



**HAL**  
open science

# Les plateformes d'échange pair à pair comme réseaux. Professionnalisation des usagers et nouvelles formes de concurrency

Adrien Bailly, Simon Borel, Dominique Roux

► **To cite this version:**

Adrien Bailly, Simon Borel, Dominique Roux. Les plateformes d'échange pair à pair comme réseaux. Professionnalisation des usagers et nouvelles formes de concurrence. *Revue Française de Gestion*, 2022, 48 (307), pp.41-70. 10.3166/rfg307.41-70 . hal-03936014

**HAL Id: hal-03936014**

**<https://hal.science/hal-03936014>**

Submitted on 12 Jan 2023

**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.

**Les plateformes d'échange pair à pair comme réseaux.  
Professionnalisation des usagers et nouvelles formes de concurrence**

**Adrien Bailly, Simon Borel, Dominique Roux**

**Adrien Bailly**

Docteur en sciences de gestion

Tél : 07 68 31 35 44

[adrien.bailly@mobicoop.org](mailto:adrien.bailly@mobicoop.org)

**Simon Borel**

Docteur en sociologie

Tél : 06 88 32 68 39

[s.borel@lobsoco.com](mailto:s.borel@lobsoco.com)

**Dominique Roux**

Professeure de marketing

Université de Reims Champagne-Ardenne, Laboratoire REGARDS

Tél : 06 88 26 10 35

[dominique.roux@univ-reims.fr](mailto:dominique.roux@univ-reims.fr)

- **Pour citer cet article :** Bailly A., Borel S. et Roux D. (2022), Les plateformes d'échange pair à pair comme réseaux. Professionnalisation des usagers et nouvelles formes de concurrence, *Revue Française de Gestion*, 48/307, 41-70.

**Les plateformes d'échange pair à pair comme réseaux.  
Professionalisation des usagers et nouvelles formes de concurrence**

**Résumé**

L'essor de l'économie collaborative souligne le rôle pivot des plateformes dans l'intermédiation des offreurs et des demandeurs de biens et services. S'inscrivant dans une approche *Actor-Network Theory*, cette recherche s'intéresse à la structuration des plateformes comme réseaux. Prenant appui sur l'étude de deux loueurs de voitures, elle analyse les opérations par lesquelles ces intermédiaires rassemblent une variété d'acteurs humains et non-humains. Au-delà de leur fonction d'appariement, les résultats dévoilent leur travail d'affiliation et de professionnalisation d'offreurs de tailles différentes, engendrant ainsi une concurrence auto-générée qu'elles ont à charge de gérer.

**Mots-clés**

Plateforme, intermédiation, entrepreneuriat, économie collaborative, acteur-réseau

**Peer-to-peer exchange platforms as networks.  
Users' professionalization and new forms of competition**

**Abstract**

The rise of the collaborative economy underlines the pivotal role of platforms in mediating providers and users of goods and services. Drawing on Actor-Network Theory, this research focuses on the structuring of platforms as networks. Based on two case studies in the car rental sector, it shows how they problematize, interest and enrol a variety of human and non-human actors. Beyond their matching function, findings reveal the way they affiliate and professionalize suppliers of different sizes, thus generating self-generated competition that they need to manage.

**Keywords**

Platform, intermediation, entrepreneurship, collaborative consumption, actor-network theory.

Depuis l'ouvrage séminale de Botsman et Rogers (2010), l'économie « collaborative » a fait l'objet d'un nombre important de travaux. En dépit d'un manque de consensus sur son périmètre et ses critères de définition (Acquier *et al.*, 2017 ; Belk, 2014 ; Decrop, 2017 ; Herbert et Collin-Lachaud, 2017), les auteurs s'accordent assez généralement pour y voir un ensemble d'échanges entre pairs, visant à donner ou partager l'accès à des biens et services, coordonnés en ligne par des plateformes (Hamari, Sjöklint et Ukkonen, 2016). Dans un travail de synthèse récent, Eckhardt *et al.* (2019) retiennent cinq critères communs de caractérisation de ces activités : un approvisionnement assuré par la foule ; le caractère temporaire des ressources mises à disposition ; leur caractère marchand assurant un transfert de valeur économique entre les protagonistes ; le rôle élargi du consommateur dans ces échanges ; et la médiation opérée par des plateformes. Celles-ci constituent un rouage central du développement de l'économie collaborative (Benavent, 2016), ayant conduit à l'étude de leurs modèles d'affaires (Acquier *et al.*, 2017, 2019) et des formes d'engagement de leurs usagers dont les activités s'apparentent à de nouvelles formes de travail (Abdelnour et Bernard, 2018 ; Cardon et Cassili, 2015 ; Scholz, 2016).

Pour autant, si les travaux tentent de cartographier les plateformes dont la position de marché est consolidée (Acquier *et al.*, 2017, 2019 ; Herbert et Collin-Lachaud, 2017), on note parallèlement une absence de littérature sur la dynamique par laquelle elles se constituent. Or au-delà des enjeux strictement quantitatifs de création d'une masse critique d'utilisateurs (Rochet et Tirole, 2003), analyser cette dynamique permet de mieux comprendre comment elles rassemblent des versants d'utilisateurs aux intérêts divergents, définissent et stabilisent les rôles, gèrent les (in)conduites de certains d'entre eux, enrôlent d'autres catégories d'acteurs et, en dépit d'un « formatage » précis (Callon et Latour, 1997), font face à de possibles dissidences internes. L'objectif de cette recherche est ainsi d'analyser la manière dont les plateformes se construisent, alignent les intérêts des deux versants d'utilisateurs (offreurs et demandeurs) et questionnent la notion de concurrence dans et hors du réseau.

Au sein des différents types de plateformes, les formes d'intermédiation de type « *matchmaker* » (Acquier *et al.*, 2019) sont particulièrement intéressantes à étudier pour deux raisons. Par rapport aux fournisseurs d'infrastructures partagées (*shared infrastructure providers*, Acquier *et al.*, 2019) comme Zipcar par exemple (Bardhi et Eckhardt, 2012), les sites d'intermédiation pair à pair construisent un cadre de fonctionnement des transactions entre utilisateurs, sans contrôler

directement ni leurs ressources, ni le contenu de leurs relations. Ensuite, ces formes d'intermédiation sont sources de disruptions possibles des marchés conventionnels (Grisdale, 2019 ; Stabrowski, 2017). En effet, alors que le développement de l'économie pair à pair nourrit un abondant courant de littérature sur ses vertus sociales, économiques et écologiques (Belk, 2010 ; Borel *et al.*, 2015 ; Botsman et Rogers, 2010 ; Gansky, 2010 ; Rifkin, 2000), d'autres recherches mettent en lumière les problèmes de qualification du travail qu'engendre l'activité des usagers des plateformes (Abdelnour et Bernard, 2018 ; Cardon et Cassili, 2015 ; Scholz, 2016). De même la notion de « pair », marquant initialement l'horizontalité du statut des consommateurs désireux de « faire marché » entre eux, s'infléchit vers l'analyse de leur professionnalisation croissante, souvent au prix d'une euphémisation du temps et des efforts investis (Beauvisage *et al.*, 2018 ; Naulin et Jourdain, 2019). Juge *et al.*, (2019, 2021) détaillent par exemple la manière dont Vinted développe les compétences marchandes de ses vendeurs, organise entre eux une compétition par la rapidité et modèle constamment leurs apprentissages par le biais d'outils numériques. Les plateformes pair à pair offrent ainsi un terrain d'étude fertile des relations qu'elles entretiennent avec leurs usagers, mais aussi des formes d'entrepreneuriat et de concurrence qu'elles contribuent à développer (Juge *et al.*, 2019, 2021).

Complétant les nombreux travaux menés sur Airbnb (Alrawadieh et Alrawadieh, 2018 ; Grisdale, 2019 ; Stabrowski, 2017), notre recherche prend appui sur l'étude longitudinale de deux plateformes de location pair à pair de véhicules de tourisme – Drivy/Getaround et OuiCar. Si comme pour le logement (Slee, 2016), la location de véhicules constitue une sorte de « travail-à-côté » (Weber, 1989), financièrement intéressant pour des particuliers (Beauvisage *et al.*, 2018)<sup>1</sup>, le succès des plateformes est de nature à stimuler la multipropriété locative pour des biens financièrement plus abordables que les logements. Cette multipropriété encouragée par les plateformes<sup>2</sup> peut avoir pour effet d'accroître la taille des offreurs et, corrélativement, leur pouvoir de négociation avec les plateformes.

Analysant la dynamique de construction de réseaux et les opérations par lesquelles ces deux plateformes affilient leurs usagers, nous montrons d'abord, qu'outre les loueurs et demandeurs de véhicules, elles intéressent et enrôlent d'autres entités qui participent à consolider leur identité

---

<sup>1</sup> Cf. par exemple les témoignages de certains propriétaires fournissant le bilan chiffré de leurs retours sur investissement <https://gauthiercasanova.medium.com/bilan-getaround-ex-drivy-apr%C3%A8s-3-mois-dactivit%C3%A9-43b38214d733> ou <https://businessparticulier.fr/bilan-dune-annee-de-location-sur-drivy-et-ouicar/>

<sup>2</sup> Ouicar indique par exemple sur son site : « Nos équipes vous conseillent et vous accompagnent dans la gestion de votre flotte pour devenir professionnel » <https://www.ouicar.fr/experience/owner>.

d'intermédiaire de confiance. Contrairement à une vision simplifiée de l'offre, supposée homogène sur les plateformes pair à pair, nous dévoilons ensuite qu'elles hébergent trois types d'offres : des « propriétaires usagers », des « artisans loueurs » et des « gestionnaires de flottes ». Enfin, nous montrons que les différences de taille entre ces offres produisent en retour deux effets : le premier est la nécessité pour les plateformes de développer des approches commerciales différenciées, qui conduisent à professionnaliser les loueurs en accompagnant leur croissance ; le second est la complexification du contrôle qu'elles doivent exercer sur certains d'entre eux lorsque leur taille leur donne un pouvoir de contestation au sein du réseau. Nous discutons au final du rôle des plateformes comme macro-acteurs de l'entrepreneuriat pair à pair et la mise sous tension de l'extraction de la valeur-réseau (Cardon et Cassili, 2015) constamment menacée par ces formes de concurrence « auto-générées ».

## **I – LES PLATEFORMES ET LEUR TRAVAIL DE CONSTRUCTION DE RÉSEAU**

Les plateformes ont été classiquement présentées comme un ensemble de règles et d'infrastructures qui facilitent les interactions entre les usagers d'un réseau auxquels elles apportent, non les actifs échangés, mais les ressources formelles et matérielles nécessaires au fonctionnement des transactions (Parker *et al.*, 2016 ; Eisenmann *et al.*, 2011). Dans la construction de cette plus-value plus *procédurale* que *substantielle* (Cardon et Cassili, 2015), la littérature se focalise sur trois enjeux-clés. Le premier est le jeu des externalités positives de réseau au lancement des plateformes (Evans et Schmalensee 2010). L'utilité fournie aux usagers sert en effet à en attirer davantage (externalité directe), mais aussi à élargir la gamme de produits/services associés à l'offre de base (externalité indirecte) (Katz et Shapiro, 1985). Sur le plan stratégique, chaque site cherche ainsi à préempter le marché par croissance externe selon la logique du « *winner takes all* » propre à l'économie des plateformes (Eisenmann *et al.*, 2011).

Un deuxième enjeu consiste ensuite à équilibrer le nombre d'offres et de demandeurs. Dans la plupart des marchés bifaces, la proposition de valeur vise en effet plus directement les demandeurs pour lesquels elle pallie des déficiences de marché (Rochet et Tirole, 2003). Comme le montre le marché de la location de voitures étudié ici, il est moins difficile d'affilier les individus à la recherche d'un véhicule – 5% de l'échantillon étudié par l'Observatoire des consommations émergentes (ObSoCo, 2018) – que ceux prêts à en concéder l'usage (1,6% du même échantillon). Parker *et al.* (2016) soulignent ainsi que les plateformes travaillent le versant

le plus difficile à engager, en compensant si besoin le coût de cet engagement par le profit tiré sur l'autre versant (Rochet et Tirole, 2003).

Le troisième enjeu est enfin de mettre en place des mécanismes de surveillance et de régulation des comportements (Möhlmann et Zalmanson, 2017). La pérennité d'une plateforme réside en effet dans la constance de sa proposition de valeur, laquelle dépend des produits/services fournis par ses usagers (Benavent, 2016). Aussi, le travail de police, les mécanismes de « gouvernementalité » (Rouvroy et Berns, 2013) ou le « management » algorithmique (Lee *et al.*, 2015) sont considérés comme des éléments essentiels pour prévenir toute transgression (Bailly et Boudot-Antoine, 2018). Les plateformes se comportent alors en « figures tutélaires » de la construction « d'une confiance réticulaire » indispensable aux transactions (Bailly, 2019).

Mais si les mécanismes de régulation/contrôle sont souvent évoqués pour mettre en avant le pouvoir panoptique des plateformes (Borel, 2016), il n'en demeure pas moins qu'elles sont d'abord des dispositifs de production de valeur « par le bas » (Pasquinelli, 2014, p.168) et que les règles qu'elles imposent doivent rencontrer chez leurs contributeurs un minimum de volonté de s'y plier (Bailly et Boudot-Antoine, 2018). Parce que l'« écosystème des plateformes » repose sur une pluralité d'acteurs et de mécanismes de réputation (Benavent, 2016), les dispositifs créés peuvent potentiellement faire l'objet de débordements, dans un jeu qui n'est jamais totalement figé, ni stabilisé (Parker *et al.*, 2016).

Le modèle de la traduction (Callon, 1986 ; Callon et Latour, 1990) ou théorie de l'acteur-réseau (Akrich *et al.*, 2006) nous permet de rendre compte de la dynamique par laquelle les plateformes assemblent le marché de l'intermédiation pair à pair. Il éclaire la manière dont elles parviennent à aligner et traduire les intérêts d'autres acteurs et fabriquent *in fine* des « boîtes noires » qu'on ne questionne plus (Latour et Woolgar, 1979 ; Latour, 1987). Dans un article fondateur de la sociologie de la traduction, Callon (1986) propose un schéma compréhensif de la manière dont trois scientifiques construisent, avec des pêcheurs concernés par le dépeuplement des coquilles Saint-Jacques dans la baie de Saint-Brieuc, un réseau de protection de leur ressource économique. Appliqué à d'autres contextes (Giesler, 2012 ; Roux et Rémy, 2009), ce cadre se décline en trois opérations successives – la problématisation, l'intéressement, l'enrôlement – qui constituent le travail fondamental de traduction et de construction d'un réseau.

La *problématisation* est l'étape par laquelle des acteurs s'emparent tout à la fois de la formulation d'un problème et de la désignation des entités concernées. Ce faisant, ils se font les interprètes

des intérêts d'autres acteurs humains et non-humains (ou actants) auprès desquels ils se montrent indispensables, constituant ainsi des « points de passage obligés ». Mais pour que la problématisation prenne corps, encore faut-il que les acteurs/actants « traduits » reconnaissent et adhèrent à ce qu'on leur propose. *L'intéressement* est alors « l'ensemble des actions par lesquelles une entité...s'efforce d'imposer et de stabiliser l'identité des autres acteurs qu'elle a définis par sa problématisation » (Callon, 1986, p.185). Concrètement, le travail d'intéressement peut prendre la forme de productions discursives visant à convaincre ou à séduire, mais il peut aussi (et souvent plus efficacement) s'appuyer sur des dispositifs matériels visant à couper les liens qui attachent les membres du réseau à d'autres entités. Dans l'histoire des coquilles Saint-Jacques menacées par des pratiques de surpêche, ce sont des dispositifs appelés « collecteurs » qui permettent aux mollusques de se fixer et de se reproduire en les protégeant de leurs prédateurs que sont les étoiles de mer. Dans les faits, l'efficacité d'un dispositif d'intéressement se mesure à l'aune de la réussite des attachements qu'il participe à créer. Mais pour cela, il faut aussi que chacun joue le jeu de manière conforme. *L' enrôlement* correspond précisément au fait de donner un rôle « à un acteur qui l'accepte » (Callon, 1986, p.189). Cette étape inclut toutes les négociations qui sont nécessaires pour que les différents protagonistes se tiennent à la place qu'on leur assigne et qu'ils s'y comportent de manière attendue. Pour autant, l' enrôlement ne débouche pas nécessairement sur l'adhésion de tous. Des trahisons et dissidences peuvent à tout moment apparaître, menaçant la pérennité du réseau. En particulier, son allongement par incorporation de nouveaux acteurs oblige parfois les fondateurs à revoir leurs traductions et à en imaginer de nouvelles pour contrer des risques de déstabilisation. Dans les moments critiques, la mobilisation du réseau est l'épreuve ultime par laquelle les alliés *se* comptent et comptent les uns *sur* les autres : combien d'acteurs sont rassemblés ? Qui les représente ? Les traductions qui les lient permettent-elles d'aligner tous les intérêts ? Les externalités positives de réseaux recherchées par les plateformes n'échappent pas à la règle et portent en germe ces risques de contestation. Si plus d'utilisateurs attirent toujours plus d'utilisateurs, ceux-ci peuvent aussi changer de nature. Ainsi, des loueurs occasionnels peuvent se transformer en loueurs réguliers dont le poids, les intérêts et le pouvoir diffèrent. Des loueurs professionnels peuvent également intégrer directement les plateformes, attirés par la facilité d'accès et le volume de la demande. De fait, ces nouveaux types d'offres peuvent modifier la structure de l'offre et la nature de la concurrence au sein du réseau. C'est à l'aspect dynamique de cette construction que nous portons attention, en

examinant la manière dont les plateformes alignent les intérêts des acteurs et gèrent les éventuelles dissidences qui se font jour. L'étude a été menée sur deux intermédiaires du marché de la location pair à pair de véhicules, Drivy/Getaround et Oucar, présentés à la suite.

## II – CONTEXTE ET METHODE DE RECHERCHE

Au sens de Botsman et Rogers (2010), les deux loueurs étudiés dans cette recherche sont des « Product-Service Systems », consistant à offrir des services *via* des biens dont la propriété est conservée. En 2013, soit trois ans après sa création, Drivy annonçait 10 000 voitures à la location. Trois ans plus tard (en 2016), elle en offrait 38 000<sup>3</sup> et 55 000<sup>4</sup> au moment de son rachat par Getaround en 2019. Oucar quant à elle est née en 2012 de la transformation de Zilok auto, un segment d'activité du site de location créé cinq ans plus tôt. Oucar s'est développée très rapidement grâce à des prestations semblables. Proposant 12 000 véhicules en 2014, le parc a triplé, le chiffre s'étant à peu près stabilisé depuis 2016 autour de 35 000 véhicules<sup>5</sup>. Sur le marché français, les deux plateformes sont devenues des acteurs puissants. En effet, Oucar a fait l'acquisition en 2014 du site « unevoiturealouer.com », tandis qu'en 2015 Drivy achetait son concurrent Buzzcar. Une preuve additionnelle du potentiel de marché des deux plateformes réside dans le fait qu'en juin 2016, la SNCF est devenue actionnaire majoritaire de Oucar en y injectant 28 millions d'euros (possédant ainsi 75% des parts). En avril 2019, c'est la société américaine Getaround qui achetait Drivy pour 300 millions de dollars, soulignant par-là sa supériorité financière sur Oucar. La concurrence entre les deux plateformes est toutefois très marquée. Si Drivy conserve une légère avance numérique et historique sur sa concurrente, les deux plateformes offrent des prestations très similaires à leurs usagers (cf. Annexe 1). Peu d'éléments de différenciation séparent les deux plateformes hormis le fait que Drivy/Getaround a durci ses conditions d'accès aux offreurs et module de manière plus complexe les contraintes d'accès des locataires aux différentes catégories de véhicules. En particulier, toutes deux ont développé un système de boîtier électronique permettant au propriétaire comme au locataire de (dé)verrouiller la voiture à distance. Installé à demeure dans le véhicule, il simplifie la démarche de location pour les deux parties et fluidifie les tâches de mise à disposition des véhicules, tout en

---

<sup>3</sup> Source : <https://pro.largus.fr/actualites/drivy-etend-loffre-de-location-de-voiture-ouvrable-via-smartphone-8079384.html>

<sup>4</sup> Source : [https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/04/24/location-de-voiture-entre-particuliers-drivy-se-vend-a-la-start-up-americaine-getaround\\_5454386\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/04/24/location-de-voiture-entre-particuliers-drivy-se-vend-a-la-start-up-americaine-getaround_5454386_3234.html)

<sup>5</sup> <https://www.oucar.fr/about-us>

assurant des fonctions de contrôle de l'usage qui en est fait. Au final, une très grande part des propriétaires comme des locataires utilise conjointement les deux intermédiaires, ce qui témoigne de la similarité de leur positionnement et de la tension concurrentielle qui les lie. L'étude de ces deux plateformes est donc une opportunité rare pour comprendre le travail de structuration du marché de la location de véhicules qu'elles ont réussi à façonner. Nous avons analysé cette structuration sur la base d'une collecte de données en trois temps : des données secondaires puisées notamment sur les sites de Drivy/Getaround et Ouicar ; deux collectes de données primaires, consistant pour la première en vingt entretiens semi-directifs conduits auprès des loueurs sur ces plateformes, et pour la seconde en une étude netnographique du groupe de discussion Facebook « Propriétaires Drivy/OuiCar ». (cf. Encadré 1).

### **Encadré 1. Méthodologie de la recherche**

La recherche s'appuie sur une approche multi-méthodes conduite entre décembre 2016 et décembre 2018, complétée en 2021, sur deux plateformes de locations de véhicules – Drivy/Getaround et Ouicar.

. Une première phase, documentaire, a d'abord permis d'étudier l'ensemble des contenus des sites *ouicar.fr* et *drivy.fr*, notamment les rubriques réservées aux propriétaires. Un soin particulier a été apporté à l'étude des conditions générales d'utilisation de chaque site, mais aussi et surtout des contrats encadrant les transactions, qu'il s'agisse des contrats de location eux-mêmes ou des clauses d'assurance et de prise en charge des dommages par les tiers de confiance associés au réseau. Par ailleurs, cette phase documentaire a été complétée par l'étude des contenus publicitaires diffusés par les deux plateformes en 2016 et 2017.

. La seconde phase consiste en 20 entretiens semi-directifs menés auprès des utilisateurs des deux plateformes (McCracken, 1988). Le guide d'entretien portait sur : 1) l'évolution quantitative et qualitative de la pratique du répondant ; 2) le déroulement concret des transactions dans leurs différentes phases ; 3) les problèmes pratiques rencontrés et les techniques déployées ; et 4) les interactions avec la plateforme et/ou des collectifs d'utilisateurs. Les répondants ont été recrutés de proche en proche dans l'entourage du premier auteur (lui-même loueur de son véhicule sur Ouicar), et à partir du groupe de discussion Facebook « Propriétaires Drivy/Ouicar »<sup>6</sup> sur lequel une étude netnographique a été conduite. Les répondants ont été sélectionnés de manière à maximiser la variance des profils (nombre de véhicules proposés, fréquence de location, degré d'expérience de la pratique), les personnes interrogées demeurant toutefois assez logiquement des urbains ou périurbains. Nous avons ainsi construit un corpus d'entretiens d'une durée moyenne de 69 minutes qui ont été retranscrits et analysés séquentiellement. Un codage thématique puis axial a permis d'enrichir les données jusqu'à l'atteinte de la saturation thématique, faisant émerger par allers-retours successifs le rôle des dispositifs d'intermédiation dans l'organisation générale de la pratique et le déroulement des

<sup>6</sup> Le groupe a changé de nom le 8 novembre 2020, devenant « Propriétaires Getaround ex drivy / Ouicar »

transactions. Parallèlement, l'étude a reposé sur une observation participante de l'utilisation de la plateforme OuiCar rapportée dans un journal de bord. Des échanges ont été réalisés en adoptant la position du locataire, mais le plus souvent celle du loueur. Cette expérience a fourni une perspective aussi complète et écologique que possible des enjeux liés à la mise à disposition d'un véhicule personnel à autrui. Les notes de terrain, comme les entretiens, ont été codés en suivant les différents moments de la pratique, les dispositifs mis en place par la plateforme, les modalités d'interaction avec les acteurs du réseau, les étapes-clés de ces interactions et les problèmes pratiques rencontrés.

. Enfin, une étude netnographique (Kozinets, 2002) des membres du groupe de discussion Facebook « Propriétaires Drivy/OuiCar » a été menée. Il s'agit d'un groupe de discussion fermé réservé aux personnes qui déclarent louer des véhicules sur les plateformes étudiées. Créé en avril 2017 et fort d'une quarantaine de membres en juillet 2017 (moment où nous avons découvert son existence), le groupe comptait plus de plus de 2 000 membres fin 2021. Les données ont été extraites et analysées sur une première période, allant de la date de création du groupe au 21 août 2017. Ce corpus de 7 316 posts et 503 pages a fait l'objet d'un codage thématique ouvert, puis axial, permettant de ranger les fragments de textes dans des dossiers informatiques dédiés. Au-delà de cette date, les nouveaux contenus ont été collectés (de septembre 2017 à juin 2018, puis de novembre 2021 à février 2022) et comparés aux catégories précédentes, lesquelles n'ont pas été modifiées sur le fond. Le suivi du groupe a été crucial pour notre compréhension, tant du réseau d'acteurs auxquels sont confrontés les utilisateurs des plateformes, que de l'évolution du marché et des stratégies mises en place par les plateformes. Par ailleurs, la dimension communautaire du groupe de discussion nous a permis de recueillir des données essentielles sur la professionnalisation des utilisateurs, ces derniers étant particulièrement enclins à partager leurs difficultés pratiques et leurs succès économiques.

### III – ASSEMBLER DES ACTEURS HÉTÉROGÈNES AUTOUR D'UN BESOIN D'INTERMÉDIATION

#### 1 – Problématiser : répondre au besoin des offreurs et des demandeurs

Pour créer un réseau, les plateformes doivent d'abord problématiser le besoin d'intermédiation des offreurs et demandeurs. Il leur faut à la fois répondre à ceux qui recherchent un véhicule et à ceux qui en possèdent un (ou plusieurs) et désirent en monnayer l'usage. Aux demandeurs, les plateformes font la promesse d'en trouver un près de chez eux pour un prix « intéressant ». Aux offreurs, la promesse repose sur une argumentation similaire, fondée sur le fait de rentabiliser un bien sous-utilisé (« *Vous pourriez gagner plus de 600 € par mois en louant votre voiture* » - Flyer publicitaire Drivy). Pour autant, cette problématisation ne mobilise pas seulement des arguments économiques. Elle inclut trois autres registres. Le premier, de nature relationnelle, s'inscrit dans le besoin de partage censé animer l'*ethos* collaboratif des usagers des plateformes (Belk, 2007 ; Wilhelms *et al.*, 2017). Les plateformes étudiées assurent en effet aux loueurs de pouvoir, s'ils le

souhaitent, rencontrer leurs locataires « à chaque début et fin de location pour inspecter le véhicule et signer le contrat » (site [fr.getaround.com/location-voiture](http://fr.getaround.com/location-voiture)). Le deuxième registre de problématisation porte sur le travail, la location étant présentée comme une activité peu chronophage, où la simplicité et la rapidité des procédures sont censées le séduire. Le dernier registre de problématisation porte sur la confiance, et de manière sous-jacente, sur les questions de sécurité qui se posent aux deux parties : le conducteur doit pouvoir être certain qu'il ne risque pas sa vie et le loueur son bien. De fait, les plateformes intègrent au réseau d'autres acteurs dont la fonction consiste à sécuriser les transactions. Entrent dans cette catégorie les assureurs couvrant les éventuels dommages causés par les conducteurs. Drivy a ainsi noué un partenariat avec Allianz, tandis que Ouicar, se détachant de la MAIF, s'est rapproché d'Axa Assurances dont la notoriété lui assure un meilleur développement à l'international. Autres acteurs externes impliqués dans la sécurisation, les tiers certificateurs veillent quant à eux à l'entretien des véhicules que les propriétaires sont tenus d'effectuer. Leur fonction n'est pas tant de réparer les dommages que de corriger, en qualifiant les biens, l'asymétrie d'information éventuelle à l'égard de l'emprunteur (Akerlof, 1970). Chaque voiture, est en effet, en soi, une « singularité » qui ne peut être évaluée sur la seule base de la marque ou du modèle du véhicule (Karpik, 1996). Les sites garantissent ainsi non seulement que les véhicules loués sont en bon état, mais aussi que l'emprunteur bénéficie d'un service de dépannage en cas de problème : « *Nos voitures sont parfaitement entretenues et notre service d'assistance est une véritable sécurité pour chaque conducteur* » (Site [fr.getaround.com/location-voiture](http://fr.getaround.com/location-voiture)). De fait, si certains locataires signalent un manque d'entretien des véhicules, les plateformes obligent les propriétaires défaillants à recourir à ces prescripteurs de réparation. Des enseignes spécialisées dans l'entretien automobile – comme Midas et Norauto pour Drivy et Point S pour Ouicar – permettent donc de consolider le réseau d'intérêts mutuels où l'assureur et le conducteur se prémunissent ensemble contre un propriétaire négligent. Pour les plateformes, il s'agit de renforcer le pouvoir d'affiliation des locataires en accroissant leur confiance. Au final, la prise en charge des enjeux d'assurance et d'assistance donne aux plateformes un rôle de points de passage obligés, non-seulement dans la mise en relation de leurs usagers, mais aussi dans la sécurisation de leurs transactions. Ces quatre registres de problématisation – gains financiers, échanges relationnels, rapidité/facilité d'accès et sécurité des transactions – débouchent ensuite sur un travail d'intéressement des acteurs, en particulier les propriétaires peu enclins à se séparer de leurs biens.

## 2 – Intéresser : affilier les acteurs par une entre-définition des rôles

L'intéressement consistant à attacher les acteurs au réseau, il est nécessaire de définir d'abord qui ils sont et de construire, notamment, une identité convenable de ce qu'est un « bon » loueur / locataire. Cette étape vise à développer chez les deux parties une éthique/une étiquette, dont le mécanisme repose essentiellement sur des éléments discursifs visant à cadrer leurs comportements. Comme le souligne justement Benavent (2016, p.105), « la population des conducteurs, par la qualité de leur conduite, devient ainsi l'instrument par lequel la plateforme fait prospérer son royaume ». Tout comme Airbnb développe un discours d'éducation à la convivialité chez ses hôtes et leurs « invités » (von Richthofen et Fischer, 2019), Drivy et Ouicar formulent des recommandations comportementales à l'adresse de leurs locataires. Chaque site énonce ainsi une série de conditions contractuelles visant au respect des véhicules, mais aussi des règles de savoir-vivre élémentaires (ponctualité, propreté, courtoisie), dont le non-respect (pour les deux premières) peut déboucher sur des sanctions économiques. Symétriquement, et en plus des preuves de la qualité de leurs biens que les tiers certificateurs sont chargés d'évaluer, il est attendu des propriétaires qu'ils possèdent des aptitudes relationnelles. Aux deux types d'utilisateurs revient *in fine* le soin de s'évaluer mutuellement, régulant ainsi la confiance de manière bijective. Quant aux assureurs et tiers certificateurs, les plateformes attendent d'eux qu'ils conçoivent des processus standardisés de contrôle des véhicules et de dédommagement des loueurs en cas de litige. En creux, ce système d'intéressement multi-acteurs permet aux plateformes de définir, dans les conditions générales d'utilisation, ce qui relève ou non de leur responsabilité. Par exemple, l'état des lieux qui est demandé aux propriétaires doit être réalisé avec le plus grand soin pour qu'ils puissent faire valoir leurs droits auprès de l'assureur, lui-même ne couvrant que certains dommages. L'intervention de tiers certificateurs permet ainsi aux plateformes de garantir *ex ante* l'état des véhicules, tandis que celle des assureurs les exonère *ex post* des tâches de règlement des litiges. Aussi, en dépit d'un discours rassurant qui présente les plateformes comme responsables des produits qu'elles louent, l'assemblage vise, en cas de problème, à renvoyer les différents acteurs les uns vers les autres, limitant ainsi leur rôle.

Une autre manière d'intéresser les acteurs consiste également à développer chez eux une loyauté à l'égard des plateformes. Cette forme d'intéressement passe en premier lieu par des discours visant à décourager les tentations de contournement et les transactions parallèles : « *Ne*

*confiez pas votre véhicule avant la date prévue et prolongez le contrat sur le site OuiCar depuis la rubrique « Mes locations » si nécessaire. La location doit être payée intégralement sur notre site OuiCar »* (Information publiée sur la page Oucar « Votre expérience de location »). Il s'agit de faire comprendre aux offreurs que transiger hors cadre est plus contraignant (les obligeant à souscrire à un contrat d'assurance professionnel), mais aussi plus risqué (les dommages n'étant alors couverts par aucune garantie) comme le reconnaît ici un loueur : *« Premier gros sinistre hors plateforme, voiture sans doute irréparable et locataire à l'hôpital. La locataire a explosé la barrière de sécurité sur l'autoroute. J'ai pris aucune caution ou chèque en garantie : je vous raconterai le résultat de l'indemnisation au final. Sachant que ma locataire n'est guère solvable. J'ai pris des risques, j'ai perdu. Un conseil : passez par les plateformes ! »* (Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy-Oucar »). Si cet objectif peut être atteint par des mises en garde, il l'est aussi et surtout de manière plus subtile par le boîtier électronique installé dans le véhicule. En premier lieu, ce boîtier électronique est déterminant pour répondre à la promesse d'allègement du travail évoquée plus haut, la construction de l'identité de propriétaire reposant autant sur la perspective de gain résultant de la monétisation d'un ou plusieurs véhicule(s), que sur la simplification des activités. Si l'argument est d'importance pour les loueurs particuliers, il l'est encore davantage pour ceux qui désirent développer une activité de location plus intense, compatible le cas échéant avec une activité principale, voire se substituant à celle-ci. De fait, le boîtier électronique tient une place de choix dans le travail d'affiliation des plateformes. Il permet aux loueurs non seulement de gagner du temps (en réduisant le travail interactionnel à son minimum), mais aussi d'étanchéifier l'activité de location par rapport à la sphère domestique ou à une activité professionnelle principale : *« Moi je veux que du boîtier Drivy Open. Je ne veux pas me prendre la tête à... à voilà. J'ai essayé pendant plus d'un an, à louer un vieux véhicule sans Drivy Open. Quand t'as des locataires qui devaient être présents à 19 heures, que tu leur envoies quatre messages qui te disent que tout se passe bien, qu'ils doivent être à l'heure, et qu'à 23 heures tu les appelles... ouais, ça se fait pas quoi. Ils s'en foutent, et c'est trop de travail. Et puis moi perso, demain matin je commence à cinq heures du matin, je suis en 3/8. Je ne peux pas me permettre, quoi ! »* (R14, agent de maîtrise, propriétaire de trois véhicules en location régulière sur Drivy).

En second lieu, le boîtier constitue un dispositif-propritaire qui bride l'interopérabilité entre plateformes concurrentes. En effet, il est impossible pour un même véhicule de disposer de deux boîtiers différents, d'une part pour des raisons techniques, d'autre part en raison de la difficulté qu'il y aurait à gérer des réservations en libre-service sur deux plateformes dont les bases de données ne sont pas liées. De fait, en n'offrant aucune portabilité d'une plateforme à une autre, les boîtiers verrouillent l'affiliation de leurs usagers comme le montre cet échange entre deux propriétaires du groupe « Propriétaires Getaround ex drivy / Ouicar ») :

*« Question du soir : Peut-on installer le boîtier Getaround connect + le boîtier Oui Car connect sur le même véhicule ? Merci 🚗 »*

*« Ce n'est pas la même technologie au niveau de la centralisation, si le vh est verrouillé avec OUICAR, le Drivy ne pourra pas l'ouvrir »*

*« Désespoir du soir alors... »*

Le boîtier électronique joue donc un rôle crucial dans l'irréversibilité de l'intégration préférentielle des loueurs à un réseau.

### **3 - Enrôler : stabiliser les identités prescrites en négociant les écarts de conduite**

L'enrôlement des propriétaires comme des locataires dépend d'une série de négociations qui visent à stabiliser les identités et à faire que chacun y tienne correctement son rôle. Cette assignation mobilise deux registres distincts : celui du consentement des usagers à une évaluation croisée qui permet de qualifier et de discipliner les conduites ; celui de la menace visant à sanctionner, voire exclure les contrevenants éventuels.

Pour ce qui concerne le consentement à l'évaluation, les deux plateformes ont mis en place une régulation des différents comportements qui a pour but d'optimiser l'efficacité commerciale des échanges (Juge *et al.*, 2019) et d'assurer le niveau de qualité qui protège la pérennité de la plateforme (Benavent, 2016). Contrairement à Airbnb où les règles d'hospitalité sont très largement formalisées (von Richthofen et Fischer, 2019), ou à Uber dont le « management algorithmique » trace les travailleurs/livreurs (Möhlmann et Zalmanson, 2017), Drivy et Ouicar délèguent davantage à leurs propriétaires le soin de mener une « enquête de normalité » sur leur locataires (Bailly, 2019) : *« Quand j'ai rencontré les personnes, j'ai quand même vérifié que c'étaient les vrais téléphones... jusque... se renseigner sur elles... Comme j'ai accès à différentes données, que ce soit à l'université ou ailleurs, j'ai fait des recoupements sur un contenu affiché »*

(R9, locataire régulier sur OuiCar). Du côté des locataires, et au-delà des différents dispositifs crédogènes fournis par les plateformes (Garcia-Bardidia, 2014), l'attente porte sur la lisibilité et l'intelligibilité de leurs intentions qu'il leur est parfois nécessaire d'explicitier, comme le montre le discours de ce répondant, obligé de fournir un motif valable pour louer des camionnettes de nuit : « *Quand je fais une demande de réservation, j'ai toujours un petit mot en disant où je vais, pourquoi, quel horaire mes concerts. Pour que la personne, au moment de... d'accepter ou non la location du véhicule, puisse avoir d'office toutes ces informations sans avoir besoin de me demander à chaque fois. Il y a le côté aussi rassurant pour eux... les horaires que je vous demande, c'est forcément tard le soir, le véhicule, je vais peut-être avoir besoin la nuit, je vous le ramène le matin.* » (R13, ingénieur du son, locataire régulier sur OuiCar). Le rôle des plateformes consiste aussi plus largement à effectuer un travail de police, qui rend l'observance de certaines règles non négociable, comme le révèle le témoignage d'un propriétaire à propos d'un autre ami loueur : « *Il [mon ami] avait un pneu qui était dégonflé sur son véhicule. Et on lui a bloqué à cause de ça. Il est passé chez Norauto, juste pour dire que ses pneus sont en bon état. Et résultat des courses : ils ont tout cherché et ils ont trouvé pour 900 € de factures, quoi ! C'est-à-dire qu'il était obligé de repayer 900 € pour que sa voiture puisse re-rouler sur Drivy* » (R14, agent de maîtrise, propriétaire de trois véhicules en location régulière sur Drivy).

Au-delà de cette disciplinarisation des personnes et des biens, les plateformes agissent aussi pour étanchéifier les relations qui pourraient compromettre leur rôle de point de passage obligé. Outre le fait de pointer les risques liés aux arrangements de gré à gré qui sortent du cadre de la garantie, elles agissent concrètement pour couper court aux tentatives de détournement de certains propriétaires cherchant à transiger entre eux. L'exemple le plus récurrent est la modération, voire la suppression des annonces comportant des coordonnées à l'adresse des locataires : « *Pour garantir le confort d'utilisation du site, OuiCar ne peut transmettre les messages contenant une négociation de prix, un numéro de téléphone ou une adresse email* » (Message automatique envoyé par OuiCar). Mais c'est à nouveau au boîtier qu'échoit le travail de vérification de la conformité des comportements. Outre son pouvoir d'affiliation exercé par le caractère exclusif de sa technologie, c'est aussi un double outil de contrôle. D'une part, il réduit l'occurrence des rencontres sans lesquelles les partenaires ont plus de difficultés à s'arranger entre eux, soit pour ne déclarer qu'une partie du prix sur la plateforme, soit pour poursuivre à son insu des relations nouées dans cette interconnaissance. D'autre part, grâce à la mise en réseau du véhicule, le boîtier

permet à la plateforme de recueillir toutes les informations sur son utilisation, de calculer automatiquement les indemnités de dépassement kilométrique et d'automatiser le paiement via le site (les plateformes prélèvent également une commission sur ces indemnités). Sous cet angle, le boîtier constitue un dispositif d'encouragement à la délégation, qui se double par ailleurs d'une incitation à la délation en encourageant le propriétaire à saisir l'assurance pour tout dommage réalisé par le locataire, sous peine d'en être tenu lui-même pour responsable. Par ailleurs, la localisation permanente du véhicule par le boîtier permet un contrôle supplémentaire des actions du locataire. Par exemple, la non-restitution du véhicule en fin de période peut mener, *via* l'identification de ses coordonnées géographiques, à son blocage par la plateforme. Ce faisant, le boîtier permet à cette dernière d'augmenter son contrôle direct, comme indirect, de l'utilisation qui est faite du véhicule et d'inciter les utilisateurs à alimenter ce système de contrôle participatif. Au final, la solidification du réseau repose sur un ensemble de chaînes de traductions mobilisant des discours et des dispositifs qui alignent les intérêts respectifs des acteurs centraux – offreurs et demandeurs – mais aussi des tiers qui participent à la construction de la confiance, et des plateformes qui, *in fine*, peuvent ainsi contrôler la régularité des pratiques.

#### **IV - ETENDRE LE RESEAU : LA PLATEFORME COMME MACRO-ACTEUR-RESEAU DE L'ENTREPRENARIAT PAIR À PAIR**

Si le processus d'intéressement et d'enrôlement initial paraît relativement homogène, l'observation montre cependant que la croissance de ces réseaux s'accompagne d'une diversification des offreurs. En effet, bien que les promesses visent d'abord les « propriétaires-usagers » – ceux qui louent un véhicule dont l'usage est principalement privé –, les plateformes attirent aussi deux autres catégories d'offeurs intéressés par le commerce de la location de voitures à plus grande échelle : les « artisans-loueurs », propriétaires qui ont fait l'acquisition d'un ou plusieurs véhicules qu'ils louent sur ces plateformes et les « gestionnaires de flottes » qui louent plusieurs dizaines (à près d'une centaine) de véhicules simultanément.

##### **1 – Intégrer des loueurs professionnels et semi-professionnels**

Souvent issus de la catégorie des « propriétaires-usagers » qui s'est professionnalisée, les « artisans-loueurs » perçoivent leurs véhicules comme des actifs productifs et agrandissent progressivement leur nombre grâce au chiffre d'affaires qu'ils génèrent (Figure 1). Afin

d'épargner leur sphère personnelle, il leur arrive de mettre en place des dispositifs bureaucratiques *ad hoc* qui viennent s'ajouter à ceux imposés par la plateforme : « *Je me rends disponible de 7h à 22h, sur rendez-vous. En dehors de ces horaires, c'est à la demande. Suivant la façon dont le locataire demande, je le fais gratuitement ou alors c'est 50 € (ce qui génère aussitôt un refus)* » (R17, gestionnaire d'une flotte d'une trentaine de véhicules sur OuiCar).



Figure 1 : Un « artisan-loueur » utilise le parking d'un supermarché pour stocker ses véhicules (photographie publiée sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »)

Outre le boîtier qui facilite la gestion des locations, les dispositifs bureaucratiques sont également un moyen d'industrialiser les transactions et, par comparaison avec les « propriétaires-usagers », de limiter le travail relationnel qu'elles induisent. Par exemple, plutôt que de prévoir une remise des papiers en main propre, ce loueur écrit : « *J'utilise un type de pochette pour y mettre les papiers relatifs à la voiture en y rajoutant une étiquette pour indiquer que la pochette doit rester dans le véhicule, sous peine de facturer la perte. Au passage, je n'ai plus jamais de soucis de papiers qui disparaissent !* » (Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »). