux qui ont des connaissances à partager avec ceux qui souhaitent les recevoir.

Un exemple de pratique collaborative pour amener une agriculture et une nourriture plus saines au sein de l'espace urbain : FoodShare



FoodShare : *Foodshare* est un collectif créé en 1985 qui travaille en collaboration avec les écoles et les associations de quartier pour promouvoir une alimentation de qualité.

Ce collectif met en place des programmes sociaux et éducatifs pour « apprendre » au plus grand nombre comment cuisiner, jardiner, en mettant en relation les particuliers entre eux.

⁵⁹ Ministère de l'agriculture du Canada, 2014

⁶⁰ Collectif qui met en place des programmes comme *Yes In My Backyard*, qui met en relation les individus qui veulent jardiner et ceux qui ont un jardin. <http://www.thestop.org/>

⁶¹ Association à Toronto qui promeut l'accès à une nourriture saine et équilibrée via des programmes dans les écoles, les centres sociaux. <http://www.foodshare.net/>

Se restaurer

Ce secteur d'activité ne semble **pas être très développé au Canada**. Relativement peu de plateformes, locales comme étrangères sont en effet visibles.

Les initiatives existantes sont celles que l'on peut retrouver dans une majorité de pays : le « fait maison » avec *Divide and Savour*⁶² et la recréation du lien social avec *Voulezvousdiner*⁶³, une plateforme française implantée au Canada.

Un exemple de repas collaboratifs à Toronto : Divide and Savour



divide & savour
prepare | label | share

Divide and Savour : *Divide and Savour* est une plateforme créée en 2010 à Toronto qui permet aux particuliers membres de la communauté de participer à des événements de *food swapping*, c'est-à-dire des

événements où les particuliers s'échangent les plats qu'ils ont cuisiné.

Ces événements sont également l'occasion pour les habitants de Toronto de se rencontrer dans des lieux conviviaux et de créer du lien social.

S'équiper :

Ce secteur d'activité est marqué par une **forte hétérogénéité**, au niveau de la diversité des objets et équipements vendus ou loués.

Il existe tout d'abord de **nombreuses plateformes de vente, location ou échange d'objets**. Elles sont soit internationales, provenant de pays comme les États-Unis (*Ebay*⁶⁴, *Craigslist*⁶⁵, *FreeCycle*⁶⁶, etc.), soit locales et délimitées aux villes et provinces (*Kijiji*⁶⁷ au Canada, *Kiinzl*⁶⁸ à Toronto). Ces plateformes sont dématérialisées à l'image de ce qui se fait dans les autres pays étudiés.

Cependant, le Canada se singularise par l'existence de **structures physiques** dans lesquelles les objets peuvent être entreposés et vendus. Cette tendance, provenant des États-Unis, se matérialise par l'existence de *tool libraries*⁶⁹ dans le Canada anglophone (Toronto Tool Library, Vancouver Tool Library, Calgary Public Library, etc.), traduisant ainsi cette volonté de recréer du lien social à travers des structures et réseaux d'entraide où les individus peuvent se rencontrer.

⁶² Concept du *food swapping* à Toronto, où des personnes préparent des plats et les échangent contre d'autres. <http://divideandsavour.com/>

⁶³ Initiative qui permet de réserver des diners chez des particuliers. <https://www.voulezvousdiner.com/>

⁶⁴ <http://www.ebay.com/>, plateforme de vente de biens entre particuliers

⁶⁵ <http://toronto.craigslist.ca/>, plateforme de vente de biens entre particuliers

⁶⁶ <https://www.freecycle.org/>, plateforme de troc d'objets

⁶⁷ <http://www.kijiji.ca/>, Plateforme de vente de biens au Québec

⁶⁸ <http://kiinzl.com/>, plateforme de vente de vêtements et accessoires d'enfants à Toronto

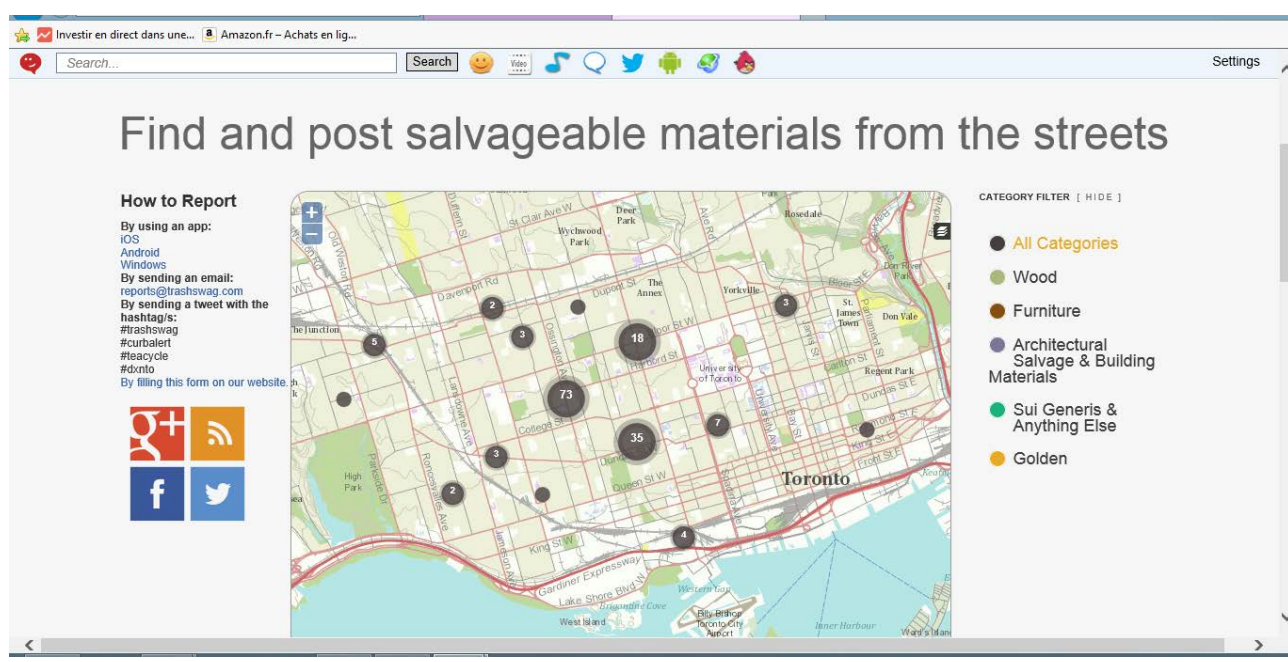
⁶⁹ Les tool libraries sont des structures où sont emmagasinés des objets et équipements à vendre, louer ou donner.

Un exemple d'application mettant le partage sans rétribution au centre de la démarche : Trashswag



Trashswag : Trashswag est un site où les citoyens de Toronto postent l'emplacement ainsi qu'une photo des objets que d'autres particuliers ont jetés, que ce soit des meubles, de l'équipement électroménager, des livres... afin que certains puissent venir les récupérer et ainsi allonger le cycle de vie des objets/équipements.

Trashswag permet aux citoyens de Toronto d'utiliser une carte interactive pour positionner précisément les objets trouvés ainsi qu'un code couleur pour préciser la nature de l'objet



S'habiller :

Comme dans le secteur d'activité « s'équiper », il existe également des **structures physiques**, des boutiques, comme *Kind Exchange* ou encore les *Vintage Clothing stores*⁷⁰ qui cohabitent avec les plateformes dématérialisées. De **nombreux événements**, organisés par la plateforme *Troc-estrucs*⁷¹ sont également organisés dans les villes de premier plan comme Montréal ou Toronto où des particuliers peuvent venir échanger, troquer leurs vêtements.

Le Canada assiste à l'émergence d'une tendance très forte qui est celle du *vintage* : **acheter en seconde main est devenu une tendance à la mode** et de nombreuses boutiques collaboratives se sont spécialisées dans ces vêtements des années 1980, 1990.

Un exemple de structure physique de consommation collaborative : Kind Exchange

⁷⁰ <http://www.fasinfrankvintage.com/our-stores/>, magasin où l'on peut acheter des vêtements de seconde main

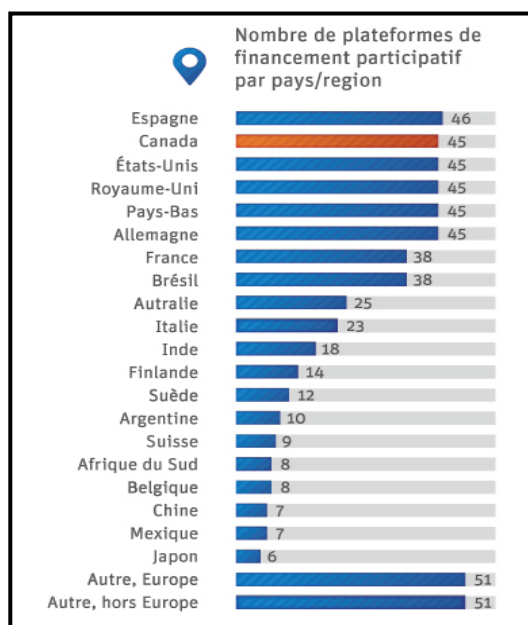
⁷¹ <http://www.trocstrucs.qc.ca/>, événements qui permettent de troquer tout type de biens



Kind Exchange : Cette initiative est une boutique physique où des particuliers peuvent vendre/ acheter des vêtements de seconde main donnés par d'autres particuliers. Une partie des bénéfices provenant de la vente de ces vêtements est reversée à des associations caritatives.

Cette initiative collaborative est une caractéristique de la consommation collaborative au Canada, où coexistent des plateformes dématérialisées et des boutiques physiques. Si le modèle peut dans un premier temps être comparable aux friperies, et donc sortir de la consommation collaborative, le versement d'une partie des bénéfices à des associations caritatives remet le partage et la solidarité au centre de la démarche.

Se financer :



Une étude menée par le Fond des Médias du Canada⁷² en 2012 sur le financement participatif à l'échelle internationale montre que ce pays se situe en **tête du classement mondial** quant au nombre de plateformes de financement participatif.

Cependant, de nombreuses plateformes **ne dépassent pas les frontières des provinces** comme *Eclويد*⁷³ ou *Haricot*⁷⁴ au Québec.

Le Canada est un pays également **très ouvert aux plateformes étrangères**, provenant majoritairement des États-Unis, du Commonwealth (*Pozible*⁷⁵ d'Australie, *Gambitious*⁷⁶ du Royaume-Uni) ou de France (*Babeldoor*⁷⁷).

Figure 2: Fonds des Médias du Canada

L'étude menée par l'*Ontario Responsible Consumption Index* (cf page- 17 -) concernant les préférences des Ontariens quant aux pratiques collaboratives s'est également intéressée au financement participatif. Elle a déterminé la fréquence des comportements financiers sur l'échantillon d'étude :

Rang	Comportements	Pourcentage
------	---------------	-------------

⁷² <http://crowdfunding.cmf-fmc.ca/fr/>

⁷³ <http://eclويد.com/>, plateforme de financement participatif spécialisée dans le don

⁷⁴ <http://haricot.ca/quebec/projects>, plateforme de financement participatif spécialisée dans le don

⁷⁵ <http://www.pozible.com/>, plateforme de financement participatif spécialisée dans le don, originaire d'Australie

⁷⁶ <https://gambitious.com/>, plateforme de financement participatif hybride entre le don et l'investissement au capital, originaire du RU.

⁷⁷ <https://www.babeldoor.com/fr/projects>, plateforme de financement participatif spécialisée dans le don, originaire de France

1	Dons à des fondations	76.4%
2	Participation à des fonds éthiques	21.4%
3	Membre de banques coopératives	16.8%

En conclusion, les Canadiens, et principalement les Québécois et les Ontariens sont relativement sensibles et actifs dans le domaine du financement collaboratif.

Se faire aider et apprendre :

Au Canada, le développement des services à la personne proposés par d'autres particuliers est une tendance héritée des États-Unis. Ces services concernent tout type d'activités, du ménage et du repassage aux travaux d'intérieur ; de la garde d'enfants aux cours particuliers. Des plateformes, comme *LocaWoka*⁷⁸, *Kutoto*⁷⁹ ou *Ayouda*⁸⁰, se présentent comme une alternative aux professionnels et une mise en concurrence permettant de faire baisser les prix pour le consommateur étant donné que chaque individu peut proposer ses services. La facilité d'accès est d'ailleurs le principal argument de ces plateformes (cf page d'accueil de la plateforme *LocaWoka*).

