HAL
open science

DE LA (RE)NEGOCIATION TEMPORAIRE DES NORMES ENTRE “ COVOITUREURS ” A L’AJUSTEMENT DE LEURS COMPORTEMENTS

Shérazade Gatfaoui, Léa Aguesse, Maëlle Derboeuf, Apolline Jouvet, Naëlle Plaine

To cite this version:

Shérazade Gatfaoui, Léa Aguesse, Maëlle Derboeuf, Apolline Jouvet, Naëlle Plaine. DE LA (RE)NEGOCIATION TEMPORAIRE DES NORMES ENTRE “ COVOITUREURS ” A L’AJUSTEMENT DE LEURS COMPORTEMENTS. 21èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation (JNRC), Nov 2022, Le Havre, France. hal-03795639

HAL Id: hal-03795639

https://hal.science/hal-03795639v1

Submitted on 4 Oct 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

DE LA (RE)NEGOCIATION TEMPORAIRE DES NORMES ENTRE « COVOITUREURS » A L'AJUSTEMENT DE LEURS COMPORTEMENTS

Shérazade GATFAOUI
Maître de Conférences
IRG - Univ Gustave Eiffel, Univ Paris-Est Créteil,
F-77454 Marne-la-Vallée, France
sherazade.gatfaoui@univ-eiffel.fr

Léa Aguesse, Maëlle Derboeuf, Apolline Jouvet, Naëlle Plaine
Etudiantes en Master Marketing et Management des Services - Université Gustave Eiffel
5, bd Descartes, Cité Descartes
Champs-sur-Marne,77454 Marne-La-Vallée
lea.aguesse@univ-eiffel.fr

DE LA (RE)NEGOCIATION TEMPORAIRE DES NORMES ENTRE « COVOITUREURS » A L'AJUSTEMENT DE LEURS COMPORTEMENTS

Résumé
Cette recherche met en lumière la (re)négociation temporaire des normes formelles, informelles, individuelles ou collectives entre conducteurs et passagers dans le contexte du covoiturage ainsi que l'ajustement de leurs comportements respectifs qui en découle pouvant prendre des formes de déviance, au cours de la prestation de service. Elle souligne l'importance de la prise en compte de la dimension temporelle de la prestation de service de covoiturage pour comprendre ces phénomènes, à savoir une phase *amont,* une phase *pendant* et une phase *aval* de la prestation de service. Cette recherche se donne également pour ambition de mener une réflexion sur les plans managérial et sociétal.

Mots-clés *:* Normes Formelles, Normes Informelles, Normes Individuelles, Normes Collectives, Déviance, Covoiturage.

NEGOTIATION AND TEMPORARY (RE)CONFIGURATION OF STANDARDS BETWEEN « CARPOOLERS »

Abstract
This research highlights the temporary (re)negotiation of formal, informal, individual or collective norms between drivers and passengers in the context of carpooling, as well as the resulting adjustment of their respective behaviors, which can take forms of deviance, during the provision of the service. It underlines the importance of taking into account the temporal dimension of the carpooling service to understand these phenomena, namely an upstream phase, a phase during and a phase after the service. This research also aims to lead a reflection on the managerial and societal levels.

Keywords : Formal Norms, Informal Norms, Individual Norms, Collective Norms, Deviance, Carpooling.

