

# Newsletter

## Ce qui est à moi, est à toi – Sharing Economy

### Partager, c'est gagner – est-ce bien vrai?

■ Par Elise Gortchacow

Partager plutôt que posséder. Expérimenter, économiser, échanger, se mettre au vert. Voici les slogans de ce qu'on appelle aujourd'hui la Sharing Economy. A l'heure où une nouvelle crise économique et écologique frappe de plein fouet le monde, voilà peut-être un tournant, une révolution dans notre façon de consommer. Mais de quoi s'agit-il exactement ? Précisons tout d'abord que le terme partage (sharing) n'est peut-être pas toujours tout à fait adapté à ces pratiques, c'est pourquoi on parle aussi d'économie collaborative ou consommation collaborative.

L'essor international de ce phénomène est certainement majoritairement dû aux développements des nouvelles technologies de communication comme internet ou les téléphones portables. Ses formes sont si diverses qu'il est aujourd'hui très difficile de la cerner. Sa définition est, telle qu'on la trouve dans l'encyclopédie : « Une activité humaine qui vise à produire de la valeur en commun et qui repose sur de nouvelles formes d'organisation du travail. Elle s'appuie sur une organisation plus horizontale que verticale la mutualisation des biens, des espaces et des outils (l'usage plutôt que la possession), l'organisation des citoyens en "réseau" ou en communautés et généralement l'intermédiation par des plateformes internet. » Cette description reste cependant encore assez vague au vu du nombre impressionnant de systèmes existants qui se prétendent membre de la communauté de l'économie collaborative : prêts, partage, échanges, trocs. Cependant, les réels risques et potentiels que la Sharing Economy peut engendrer sont encore peu connus ce qui rend aujourd'hui des décisions politiques la concernant difficiles à prendre et crée parfois des conflits.

Quels sont ses avantages ? A première vue on pourrait dire :

- Un impact écologique positif
- Un côté social (humain) prononcé
- Un moyen d'augmenter son pouvoir d'achat

Quels sont ses risques ? Sans grande analyse on pourrait imaginer :

- Des pertes d'emplois dans les secteurs dits traditionnels
- Des problèmes de fiscalité
- Une difficulté à assurer et protéger ses utilisateurs et les fournisseurs des services proposés

Une question reste en suspens : comment minimiser les dégâts dans la transition entre notre façon de consommer actuelle et ce nouveau mode de consommation?

Afin de faciliter la compréhension de ce phénomène et d'aider aux décisions politiques, une étude TA-SWISS a été lancée au mois de juin 2016. Suite à une mise au concours, le bureau INFRAS à Zürich a obtenu le mandat. Un des buts de cette étude est de mettre en avant les impacts que l'on peut déjà observer, que ce soit au niveau légal, économique, écologique, technique et social, engendrés par l'Economie Collaborative. Quels sont les chances et les risques qui sont déjà mesurables et quels sont les points d'ombre, les phénomènes encore peu prévisibles ?



Editorial par Lorenz Hess, Conseiller national PBD, BE.

### Un état des lieux clair

Avec l'essor du numérique, des éclaircissements sont nécessaires sur les opportunités et les risques de l'économie du partage. Ce qui constitue, pour les particuliers, de nouveaux secteurs d'activité représente, pour des fournisseurs établis titulaires de licences, des désavantages concurrentiels. Les fournisseurs de plateformes jouissent d'une popularité croissante auprès des consommateurs grâce à leurs prix bas et leurs faibles coûts de transaction. De fait, quelques clics suffisent à dénicher l'appartement de vacances de ses rêves ou à réserver un trajet en «taxi» à prix avantageux. Ce qui se passe ensuite, derrière la porte de l'appartement ou dans l'habitacle de la voiture privée qui fait office de taxi, est moins clair. Bien sûr, les évaluations en ligne de clients (désormais appelés utilisateurs) ont du bon. La question se pose toutefois de savoir si elles peuvent être comparées à des contrôles professionnels des denrées alimentaires ou des concessions pour le transport de personnes.

