

Les bonnes feuilles : *Le futur de l'économie collaborative*, d'Edouard Dumortier

« Offrir une coupe de printemps à mes haies qui, livrées à elles-mêmes depuis de longs mois, commençaient sérieusement à empiéter sur mon jardin. N'ayant pas de taille-haie, je me suis gaillardement attaqué à mes cyprès avec une cisaille mécanique, sans l'ombre d'un doute sur ma capacité à en venir à bout en quelques dizaines de minutes. À peine une demi-heure plus tard, je devais me rendre à l'évidence : je ne m'en sortirais jamais sans un outil digne de ce nom que, bien sûr, je ne possédais pas. Ma solution passait donc inévitablement par la case « magasin de bricolage ». Pourtant, ce jour-là, ce réflexe ne m'a semblé ni pertinent, ni évident : pourquoi, me suis-je dit, acheter un taille-haie flambant neuf, qui va me coûter une fortune et que je n'utiliserai qu'une ou deux fois par an ? Ne pourrais-je pas plutôt emprunter le matériel à un voisin, par exemple ? »



Antidoxa - 188 pages - 140 x 210 mm - 16 € - ISBN : 9791037003201 (Edition brochée)

« En modifiant leurs pratiques, il faut comprendre que les consommateurs refusent la capitulation, ils ne renoncent pas à satisfaire leurs besoins, sous prétexte qu'ils n'ont pas les moyens. Ils innovent, trouvent des alternatives et parviennent à leur but. Comme je le disais au début de ce livre, la consommation collaborative ne change pas ce que nous consommons, mais la façon dont nous consommons. »

« L'économie collaborative [...] est l'une des réponses aux limites d'un monde occidental issu de la Renaissance et qui a connu son apogée lors de la période des Trente glorieuses. Elle s'inscrit dans le paradigme plus global d'un changement d'ère civilisationnelle, qui s'opère sans même que nous en ayons conscience et qui va rebattre les cartes à l'échelle planétaire. Elle est le symbole d'une prise de pouvoir des consommateurs, qui se considèrent désormais avant tout comme des citoyens libres, désireux d'être maîtres de leurs choix et d'agir pleinement sur leur destinée. »

« [L'économie collaborative] a le mérite de limiter l'hyperconsommation, tout en permettant de continuer à consommer de façon économique, coresponsable et durable. »

« Réduire la consommation collaborative à une démarche contrainte, impliquant le renoncement de la qualité et du plaisir, est ainsi un contre-sens majeur. »

« Notre mode de vie, bâti sur la surconsommation, le jetable et le gaspillage aboutit à l'épuisement progressif des ressources naturelles de la terre. Or, l'Occident regroupe environ 950 millions d'individus dans son noyau le plus restreint (Europe de l'Ouest, Amérique du Nord, Australie et Nouvelle-Zélande) et autour de 1,6 milliard de personnes en incluant l'Amérique latine. Ce qui revient à dire que les Occidentaux que nous sommes ne représentent qu'entre 12 et 20 % de la population mondiale. Et nous sommes déjà dans l'impasse : il est admis que l'extraction de certaines ressources de la terre, qui pour beaucoup ne sont pas inépuisables, coûtera progressivement plus cher que ce que valent ces ressources elles-mêmes. Il apparaît donc évident que, compte tenu des contraintes énergétiques, notre modèle occidental ne pourra, en aucun cas, se généraliser à l'échelle de la planète. Le nivellement se fera donc inexorablement par le bas et l'Occident devra, de gré ou de force, remettre en cause son mode de consommation débridé. »

« 67 % des Français estiment qu'il faut « complètement revoir notre système économique et sortir du mythe de la croissance infinie ». Ils n'étaient que 30 % à le penser en 2017. »

"À l'heure où nous sommes tous confinés à domicile, nous intégrons que notre salut vient du Local et des circuits courts. Nous prenons conscience, non sans états d'âme à leur égard, de leur rôle indispensable dans la société. Comme un symbole, la vente de poules pondeuses auprès des particuliers explose et aurait augmenté de 50 % par rapport à l'année dernière, à la même époque. »

« En prônant une consommation durable, basée sur le partage et la mutualisation des biens, l'économie collaborative est l'antidote à la surconsommation débridée, dans laquelle la durée de vie des biens de consommation limitée dans le temps (la fameuse obsolescence programmée, que symbolise à merveille le renouvellement perpétuel des gammes de smartphones) et le gaspillage sont la norme. Quand on sait qu'une perceuse est utilisée, en moyenne, 12 minutes en tout et pour tout dans « sa vie de perceuse », on prend conscience de l'aberration du système. Est-il pertinent que chacun d'entre nous possède autant d'objets, notamment lorsque leur capacité d'usage est si faible ? »

« L'économie collaborative apparaît comme une opportunité de taille, qui permet d'apporter réponse à ces enjeux majeurs de société, en plaçant la relation humaine au cœur du modèle. Là encore, la crise du coronavirus, en recentrant l'Humain sur ses fondamentaux, a ceci de vertueux qu'elle met en exergue ce que celui-ci a de meilleur. Sur AlloVoisins, nous avons été les témoins privilégiés de ces élans spontanés de solidarité et d'entraide, qui sont apparus partout en France. Ces mouvements, qui s'opéraient dans la plus grande générosité, permettaient par exemple aux soignants d'être nourris ou logés gracieusement par la population. Les anciens étaient veillés par leurs voisins qui s'assuraient qu'ils ne manquaient de rien ou encore les attestations de sortie étaient imprimées et distribuées à ceux qui n'avaient pas d'outil informatique. Ces anecdotes (qui en réalité sont loin d'être anecdotiques), sont autant de motifs d'espoir, dont nous devons nous souvenir lorsque l'heure du bilan de cette pandémie aura sonné. »

« Tout devient réuni pour que l'économie collaborative suscite la pleine adhésion du consommateur. D'une démarche contrainte, basée sur le « je n'ai pas le choix », on bascule progressivement vers une démarche d'adhésion revendiquée, qui en devient même militante et ambassadrice. »

« À mon sens, l'offre des entreprises va considérablement évoluer et, à terme, subsisteront deux modèles distincts qui cohabiteront, mais entre lesquels un fossé va inexorablement se creuser. D'un côté, nous aurons les biens technologiques, le haut de gamme et le luxe. Dans ce segment, ce sont les moyens consacrés à la R&D, l'avant-gardisme, la performance, mais aussi la noblesse des matériaux, qui feront la différence, ainsi qu'une qualité de service irréprochable. Ici, la consommation relèvera sans doute de la passion ou d'un choix existentiel, traduisant l'affirmation d'un statut social, d'un positionnement dans la société. Par essence, ce segment élitiste sera peu accessible aux nouveaux acteurs, car nécessitant de pouvoir capitaliser sur l'expérience et le savoir-faire métier. [...] De l'autre côté, c'est la valeur d'usage qui primera. Ici, le choix du consommateur sera dicté par la recherche de la solution répondant le plus efficacement possible à son besoin, au meilleur coût. La marque, le statut social seront des notions totalement accessoires, pour ne pas dire superflues. L'achat neuf subsistera, mais ne sera que l'une des options possibles pour satisfaire un besoin, mêlé aux pratiques collaboratives qui seront la norme (achat d'occasion, achat collectif, location, prêt, services...). »

« L'économie collaborative refond, en profondeur, la notion de besoin (au sens marketing du terme). [...] Il y a vingt ans, lorsque j'avais besoin de tailler ma haie, je me rendais dans un

magasin de bricolage pour acheter un taille-haie. Bien conscient que je m'en servais, tout au plus, deux fois dans l'année, je n'avais cependant pas d'autre possibilité pour entretenir ma haie. Sont arrivés eBay, puis Le Bon Coin. D'un coup, j'ai eu le choix entre acheter mon taille-haie neuf ou d'occasion. Une première brèche s'est alors opérée dans mes réflexes consommatoires de toujours, m'invitant à réfléchir au sens de tout acheter neuf. Puis sont arrivées les plateformes de partage et de services, qui m'ont alors suggéré d'emprunter le taille-haie du voisin, voire les bras qui sont au bout du taille-haie du voisin. Le champ des possibles pour répondre à mon besoin s'est de fait considérablement élargi, m'amenant à revoir la nature même de mon besoin. Ce qui a changé, avec l'émergence de l'économie collaborative, c'est qu'il y a vingt ans, j'avais besoin d'un taille-haie, tandis qu'aujourd'hui, j'ai besoin d'une haie taillée. Et ça change tout ! [...] l'économie collaborative n'impacte pas ce que nous consommons, mais bouleverse la façon dont nous le consommons ».

« Je milite pour que chaque Française et chaque Français deviennent automatiquement, à l'âge de 18 ans, autoentrepreneur. Tout comme nous avons tous notre propre numéro de sécurité sociale, nous aurions, sitôt la majorité acquise, notre propre numéro de Siret. Ainsi, chacun serait libre de réaliser et de facturer tout type de prestations ou d'activités rémunérées, de manière légale et vertueuse. »

« La fiscalité des revenus issus de la consommation collaborative [...] est [trop] floue. Le covoiturage, assimilé à du partage de frais, n'est pas imposable, à l'inverse de la location de voiture entre particuliers. On peut revendre sa perceuse sur un site de petites annonces sans être soumis à l'impôt, mais on sera taxé si on la loue à son voisin le temps d'un après-midi de bricolage. Quant au déménagement effectué par des particuliers, il peut être effectué en toute légalité, mais devient strictement interdit si l'intervenant fait usage de sa propre camionnette. [...] Pour plus de lisibilité, je suis favorable à ce que l'ensemble des pratiques collaboratives soient soumises à l'impôt, sans exception. En parallèle, je prône l'instauration d'une franchise fiscale, à hauteur de 3 000 € par an et par personne – ce qu'a déjà mis en œuvre la Belgique où les revenus issus de l'économie collaborative sont exonérés d'impôts à concurrence, par exemple, de 6 250 € pour l'année 2020. »

« L'émergence de l'économie collaborative n'est, dans le contexte que nous connaissons, ni un hasard, ni un effet de mode. Elle est, au contraire, le résultat logique de ce que nous vivons : une tendance de fond. »