INTRODUCTION

Le Ministère de la Transition Écologique (2021) estime que le covoiturage représente 3,5 milliards de voyageurs dans le monde, soit 1,6 % des déplacements longue distance. Il estime également à 3 % la part du covoiturage quotidien avec pas moins de 900 000 personnes qui covoiturent pour se rendre au travail (trajets courts) sur le territoire français (Les Echos Start, 2021). Cette nouvelle façon de se déplacer nous invite naturellement, dans le cadre de la coproduction du service, à questionner les types de normes qui y sont associées ainsi que les comportements des covoitureurs qui en découlent. Dans le contexte des services de transports « classiques » impliquant, d'une part une entreprise qui distribue le service et, d'autre part le client final qui le consomme, les normes qui régissent la rencontre de service sont généralement formalisées. En revanche, une prestation de service de transport collaboratif ou de covoiturage telle que Blablacar s'inscrit dans un contexte singulier, du fait *(i)* de l'absence de normes clairement préétablies (en dehors des règles imposées *via* la plateforme de réservation) et *(ii)* de l'obligation de voyager dans un espace contraint qu'est la voiture, fortement marqué par des normes individuelles (celles du conducteur). Il n'est donc pas rare de voir un passager (re)négocier avec le conducteur, le temps d'un trajet, certaines conditions ou règles établies *en amont* de la prestation de service (*via* la plateforme), pouvant générer des comportements qui s'écartent de ce qui est attendu par l'organisation (Rouquet, Reniou et Goudarzi, 2013). On peut ainsi s'attendre à des ajustements à la norme ou au contraire à des comportements qui pourraient s'en écarter et être qualifiés de déviants.

Ces réflexions liminaires amènent ainsi à poser la question de la (re)négociation voire de la (re)configuration possible des normes et de l'ajustement des comportements au cours de la prestation de service de covoiturage. La norme étant la seule à permettre d'identifier un écart entre le comportement attendu du client par l'organisation et son comportement effectif, les notions de normes et déviance deviennent alors essentielles à la compréhension de ces phénomènes. Pour y répondre, nous commencerons par exposer le cadrage théorique de la recherche fondé sur les normes et la déviance. La méthodologie qualitative mise en œuvre sera ensuite exposée ainsi que les résultats d'une analyse de contenu thématique. Enfin, nous proposerons de mener une réflexion sur les plans managérial et sociétal.

CADRAGE THÉORIQUE : ENTRE NORMES ET DÉVIANCE

Les normes au service de la déviance

Le mot norme, du latin *norma*, décrit la régularité d'une chose et un précepte. Elle assure la stabilité (Kant 1788). La norme permet ainsi de réguler les comportements par rapport à un référentiel fixé (Homans, 1974). Elle offre la possibilité d'identifier les écarts entre ce qu'un individu fait et ce qui est attendu de lui et de constater si sa pratique est normale ou déviante (Becker, 1963 ; Foucault, 1972–1973). Les travaux de Becker (1963) ont marqué un tournant dans l'étude de la déviance et plus particulièrement de la sociologie de la déviance (*i.e.*, courant de « *l'interactionnisme symbolique* » par opposition au courant « *fonctionnaliste* » inspiré par Parsons et Merton). Selon Becker, les normes sociales définissent des situations et des comportements adaptés à ces dernières. Cela signifie que certaines actions sont requises alors que d'autres sont proscrites. Les normes peuvent prendre des formes variées et revêtir un caractère formel et être dictées par les lois. Dans ce cas, l'Etat et les Institutions légales interviennent pour les faire respecter et appliquer des sanctions « *formelles* », si nécessaire. Dans d'autres situations, elles reposent sur des normes « *informelles* » établies sur un consensus au sein d'un groupe, du fait par exemple de la tradition. Ces normes sont en lien avec le regard des individus et trouvent leur source dans les usages, les coutumes, la morale

mais elles ne sont pas reconnues de tous (Amine, Gicquel, 2007 et 2011). Dans ce cas, des sanctions « *informelles* » sont établies par le groupe pour faire respecter ce type de norme. Les normes formelles et informelles cohabitent dans la société (Durkheim, 1894). Sans l'existence de normes, la déviance n'existerait pas.

Ces normes contribuent au vivre ensemble et à la cohabitation des individus malgré la diversité des environnements, des cultures, de l'éducation et des valeurs. Les normes comportent trois caractéristiques principales : la pluralité, la relativité et la diversité des usages. S'agissant de la pluralité des normes, les recherches identifient différents types de normes : formelles, informelles, juridiques, sociales, morales, individuelles. La relativité des normes tient à son caractère évolutif dans le temps et l'espace et la diversité des usages fait référence au caractère « *flexible* » et « *adaptable* » de la norme. Certains auteurs soulignent que les normes ne sont pas toujours appliquées strictement car il existe des « *réajustements* » ou des « *négociations* » entre les acteurs sociaux, ces derniers pouvant être liés à un sentiment de tolérance. La norme peut alors être subjective car elle dépend de notre référentiel personnel et relative car elle varie et évolue dans le temps et l'espace. Des comportements autrefois qualifiés de déviants, ont ainsi pu aujourd'hui être normalisés, internalisés et tolérés par le plus grand nombre (Becker, 1963).

