

MUTATIONS TECHNOLOGIQUES, MUTATIONS SOCIALES

Économie collaborative, économie du partage : quels enjeux pour demain ?

Les avancées numériques et les transformations sociales résultantes ou motrices de ces innovations, suscitent enthousiasmes, débats et controverses, tant sur leur portée que sur les opportunités ou les risques qu'elles recèlent. Pour éclairer ces questions, France Stratégie organise avec l'EHESS et Inria un cycle de débats mensuels *Mutations technologiques, mutations sociales*. Ce cycle propose d'instaurer un dialogue entre experts, suivi d'un débat engagé librement avec des personnalités de la décision publique, de la recherche, du monde associatif ou économique, spécialistes de ces sujets.

La prochaine rencontre, « **Économie collaborative, économie du partage : quels enjeux pour demain ?** », sera introduite par **Frédéric Mazzella, fondateur et président de Blablacar**, et **Marie-Anne Dujarier, maître de conférences à l'université Sorbonne-Nouvelle Paris 3 et chercheure au LISE (Laboratoire interdisciplinaire pour la sociologie économique, UMR CNAM /CNRS)**.

Cette rencontre aura lieu :

Le lundi 14 décembre, de 12h45 à 14h15
Salle Jean-Monnet – France Stratégie
18 rue de Martignac, 75007 Paris

L'économie collaborative s'appuie sur le partage ou la vente entre particuliers de biens, d'équipements ou de services, souvent favorisés par les plateformes numériques. Ces différentes pratiques engendrent des gains monétaires ou non monétaires et permettent de partager les frais d'usage ou d'apporter des revenus complémentaires. Elles entrent parfois en concurrence avec des acteurs installés et posent la question du statut des utilisateurs des plateformes.

Cette séance cherchera à répondre aux grandes questions suivantes :

1. Que recouvrent les termes d'économie collaborative ou d'économie du partage ? Quels sont les points communs et les différences entre les activités développées par Blablacar et celles des autres acteurs de l'économie collaborative ?
2. Quelles sont les perspectives d'évolution de ces activités ? À quelles transformations des comportements individuels et des pratiques sociales répondent-elles ?
3. Quelle est la frontière entre une activité de partage et une activité professionnelle ? Cette frontière est-elle clairement établie ?
4. Faut-il redéfinir la notion de travail avec le développement de ces activités ? De quelle manière ? Quels sont les enjeux de protection sociale des « travailleurs » de ces secteurs ?

MUTATIONS TECHNOLOGIQUES, MUTATIONS SOCIALES

Les intervenants

Frédéric Mazzella découvre le covoiturage alors qu'il est étudiant en informatique à Stanford (Californie), à la fin des années 1990. Après un premier parcours à l'international dans la recherche et le conseil, il se lance en 2006 dans l'entrepreneuriat en créant la société Covoiturage.fr, qui est rebaptisée Blablacar en avril 2013 pour se positionner comme marque internationale.

Blablacar est une plateforme communautaire de covoiturage, proposant ses services dans vingt pays, jusqu'en Pologne et en Russie. L'entreprise, qui compte plus de 20 millions de membres, permet donc aux conducteurs de déclarer des sièges inoccupés dans leurs véhicules et aux passagers de les réserver pour participer aux frais.

Spécialiste des trajets longue distance, soit 330 kilomètres en moyenne pour 20 euros par passager, Blablacar a annoncé en 2015 une levée de 200 millions de dollars, soit 177 millions d'euros. Frédéric Mazzella et son équipe vont ainsi pouvoir accélérer leur stratégie de développement à l'international. Frédéric Mazzella est aussi enseignant universitaire des « Stratégies Internet » à l'Institut d'études politiques de Paris et conférencier sur les thèmes de la mobilité durable, des TIC, des réseaux connectés, de la consommation collaborative, du *big data* et des nouvelles tendances du web.

Marie-Anne Dujarier est sociologue du travail et des organisations, maître de conférences à l'université Sorbonne-Nouvelle Paris 3 et chercheuse au LISE (Laboratoire interdisciplinaire pour la sociologie économique, UMR CNAM /CNRS). Ses recherches portent sur l'encadrement social de l'activité humaine. Ses enquêtes cliniques, qualitatives et quantitatives, dans des grandes organisations privées et publiques rendent compte des transformations du travail des prescripteurs (les dirigeants et les cadres), des dispositifs de « management » qu'ils fabriquent et diffusent (pilotage par les chiffres, évaluation, démarches qualité, coproduction du client, etc.) et de la manière dont les travailleurs et les consommateurs les expérimentent et les transforment. Elle a notamment étudié l'activité des consommateurs dans le capitalisme numérique. Cette *sociologie de l'activité* analyse les faits sociaux saillants de notre société (idéalisation des normes de travail, mise au travail du consommateur, management à distance, rapports sociaux sans relations, capitalisme ludique, économie dite « collaborative »...), en postulant que le travail, loin de n'être qu'un « facteur de production » ou une simple exécution, est une activité : un « faire au monde » aux enjeux matériels, sociaux mais aussi existentiels.

MUTATIONS TECHNOLOGIQUES, MUTATIONS SOCIALES

Chiffres et faits

Quelle est l'ampleur des pratiques de consommation collaborative ?

En 2014, 70 % des internautes français (environ 31 millions de personnes) ont déjà acheté ou vendu sur des sites de mise en relation de particuliers, 19 % ont déjà utilisé un site de réservation d'hébergement et 14 % un site de covoiturage. Près de 5 millions de voyageurs ont séjourné dans un logement loué sur Airbnb en France depuis la création du site, dont 2,5 millions depuis le début de l'année 2015. L'application de covoiturage Blablacar compte 8 millions de membres en France et, avant sa suspension, le service UberPop comptait 10 000 conducteurs inscrits (dont 4 000 actifs la semaine précédente), et 500 000 utilisateurs réguliers.

5,2 % de la population française tire plus de 50 % de son revenu de la consommation collaborative, mais cette proportion atteint 12 % parmi les jeunes (25-34 ans).

À ce jour, les structures relevant directement de la consommation collaborative en France représentent environ 3 000 emplois (l'estimation majorée est de 6 000 emplois), dont 1 000 emplois à temps plein. Les deux-tiers des structures sont situées en Île-de-France.

Comment la loi encadre-t-elle ces pratiques de consommation collaborative ?

Pour le droit du travail, la frontière entre *particulier* et *professionnel* est définie par trois critères (articles L. 8221-3 et L. 8221-4 du code du travail) :

- la récurrence de l'activité ;
- l'intention d'exercer une activité pour subvenir aux besoins ;
- le cas échéant, l'existence d'un lien de subordination.

Les revenus générés par l'activité de particuliers, à partir du moment où elle est habituelle, devraient être taxables à l'impôt sur le revenu au titre des bénéficiaires industriels et commerciaux ou des bénéficiaires non commerciaux, dès le premier euro perçu. Si les revenus sont perçus dans le cadre du régime des auto-entrepreneurs, les bénéfices imposables sont déterminés de manière forfaitaire par l'application d'un abattement à leur chiffre d'affaires.

De la même manière, les prélèvements sociaux sont dus dès lors que l'URSSAF considère que le particulier exerce une activité économique. Il est alors susceptible de relever du régime social des indépendants.

À l'heure actuelle, deux exceptions sont prévues par la loi :

- les ventes d'occasion par un particulier de meubles, d'appareils ménagers et de voitures automobiles ne sont pas imposables, à condition que celles-ci n'aient pas un caractère régulier (article 150 UA du code général des impôts) ;
- le covoiturage est un cas particulier, encadré par le code des transports (article 1231-15 du code des transports) : le conducteur non professionnel n'est soumis à aucune obligation déclarative dès lors qu'il se limite à réaliser une économie sur ses frais de déplacement (Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 12 mars 2013, 11-21.908).