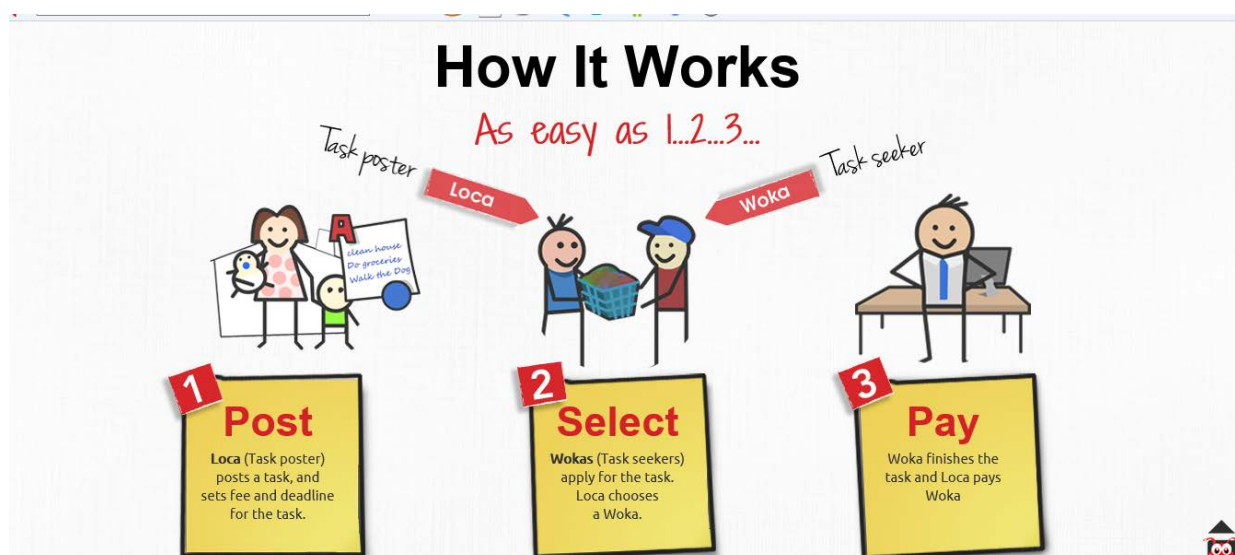


Figure 3: locawoka.com

Comme dans d'autres secteurs d'activités, la tendance est également au *Do it yourself* et aux réseaux d'entraide⁸¹. En effet, de nombreuses initiatives se donnent pour mission de **permettre aux individus de réparer eux-mêmes leurs équipements et objets**, au lieu de les jeter ou de les donner à réparer. Les *Repar' Lab* ainsi que les *Free Geek Shops* offrent la possibilité aux particuliers de **partager leurs connaissances** en matériel informatique, en réparation de machine à café ou de machines à laver.

⁷⁸ <http://locawoka.com/>, plateforme d'offre d'emplois entre particuliers

⁷⁹ <http://www.kutoto.com/>, plateforme d'offre d'emplois entre particuliers

⁸⁰ <http://www.ayouda.com/>, plateforme d'offre d'emplois entre particuliers

⁸¹ Les plateformes de services à la personne sont cependant critiquées pour la précarisation de ces travailleurs indépendants, étant donné l'absence de réglementation de ces emplois ponctuels, qui se traduit par une absence de droits et de protection et par une baisse sur les prix.



Free Geek Shops : les *Free Geek shops*, provenant des États-Unis, sont des ateliers de récupération, réparation et de revente des outils numériques et informatiques. Des ateliers de familiarisation avec le matériel informatique sont organisés dans différentes villes du Canada, de Montréal à Vancouver en passant par Toronto.

Entreprises conventionnelles :

Les seuls exemples d'entreprises conventionnelles qui s'associent aux initiatives de consommation collaborative se trouvent dans la catégorie s'équiper. *Loucam*⁸², distributeur et loueur de matériel audiovisuel au Québec s'est ainsi associé à *Maxloc*⁸³, plateforme de revente et de location d'objets et d'équipements installée dans cette province, afin de louer son matériel à des particuliers, en suivant le même mode opératoire que pour tout autre objet loué par *Maxloc*.

3.1.2. Quel soutien des pouvoirs publics ?

Si les citoyens canadiens apparaissent majoritairement favorables à cette forme de consommation dans son concept et dans son ensemble, les professionnels de certains secteurs considèrent que les particuliers proposant leurs biens et services et les entreprises les encadrant représentent une **forme de concurrence déloyale**.

Au Canada, le fonctionnement institutionnel est fédéral, ce qui signifie que les provinces, et notamment le Québec, bénéficient d'une forte autonomie en matière législative et réglementaire. **La réglementation de la consommation collaborative est donc plutôt gérée au niveau des provinces**, ce qui diminue les moyens d'exercer une pression au niveau national. De plus, au Canada, comme dans les autres pays étudiés, les autorités sont confrontées à la pression des professions réglementées, telles que le secteur hôtelier ou celui des transports. Il convient toutefois de préciser que cette **pression reste relativement faible**. En effet, les plateformes de consommation collaborative restent pour la plupart très localisées et il n'existe **pas encore d'action conjointe entre professionnels des différentes provinces**. Ainsi, par exemple, en novembre 2013, *Uber*, qui permet à n'importe quel particulier de s'improviser taxi, a été interdit par la municipalité de Vancouver en Colombie-Britannique, en fixant **un tarif minimum si élevé** que les utilisateurs se sont découragés. Le gouvernement du Québec pourrait, lui, bientôt imiter San Francisco et Portland en demandant l'inclusion d'une **taxe d'hébergement** dans les tarifs de location des chambres d'*Airbnb*. Au Québec, **l'hébergement organisé par des non professionnels est puni par des amendes** variant entre 750 \$ et 2250 \$ par journée d'hébergement illégal et jusqu'à 6750 \$ par jour en cas de récidive⁸⁴.

Selon April Rinne, directrice stratégie au Collaborative Lab (cf encadré ci-dessous), « les gouvernements doivent jouer un rôle actif d'éducation et de sensibilisation, en faisant savoir qu'ils

⁸² <http://loucam.com/fr/accueil.html>

⁸³ <http://www.maxloc.ca/fr/>, plateforme québécoise de location de biens

⁸⁴ Le devoir, mai 2014, *Québec pourrait taxer les utilisateurs d'Airbnb*

encouragent cette économie. Ils doivent réformer certaines politiques, dont plusieurs sont dépassées, en les mettant à jour pour qu'elles accommodent et priorisent les entreprises d'économie collaborative. Les règlements en place ne sont pas mauvais, mais ils sont faits pour encadrer les entreprises conventionnelles. Les entreprises de partage se retrouvent souvent défavorisées ou dans un flou juridique. Il faudrait un ensemble de règles séparées pour les entreprises basées sur le partage et non sur la propriété individuelle ».

Le *Collaborative Lab* est un cabinet de conseil américain implanté dans la *Silicon Valey*, et spécialisé dans l'économie collaborative. Il conseille les entreprises et les gouvernements qui aimeraient développer leurs plateformes de consommation collaborative. April Rinne, sa directrice stratégie, a effectué en 2013, un tour du Canada, visitant Vancouver, Calgary, Toronto et Montréal pour présenter l'économie collaborative et conseiller les acteurs et les institutions sur les moyens de développer cette forme d'économie

Dans cette partie ayant pour objet l'état de la consommation collaborative au Canada, les plateformes suivantes ont été citées en exemple :

<p>Se déplacer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Allostop - AmigoExpress - Autoshare - Car2Go (Allemagne) - Carpooling - Change Your Flight (Espagne) - Communauto - Kangaride - Modo - Pogoride - Ridesurfer - Uber (USA) - Zipcar (USA) 	<p>Se divertir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Good Spot - Nomaders (Espagne) - WWOOF (UK) 	<p>S'habiller :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kind Exchange - Troc-tes-trucs - Vintage Clothing Stores
<p>Transporter/stocker des biens :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gofellow - Piggybee (Belgique) 	<p>S'alimenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Divide and Savour - Food Share - Stop Community Food Center - Voulez-vous diner 	<p>Se financer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Babeldoor Ecloid - Gambitious (UK – Pays-Bas) - Haricot - Pozible (Australie)
<p>Se loger :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alterkeys (Espagne) - Airbnb (USA) - Bedycasa - Cosmopolit'home - Couchsurfing (USA) - Guestoguest (USA) - HomeExchange (USA) - MyTwinPlace (Espagne) - OnlyAppartments (Espagne) - Tripping - Wimdu 	<p>S'équiper :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Craigslist (USA) - Ebay (USA) - FreeCycle (USA) - Kiinzel - Kijiji - Maxloc - Tool Libraries - TrashSwag 	<p>Se faire aider et apprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ayouda - Free Geek Shop - Kutoto - Loca Woka - Repair'Lab - Taskrabbitt (USA)

Zipcar (USA) : acteur étranger

3.2. ESPAGNE

3.2.1. Marché de la consommation collaborative

3.2.1.1. Description de la consommation collaborative

L'Espagne semble être **le pays étudié où la consommation collaborative est la plus développée**. On y recense de nombreuses initiatives locales (selon le *think tank Consumo Colaborativo*⁸⁵, il existait début 2013 en Espagne près de 200 startups spécialisées dans la consommation collaborative), dans l'ensemble des secteurs d'activités de l'économie collaborative. Le marché est également ouvert aux plateformes étrangères, européennes comme américaines.

La crise économique est l'un des facteurs principaux de cette croissance. La consommation collaborative a été perçue par la population comme un **moyen de « subsistance »** pour contrer les difficultés économiques via la réhabilitation du troc, de l'échange d'objets, de la promotion des circuits courts notamment dans l'alimentation, etc⁸⁶.

La crise économique a été également au centre d'une **remise en question citoyenne** du mode de consommation conventionnel, illustrée par l'émergence en 2011 du mouvement des Indignés qui s'est présenté comme un mouvement opposé à l'hyperconsommation et promouvant un modèle de société alternatif. Lors des semaines de manifestations et d'occupation des principales places des villes espagnoles, le mouvement des Indignés a agi comme véritable **catalyseur de solutions collaboratives**, en initiant des systèmes de services aux personnes entre particuliers, à l'image des garderies pour les enfants des manifestants, des emplacements de *coworking* lors de l'occupation des places centrales des différentes villes.

Dès lors, **des plateformes collaboratives se sont multipliées dans le pays et le mouvement de la consommation collaborative s'est structuré**, sous l'impulsion de *think-tanks* et de certaines personnalités. Un *think tank* en particulier s'est développé et a fédéré un ensemble d'acteurs, des spécialistes de la consommation collaborative aux entrepreneurs et journalistes, *Consumo Colaborativo*. Ce **site de référence en Espagne et en Amérique latine hispanophone** s'occupe de recenser les initiatives, de compiler les articles de presse qui traitent de cette thématique, d'organiser des conférences et des rencontres entre les différents acteurs pour que ces derniers puissent partager les bonnes pratiques, méthodes et idées. En Espagne, Albert Cañigüeral et Luis Tamayo sont des acteurs importants de la structuration de l'économie collaborative. Le premier est le fondateur de *Consumo colaborativo*, *OuiShare Connector* pour Barcelone et *Content Curator* pour le site *Collaborative Consumption*. Le second est *OuiShare Connector* à Madrid et a créé son cabinet de conseil spécialisé sur cette thématique, *Simbyosi Inteligencia colaborativa*. Ce mouvement s'est depuis exporté en Amérique hispanophone, où *Consumo Colaborativo* est devenu une référence et a entamé le même travail de structuration des acteurs et des initiatives.

L'Espagne bénéficie également de l'influence de la maturité du marché français. **De nombreuses entreprises hexagonales investissent le marché espagnol et s'y implantent, notamment sur les secteurs d'activités de la mobilité, de la restauration et de l'hébergement.** Ainsi *Blablacar* a séduit les Espagnols et a réalisé entre 2010 et 2012 plus de 10 millions de voyages⁸⁷, faisant par là-même remonter la moyenne nationale d'occupation des places par véhicules de 1,7 à 2,8 places (soit une augmentation de 165%). L'un des facteurs clés de succès de l'entreprise française a consisté à

⁸⁵ Pour un panorama des initiatives de la consommation collaborative en Espagne : <http://www.consumocolaborativo.com/directorio-de-proyectos/>

⁸⁶ El Mundo a publié en 2013 un article expliquant le "boom" de la consommation collaborative du fait de la crise économique. Ces comportements alternatifs seraient donc dictés par des considérations économiques <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/11/economia/1357918514.html>

⁸⁷ Le petit journal, 2012, *Blablacar, le covoiturage à la française séduit les Espagnols*

réaliser une **campagne de communication d'envergure faisant appel à la conscience écologique des Espagnols**. D'autres entreprises françaises ont réussi leur internationalisation telles que *Supermarmite*⁸⁸ ou *Cookening*⁸⁹, qui proposent aux Espagnols de faire profiter leurs voisins de talents culinaires ou de dîner avec des personnes qu'ils ne connaissent pas et ainsi faire de nouvelles rencontres, tout en développant une certaine vie de quartier.