Dans le cadre des recherches consacrées à la consommation, Gicquel (2017) analyse les recherches sous l'angle de la norme et de « l'(a)normalité » en considérant la distinction classique positiviste *vs* constructiviste (Özçaglar-Toulouse et al., 2009). L'approche positiviste considère que la norme préexiste et subsiste à l'individu. Elle fait référence à un trait objectif de l'individu (Özçaglar-Toulouse et al., 2009) et elle peut être fixée par le législateur ou le gestionnaire (Fullerton et Punj, 1993 ; Budden et Griffin, 1996). *A contrario*, dans l'approche constructiviste, l'(a)normalité est la résultante d'accords au sein d'une communauté dont il faut en comprendre la production et les effets. Certaines approches, Merton (1938), Becker (1963), Foucault (1975) et Bourdieu (1979), ont également montré que ces normes constituaient autant de *« leviers pour amener des pratiques individuelles à converger vers un projet collectif supporté par des intérêts »,* Gicquel (2017).

La qualification de la déviance : un fait dans une situation donnée et un jugement

La déviance est un phénomène qui traduit à la fois un fait, un processus et un jugement (Becker, 1985). Selon Becker, les phénomènes de déviance relient fortement l'individu qui émet un jugement de déviance, le processus qui y conduit et la situation dans laquelle ce jugement s'exprime. Il s'agit de tenir compte des propriétés des conditions et des processus du jugement ; le jugement étant une composante « *décisive* » du phénomène. Le jugement que l'on porte finalement sur un comportement dépend du référentiel normatif dans lequel nous nous situons (Amine et Gicquel, 2011). Sont qualifiés de « *déviants* » les comportements qui transgressent des normes reconnues et établies par un groupe social ou une institution. La déviance est définie comme un comportement ou une suite de comportements dysfonctionnels/inadéquats car transgressant une norme acceptée d'un commun accord (Becker, 1963). *« Les groupes sociaux créent la déviance en instituant des normes dont la transgression constitue la déviance, en appliquant ces normes à certains individus et en les étiquetant comme des déviants »,* (Becker, 1963). Le caractère déviant ou non d'un acte dépend également de la manière dont les autres réagissent à ce dernier (Becker, 1963).

Dans le champ du marketing des services, des travaux récents ont cherché à identifier des caractéristiques objectives des comportements déviants des clients (Moschis et Cox, 1986 ;

Fullerton et Punj, 1997 ; Fisk et *al.*, 2010 ; Reniou, Rouquet, Suquet et Subramanian, 2018). D'autres ont mis en évidence des typologies de comportements « déviants » (Moschis et Cox, 1986 ; Harris et Raynolds, 2004 ; Raynolds et Harris, 2005 et 2009). Fullerton et Punj (1993) ont proposé une approche interactionniste de la déviance en considérant à la fois des facteurs individuels et des facteurs liés au cadre de l'échange. Les recherches se sont progressivement intéressées aux conséquences (Harris et Raynolds, 2003 et 2004 ; Lloyd et Ogbonna, 2002), aux stratégies de réponse des organisations (Fullerton et Punj, 1997b) ou des personnels (Harris et Raynolds, 2004 et 2006). Les éléments du cadrage théorique exposés précédemment seront convoqués pour expliquer la (re)négociation et la (re)configuration possibles des normes ainsi que l'ajustement des comportements et la qualification de la déviance.

METHODOLOGIE

Le choix de BlaBlaCar, leader sur le marché du covoiturage, avec ses plus de 100 millions de membres, constitue un terrain de recherche privilégié. L'entreprise a d'ailleurs lancé une nouvelle interface, BlaBlaCar Daily, qui permet à ses utilisateurs de faire du covoiturage sur des trajets quotidiens, tels que les trajets domicile/travail. Notre recherche s'intéresse à la fois aux trajets longs et courts. L'échantillon est composé d'hommes et de femmes âgé(e)s de 22 ans à 46 ans. Afin de mettre à jour la (re)négociation et (re)configuration des normes entre covoitureurs et de comprendre les ajustements de comportement qui en découlent au cours de la prestation de service, une étude qualitative fondée sur 12 entretiens semi-directifs et rétrospectifs, a été adoptée (Ring and Van de Ven, 1992 ; Zajac and Olsen, 1993). Les entretiens sont structurés autour de trois grandes thématiques : (1) les conceptions associées au covoiturage, les motivations et les attentes (2) l'histoire rétrospective de l'expérience/récits d'expériences et (3) la qualification de la déviance et les types de normes associés. Les entretiens ont fait l'objet d'une analyse de contenu thématique.

RÉSULTATS EXPLORATOIRES

Les analysent issues des 12 entretiens menés du côté des conducteurs et des passagers *Blablacar* ont permis de mettre en évidence la (re)négociation et la (re)configuration temporaires de normes formelles/juridiques, fondées sur le respect du droit, et informelles/sociales et individuelles, fondées sur les motivations/attentes et valeurs associées au covoiturage ainsi que *« l'ajustement »* des comportements des covoitureurs (conducteur/passagers) au cours de la prestation de service. Les résultats sont présentés selon trois phases qui ont émergé suite à l'analyse des données : *en amont*/au moment de la réservation *via* la plateforme *Blablacar*, *pendant*/le temps d'un trajet et *en aval* de la prestation de service.

En amont de la prestation de service

Une configuration « attendue » de normes formelles et informelles fondée sur le respect du droit, les attentes et valeurs liées au covoiturage

Au moment de la réservation *via* la plateforme *Blablacar*, *en amont* de la prestation de service, une configuration *« attendue »* de normes formelles/juridiques et informelles/sociales découle, d'une part du droit, et d'autre part des motivations/attentes et des valeurs associées au covoiturage. Pour les passagers, les normes formelles provenant de la législation sur le covoiturage constituent un des points de départ de l'échange client/prestataire, des normes initiales *(« je sais que Blablacar est leader et donc j'attends qu'il respecte le droit pour notre sécurité … pour le prix aussi … c'est la règle de base sur le site »).* Ce type de normes formelles fait référence

aux conditions de la pratique du covoiturage (*via* la plateforme), au droit des passagers, à l'encadrement des échanges financiers et à la fixation du prix d'un trajet[1]. Par ailleurs, les attentes communes aux passagers interrogés concernant *« le respect entre covoitureurs », « la ponctualité »* et *« la fiabilité de l'annonce via la plateforme Blablacar », « un espace non-fumeur », « sans animaux »* sont comparables à des attentes relatives au service de transports en commun *« classique »* et sont considérées comme des références, des normes informelles communes. Enfin, un dernier type de normes informelles émerge des discours de certains conducteurs et passagers et s'attache aux valeurs de *« partage »* et *« d'échange »* associées au covoiturage *(« Il faut s'investir un minimum dans l'échange quand on prend un covoit sinon ça ne correspond pas aux valeurs du covoit et au partage »).* Les valeurs peuvent être définies comme de grands principes moraux servant de repères aux individus dans la conduite de leur vie sociale. Les valeurs du covoiturage semblent ainsi fixer un cadre informel comparable à des normes sociales. Il est même attendu d'adapter sa ou ses normes individuelles à celles des autres passagers, le temps d'un trajet (*« Quand tu décides de prendre un covoit, tu dois faire l'effort de discuter, de t'adapter aux gens … c'est la norme quoi »*).