Le Conseil fédéral n'aborde que partiellement le sujet dans son rapport sur l'économie numérique. En effet, les fournisseurs traditionnels doivent s'annoncer, obtenir des autorisations et passer différents examens prévus par les autorités. Les fournisseurs en ligne, quant à eux, du fait de leur anonymat, échappent à la juridiction des autorités d'exécution et proposent des prestations commerciales sans passer par de laborieuses démarches de certification. La différence de traitement est flagrante.

Un état des lieux clair des risques réels et des potentiels que recèle l'économie du partage est dès lors nécessaire: quels sont les dangers pour les consommateurs? Où y a-t-il des distorsions de la concurrence préjudiciables aux fournisseurs licenciés? Comment réglementer efficacement le secteur? L'étude de TA-SWISS apportera de précieuses réponses à ces questions.



Voici donc en résumé les aspects qui seront traités dans l'étude TA-SWISS :

- Mise en place d'une cartographie et définition de ce qu'on considérera comme Sharing Economy dans l'étude,
- Analyse des comportements psychologiques et socio-économiques engendrés par le développement de la Sharing Economy en Suisse
- Analyse des aspects législatifs et régulateurs de la Sharing Economy
- Mise en avant des chances et risques de la Sharing Economy à travers des études de cas et scénarios
- Recommandations et analyses concernant la Sharing Economy dans le paysage suisse

Les résultats de l'étude seront publiés en janvier 2018.

\* *Elise Gortchacow, Ingénieure micro-technique et collaboratrice scientifique, est responsable de projet chez TA-SWISS.*

## Le projet en bref

Durée  
juin 2016 - janvier 2018

Direction  
Thomas von Stokar, Directeur  
INFRAS, Zurich

Groupe de projet  
Martin Peter, Collaborateur scientifique INFRAS, Zurich  
Prof. Dr. Kurt Pärli, Professeur de droit social privé, Université de Bâle  
Alain Kamm, Manager et Head of Empirical Research, FehrAdvice

Pour en savoir plus  
[www.ta-swiss.ch](http://www.ta-swiss.ch)



## Opportunités des modèles commerciaux fondés sur le numérique

Par René Lisi\*

Jeremy Rifkin écrivait dans l'avant-propos de la troisième édition de son best-seller qu'au moment de la parution de «L'âge de l'accès» en 2000, nous nous situions dans la phase précoce d'une révolution de la communication, qui à l'époque déjà, avait commencé à transformer notre économie, notre façon d'interagir et notre perception du monde. L'individu se voit valorisé lorsqu'il met généreusement de son temps, de son talent et de ses ressources à la disposition d'autrui pour développer ainsi des réseaux mondiaux et optimiser le produit commun. C'est dans ce contexte que s'inscrivent beaucoup des modèles commerciaux fondés sur le numérique qui ont gagné en importance ces dernières années.

Quelques-uns de ces modèles commerciaux sont couramment appelés économie du partage, économie de l'accès, gig economy (économie des petits boulots) ou encore économie collaborative. En quoi ces modèles se démarquent-ils de l'économie traditionnelle?

### Economie collaborative

L'économie collaborative désigne une forme d'économie reposant – contrairement aux institutions centrales – sur des réseaux partagés de personnes et de communautés interconnectées. C'est donc une autre manière de produire, de consommer et d'apprendre. On citera en exemple TechSmith, Airbnb, Kickstarter ou encore Coursera.

### Economie du partage, consommation collaborative et économie de l'accès

L'économie du partage consiste en un modèle économique qui place au centre l'accès plutôt que la propriété, par le biais du partage, de l'échange, du troc ou de la location de biens et de services. Nous consommons autre chose, mais nous consommons aussi et surtout autrement. L'économie du partage compte trois modèles de transactions:

- B2C (le stock appartient à l'entreprise)
- Peer-to-Peer (les biens appartiennent à des particuliers et sont échangés directement)
- B2B/Entreprise (les entreprises peuvent proposer/utiliser des surcapacités moyennant rémunération)

A titre d'exemple, on citera Netflix, Airbnb, Gettable et Hiiti.

Même si l'économie du partage est souvent comparée à une certaine forme d'altruisme, comme le montrent les exemples [foodsharing.de](http://foodsharing.de), [leih-ein-buch.de](http://leih-ein-buch.de) ou [mylittlebigswap.de](http://mylittlebigswap.de), force est de constater qu'il s'agit également d'un modèle de transformation numérique. Un aspect particulièrement intéressant pour les entreprises est l'utilisation optimisée des ressources telles que les locaux ou les biens d'investissement.

Il est particulièrement significatif que les modèles commerciaux de l'économie du partage reposent essentiellement sur des plateformes techniques et permettent donc de trouver dès le premier jour des utilisateurs et des clients dans le monde entier. Pour des entreprises locales, cela signifie qu'à l'avenir, la concurrence ne viendra pas exclusivement du marché local, mais de n'importe où dans le monde.

Les réseaux de pair à pair offrent également la possibilité de rendre accessibles les propres connaissances et compétences, et représentent par conséquent une nouvelle forme de travail et d'acquisition du travail. A titre d'illustration, on citera par exemple [www.99designs.com](http://www.99designs.com) ou [www.fiverr.com](http://www.fiverr.com). C'est une transformation majeure, qui place toutes les entreprises – qu'il s'agisse de grandes compagnies ou de PME – face à des défis tout à fait inédits.

\* René Lisi, Président de l'association Swiss Sharing Economy [www.sharecon.ch](http://www.sharecon.ch) et auteur de «Mission (im)possible – Erfolgreiche Bewältigung der digitalen Transformation für KMUs», est membre du groupe d'experts accompagnant l'étude.



## Je préférerais que les conditions soient avantageuses pour tous!

■ Christine D'Anna-Huber s'entretient avec Christoph Juen

*TA-SWISS: L'hôtellerie est souvent citée en exemple pour décrire comment l'économie du partage remet en question des modèles économiques éprouvés, qui n'ont peut-être subi aucune pression pendant trop longtemps.*

Christoph Juen: Supprimons d'emblée un malentendu: les nuitées dans les Alpes sont en recul depuis la crise monétaire du début des années 1970. D'importants processus d'adaptations structurelles s'en sont suivis dans l'hôtellerie saisonnière. La nouvelle baisse de l'euro a encore aggravé la situation. L'hôtellerie suisse ne se repose donc plus sur ses lauriers depuis longtemps déjà.

*L'immense succès de l'économie du partage représente-t-il une opportunité ou un risque dans ce contexte?*

Le numérique offre globalement différentes opportunités à l'hôtellerie. Les outils informatiques modernes permettent à de plus petits fournisseurs de gagner en visibilité sur Internet et sur les plateformes de réservation. Des hôtels peuvent se présenter sous une même bannière et ainsi mieux pénétrer le marché. Ils peuvent développer un marketing dynamique, viser des effets d'échelle et réaliser des économies de coûts, soit par des achats en commun, soit en se regroupant pour bénéficier d'une meilleure position pour négocier, que ce soit avec les émetteurs de cartes de crédit ou avec les fournisseurs d'électricité. Les offres de l'économie du partage représentent un complément judicieux tant aux offres touristiques qu'aux plateformes de réservation traditionnelles. Elles permettent d'attirer de nouveaux clients et aident une destination à se développer. Il n'y a pas que des jeunes au budget serré qui font des réservations sur Airbnb. Ces visiteurs reviendront sur le lieu avec lequel ils se sont entre-temps familiarisés et qu'ils apprécient, et opteront alors peut-être pour un hôtel à leur goût. Les impulsions de ce type sont profitables pour les destinations et, à long terme, vraisemblablement aussi pour l'hôtellerie classique. Mais cette extension de l'offre soulève toute une série de questions.

*Par exemple?*

D'un côté, avec une offre de lits en hausse et une demande qui stagne, des clients peuvent effectivement être volés aux hôtels. De l'autre, la qualité de l'offre d'hébergement d'une destination touristique doit couvrir tous les niveaux de confort. A ce sujet, Airbnb laisse planer quelques doutes, tandis que les hôtels sont aisément reconnaissables grâce à des systèmes de classification incorruptibles et aux commentaires de ceux qui y ont séjourné. Pour Airbnb ou d'autres plateformes de ce genre, il peut en découler des problèmes de réputation qui se répercuteront sur toute la branche: Les hôteliers doivent par conséquent se demander s'ils souhaitent écouler une partie de leur propre offre de qualité via un autre canal de vente, et si oui, lequel.

*Le numérique a-t-il transformé les attentes des clients?*

Les séjours sont plus courts, de nombreuses réservations se font juste avant le début des vacances, et les marchés sont désormais mondialisés. La composition de la clientèle et donc le comportement d'achat ont également profondément changé. Avec Internet, les clients peuvent désormais se faire à l'avance une idée précise de leur lieu de séjour et de l'offre d'hébergement. Ils veulent des photos, des visites virtuelles, et ne se fient plus comme par le passé aux recommandations de leur agence de voyage, mais prennent le temps de préparer eux-mêmes leurs vacances et font eux-mêmes leurs choix. Un degré de transparence aussi élevé, jamais vu auparavant, éveille des attentes chez les visiteurs. Pour l'hôtellerie, une règle s'applique: Ce qui est montré à l'extérieur – sur Internet – doit vraiment exister à l'intérieur!

*Les plateformes de partage, qui affichent une réussite mondiale sans posséder la moindre chambre, ne pratiquent-elles pas une concurrence déloyale?*

C'est bien là la particularité de ces plateformes: elles mettent en contact l'offre et la demande sans posséder elles-mêmes de chambres, de voitures ou de biens de consommation. Les conditions cadres qui règnent sur ces marchés doivent tou-



Christoph Juen (Dr oec. HSG) a dirigé pendant plus de seize ans hotelleriesuisse, l'association des établissements d'hébergement en Suisse. Il est aujourd'hui membre de conseil d'administration et se consacre à des tâches stratégiques dans la branche du tourisme et de l'hôtellerie et en dehors de celle-ci. Christoph Juen est membre du groupe d'experts interdisciplinaire qui accompagne l'étude de TA-SWISS.

tefois être les mêmes, sinon cela provoque effectivement des distorsions de la concurrence. Bien sûr, au moins en ce qui concerne les aspects fiscaux, les règles devraient être les mêmes pour tous. Ce thème n'est pas nouveau: j'imagine qu'à moyen terme, tous seront sur un pied d'égalité en ce qui concerne les taxes de séjour et de tourisme, l'obligation de s'annoncer, la TVA, les directives d'hygiène et les règles de sécurité, avec les mêmes conditions strictes pour tous. Même si je préférerais que les conditions soient avantageuses pour tous.

*Est-ce du ressort de la politique?*

Je considère que l'essor des plateformes de partage offre l'occasion de réexaminer toute la réglementation applicable à l'ensemble de la branche du tourisme et de l'hôtellerie. La politique devrait remettre en question la densité de la réglementation actuelle, supprimer les prescriptions qui sont obsolètes ou inefficaces et étendre les règles réellement nécessaires aux nouveaux fournisseurs.

*Sans réglementation supplémentaire pour clarifier la situation de l'économie du partage?*

Il est illusoire de penser que la politique pourra piloter l'économie du partage à coup de réglementations. Celle-ci cherche elle-même ses voies et des modèles économiques, qui plus est à un rythme tel que la politique est systématiquement à la traîne, en raison de la lenteur de ses procédures. La politique aurait donc intérêt à ne pas légiférer de manière préventive. Sinon, la Suisse sera, une fois de plus, désavantagée vis-à-vis de la concurrence étrangère.



Editeur  
TA-SWISS Fondation pour  
l'évaluation des choix  
technologiques  
Brunngasse 36, CH-3011 Berne  
Tél. +41 31 310 99 60  
Fax +41 31 310 99 61  
E-Mail [info@ta-swiss.ch](mailto:info@ta-swiss.ch)

Rédaction: Christine D'Anna-Huber  
Mise en pages: Hannes Saxer, Berne  
Textes: Sergio Bellucci, Markus Christen, Christine D'Anna-Huber,  
Fathi Derder, Catherine Pugin  
Traductions: Sarah Martinez, Genève  
Tirage: allemand 3200 ex., français 1100 ex.  
Diffusion électronique: allemand 2400; français 500  
Paraît 4 fois par an



## Elisabeth Ehrensperger sera la nouvelle direc- trice de TA-SWISS

Elisabeth Ehrensperger prendra la direction du secrétariat de TA-SWISS dès le 1er novembre 2017. Elle succédera à Sergio Bellucci qui partira à la retraite fin novembre après vingt ans d'activité.

Avec Elisabeth Ehrensperger, historienne, et politologue, TA-SWISS acquiert une personnalité qualifiée et bénéficiant d'un important réseau, pour continuer à remplir le mandat de la fondation, inscrit dans la loi sur la recherche. Active au sein du comité directeur depuis de nombreuses années, Madame Ehrensperger est parfaitement au courant des activités de TA-SWISS.

Elisabeth Ehrensperger a fait des études d'histoire, de sciences politiques et de sciences des médias à l'Université de Berne et obtenu le titre de docteur en sciences sociales (Dr rer. soc.) avec une thèse sur la Déclaration universelle des droits de l'homme. Elle a travaillé ensuite plusieurs années dans la recherche, au Centre d'éthique de l'Université de Zurich; elle a également été chargée de cours aux universités de Zurich, Fribourg, Lucerne et Berne.

Après un passage dans l'administration de la ville de Berne et à l'Agence télégraphique suisse (sda/ats), Elisabeth Ehrensperger a travaillé comme collaboratrice scientifique, entre autres à la Direction de l'instruction publique du canton de Berne, à la Fédération des Eglises protestantes de Suisse et comme co-auteur du Jahrbuch für Schweizerische Politik/Année Politique Suisse, avant de prendre, en 2013, la direction du secrétariat de la Commission nationale d'éthique dans le domaine de la médecine humaine (NEK-CNE), organe rattaché à l'Office fédéral de la santé publique.

## Nouvelles publications

### Rapport annuel 2016

A l'heure des fake news, l'objectivité et une vision aussi large que possible sont des aides bienvenues quand les parlements, les gouvernements et les administrations doivent traiter de thématiques complexes et décider quelles évolutions technologiques auront des conséquences importantes pour la société et quels besoins elles impliquent en matière de régulation. Le mandat de TA-SWISS consiste à proposer de telles informations. Notre rapport annuel présente la richesse de cette tâche que TA-SWISS – désormais organisée en tant que fondation depuis octobre 2016 – entreprend avec le sérieux nécessaire et un nouvel élan.

L'avenir est mobile, Rapport annuel 2016, TA-SWISS, Berne, juin 2017.

### Medien und Meinungsmacht

Les médias offrent un accès collectif à l'information – à défaut de cet accès, les citoyennes et citoyens ne peuvent pas se forger librement une opinion. Les informations communiquées par les médias sont donc une base essentielle de la participation démocratique. Ceci pose de hautes exigences au journalisme politique d'un pays. Or la transformation des médias et leur numérisation ont pour conséquence une difficulté croissante du journalisme d'information à remplir sa fonction. Pour la Suisse en tant que démocratie directe, une baisse de la qualité des médias et de leur diversité a une portée sociale et politique particulièrement grande. La question se pose donc de savoir comment un journalisme de haute qualité se financera à l'avenir. L'étude examine l'interaction et la complémentarité des médias traditionnels et « nouveaux » dans l'information et la formation de l'opinion des citoyennes et citoyens en Suisse.

vdf Hochschulverlag an der ETH Zürich, Zürich 2017, ISBN: 978-3-7281-3792-0.

### Médias et démocratie à l'ère du numérique

Synthèse de l'étude: «Medien und Meinungsmacht» TA-SWISS, Berne, 2017.

## Bulletin de commande

Je désire recevoir gratuitement les documents suivants en ..... (langue):

... Ex. Rapport annuel 2016 (bilingue D et F)

... Ex. Médias et démocratie à l'ère du numérique, Synthèse de l'étude Medien und Meinungsmacht (D/F/E/I)

A l'avenir, je souhaite recevoir la newsletter sous forme électronique

Courriel

.....  
Nom / Prénom

.....  
Institution

.....  
Rue

.....  
NPA/Lieu

À retourner à: TA-SWISS, Brunngasse 36, 3011 Berne, fax +41 31 310 99 61

Vous pouvez commander nos publications par courriel aussi: [info@ta-swiss.ch](mailto:info@ta-swiss.ch)