Les acteurs espagnols ne sont cependant pas en reste. L'Espagne apparaît comme un marché relativement mûre pour la consommation collaborative et les initiatives qui y voient le jour bénéficient de conditions favorables pour atteindre une taille critique. Les investissements proviennent soit des particuliers et entreprises espagnoles, soit des entreprises étrangères. Par exemple, en 2012, de nombreuses plateformes collaboratives ont fait l'objet d'investissements conséquents :

- *Floqq*⁹⁰ qui a procédé à une augmentation de capital, avec un investissement privé de 405 000€ Au Chili où elle s'est implantée, cette entreprise a collecté 35 000€ d'investissements. Elle comptait en 2012, 2600 « *alumni* » (élèves) et plus de 5500 heures de formation.
- *Uolala*⁹¹ qui pour sa première levée de fonds a reçu 150 000€ Cette plateforme compte plus de 11 000 utilisateurs.
- *Lanzanos*⁹² qui a permis en 2012 à 35 projets par semaine d'être financés. Cette plateforme a levé depuis sa création 1 million d'euros.
- *Etece*⁹³, l'équivalent de *TaskRabbit* en Espagne, qui a reçu 500 000€ pour son lancement.

D'autres entreprises espagnoles ont reçu des financements d'entreprises étrangères qui ont donc participé à leurs opérations d'augmentation de capital :

- *Kantox* annonçait un investissement d'1 million d'euros, juste après avoir annoncé l'une des plus grandes transactions de l'histoire du financement Pair à Pair⁹⁴. Ces financements provenaient essentiellement d'acteurs de la City (*cf page - 38 -*).
- *Cabify*⁹⁵, qui a adopté le modèle d'*Uber*, a mobilisé un investissement d'1,6 millions de dollars provenant d'investisseurs de la Silicon Valley.
- *Comunitae*⁹⁶ est considéré comme l'une des 10 plus importantes plateformes de financement participatif en Europe⁹⁷. Elle a permis depuis sa création la collecte d'1,5 millions d'euros et affiche une rentabilité supérieure à 10% pour les financeurs.

Profitant d'un marché national porteur, **plusieurs entreprises espagnoles connaissent une croissance importante et s'exportent à l'international, devenant des acteurs de référence**. On peut par exemple citer *MyTwinPlace*, qui permet l'échange saisonnier de maisons entre particuliers ; *Nomadere* qui permet aux particuliers de participer à des activités typiques des pays dans lesquels ils voyagent en compagnie de locaux ; ou encore *Kantox*, plateforme créée par un Français à

⁸⁸ <http://www.super-marmite.com/>, plateforme de vente de plats cuisinés entre particuliers

⁸⁹ <https://www.cookening.com/fr>, plateforme de repas participatifs entre particuliers

⁹⁰ <http://www.floqq.com/en/> plateforme spécialisée dans les MOOC, qui sont des cours permettant une formation en ligne ouverte à tous.

⁹¹ <http://www.uolala.com/fr> plateforme qui permet aux particuliers de partager leurs centres d'intérêt et de trouver des personnes ayant les mêmes goûts pour ces activités

⁹² <http://www.lanzanos.com/> plateforme de financement participatif

⁹³ <http://etece.es/> plateforme mettant en relation des particuliers pour l'exécution de services à la personne.

⁹⁴ Cette transaction s'est montée à 1 600 000 \$ entre Iberostar et Riu Hoteles. Le processus collaboratif pair à pair décrit une forme décentralisée de travail collaboratif reposant sur des principes proches des réseaux informatiques pair-à-pair. Les collaborateurs ne sont pas soumis à une autorité hiérarchique et chacun est libre de contribuer sans sélection préalable.

⁹⁵ <http://www.cabify.es/es/home>, plateforme de VTC

⁹⁶ Plateforme de financement participatif

⁹⁷ Forbes 2013

Barcelone, qui s'est spécialisée dans l'échange de devises entre acteurs économiques et qui a implanté à Londres une partie de ses activités financières.

Enfin, on distingue en Espagne **plusieurs foyers territoriaux d'innovation** en matière de consommation collaborative, parmi lesquels **Barcelone** se détache particulièrement. La ville accueille de **nombreuses initiatives de premier plan**⁹⁸, et est une **destination stratégique** pour les plateformes étrangères souhaitant s'implanter en Espagne (*Uber* a par exemple choisi Barcelone comme point d'entrée). De nombreuses **conférences** sur le sujet y sont également organisées et rencontrent un succès grandissant, notamment la conférence intitulée « *Barcelona, ciudad colaborativa* » qui fut organisée lors de la *SocialMediaWeek*. Ce type de conférences a pour but de présenter à la population le phénomène de la consommation collaborative et ses tendances, de promouvoir les initiatives naissantes, de faire évoluer les comportements des consommateurs, etc.

Zoom sur : la Social Media Week



La *SocialMediaWeek* est un évènement international qui se déroule simultanément dans 8 villes à travers le monde et dont le but est d'explorer les répercussions économiques, sociales, culturelles des médias et réseaux sociaux, ainsi que des plateformes digitales.

La deuxième édition de ces rencontres s'est déroulée du 17 au 21 février 2014 à Barcelone et a rassemblé 67 intervenants lors de 37 conférences, devant un parterre de plus de 1 300 personnes.

L'Espagne étant un pays où la consommation collaborative s'est implantée et développée plus fortement que dans les autres pays de l'étude, **une vision critique de ce phénomène a commencé à émerger, traduisant l'ambivalence d'un marché qui se présente comme l'avènement d'un modèle économique où l'échange et le partage sont prédominants mais qui peut également être interprété comme une marchandisation des rapports humains et une dérégulation de l'économie.** En 2014, deux conférences ont notamment été organisées sur ce thème :

- *La consommation collaborative : gisement d'emplois ou simple niche ?*⁹⁹ ;
- *Platforms are eating the world* (TEDxESADE).

Ces conférences et les intervenants s'interrogeaient alors sur les effets réels de la consommation collaborative sur l'économie et les relations sociales, à savoir si les services à la personne, les plateformes d'échange ou location d'objets, les services liés à la mobilité ou à l'hébergement n'avaient pas pour conséquence de menacer le modèle entrepreneurial classique.

En dehors de *Consumo Colaborativo*, il existe d'autres structures impliquées dans l'économie collaborative, comme *Shareable* et *Ouishare*, qui ont également entrepris un effort de structuration du mouvement de la consommation collaborative et organisé des rencontres entre les acteurs, souvent en collaboration avec certaines entreprises collaboratives de premier plan. En octobre 2012 s'est tenue la première édition des *OuiShare Drinks* à Madrid, en partenariat avec *Blablacar* et la seconde édition des *OuiShare Drinks* à Barcelone, en partenariat avec *Airbnb*.

⁹⁸ *Kantox* pour le crowdfunding, *ECO Agricultor* pour l'agroalimentaire, *Uber* pour la mobilité ainsi que *Motit*, un projet de moto partage, *Trip4Real* pour les activités touristiques et qui a débuté à Barcelone

⁹⁹ *El consumo colaborativo : filion de empleo o nido de intrusos ?*

3.2.1.2. Segmentation de l'analyse

Se déplacer :

Sur le marché de la mobilité, **de nombreuses plateformes étrangères, et notamment européennes, sont présentes sur le territoire espagnol.**

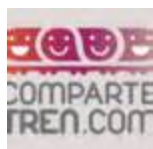
Sur le segment du covoiturage, notamment, **les deux leaders européens** (le français *Blablacar* et l'allemand *Carpooling*), **se partagent le marché espagnol**, où *Blablacar* possède plus de 70% de parts de marché¹⁰⁰. Les grands acteurs internationaux de l'autopartage sont également présents, notamment *Zipcar* et *Uber*.

Ces acteurs internationaux laissent relativement peu de place aux acteurs locaux qui tentent toutefois de percer, à l'image d'*Amovens*¹⁰¹, qui propose également un service de covoiturage en Espagne mais dont la présence et l'activité restent marginales, comparées à celles enregistrées par *Blablacar* et *Carpooling*.

L'Espagne se caractérise également par une **multiplicité d'initiatives visant à rassembler des individus pour créer un effet volume et atteindre une masse critique, afin de dégager des économies** : partage de taxis avec *Joinup Taxi*¹⁰², formation de groupes pour acheter des billets de train à tarif réduit avec *ComparteTren*¹⁰³. D'autres pratiques ont plutôt pour objectif d'éviter des pertes financières à des particuliers suite à une impossibilité de se déplacer, comme avec *Change your flight*, qui permet d'échanger et revendre de billets d'avion entre particuliers.

L'Espagne est également le **seul pays parmi ceux étudiés à comporter des initiatives portant sur des moyens de transport originaux**. On peut par exemple citer *BoatBureau*¹⁰⁴, qui permet à des particuliers de louer des voiliers, goélettes ou bateaux à moteur à d'autres particuliers. Développé en Espagne, le site s'est depuis exporté dans plus de 50 pays, de la Norvège à l'Égypte, du Brésil à l'Australie¹⁰⁵.

Un exemple de plateformes permettant de rassembler des individus pour créer un effet volume : ComparteTren



ComparteTren : *ComparteTren* est une plateforme qui permet à des particuliers de se mettre en relation avec 3 à 4 individus qui effectuent le même voyage, ceci afin de pouvoir profiter du tarif AVE. Le tarif AVE est un tarif de groupe qui permet aux voyageurs de bénéficier d'une réduction de 60% sur le prix des billets.

ComparteTren est totalement gratuit pour les utilisateurs

Transporter et stocker des biens :

Comme dans les autres pays étudiés, le seul service apparent de transport collaboratif en Espagne, *PiggyBee*, sert à se procurer un objet se trouvant dans un pays étranger par l'intermédiaire d'un individu qui s'y trouve et qui le ramène lors de son retour. Le service est généralement gratuit (en

¹⁰⁰ Challenges, 2014, *Comment le champion français du covoiturage blablacar impose son modèle en Europe ?*

¹⁰¹ <https://www.amovens.com/fr/>, plateforme de covoiturage en Espagne

¹⁰² <http://www.joinuptaxi.com/>, plateforme permettant de partager un taxi entre particuliers

¹⁰³ <http://www.compartetren.com/compartetrennew/>, plateforme permettant de rassembler des individus pour créer un effet volume

¹⁰⁴ <http://www.boatbureau.com/>, plateforme de location de bateaux

¹⁰⁵ <http://www.boatbureau.com/boat-rentals/#>

dehors du prix à payer pour acquérir l'objet) mais il est d'usage de donner une « récompense » à celui qui ramène l'objet.

Se loger :

L'hébergement, le tourisme et les activités touristiques sont des secteurs essentiels pour l'économie espagnole. Ils représentent 12% du PIB, et le pays possède des infrastructures de premier plan. **Au sein de ce secteur très concurrentiel, les acteurs de la consommation collaborative occupent une place importante**, qu'il s'agisse de grands acteurs internationaux (comme *Airbnb*, qui place Barcelone parmi les 5 destinations préférées des touristes utilisant la plateforme), ou d'acteurs espagnols. Il existe en effet de **nombreux acteurs locaux** (*MyTwinPplace*, *OnlyApartments*, *Knok*¹⁰⁶, *Alterkeys*), **qui se différencient en proposant des offres innovantes**, adaptées aux exigences des clients, comme la volonté de vivre une expérience culturelle enrichissante.

Du fait de la crise, la mise à disposition des habitations est devenue pour beaucoup de particuliers une **source supplémentaire de revenus**. De même, les nombreuses plateformes de colocation peuvent devenir pour les adultes au chômage ou menacés d'expulsion une solution temporaire d'hébergement.

Se divertir :

La tendance dans ce secteur est à l'offre innovante, adaptée aux exigences des clients, comme la volonté de vivre une expérience culturelle enrichissante. Par exemple, sur la plateforme *Nomaders*, Oscar propose d'accompagner les touristes dans le Madrid de l'époque autrichienne¹⁰⁷ et de les emmener visiter les monuments, les églises, les quartiers qui ont subi l'influence des Autrichiens.

S'alimenter :

S'approvisionner :

Ce secteur d'activité connaît un **développement très fort des groupements de consommateurs qui achètent des produits frais directement au producteur**, tendance que l'on retrouve également en France, alors qu'il semble peiner à émerger au Brésil et Canada.

La structure du secteur agricole espagnol est favorable au rapprochement entre producteurs et consommateurs, avec une prédominance de petites structures agricoles familiales. En effet, parmi les 959 000 exploitations que comptait le pays en 2005¹⁰⁸, 62 % occupaient moins d'une Unité Travail Annuel (UTA), alors que 11 % occupaient 2 UTA ou plus et 27% occupaient une surface comprise entre 1 et 2 UTA¹⁰⁹. En 2013, la surface moyenne des exploitations était de 24,56 hectares¹¹⁰. Les *minifundias*¹¹¹ sont surtout présentes en Galice (8,15 ha par exploitation) et dans la région de Valence (5,50 ha par exploitation), alors que les *latifundias* sont concentrées dans le sud, dans les régions Castille et León (56,58 ha par exploitation) et l'Estrémadure (40,91 ha par

¹⁰⁶ <http://www.knok.com/>, plateforme d'hébergement touristique

¹⁰⁷ La Maison d'Autriche est le nom qu'a connu la dynastie des Habsbourg régnant sur la monarchie espagnole, 27 Juin 1506 à la mort sans succession directe de Charles II le 1 Novembre 1700 qui a mené à la guerre de Succession d'Espagne

¹⁰⁸ Recensement agricole, 2005. Unité de Travail Annuel, unité de mesure utilisée en matière de statistique agricole pour mesurer la quantité de travail dans le secteur agricole. Cette unité équivaut au travail d'une personne travaillant à temps plein pendant une année dans une exploitation agricole.

¹⁰⁹ 49 % utilisaient moins de 5 ha de superficie agricole, tandis que 5 % en utilisaient 100 ha ou plus.

¹¹⁰ <http://www.tresor.economie.gouv.fr/File/384882>

¹¹¹ Une Minifundia est un petit domaine agricole par opposition aux latifundia. Le terme désigne généralement des exploitations de moins de 5 hectares, exploitées par une famille

exploitation). Par conséquent, la Galice et Valence sont les plus susceptibles de concentrer les initiatives type AMAP.

L'initiative *ECO Agricultor*¹¹² est une initiative similaire aux AMAP françaises, où les particuliers doivent former des groupes pour pouvoir se fournir auprès des agriculteurs de la région. Elle est prééminente dans le pays, et notamment en Catalogne. On recense en octobre 2014 environ 20 000 producteurs et 130 groupes de consommateurs, principalement concentrés le long des côtes et intervenant à une échelle locale.

Se restaurer :

Ce secteur d'activité semble être **relativement développé en Espagne**, avec la présence sur le marché de **plateformes étrangères leaders** (*EatWith*¹¹³, *Cookening*, *Supermarmite* ou *CompartoPlato*), **qui cohabitent avec des acteurs espagnols** comme *Kitchen Party*¹¹⁴ ou encore *Cook Flat*¹¹⁵.

L'Espagne se caractérise également par l'organisation **d'évènements culinaires chez des particuliers ou dans des restaurants** par des plateformes *Social Eaters*¹¹⁶, qui regroupent des inconnus pour apprendre à cuisiner. Cette initiative participe également à la recréation du lien social dans les quartiers et les villes.

En ce qui concerne les achats groupés, *Groupon*, qui est présent dans les différents pays d'étude, semble exercer également en Espagne un « monopole ». Cela s'explique notamment par la nécessité d'atteindre une taille critique pour inspirer confiance aux professionnels et nouer des partenariats. De plus, les candidats entrepreneurs désireux de développer une initiative similaire peuvent être freinés par le fait que ce modèle semble atteindre les limites de sa rentabilité.

S'équiper :

Ce secteur d'activité est marqué par une **forte hétérogénéité** des acteurs ainsi que par une importante diversité des biens proposés. En effet, de nombreuses plateformes existent et mettent en avant le don, l'échange, la revente.

Certaines plateformes sont transversales et permettent de louer ou vendre tout type d'objet, comme *Segundamano*¹¹⁷, l'équivalent du *Bon Coin* en Espagne alors que **d'autres plateformes se sont spécialisées dans certains types d'objets**, comme *Maconverter*¹¹⁸ qui permet de revendre du matériel Mac ; comme *Pikeando*¹¹⁹ qui permet de revendre des meubles Ikea, etc.

La plupart de ces plateformes sont espagnoles mais elles cohabitent avec des plateformes étrangères qu'on retrouve dans tous les autres pays de l'étude, comme *Ebay* ou *Hall St*.

Ces modèles présentent une **certaine prédominance du don et de la revente**, et témoignent également de la tendance du *Do it yourself*.

¹¹² <http://www.ecoagricultor.com/>, plateforme d'achat groupé de produits agricoles

¹¹³ <http://www.eatwith.com/>, plateforme de repas participatifs entre particuliers

¹¹⁴ <http://www.kitchenparty.org/en/>, plateforme de repas participatifs entre particuliers

¹¹⁵ <http://www.cookflat.com/>, plateforme de repas participatifs entre particuliers

¹¹⁶ <http://socialeaters.com/events/search>, organisations d'évènements culinaires participatifs

¹¹⁷ <http://www.segundamano.es/>, plateforme de vente de biens

¹¹⁸ <http://www.maconverter.net/>, plateforme de vente de matériel Mac

¹¹⁹ <http://www.pikeando.com/es/>, plateforme de vente de produits Ikea

Un exemple de plateformes qui symbolise la spécialisation des plateformes : Pikeando



Pikeando : *Pikeando* est une plateforme, indépendante d'Ikea, qui propose aux particuliers partout en Espagne de revendre les meubles de cette marque.

L'existence de ce type de plateformes montre que la consommation collaborative a pénétré de nombreux sous segments du secteur de l'équipement et qu'une **tendance forte est à la spécialisation vers des sous segments ou vers des marques.**

S'habiller :

Ce secteur d'activité est également marqué par l'**hétérogénéité des initiatives**, notamment en ce qui concerne la nature mais aussi la gamme des vêtements amenés à être loués, échangés, donnés ou vendus. On retrouve des plateformes qui proposent de louer des **vêtements haut de gamme** pour des événements spéciaux comme *ArmarioCompartido*¹²⁰, des plateformes spécialisées dans le **don de d'accessoires pour bébés ou enfants** comme *los bebes*¹²¹. Un exemple unique en son genre, qu'on ne retrouve pas dans les autres pays d'étude, est représenté par la plateforme *Nuptialista*¹²², qui permet de **vendre des tenues de mariage d'occasion** comme des costumes ou des robes. Toutes les occasions et toutes les catégories de la population sont ainsi ciblées. Cette tendance semble plutôt répondre à des considérations économiques.

Un exemple de l'impact de la crise économique sur les comportements : Nuptialista



Nuptialista : *Nuptialista* propose aux femmes de revendre leurs robes de mariées à d'autres sur le point de s'engager. Cette plateforme témoigne du fort impact de la crise économique sur les foyers, obligés pour certains de se séparer de ce type de bien. **La considération économique est en effet la plus importante dans cet acte de revente** (de multiples témoignages sur le site signalent que leur motivation principale a été les difficultés économiques et un besoin d'argent).

Nuptialista tend également à diversifier son action en hébergeant sur son site un blog mode et beauté, à l'intention des femmes sur le point de se marier.

Un exemple de l'hétérogénéité de l'offre sur le secteur s'habiller : Los bebes

Los bebes : *los bebes* est une plateforme qui propose de revendre des accessoires pour bébés. Contrairement aux autres plateformes qui peuvent exister dans les autres pays étudiés et qui suivent le même concept, *los bebes* ne se restreint pas aux vêtements mais propose une gamme complète d'accessoires, de la tétine à la poussette.

Se financer :

Le financement participatif est particulièrement développé et influent en Espagne, en raison notamment d'une opinion très négative du système bancaire conventionnel de la part de la

¹²⁰ <http://www.armariocompartido.es/>, plateforme de vente de vêtements de seconde main


¹²¹ <http://www.losbebes.org/>, plateforme de vente de vêtements et accessoires d'enfants

¹²² <http://nuptialista.com/>, plateforme de vente de robes et accessoires de mariage

population espagnole (crise de confiance), ainsi qu'une difficulté d'accès au secteur bancaire. Ce dernier est en effet impliqué dans la crise et l'effondrement de certains secteurs économiques (bulles immobilière, crédits *subprimes*, etc.), et a dû bénéficier de mesures exceptionnelles de la part de l'Union européenne (aide de 100 milliards €¹²³ apportée en 2012) et du gouvernement espagnol (modification de la constitution pour avoir un cadre légal permettant une intervention directe du gouvernement auprès du système bancaire, ce que la constitution empêchait auparavant).

De nombreuses plateformes espagnoles¹²⁴ de premier plan comme *Comunitae*¹²⁵, *Lanzanos*¹²⁶ ou *Kantox*¹²⁷ se sont ainsi développées en Espagne comme alternatives au système conventionnel. Leur influence est conséquente : *Lanzanos* a par exemple financé en 2012 une moyenne de 35 projets par semaine et a levé depuis sa création 1 million d'euros. Au-delà de ces champions nationaux, le secteur reste ouvert aux plateformes internationales d'envergure comme *Kickstarter*¹²⁸ ou *Trustbuddy*¹²⁹.

Un exemple de plateforme de financement collaboratif qui se rapproche des modèles conventionnels : Kantox

 **Kantox** : cette plateforme, créée en 2011 à Barcelone, est spécialisée dans l'échange de devises en dehors du système bancaire. La place de marché en ligne de *Kantox* permet aux clients de convertir leurs devises étrangères et de réaliser des paiements internationaux de manière transparente et économique. Contrairement aux banques et aux courtiers, *Kantox* donne accès à ses clients aux taux *mid-market*¹³⁰ en temps réel, garantissant que le taux de change n'est jamais manipulé. En 2013, 300 millions de dollars ont ainsi été échangés sur la plateforme entre particuliers mais surtout entre entreprises. *Kantox* s'est fixé l'objectif de 1 milliard de dollars de transactions pour l'année 2014.

Le parcours de *Kantox* illustre l'évolution dans le temps de certains modèles économiques de la consommation collaborative ; **conçus et pensés pour représenter des alternatives au système dominant et qui finissent par être totalement intégré à ce dernier**. Créée par un Français entre Londres et Barcelone, *Kantox* avait à l'origine pour but de proposer une alternative au monde bancaire à destination des PME qui souhaitent se procurer des devises étrangères. L'entreprise a cependant décidé en 2013 de concentrer toutes ses activités à Londres, en plein cœur de la City pour être plus proche des acteurs de la finance. Ses clients sont devenus des multinationales et des entreprises affichant plusieurs dizaines ou centaines de millions d'euros de chiffre d'affaires.

La page d'accueil de *Kantox* semble bien traduire sa « réorientation » vers le secteur conventionnel, avec une vision de la City sur la page d'accueil, centre financier mondial de référence, et la présentation des taux *mid markets*, utilisés par les acteurs conventionnels du change.

¹²³ Le Figaro, 2012, 5 questions sur le plan de sauvetage de l'Espagne

¹²⁴ En 2012, l'Espagne comptait 46 plateformes de financement participatif, au premier rang des nations, selon le Fonds des Médias du Canada

CF Figure 2 : Fonds des Médias du Canada

¹²⁵ <https://www.comunitae.com/>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans le prêt

¹²⁶ <http://www.lanzanos.com/>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans le don

¹²⁷ <http://kantox.com/fr>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans l'échange de devises

¹²⁸ <https://www.kickstarter.com/>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans le don, originaire des États-Unis

¹²⁹ <https://www.trustbuddy.com/en/>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans le prêt, originaire de Suède

¹³⁰ Il s'agit d'une moyenne entre le prix de vente et le prix d'achat d'une devise sur le marché. Les prix varient chaque seconde

Se faire aider et apprendre :

L'Espagne accueille de **nombreuses initiatives en matière d'échange ou de prestation de services**, comprenant aussi bien des services à la personne que des ateliers de réparation où la mise en ligne de tutoriels et de vidéos pour partager ses connaissances.

Le marché semble en pleine expansion, avec une multiplication des initiatives au niveau strictement local (quartier, commune, etc.) et national. Ce dynamisme peut en partie être relié à l'augmentation du taux de chômage du pays (+26% en 2014). **De plus en plus de services réalisés par des particuliers peuvent constituer par ailleurs une activité à part entière, qui permet d'apporter un complément de revenus à des foyers en situation difficile.** Par exemple, de nombreuses femmes sans emploi proposent leurs services de garde d'enfants, de ménage et repassage, contre une rémunération, parfois relativement faible.

Un exemple de complexité de réseau d'entraide collaborative : Sinergia 360



Sinergia 360¹³¹ : *Sinergia 360* est à la fois une coopérative de travail, un réseau social et une plateforme de vente. Les membres de ce réseau y proposent des produits ou des services dont la valeur est étalonnée et appréciée sous forme de monnaie virtuelle, les eQ.

Cette initiative est bâtie autour du concept **d'économie synergétique¹³²**, qui combine différentes pratiques d'économie sociale et solidaire. *Sinergia 360* développe ainsi un système économique alternatif qui **redéfinit le concept de valeur** autour du troc et met à disposition du réseau l'ensemble des biens mais aussi des compétences, savoir-faire des individus

Entreprises conventionnelles :

¹³¹ <https://www.sinergia-360.com/>, réseau d'entraide collaborative

¹³² Économie qui place les synergies au centre de son modèle. Les synergies peuvent être créées lors d'un rapprochement entre deux entreprises et correspondent à la valeur ajoutée par l'opération de rapprochement.

Le dynamisme des plateformes espagnoles de consommation collaborative ainsi que leurs efforts d'internationalisation apparaissent comme autant de menaces et d'opportunités pour les entreprises conventionnelles des différents secteurs.

Dans les secteurs de la mobilité et de l'hébergement en particulier, les entreprises conventionnelles se sentent menacées et tentent d'empêcher le développement des acteurs de la consommation collaborative en faisant pression sur les gouvernements locaux, comme en Catalogne, pour réglementer ou interdire si possible les plateformes d'hébergement collaboratif.

Si les critiques proviennent en priorité des entreprises conventionnelles concurrencées par ces services, d'autres entreprises conventionnelles, ayant des activités le plus souvent dans d'autres secteurs, sont cependant les premiers financeurs de l'internationalisation de ces nouveaux acteurs. Des entreprises ont en effet utilisé les plateformes de financement participatif pour participer aux levées de fonds émises par les nouvelles startups. Par exemple, *Cabify* a reçu 1.6 millions de dollars de la part d'investisseurs de la Silicon Valley pour accroître son développement. *Kantox* a, lui, reçu 1 million de dollars de la part d'acteurs de la City. L'application mobile *Wallabe*, qui permet l'envoi d'argent entre particuliers, vient de remporter l'hackatlon organisé par Banco Sabadell et Barcelone Mobile World Capital¹³³.

3.2.2. Quel soutien des pouvoirs publics ?

En Espagne plus fortement qu'ailleurs, du fait de la maturité du marché, certains secteurs de l'économie collaborative font l'objet d'une méfiance de la part des secteurs conventionnels.

Se loger

C'est notamment le cas du **secteur touristique**, pilier de l'économie espagnole¹³⁴, dont **les acteurs conventionnels ont demandé au gouvernement de réguler l'activité des plateformes collaboratives**, étant donné l'impact négatif supposé sur le tourisme conventionnel. En effet, En 2013, selon les informations publiées par Frontur (l'Institut d'Études Touristiques), 37% des touristes étrangers en Espagne louent un logement non hôtelier, ce qui représente une croissance de 8,6% de ce mode de tourisme et un manque à gagner fiscal pour l'État estimé à 3 milliards de dollars / an d'impôts.

Comme l'explique Francisco Aranda, Président de la délégation « Travail » du CEIM-CEOE (Confédération d'entreprises à Madrid), une partie des acteurs conventionnels considère que *« ce que l'on appelle économie collaborative est dans la plupart des cas de la piraterie »*. Selon M. Aranda, derrière une certaine idée du partage et de la communautarisation des biens se cache **un phénomène d'insoumission fiscale, d'absence des droits et garanties pour les consommateurs et une concurrence déloyale pour les professionnels.**

Sous la pression des organisations professionnelles, **l'État a demandé aux Communautés autonomes de réguler l'activité de certaines plateformes d'hébergement participatif** comme *Airbnb*. **La Catalogne** a été la première à établir, en novembre 2012, certaines normes pour ce type de location touristique sous peine d'amendes :

- Les périodes de location ne doivent pas être inférieures à 30 jours ;
- Les chambres individuelles ne peuvent pas être louées ;

¹³³ <http://www.finextra.com/news/announcement.aspx?pressreleaseid=57165&topic=payments>

¹³⁴ Ce secteur représente 12% du PIB

- Des taxes sont imposées aux propriétaires, à l'image de celles qui sont imposées au secteur hôtelier¹³⁵.

La Catalogne a ainsi imposé cette année 530 000€ d'amendes à des particuliers qui louaient des résidences de vacances et leurs appartements sans respecter la législation en vigueur. De plus, en juillet dernier, la Catalogne a été la première entité européenne à imposer une amende de 30 000€ à *Airbnb* pour location d'appartements touristiques illégaux¹³⁶. Elle a également initié un processus visant à l'interdiction de la plateforme en Catalogne.

À noter que la position des pouvoirs publics est **majoritairement soutenue et même demandée par une partie des habitants**, principalement des Barcelonais¹³⁷, qui se plaignent des touristes et de leurs comportements indécents dans les rues de leur ville, et qui demandent à la municipalité de prendre des mesures punitives. Une vision selon laquelle le développement de la consommation collaborative peut aussi s'accompagner de nuisances à prendre en compte.

Se déplacer

Sous la pression de *Fenebus*, la Fédération nationale des transporteurs espagnols, le ministère du Développement et de l'Économie s'est intéressé en 2014 aux activités de *Cabify*, *Blablacar* et *Uber*, en leur envoyant un document administratif leur demandant de **préciser les conditions exactes de leur mode de financement**, considérant que les entreprises ne répondaient pas aux législations en vigueur et qu'elles occasionnaient une concurrence déloyale pour les professionnels.

Se financer

Enfin, sous la pression du milieu bancaire, le gouvernement a publié une **nouvelle régulation plus stricte concernant le financement participatif**. Un particulier ne pourra désormais investir plus de 3 000 € par projet et ne pourra pas dépenser plus de 6 000 €/ an / plateforme.

Face à ces attaques, certains groupes d'habitants, notamment en Catalogne et à Barcelone, ont demandé aux autorités locales de revenir sur la législation prise pour contrer *Airbnb* et les plateformes d'hébergement participatif. Une pétition a notamment été lancée via *Change.org*¹³⁸ à l'intention de la mairie de Barcelone et des manifestations se sont tenues dans les rues de Barcelone. **Cette « contre-attaque » de l'économie collaborative se joue également sur le terrain des médias**. Certaines entreprises collaboratives (*Airbnb* notamment) ont produit un documentaire à visée pédagogique sur leur écosystème, afin de présenter l'économie collaborative au grand public et de rallier un maximum de soutiens.

¹³⁵ La taxe de séjour représente, pour les appartements à Barcelone, 0,72 € par personne et par nuit (TVA incluse) et pour les appartements dans le reste de la Catalogne, 0,50 € par personne par nuit (TVA incluse)

¹³⁶ <http://www.consumocolaborativo.com/2014/07/08/la-multa-de-30-000e-de-la-generalitat-a-airbnb-recrudece-la-batalla-legal-del-consumo-colaborativo/>

¹³⁷ <http://www.lefigaro.fr/international/2014/08/25/01003-20140825ARTFIG00182-barcelone-les-habitants-ulceres-par-les-exces-des-jeunes-touristes.php>

¹³⁸ *Change.org* est une plateforme permettant à tout citoyen de lancer une pétition pour faire connaître une thématique qu'il considère comme importante

Dans cette partie ayant pour objet l'état de la consommation collaborative en Espagne, les plateformes suivantes ont été citées en exemple :

<p>Se déplacer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amovens - Blablacar - BoatBureau Cabify - ChangeYourFlight - ComparteTren - JoinupTaxi - Uber (USA) - Zipcar (USA) 	<p>Se divertir :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nomaders 	<p>S'habiller :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Armario Compartido - Los bebes - Nuptialista
<p>Transporter/stocker des biens :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Piggybee (Belgique) 	<p>S'alimenter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - CompartoPlato - Cookening - EatWith (Israël) - ECO Agricultor - Groupon (USA) - Kitchen Party - Social Eaters - Supermarmite 	<p>Se financer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunitae - Kantox - Kickstarter (USA) - Lanzanos - Trustbuddy (Suède)
<p>Se loger :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Airbnb (USA) - Alterkeys - Bedycasa - Knok - MyTwinPlace - OnlyAppartments 	<p>S'équiper :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ebay (USA) - Hall St (USA) - Maconverter - Pikeando - Segundamano 	<p>Se faire aider et apprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etece - Floqq - Sinergia 360 - Taskrabbit (USA) - Uolala

3.3. BRÉSIL

3.3.1. Marché de la consommation collaborative

3.3.1.1. Description de la consommation collaborative

La consommation collaborative est un phénomène très récent au Brésil. C'est en 2011 qu'ont été initiées les premières initiatives d'envergure, des portails internet permettant de mettre en relation les particuliers pour l'échange ou la vente de biens et de services : *DescolaAi*¹³⁹ et *BuscaLa*¹⁴⁰.

La consommation collaborative est ainsi moins développée au Brésil qu'en Amérique du Nord ou en Europe. A titre d'exemple, **sur le secteur du financement participatif, les Etats-Unis et l'Europe occidentale concentraient en 2012, 99% des projets qui avaient réussi à être financés**¹⁴¹. **Dans ce secteur d'activité, le Brésil apparaissait donc comme un acteur marginal, face à d'autres zones géographiques.** Un second exemple est le fait que **certains secteurs de la consommation collaborative semblent inexistant au Brésil**, comme par exemple la location de voitures entre particuliers.

Plusieurs facteurs explicatifs peuvent être mis en avant, parmi lesquels la relative méfiance de la population brésilienne envers la fiabilité et la sécurité des plateformes collaboratives.¹⁴² Un autre frein est d'aspect culturel : les Brésiliens accordent de l'importance au sentiment de propriété et il existe une forme de valorisation sociale par la possession¹⁴³.

Le pays dispose cependant de facteurs qui pourraient favoriser une expansion rapide du phénomène et combler ainsi ce relatif « retard ».

La société brésilienne est tout d'abord marquée par une **forte tradition d'économie solidaire**, caractérisée principalement par un développement de pratiques de coopération et de partage. Cette tradition est ancrée dans les racines de la société, puisque les civilisations pré-colombiennes utilisaient déjà des modes de consommation et de fonctionnement qui rappellent certaines caractéristiques de la consommation collaborative moderne.

La *Maloka*, une maison commune où les tribus d'Amazonie partageaient leurs lieux et instruments de travail, n'est pas sans rappeler les espaces modernes de coworking.

Le *Mutirao*, expression utilisée par ces mêmes tribus, fait référence à un système de construction d'habitats participatifs où chacun offrait et bénéficiait d'une aide dans un système rotatif et non hiérarchisé.

Plus récemment, le Brésil a connu une période « d'âge d'or » en matière de développement d'initiatives d'économie solidaire que l'on peut dater de la fin des années 1990, lors de la libéralisation des marchés des capitaux¹⁴⁴ qui, associée au programme gouvernemental alors mis en

¹³⁹ <http://www.descolaii.com/>, plateforme de vente de biens entre particuliers

¹⁴⁰ Eco-sítio, 2013, *Consumo Colaborativo la experiencia de Brasil*

¹⁴¹ Cf Figure 1: Fonds des Médias du Canada 2012

¹⁴² Cenários de Consumo colaborativo no Brasil para 2022 qui determine 2 scénarios pour le développement futur de la consommation collaborative au Brésil : un développement fulgurant si la population s'approprie le concept ou un second rôle au niveau international dans le cas contraire.

<http://fr.slideshare.net/Inovacao/cenrios-do-consumo-colaborativo-no-brasil-para-2022>

¹⁴³ Yes, We also Can! O Desenvolvimento de Iniciativas de Consumo Colaborativo no Brasil; http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_ESO968.pdf

¹⁴⁴ Shareable, 2013, Brazil blossoms as Solidarity Economy Beacon

œuvre, ont entraîné une forte diminution du PIB par habitant (- 8,3 %) ainsi qu'une réduction des crédits alloués aux programmes anti-pauvreté¹⁴⁵.

La dégradation de la situation économique et sociale a poussé en 2003 le Ministère du Travail, à créer le FBES (Forum Brésilien de l'Économie Solidaire) et le SENAES (Secretariat National d'Économie Solidaire), dont le but était de mettre en valeur les mesures politiques prises dans le domaine de l'économie solidaire. Cette dynamique a ensuite été portée au sein des différents États et villes du Brésil par des agents fédéraux, représentant l'État central au sein des différentes provinces, dont la mission était de connaître les perspectives locales, d'articuler les différents acteurs existants (pouvoirs publics, société civile, entreprises) en plus d'animer et d'appuyer la création d'espaces collectifs de discussion visant à appuyer les territoires et communautés dans leur recherche de solutions par le biais du programme d'économie solidaire. On recense aujourd'hui Brésil 120 forums locaux de l'économie solidaire et 27 forums régionaux.

Depuis le début des années 2010, le Brésil assiste à un regain de vigueur des initiatives de consommation collaborative en raison des difficultés économiques que traverse le pays : ralentissement de la croissance (le taux de croissance du PIB, qui s'élevait à 7,5% en 2010, est tombé à 0,9% en 2012), persistance des inégalités¹⁴⁶ et ralentissement de la progression du pouvoir d'achat et des transferts sociaux (qui provoque chez les Brésiliens le sentiment d'une augmentation des prix de manière plus sensible que celle qui existe réellement).

En parallèle, l'émergence d'une classe moyenne dans le pays durant les années 2010 s'est accompagnée d'une démocratisation des NTIC, ce qui renforce le potentiel d'accès et de diffusion de la consommation collaborative au Brésil. Les nouvelles technologies sont utilisées **par les urbains et les jeunes pour repenser leur espace social et sociétal, promouvoir de nouvelles idées et les partager**, plus fortement que pour les autres catégories de population¹⁴⁷. Une étude de l'Association Nationale de Post-Graduation et de Recherches dans le secteur des Affaires (ANPAD), parue en 2012 et réalisée avec plus de 1 700 jeunes brésiliens,¹⁴⁸ souligne que la jeune génération brésilienne (18-24 ans) est la première qui a grandi connectée et intégrée au reste du monde à partir d'internet et des réseaux sociaux. Cette génération adopte des discours plus conscients et responsables que ses prédécesseurs, et l'action collective est au cœur de son fonctionnement. Les résultats montrent notamment que 77% des sondés sont d'accord avec l'idée selon laquelle leur bien-être dépend du bien-être de la société dans laquelle ils vivent, et que 74% se sentent dans l'obligation de faire « quelque chose pour le collectif » dans leur quotidien.

Enfin l'organisation, au Brésil, d'évènements internationaux ultra-médiatisés et touristiques (Coupe du monde de football, Jeux olympiques de 2016, etc.), font du pays un marché particulièrement attractif pour des entreprises de consommation collaborative de dimension internationale. OLX, un site d'annonces gratuites en ligne présent dans plus d'une centaine de pays, a ainsi investi dans des campagnes publicitaires au Brésil, tandis que l'agence *Airbnb* s'est implantée sur le territoire cette année.

3.3.1.2. Segmentation de l'analyse

¹⁴⁵ Valéria PERO, "Bolsa Família : une nouvelle génération de programmes sociaux au Brésil", *CERISCOPE Pauvreté*, (Centre d'études et de recherches internationales (CERI) de Sciences Po), 2012 <http://ceriscope.sciences-po.fr/pauvrete/content/part4/bolsa-familia-une-nouvelle-generation-de-programmes-sociaux-au-bresil>

¹⁴⁶ Selon la Banque Mondiale <http://donnees.banquemondiale.org/indicateur/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>

¹⁴⁷ <http://eightsustainability.com/pt-br/collaborative-consumption-and-the-sharing-economy-in-developing-markets-2/>

¹⁴⁸ Yes, We also Can! O Desenvolvimento de Iniciativas de Consumo Colaborativo no Brasil; http://www.anpad.org.br/admin/pdf/2012_ESO968.pdf

Il n'existe pas au Brésil de structuration de la consommation collaborative aussi développée que dans les autres pays de l'étude. En effet, hormis les *think-tanks* comme *Ouishare* ou *Consumo Colaborativo*, la version lusophone de *Collaborative Consumption*, il existe peu d'acteurs structurants locaux. Cependant, en mai 2014 un *Ouishare fest* « improvisé » s'est tenu à Porto Alegre et a réuni 80 acteurs brésiliens de la consommation collaborative. Si ce nombre reste relativement faible par rapport aux autres *Ouishare fests* organisés en Europe¹⁴⁹, il témoigne d'un intérêt grandissant de la population brésilienne et traduit une volonté de se rencontrer et de partager de bonnes pratiques, de s'entraider et de se structurer.

Le *OuiShare Fest POA*, qui s'est tenu à Porto Alegre en mai 2014, a été organisé par Victor Reimann, un acteur impliqué dans les projets portés par *Engage*, un cabinet de conseil et incubateur spécialisé dans l'innovation sociale. Près de 80 acteurs de l'économie collaborative étaient réunis et de nombreux ateliers ont été animés par des membres de plateformes collaboratives comme *Catarse* (cf page 45), *ShootTheShit* (cf page 47), *nos.vc* (cf page 46) etc. sur des thématiques comme le financement participatif, les différents moyens utilisés pour se réapproprier l'espace urbain par les citoyens

Se déplacer :

Le secteur de la mobilité collaborative reste à ce jour peu développé en comparaison de la taille du marché¹⁵⁰ et des problèmes de circulation que connaissent les grandes mégapoles brésiliennes. Le parc automobile de São Paulo s'est en effet agrandi de plus d'1.2 millions de nouvelles automobiles l'année dernière, ce qui fait de la ville l'une des plus congestionnées du continent.

Deux freins principaux se heurtent à l'expansion de systèmes de location de véhicules entre particuliers ou de VTC : **l'insécurité**, encore importante dans le pays¹⁵¹ ; et une **forte régulation** des instances publiques sur certains segments, notamment dans le secteur des transports (cf page 49).

Le marché dispose néanmoins d'un fort potentiel. *Blablacar* a ainsi récemment déclaré que le Brésil était l'un des prochains marchés où la marque allait essayer de s'implanter¹⁵². *Zazcar*¹⁵³, compagnie d'autopartage brésilienne localisée à Sao Paulo, connaît de son côté une croissance régulière depuis 3 ans d'existence : entre 2010 et 2013, le nombre de véhicules été multiplié par 6 et le nombre de clients par 27. Concernant les VTC, la plateforme brésilienne *Zaznu*¹⁵⁴ est aujourd'hui leader à Rio de Janeiro et implantée dans 5 autres capitales d'États brésiliens. Sa position dominante risque cependant d'être remise en question avec l'arrivée d'*Uber*, son équivalent américain, à Rio en mai dernier.

¹⁴⁹ Le *Ouishare fest* de mai 2014 organisé à Paris au Cabaret sauvage a rassemblé 1000 personnes. De septembre à novembre 2013, le *Ouishare Europe Tour* a parcouru 25 villes à travers le continent, dont Varsovie, Bucarest, Londres, et a rassemblé plusieurs milliers de personnes

¹⁵⁰ En 2013, le Brésil comptait 201 millions d'habitants. A titre de comparaison, les États-Unis en comptent 320 millions

¹⁵¹ Le Brésil figure parmi les 20 pays les plus dangereux au monde avec un taux d'homicide de 26 pour 100 000. À titre de comparaison, le taux d'homicide en France est de 1 pour 100 000

¹⁵² <http://startupbrics.com/blablacar-100-millions-international-startupbrics/>

¹⁵³ <http://zazcar.com.br/>, plateforme d'autopartage

¹⁵⁴ <http://www.zaznu.co/en/>, plateforme de VTC

Transporter et stocker des biens :

La plateforme brésilienne *Cabe na Mala*¹⁵⁵, a adopté le même principe que le leader mondial belge *Piggybee*. La plateforme connecte des voyageurs disposant de place dans leurs bagages avec des personnes qui désirent se procurer des produits de l'étranger. Ainsi, les Brésiliens peuvent se procurer un produit de n'importe quel pays du monde et se le faire livrer à domicile par un particulier. Les particuliers se trouvant à l'étranger peuvent également se proposer pour ramener des produits.

À l'image de ce qui existe au Canada (cf page 16), il semble que la tendance soit également au *self-storage* au Brésil. Le stockage entre particuliers ne semble pas être très développé en raison du développement avancé de ce modèle économique.

Se loger :

Le marché brésilien de l'hébergement touristique **subit l'influence d'acteurs internationaux**, en majorité américains et européens. Il existe de nombreuses répliques étrangères du modèle d'*Airbnb* et d'*HomeExchange* à l'image d'*Alterkeys*, *Bedycasa* ou encore *HomeAway*; et peu d'acteurs brésiliens sont présents sur le marché.

Les **récents évènements d'envergure internationale** comme la Coupe du monde de football et les Jeux Olympiques de 2016 ont été perçus par les plateformes internationales comme une **opportunité de développement**. Ils ont en effet généré un tourisme de masse, qui s'est traduit par une forte pression sur les prix de l'immobilier et notamment les locations. Certains loyers ont ainsi été multipliés par quatre, et les biens les plus luxueux se sont loués autour de 25 à 30 000 euros mensuels; provoquant par là-même des tensions auprès de la population locale¹⁵⁶.

Se divertir :

Les acteurs internationaux les plus importants du secteur des activités touristiques se sont implantés au Brésil. De nombreuses plateformes, provenant pour la plupart de pays étrangers, proposent ainsi aux touristes de vivre des expériences fortes avec des locaux (*WWOOF*, *Good Spot*, *Nomaders*, etc.).

Par exemple, la plateforme *Nomaders* propose de développer un tourisme alternatif et responsable, ne se limitant pas aux circuits classiques du pays. Elle met ainsi en relation les étrangers avec certains habitants des quartiers les plus pauvres des villes brésiliennes (les *favelas*). Ce type d'activités touristiques peut être perçu comme une opportunité économique dans ces quartiers.

S'alimenter :

S'approvisionner :

Le Brésil est une grande puissance agricole. L'industrie agroalimentaire représente 1/4 du PNB et 40 % des exportations¹⁵⁷. Le pays est l'un des premiers exportateurs de soja, cannes à sucre, maïs et riz. En effet, la propriété foncière est très inégalement répartie, les grands domaines latifundiaires, proches du complexe agro-industriel, absorbant 96% des surfaces agricoles disponibles quand les *minifundias*, dont la surface est souvent inférieure à 20 hectares, ne représentent que 4% de la surface agricole mais 65% des agriculteurs.

¹⁵⁵ <https://www.cabenamala.com.br/>, plateforme de livraison de colis entre particuliers

¹⁵⁶ <http://www.rfi.fr/ameriques/20140612-coupe-monde-industrie-bresilienne-tourisme-frotte-mains/>

¹⁵⁷ The Washington Post, 2010, *Brazilian scientists turning nation into an agro-power*

La structure de l'agriculture brésilienne rend par conséquent très difficile l'existence de circuits courts.

Malgré ces difficultés, la filière du bio semble se développer au Brésil, en particulier dans les États du sud. Il existe des marchés constitués uniquement de produits bios (*feiras orgânicas*) et on assiste au développement de filières d'achats directs de produits bio entre des groupes de consommateurs (*grupos de consumo*) et des producteurs. Ces différentes initiatives sont recensées et géolocalisées par l'Institut Brésilien de Défense du Consommateur (IDEC) (cf carte ci-dessous). La plateforme *OrganicsNet*¹⁵⁸ propose par ailleurs un magasin virtuel de produits bio pour un réseau de consommateurs.

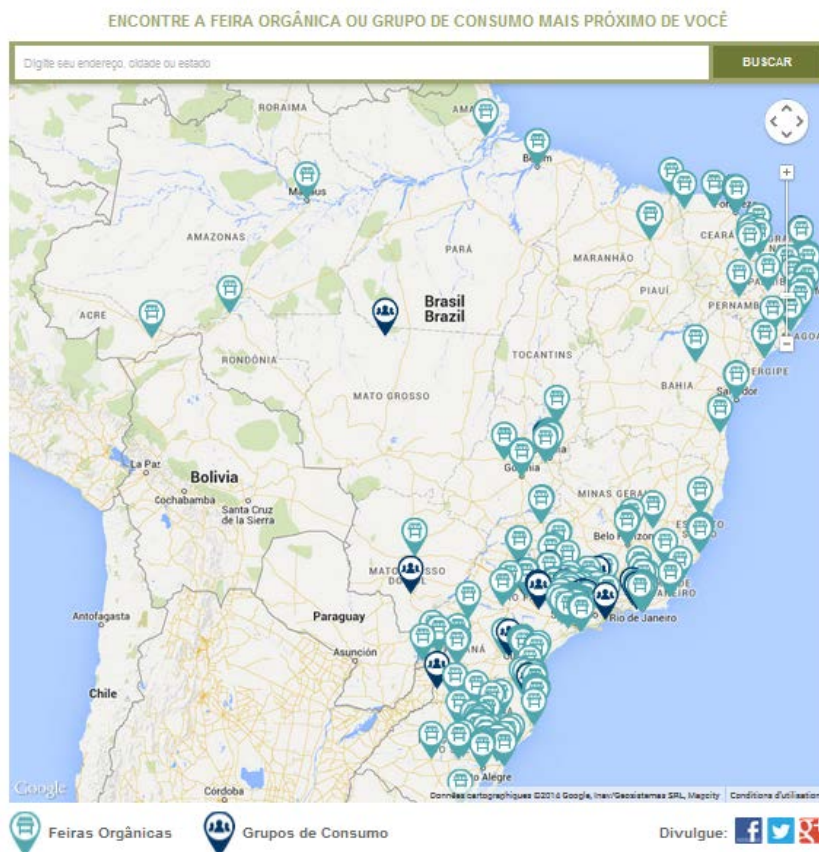


Figure 4: <http://www.idec.org.br/feirasorganicas>

Se restaurer :

Les tendances observées au Brésil semblent être les mêmes que celles observées dans les autres pays de référence. En effet, **des plateformes internationales sont présentes dans les principales villes du Brésil**, à l'exemple de l'israélienne *EatWith*, qui propose de dîner chez et avec des inconnus contre rémunération, ou la plateforme française *Supermarmite* qui permet à des particuliers d'acheter ou de vendre des repas fait maison. Ces plateformes contribuent à renouer un lien social à l'intérieur des villes et à permettre aux consommateurs de bénéficier de produits de bonne qualité.

S'équiper :

¹⁵⁸ <http://www.organicsnet.com.br/>, magasin virtuel de produits bio

Les acteurs internationaux comme *Ebay* ou *Craigslist* sont présents au Brésil. On retrouve également de nombreux acteurs locaux, dont certains de premier plan comme *Descola Ai* ou *BuscaLa*. Ces plateformes sont peu complexes, dans le sens où elles répliquent généralement le modèle d'*Ebay* ou du *Bon Coin* (les particuliers n'ont d'interaction qu'avec l'interface informatique qui leur permet d'acheter ou vendre leurs objets).

On trouve cependant **quelques exceptions de plateformes qui complexifient le modèle classique**, à l'image de *Doatorium*¹⁵⁹ par exemple, qui permet aux particuliers de donner les objets dont ils ne se servent plus, contre une rétribution symbolique, versée à des associations. Autre exception, la plateforme *Tomaládacá*¹⁶⁰ (« enlève ça de là ») qui est spécialement conçue pour la consommation collaborative, et dont le slogan est « Réutilise, Recycle, Réduit, Répare et maintenant Redistribue ». La plateforme propose tous types d'objets (téléphones portables, matériel audio, jeux, instruments de musique, accessoires de voiture, articles pour bébés, etc.) ainsi que des services entre particuliers (ex : cours de soutien).

Un exemple de plateforme innovante sur le segment s'équiper : BuscaLa

BuscaLa : *BuscaLa* est une plateforme d'achat et vente d'objet qui utilise les réseaux sociaux, principalement Facebook et Twitter.

BuscaLá reçoit en moyenne 150 000 visites mensuelles et met à disposition plus de 40 000 produits. À chaque transaction effectuée entre des particuliers, *BuscaLá* prélève 2 reals à chacun (soit 4 reals au total).

Les fondateurs ont pour objectif d'en faire le plus grand site de consommation collaborative du Brésil et misent pour cela sur une communication axée autour des gains économiques et des bénéfices environnementaux. Le site affirme en effet qu'« avec ce portail, tu gagnes de l'argent et tu aides la planète, en évitant que d'autres produits ne soient fabriqués en recourant à l'extraction de nouvelles ressources naturelles¹⁶¹ »

Un exemple de plateforme responsable et solidaire de don : Doatorium

Doatorium : *Doatorium* est une plateforme collaborative qui permet de donner et recevoir des objets. Le donateur peut choisir le destinataire de son don grâce à la lecture de fiches descriptives et justificatives.

Pour chaque don, le donateur peut suggérer un montant symbolique auquel le receveur peut contribuer et qui sera directement reversé à une association. Les participants peuvent ainsi contribuer à des projets sociaux.

Cette plateforme permet également aux utilisateurs de cumuler des « points » à chaque don, qui peuvent être échangés ensuite contre des services entre membres du réseau.

Il semble que le secteur du luxe bénéficie de plateformes qui lui soient dédiées. En effet, la plateforme *BoBags*¹⁶² propose aux particuliers d'acheter ou de louer des accessoires et sacs de luxe

¹⁵⁹ www.doatorium.com.br, plateforme de don d'objets

¹⁶⁰ <http://www.tomaladaca.com.br/index.php>, plateforme de don d'objets et de services entre particuliers

¹⁶¹ En version originale: Com este portal, "você ganha dinheiro e ainda ajuda o planeta, evitando que os outros produtos sejam fabricados mediante a extração de novos recursos naturais"

¹⁶² <http://bobags.com.br/>, plateforme de vente d'accessoires de luxe

pour une période de temps déterminée. Cette plateforme a en outre produit un blog qui se veut une référence des nouvelles tendances de la mode au Brésil.

Un exemple de plateforme collaborative sur le segment du luxe : Bobags



Bobags : *Bobags* est une plateforme de vente et achat de sacs et accessoires de luxe entre particuliers. Ces services sont disponibles à Sao Paulo, Recife, Rio de Janeiro et Porto Alegre.

Le secteur du luxe est un secteur en pleine expansion au Brésil. Le marché du textile, des accessoires, des montres et bijoux de seconde main vaut près de 19 milliards de dollars selon Claudia D'Arpizio, associée de Bain & Company Brésil. Les articles en cuir, qui représentent 4 milliards de dollars parmi ce marché, sont le segment qui croit le plus rapidement.

S'habiller :

Il existe relativement **peu de plateformes spécialisées dans l'échange ou la vente de vêtements entre particuliers au Brésil**. Certaines plateformes comme *Retroca*¹⁶³ proposent certes de revendre entre particuliers des vêtements pour enfants, mais elles sont relativement rares.

Cette absence peut notamment être expliquée par le fait **qu'il existe au Brésil de nombreux magasins de location de vêtements** « professionnels », dans des boutiques physiques ou en ligne.

Se financer :

Bien qu'à l'échelle mondiale le poids du financement collaboratif reste relativement faible au Brésil, il connaît néanmoins une **forte croissance**. De plus en plus de plateformes se développent, dont certaines de premier plan comme *Catarse*¹⁶⁴, une plateforme de financement participatif spécialisée dans les dons.

Les acteurs sont souvent locaux, et relativement peu de plateformes étrangères ont pénétré le marché de la finance participative, hormis *Kickstarter*.

Les projets qui rencontrent le plus de succès au Brésil sont surtout des **projets sociaux et solidaires**, portés par des plateformes comme *Vaquinha social*¹⁶⁵ ou *Comecaki*¹⁶⁶. La persistance des inégalités sociales demeure en effet un défi majeur pour le Brésil. Selon une étude de l'OCDE parue en 2012, les 10 % des Brésiliens les plus riches gagnaient, en 2008, 50 fois plus que les 10 % les plus pauvres, faisant du Brésil le 10^{ème} pays au monde où les inégalités sociales sont les plus marquées¹⁶⁷.

Un exemple de plateforme de financement participatif solidaire : Vaquinha Social

¹⁶³ <http://www.retroca.com.br/>, Plateforme de vente de vêtements pour enfants

¹⁶⁴ <http://catarse.me/pt/projects>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans le don

¹⁶⁵ <http://www.vaquinhasocial.com.br/>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans le don

¹⁶⁶ <http://comecaki.com.br/>, plateforme de financement participatif, spécialisée dans le don

¹⁶⁷ United Nations Development Programme, 2008, Human Development Report



Vaquinha Social : *Vaquinha Social* est le réseau de financement participatif de référence au Brésil. Il a permis à plus de 3200 personnes de lever près de 79 millions de reais pour financer des projets sociaux et solidaires

Par exemple, l'association AMATI est parvenue à collecter les 3000 réais brésiliens nécessaires (1000€) pour agrandir son centre d'accueil pour les enfants des rues. Selon Caritas¹⁶⁸, dix millions d'enfants vivent dans la rue au Brésil, avec comme quotidien, la prostitution, la drogue et les violences policières¹⁶⁹.

Se faire aider et apprendre :

Le marché brésilien se caractérise par la **vitalité des initiatives « sociétales »**. De nombreuses initiatives, à l'image de *Nos Vc*¹⁷⁰ ou encore *Engage* ou *ShootTheShit*¹⁷¹, ont pour but de repenser la ville, partager les savoirs et faire émerger des idées nouvelles, améliorer la situation économique et sociale par des gestes simples (*cf encadrés page 47*).

L'un des paradoxes du marché brésilien pourrait être le **faible succès des plateformes comme *GoWalk***¹⁷² ou *Petroomie*¹⁷³, qui permettent à des propriétaires d'animaux de se rencontrer pour des balades ou pour des services (garde, promenade, etc.).

Le marché des services pour animaux est un marché en pleine expansion au Brésil. Avec 25 millions de chiens et 7 millions de chats en 2012, le pays a assisté à l'explosion de services en tout genre comme des assurances santé animale permettant aux propriétaires d'être remboursés des frais vétérinaires en cas d'accident et/ou de maladie, à hauteur de la formule choisie. Cependant, les services collaboratifs connaissent de leur côté un succès mitigé. En raison de leur fort attachement à leurs animaux, les propriétaires ont en effet des réticences à confier leurs protégés à des inconnus, malgré les mesures parfois draconiennes prises par les plateformes pour assurer la sécurité des animaux : enquêtes de moralité, entretiens de personnalité avec les promeneurs / gardes potentiels ; vérification de leurs profils sur les réseaux sociaux et de leurs casiers judiciaires, possibilité de suivre par GPS le parcours du promeneur de chien, etc.¹⁷⁴

¹⁶⁸ Caritas est une ONG s'inspirant des valeurs de l'Évangile et de l'enseignement de l'Église Catholique, qui répond aux catastrophes, promeut le développement humain intégral et plaide contre la pauvreté et les conflits.

¹⁶⁹ <https://www.caritas.ch/fr/nos-actions/dans-le-monde/enfants/bresil-aide-aux-enfants-des-rues-et-en-danger/>

¹⁷⁰ <http://nos.vc/pt>, plateforme de crowdlearning et d'échange d'expériences

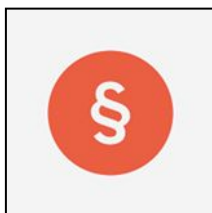
¹⁷¹ <http://cargocollective.com/shoottheshit>, collectif qui organise ateliers et conférence pour repenser l'espace urbain

¹⁷² <http://geolocation.find-my-search.com/en/geolocation-of/gowalk.com.br/>

¹⁷³ <http://www.petroomie.com.br/>, plateforme de garde d'animaux de compagnie

¹⁷⁴ Entretien avec la fondatrice de Petroomie <http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20140613/pode-compartilhar/163310.shtml>

Un exemple de collectif qui permet aux citoyens de se réapproprier l'espace urbain : ShootTheShit



Shoot The Shit : ShootTheShit est un mouvement citoyen qui s'est constitué à Porto Alegre il y a 2 ans. Ce collectif constitué d'entrepreneurs et d'acteurs de la consommation collaborative organise des ateliers et des rencontres dans les villes du Brésil afin de faire émerger des idées nouvelles pour permettre aux citoyens de se réapproprier leurs villes et de devenir des citoyens engagés. Par exemple l'un des derniers ateliers organisés avait pour thème la réalisation de T-shirts pour faire circuler des messages de sensibilisation. Le collectif soutient également l'opération « Que Ônibus Passa Aqui? » qui a pour objectif de recenser les arrêts de bus (souvent non matérialisés) des différentes villes du Brésil.



Un exemple de plateforme qui traduit la volonté des citoyens de participer à la résolutions de problèmes sociaux : Onde Fui Roubado



Onde fui Roubado¹⁷⁵ : cette plateforme se donne pour mission de donner à chacun la possibilité d'enregistrer des plaintes, faire part des délits et forfaits qui se sont déroulés et dont les citoyens ont été témoins ou victimes. Concrètement, les emplacements des crimes et délits sont positionnés sur des cartes afin de déterminer les secteurs à risque. La plateforme tire ensuite des statistiques à partir des témoignages et des données enregistrées (cf visuel ci-dessous).

Cette plateforme répond à une certaine méfiance de la population vis-à-vis de l'exactitude des informations transmises par les autorités concernant la lutte contre l'insécurité dans les grandes villes et notamment dans certains quartiers comme les *favelas*. Ce type de plateforme ambitionne de refléter de façon réaliste la violence au Brésil, avec des statistiques au plus proche de la réalité quand les médias sont suspectés de taire certains aspects.

¹⁷⁵ <http://www.ondefuirobado.com.br/>, plateforme qui permet de recenser les crimes et délits au Brésil

La plateforme propose aux citoyens des différentes villes brésiliennes de positionner sur une carte interactive les emplacements où se sont déroulés les crimes et délits. La plateforme tire ainsi des statistiques qu'elle expose sur sa page d'accueil :



Un exemple d'évolution d'initiative collaborative : Fora do Eixo

Fora do Eixo : cette initiative a la caractéristique d'être en perpétuelle évolution et de faire preuve d'innovation. Permise par le développement des NTIC, motivée par les politiques culturelles menées par Gilberto Gil¹⁷⁶, cette plateforme était pensée à l'origine comme un moyen pour les artistes de s'entraider, via l'échange de services, le prêt d'instruments, et un tremplin d'organisation de festivals indépendants.

Fora do Eixo s'est peu à peu transformée en *think-tank* dans lequel se regroupent des individus qui veulent transformer l'art en vecteur de changement de la société brésilienne.

Cette initiative s'est décentralisée et des maisons *Fora do Eixo* se sont multipliées

Un exemple de la proximité entre les secteurs s'équiper et se faire aider : Win We

Win We¹⁷⁷ : *Win We* est un réseau social qui offre la possibilité aux particuliers d'échanger des services entre membres. Plus le membre diffuse les opportunités que le réseau compte, plus il reçoit de « jobs » (la monnaie du réseau).

La valeur du job est déterminée par les heures travaillées ou le temps passé à rendre le service. La monnaie a également un rôle d'évaluation de l'efficacité de l'utilisateur.

¹⁷⁶ Ministre de la culture de 2003 à 2008. Il a mis en place les programmes *Culture Viva* ou *Cultura digital*

¹⁷⁷ www.winwe.com.br, plateforme d'échanges de services entre particuliers

Entreprises conventionnelles :

Le phénomène de la consommation collaborative est assez récent au Brésil. De plus, **certains secteurs de l'économie sont particulièrement régulés, comme l'énergie, les transports, l'agroalimentaire, ce qui rend difficile l'émergence de modes alternatifs de production et de consommation**¹⁷⁸. De fait, la consommation collaborative ne semble représenter ni un danger ni une opportunité pour l'instant au Brésil pour les entreprises conventionnelles. C'est la raison pour laquelle on n'assiste pas encore à des tentatives d' « appropriation » par le secteur conventionnel des formes de consommation alternative.

3.3.2. Quel soutien des pouvoirs publics ?

Afin de lutter contre la pauvreté et les inégalités socio-économiques et de d'accélérer la croissance, les gouvernements successifs ont modifié la fiscalité du pays¹⁷⁹, notamment en diminuant les impôts sur les ménages, et ont entamé des réformes du secteur bancaire afin de faciliter l'octroi de crédits à la consommation. Ces différentes mesures avaient pour ambition de dynamiser la consommation intérieure afin d'en faire un instrument de croissance économique. Par conséquent, la société brésilienne s'est de plus en plus transformée en quelques années en une société de consommation sur le modèle de celles nord-américaines et européennes¹⁸⁰.

La consommation collaborative ne semble donc pas avoir été perçue par les pouvoirs publics comme un instrument de développement économique plus juste.

Au contraire, et comme évoqué précédemment, les pouvoirs publics mettent en œuvre des mesures assez restrictives pour les activités de consommation collaborative du marché alternatif, et mènent parfois des actions répressives. En juillet 2013, sous la pression des fédérations de transports et au nom de la sécurité des passagers, le gouvernement du Rio Grande do Sul a par exemple mené une opération policière et militaire pour arrêter des dizaines de citoyens qui avaient des activités de VTC dans la ville de Gravatai.

Les acteurs de la consommation collaborative réclament un environnement plus favorable afin de développer le marché. La plateforme *Zazcar* explique par exemple que le gouvernement pourrait prendre des mesures pour faciliter la consommation collaborative :

- En excluant les véhicules d'autopartage du système de *rodizio* des villes (un système de restriction de circulation des voitures) ;
- En réduisant l'impôt local pour les habitations qui accueillent les places de stationnement de ces véhicules.

Ainsi, il semble que les pouvoirs publics brésiliens n'aient pas encore pris la mesure du potentiel de la consommation collaborative, tant pour la population que pour les secteurs économiques conventionnels.

¹⁷⁸ Selon une étude 2013 « Ease of doing business », la Banque Mondiale classait le Brésil à la 130^{ème} place sur 185, du fait de cette régulation

¹⁷⁹ Depuis 2009, le calcul de l'impôt sur le revenu est fait sur un taux d'imposition à cinq paliers : 0%, 7,5%, 15%, 22,5% et 27,5%. Le salaire annuel minimum imposable est actuellement autour de R\$16000. Tout salaire au-dessous de ce plafond n'est donc pas imposable

¹⁸⁰ <http://cumulushelsinki2012.org/cumulushelsinki2012.org/wp-content/uploads/2012/05/Services-for-Sharing-Towards-a-Brazilian-Perspective.pdf>
Dans les 10 dernières années, alors que la population a augmenté de 10%, la vente de voitures neuves a augmenté de 100%

Dans cette partie ayant pour objet l'état de la consommation collaborative au Brésil, les plateformes suivantes ont été citées en exemple :

Se déplacer : <ul style="list-style-type: none"> - Uber (USA) - Zazca - Zaznu 	Se divertir : <ul style="list-style-type: none"> - Good Spot - Nomaders (Espagne) - WWOOF (UK) 	S'habiller : <ul style="list-style-type: none"> - Retroca
Transporter/stocker des biens : <ul style="list-style-type: none"> - Cabe na Mala - Piggybee (Belgique) 	S'alimenter : <ul style="list-style-type: none"> - EatWith (Israël) - Groupon (USA) - Supermarmite 	Se financer : <ul style="list-style-type: none"> - Catarse - Começaki - Kickstarter (USA) - Vaquinha Social
Se loger : <ul style="list-style-type: none"> - Airbnb (USA) - Alterkeys (Espagne) - BedyCasa (France) - HomeExchange (USA) - HomeAway 	S'équiper : <ul style="list-style-type: none"> - Ebay (USA) - CraigList (USA) - Descola Ai - BuscaLa - BoBags - Doatorium 	Se faire aider et apprendre : <ul style="list-style-type: none"> - Engage - Fora do Eixo - GoWalk - Nos Vc - Onde fui roubado - Petroomie - ShootTheShit - Win We

4. ANNEXES

Bibliographie et Webographie

CANADA

Avoka, 2011, *Êtes-vous prêts pour la consommation collaborative* :

<http://blog.akova.ca/2011/01/etes-vous-prets-pour-la-consommation-collaborative/>

Baromètre de la consommation responsable 2013 :

http://consommationresponsable.ca/wp-content/uploads/2013/11/BCR_2013.pdf

Cities for people, 2014, *April Rinne and the collaborative economy Canada tour*:

<http://citiesforpeople.ca/en/blog/news/april-rinne-the-collaborative-economy-canada-tour>

CollaborativeConsumption, 2014, *Collaborative Pioneer: An Inside Interview with Lawrence Alvarez, Co-Founder of the Toronto Tool Librar*:

<http://www.collaborativeconsumption.com/2014/03/11/collaborative-pioneer-an-inside-interview-with-lawrence-alvarez-co-founder-of-the-toronto-tool-library/>

CollaborativeConsumption, 2013, *Rise of the barter economy in Toronto*:

<http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/14/rise-of-the-barter-economy-in-toronto/>

CollaborativeConsumption, 2013, *City Guide Toronto*:

<http://www.collaborativeconsumption.com/2014/02/07/city-guide-toronto/>

Crowdsourcing Industry Report 2012:

<http://www.crowdsourcing.org/editorial/enterprise-crowdsourcing-research-report-by-massolution/11736>

Fonds des Médias du Canada, 2012, *Financement participatif dans un contexte canadien* :

<http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/fr/apropos/publications/financement-participatif-contexte-canadien.pdf>

Le devoir, 2014, *Québec pourrait taxer les utilisateurs d’Airbnb*:

<http://www.ledevoir.com/economie/actualites-economiques/408114/hebergement-illegal-quebec-pourrait-taxer-les-utilisateurs-d-airbnb>

Ontarion Responsible Consumption Index 2012 :

<http://consommationresponsable.ca/wp-content/uploads/2012/10/ORCI2012.pdf>

The Altimeter Research Theme, 2012, *The collaborative economy*:

http://fr.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy?utm_source=slideshow02&utm_medium=ssemail&utm_campaign=share_slideshow_loggedout

The NationalPost, 2013, *From tools to backyards and driveways, Vancouver at forefront of sharing revolution*:

<http://news.nationalpost.com/2013/04/10/from-tools-to-backyards-and-driveways-vancouver-at-forefront-of-sharing-revolution/>

ESPAGNE

A. Caniguer, *Introducción al consumo colaborativo*:

<http://fr.scribd.com/doc/58880914/Introduccion-al-Consumo-Colaborativo>

Alternativas Económicas, 2014, *El consumo colaborativo revoluciona el turismo*

http://www.eldiario.es/alternativaseconomicas/consumo-colaborativo-revoluciona-turismo_6_286681333.html

Cinco Días, 2014, *El consumo colaborativo crece ya a dos dígitos*

http://cincodias.com/cincodias/2014/07/25/economia/1406304942_489083.html

CollaborativeConsumption, 2013, *Collaborative Consumption grows despite crisis in Spain*

<http://www.collaborativeconsumption.com/2013/04/07/investments-in-collaborative-consumption-in-spain-q1-2013/>

CollaborativeConsumption, 2014, *In Spain, National Federation of bus transportation denounces blablacar*

<http://www.collaborativeconsumption.com/2014/03/21/blablacar-denounced-in-spain/>

Consumo Colaborativo, 2014, *La multa de 30000 euros de la Generalitat a Airbnb recrudece la batalla legal del consumo colaborativo*

<http://www.consumocolaborativo.com/2014/07/08/la-multa-de-30-000e-de-la-generalitat-a-airbnb-recrudece-la-batalla-legal-del-consumo-colaborativo/>

Consumo colaborativo, 2014, *Truequers : déjà de comprar y empieza a intercambiar*

<http://www.consumocolaborativo.com/2014/09/09/truequers-deja-de-comprar-y-empieza-a-intercambiar/>

ConsumoColaborativo, *Directorio de proyectos*:

<http://www.consumocolaborativo.com/directorio-de-proyectos/>

Emprendedores, 2014, *Por qué interesa a los emprendedores el consumo colaborativo*

<http://emprendedores.blogs.emprendedores.es/2014/07/28/por-que-interesa-a-los-emprendedores-el-consumo-colaborativo/>

El mundo, 2013, *El boom del consume colaborativo*

<http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/11/economia/1357918514.html>

El País, 2014, *La imparable economía colaborativa*

http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html

Leaners Magazine, 2014, *El futuro nunca estuvo tan presente*

<http://fr.slideshare.net/acanyi/el-futuro-nunca-estuvo-tan-presente-consumo-colaborativo-leaners-magazine>

Le Figaro, 2014, *Barcelone, les habitants ulcérés par les excès des jeunes touristes*
<http://www.lefigaro.fr/international/2014/08/25/01003-20140825ARTFIG00182-barcelone-les-habitants-ulceres-par-les-exces-des-jeunes-touristes.php#>

MujerHoy, 2014, *Compartir es chic*
<http://www.mujerhoy.com/hoy/trabajo/compartir-chic-consumo-colaborativo-823638082014.html>

BRÉSIL

CollaborativeConsumption, 2013, *Ridesharing faces military enforcement in Brazilian cities:*
<http://www.collaborativeconsumption.com/2013/07/18/ridesharing-faces-military-enforcement-in-brazilian-cities/>

Computerworld, 2014, *Plataforma de startup brasileira alcanca mais de 50 países*
<http://computerworld.com.br/tecnologia/2014/01/20/plataforma-de-startup-brasileira-alcanca-mais-de-50-paises/>

Dinheiro, 2014, *Pode compartilhar*
<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/mercado-digital/20140613/pode-compartilhar/163310.shtml>

Eco Sitio, 2013, *Consumo colaborativo, la experiencia de Brasil*
<http://noticias-ambientales-internacionales.blogspot.fr/2013/01/consumo-colaborativo-la-experiencia-de.html>

Eight, 2013, *Collaborative consumption and the sharing economy in developing markets*
<http://eightsustainability.com/pt-br/collaborative-consumption-and-the-sharing-economy-in-developing-markets-2/>

La Croix, 2013, *Au Brésil, les inégalités continuent d'attiser la fronde sociale*
<http://www.la-croix.com/Actualite/Economie-Entreprises/Economie/Au-Bresil-les-inegalites-continuent-d-attiser-la-fronde-sociale-2013-10-18-1045379>

OuiShare, 2014, *Exploring the Brazilian collaborative economy, Ouishare Fest POA*
<http://blog.ouisharefest.com/post/50013718647/exploring-the-brazilian-collaborative-economy-ouishare>

OuiShare, 2012, *Collaborative economy explodes in Latin America*
<http://magazine.ouishare.net/2012/08/collaborative-economy-explosion-latin-america/>

Inventta, 2012, *Cenários do consumo colaborativo no Brasil para 2022*
<http://fr.slideshare.net/Inovacao/cenrios-do-consumo-colaborativo-no-brasil-para-2022>

Los Angeles Times, 2014, *Airbnb uses FIFA World Cup to bring sharing economy to Brazil:*

<http://www.latimes.com/business/la-fi-airbnb-brazil-20140611-story.html>

RFI, 2014, Coupe du monde, l'industrie brésilienne du tourisme se frotte les mains

<http://www.rfi.fr/ameriques/20140612-coupe-monde-industrie-bresilienne-tourisme-frotte-mains/>

Shareable, 2012, *crowdfunding's future in Latin America*:

<http://www.shareable.net/blog/crowdfundings-future-in-latin-america>

Shareable, 2014, *Interviewed: Felipe Altenfelder of Fora do Eixo on Mutualizing Music*

<http://www.shareable.net/blog/interviewed-felipe-altenfelder-of-fora-do-eixo-on-mutualizing-music>

Startup BRICS, 2014, BlaBlaCar lève 100 millions d'US\$ pour s'internationaliser

<http://startupbrics.com/blablacar-100-millions-international-startupbrics/>

Sustenta acoes, 2013, Como o consumo colaborativo pode mudar o mundo

<http://sustentaacoes.blogspot.fr/2013/12/como-o-consumo-colaborativo-pode-mudar.html>

University of Sao Paulo, 2011, Services for sharing: towards a Brazilian Perspective

<http://cumulushelsinki2012.org/cumulushelsinki2012.org/wp-content/uploads/2012/05/Services-for-Sharing-Towards-a-Brazilian-Perspective.pdf>

Crédits photographiques

Couverture (horizontalement de gauche à droite) : © tabadam – Thinkstock ; © KatarzynaBialasiewicz – Thinkstock ;
© Barbara Helgason – Thinkstock ; © Jirsak – Thinkstock ; © Jupiterimages – Thinkstock.