Une configuration de normes personnelles « imposée » par le conducteur

Dès le dépôt de l'annonce par le conducteur sur la plateforme *Blablacar*, ses normes personnelles s'imposent aux passagers qui ont pris connaissance des conditions liées au voyage et réservé un trajet, *en amont* de la prestation de service *(« C'est nous conducteurs qui imposons nos conditions de voyage du type pas d'animaux … pas de retard … pas de cigarette électronique ou autre … port du masque obligatoire »).* Certaines conditions imposées par le conducteur conditionnent d'une certaine manière le choix de ses clients et fixent les comportements qui sont proscrits *(« C'est moi qui décide, c'est ma voiture … c'est un espace privé que je partage avec des inconnus, donc c'est aux passagers de s'adapter à mes conditions »*). On retrouve également ce discours chez certains passagers qui acceptent les règles fixées au départ dès lors qu'ils les considèrent comme légitimes (*« Si ça me semble légitime, ça me pose pas de problème »).*

Pendant la prestation de service

Une légitimation de normes personnelles « renégociées » par le conducteur avec les passagers

Une fois la prestation de service engagée, et les passagers près à prendre place dans le véhicule (*pendant* la réalisation de service/le transport), les normes personnelles fixées *en amont* de la prestation de service par le conducteur, peuvent être renégociées temporairement avec les passagers, le temps d'une expérience de service et d'un trajet. Le conducteur peut, d'une part, décider de faire respecter ses conditions de départ face à un comportement d'un client, pouvant être qualifié de déviant *(« J'ai dû reprendre un passager avec sa cigarette électronique en plein trajet, normal. Je lui ai demandé d'arrêter … et vu la tête des deux autres passagers, il a stoppé net »*). Suite à la remarque du conducteur et à l'attitude des autres passagers, ce client que l'on peut qualifier de déviant, au regard des normes personnelles imposées par le conducteur lors de la souscription du service, a dû ajuster son comportement en conséquence. Le conducteur peut également décider d'assouplir ses propres normes en fonction de circonstances particulières, sans pour autant donner l'impression de les imposer aux passagers (*« Un jour il faisait vraiment chaud et j'ai proposé à mes clients d'ouvrir les fenêtres et de baisser leur masque sous le nez un petit moment … Il y a une femme qui n'a pas voulu … j'ai dû jouer les médiateurs de la*

[1] Selon la loi n° 2019-1428 du 24 décembre 2019 d'orientation des mobilités, le Décret n° 2020-678 du 5 juin 2020 relatif à la nature des frais de covoiturage et aux conditions de versement d'une allocation par les autorités organisatrices et le Décret n° 2020-679 du 5 juin 2020 portant définition du seuil de distance applicable aux très courts trajets de covoiturage.

relation … ça fait partie de l'expérience Blablacar … c'est pas comme le bus ou le métro »). Dans ce cas, la négociation est à l'initiative du conducteur.

Une reconfiguration de normes personnelles « négociées » par les passagers avec le conducteur

Au moment de s'installer dans le véhicule ou pendant un trajet, les clients sont également amenés voire tentés de renégocier les normes informelles et personnelles fixées, *en amont* de la prestation de service, par le conducteur *(« Je suis arrivée avec mon petit chiwawa au moment du départ … je partais en week-end à Valencienne … ma voisine était malade elle ne pouvait plus garder mon chien … heureusement que le conducteur a dit oui exceptionnellement… il a motivé les autres en faisant des blagues sur les chiens en voiture … je suis restée discrète pendant tout le trajet »).* Dans ce cas, la négociation est à l'initiative des passagers. Il arrive aussi que le conducteur ne respecte pas les normes informelles ou ses normes personnelles *(« Le conducteur s'est mis à rouler comme un malade … on (les trois passagers) lui a demandé de ralentir et on l'a menacé de mettre un très mauvais commentaire sur le site, il s'est vexé et a ralenti »*). Il s'agit là d'une négociation comparable à une menace, celle de poster, *via* la plateforme, un commentaire très négatif sur le conducteur. Certains passagers disent aussi se sentir dans l'obligation de supporter les comportements inappropriés des autres passagers du fait du moindre coût financier d'un covoiturage *Blablacar* comparativement à un transport plus classique *(« Comme tu paies pas cher ton Blablacar, alors t'es obligé de supporter le voisin qui s'engueule avec sa femme au téléphone … Tu t'adaptes au contexte parce que tu peux pas sortir de la voiture »*).

En aval de la prestation de service

Une variabilité des normes lors de nouveaux trajets avec de nouveaux passagers

Les expériences répétées des conducteurs et des passagers *Blablacar*, sont perçues comme singulières du fait de la diversité des normes personnelles de chacun, du cadre légal très vague de l'activité de service de covoiturage *Blablacar (« Il n'y a pas vraiment de cadre légal avec Blablacar … Chaque conducteur impose ses règles et chaque passager se comporte en fonction de ça et des autres passagers aussi … C'est jamais la même expérience parce le gens sont souvent différents … on a chacun nos références à chaque covoit … tu fais des concessions des fois avec certains et pas avec d'autres selon les trajets, les gens et toi »*). Ces *verbatims* reflètent bien la variabilité des normes formelles, informelles, sociales ou personnelles qui peuvent être (re)négociées au cours de chaque trajet.

Un contournement de la norme lors de nouveaux trajets avec les mêmes passagers et le même conducteur

Les expériences passées entre conducteurs et passagers peuvent aboutir à un contournement de la plateforme *blablacar*. Le lien amical qui a pu s'établir entre covoitureurs du fait d'affinités personnelles et de valeurs communes (*i.e.,* partage et transport collaboratif) peut les amener à souscrire à la prestation de service de covoiturage sans faire appel à la plateforme. Cela concerne en particulier des trajets identiques réalisés chaque semaine ou mois, selon les cas (« *sur certains trajets réguliers, on sympathise vraiment avec le conducteur et certains passagers … on a même bu un verre une fois tous arrivés à Paris … Quand tu te sens en confiance et que tu partages les mêmes valeurs, t'es à l'aise, t'as envie de voyager avec le même conducteur et les mêmes personnes, c'est plus sympa … Avec Joe le conducteur on a décidé de voyager ensemble avec un autre passager mais sans passer par Blablacar. On s'appelle par téléphone entre nous … mais c'est un peu l'exception … on est un peu comme des potes aujourd'hui* »). Ces *verbatims* traduisent ainsi le contournement possible de la norme dans le contexte de trajets identiques et répétés où un climat de confiance et des relations interpersonnelles amicales ont pu s'installer au fil des expériences de service de covoiturage.

DISCUSSION

L'objectif de cette recherche était, d'une part, d'identifier et de comprendre la (re)négociation et la (re)configuration temporaires des normes au cours de la prestation de service de co-voiturage et, d'autre part, d'identifier les ajustements des comportements des covoitureurs pouvant aboutir à des formes de déviance. Les analyses issues des entretiens ont permis de mettre en évidence des (re)configurations de normes dans une perspective temporelle de la prestation de service (*en amont*, *pendan*t et *en aval* de la prestation). Deux types de configuration des normes cohabitent *en amont* de la prestation : *(i)* une configuration « *attendue* » par les passagers de normes formelles et informelles fondée sur, le respect du droit, les attentes et valeurs liés au covoiturage et *(ii)* une configuration de normes personnelles « *imposée* » par le conducteur. Ces configurations mettent en évidence l'asymétrie de la relation conducteur/passager et l'asymétrie de pouvoir en faveur du covoitureur, au sens de Weber (1995). Le conducteur est en capacité de faire imposer ses normes sur les comportements passagers. *Pendant* la réalisation de la prestation de service, émerge une reconfiguration de normes personnelles « *(re)négociées* » par les passagers avec le conducteur en faveur des passagers ou du conducteur, selon que le comportement pouvant être qualifié de déviant provient de l'un ou l'autre des acteurs. *En aval* de la réalisation de la prestation de service, le caractère temporaire, flexible et adaptable des normes en fonction de chaque nouvelle expérience de service semble très spécifique au covoiturage. Les singularités de ce terrain de recherche (des normes « fragiles » dans un espace contraint), amènent souvent les covoitureurs à un « *ajustement contraint* » de leurs comportements en cas de comportement inapproprié d'un passager ou d'un conducteur, du fait, entre autres, du moindre coût financier du co-voiturage.

Les résultats de notre recherche vont dans le sens de travaux antérieurs concernant la pluralité, la temporalité et la variabilité des normes qu'il est possible de questionner dans le cadre d'un échange social (Becker, 1963). En l'absence de normes clairement établies, les résultats, dans le contexte singulier du covoiturage, soulignent également la force des normes informelles et individuelles. Par ailleurs, les résultats mettent en évidence que ces normes sont fortement liées au regard des individus et aux usages et qu'elles ne sont pas toujours reconnues et acceptées de tous (Amine et Gicquel, 2007 et 2011). Le contexte du covoiturage amène, plus encore, à questionner la frontière de la norme, sa (re)négociation et sa possible reconfiguration (*i.e.,* « bricolage » autour de la norme) entre les acteurs d'une prestation de service et à l'ajustement (*i.e.,* adoption de nouvelles pratiques) ou non (*i.e.,* comportements déviant) de leurs comportements. La qualification de la déviance, dans le contexte du covoiturage tient finalement à la subjectivité des normes et au référentiel normatif dans lequel se situent les acteurs en présence (Amine et Gicquel, 2011). Un dernier apport de notre recherche concerne la dimension triangulaire que peut revêtir la (re)négociation des normes entre covoitureurs par opposition à une relation duale client/vendeur. La négociation peut, par conséquent, être à l'origine du conducteur en direction des passagers mais également des passagers en direction du conducteur ou des autres passagers. Le conducteur peut jouer un rôle de médiateur entre les passagers. Dans le prolongement de cette recherche, il serait intéressant d'explorer plus encore les logiques de reconfiguration ou de création de normes *ad-hoc* propres à chaque expérience de service (ex. : en fonction du type de trajets - longue distance *vs* trajet quotidien).

Sur le plan managérial, une question se pose « comment réduire les comportement déviants et l'asymétrie de pouvoir en faveur du conducteur, lors des trajets Blablacar ? ». Dans cette relation tripartite (entreprise - conducteur- passager), BlaBlaCar, n'intervient pas dans la

gestion de la prestation de service (sauf exception). L'entreprise n'a que très peu de contrôle sur l'expérience de service réelle, si ce n'est communiquer autour des valeurs du covoiturage *via* la plateforme. Les individus qui voyagent ensemble s'accordent ou non. Par sa figure dominante dans le véhicule, le conducteur est le plus à même et le plus légitime à se faire entendre auprès des autres passagers. L'entreprise pourrait proposer des formations (en physique ou en ligne) aux conducteurs pour les sensibiliser à la gestion de comportements inappropriés voire déviants. Blablacar pourrait, en direction des utilisateurs, par le biais de l'application, communiquer des bannières autour des valeurs de l'autopartage, par exemple avant la réservation d'un trajet ou au moment du dépôt d'une annonce sur la plateforme. Sur la plan sociétal, le covoiturage répond aux enjeux écologiques. Toutefois, les tarifs qui augmentent au fil des années risque de remettre en cause son intérêt et ses valeurs de partage.

BIBLIOGRAPHIE

Abdelmajid, A., Gicquel, Y. (2011). Rethinking resistance and anti-consumption behaviours in the light of the concept of deviance ? *European Journal of Marketing ?* 45, (11/12), 1809-1819.

Becker, HS (1963). *Outsiders : Etude de sociologie de LadDéviance.* Paris : Éditions Métailié.

Becker, HS (2020). *Types de déviances : Un modèle séquentiel. Dans : H. Becker, Outsiders : Études de sociologie de la déviance* (43-63). Paris : Éditions Métailié.

Bourdieu, P. (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Edition de Minuit.

Durkheim, E. (1894), *Les règles de la méthode sociologique*. Paris : Flammarion.

Creno L. (2016). Covoiturer entre inconnus : des risques perçus à la construction de la confiance, panorama des expériences vécues des usagers. *Sciences Sociales et Humanités*. https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-02090317/

Foucault, M. (1972-1973), *La société punitive : cours au collège de France 1972-1973*. Paris : Gallimard.

Foucault, M. (1975), *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Paris : Gallimard.

Fullerton R., et Punj G. (1997a), What is consumer misbehavior? *Advances in Consumer Research*, 24:1, 336-339.

Fullerton R. A., et Punj G. (1997b), Can consumer misbehavior be controlled? A critical analysis of two major techniques, *Advances in consumer research*, 24, 1, 340-344.

Fullerton, R., et Punj, G. (1993), Choosing to misbehave: a structural model of aberrant consumer behaviour", *Advances in consumer research*, 20,1, 570-574.

Gicquel, Y. (2017), Gouvernements des pratiques et topographies du marché : la consommation à l'épreuve de l'anormalité, *Recherche et Applications en Marketing, 32,* 63–85.

Harris L. C., Reynolds K. L. (2006), Deviant customer behavior: an exploration of frontline employee tactics, *Journal of Marketing theory and practice*, 14, 2, 95-111.

Harris L. C., Reynolds K. L. (2004), Jaycustomer behavior: an exploration of types and motives in the hospitality industry, *Journal of Services Marketing*, 18,5, 339-357.

Harris L. C., Reynolds K. L. (2003), The consequences of dysfunctional customer behavior, *Journal of service research*, 6, 2, 144-161.

Homans, G.C. (1974) *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. Rev. ed. New Y ork:Harcourt Brace Jovanovich, Inc.

Kant, E. (1788), Critique de la raison pratique. Paris : Flammarion.

Lloyd C. H. et Ogbonna E. (2002), Exploring Service Sabotage -The Antecedents, Types and Consequences of Frontline, Deviant, Antiservice Behaviors, *Journal of Service Research*, 4,3, 163-183.

Merton, R.K (1938), *Eléments de théorie et de méthode sociologique*. Paros : Plon.

Moschis G. P., Cox D. (1989), Deviant consumer behavior, *Advances in consumer research*, 16, 732-737.

Ozcaglar-Toulouse, N., Beji-Becheur, A., Fosse-Gomez, M.H., Herbert, M. et Zouaghi, S. (2009), L'ethnicité en comportement du consommateur : un état des recherches, *Recherche et Applications en Marketing*, 24 (4), 57-76.

Rouquet, A., Reniou, F. & Goudarzi, K. (2013). Le client « acteur » de l'organisation : Enjeux et perspectives pour les sciences de gestion. *Revue française de gestion*, 234, 85-98.

Reynolds K. L., Harris L. C. (2009), Dysfunctional Customer Behavior Severity: An Empirical Examination, *Journal of Retailing*, 85, 3, 321–335.

Reynolds K. L., Harris L. C. (2005), "When service failure is not service failure: an exploration of the forms and motives of "illegitimate" customer complaining", *Journal of Services Marketing*, 19,5, 321–335.

Reniou**, F.,** Rouquet**, A.,** Suquet, J.B **et** Subramanian, D. (2017), Réclamations « déviantes » des clients : Quelles réponses pour les organisations ? *Finance Contrôle Stratégie* [En ligne], 20-3 (OpenEdition Journals).

Reniou F., Rouquet A. et Subramaniam D. (2018), Comment un client est-il qualifié de « déviant » par un employé au contact ? L'apport de la théorie de l'étiquetage", *Management & Avenir*, 103, 43-66.

Ring P.S. et Van de Ven A.H. (1992), Structuring cooperative relationships between organizations, *Strategic Management Journal*, 13, 7, 483-498.

Ring P.S. et Van de Ven A.H. (1994), Development processes of cooperative intreorganizational relationships, *Academy of Management Review*, 19, 1, 90-118.

Weber, M., 1995, Économie et société, Paris, Pocket.

Zajac E. J. et Olsen C.P (1993), From transaction cost to transactional value analysis: implications for the study of interorganizational strategies, *Journal of Management Studies*, 30, 131-145.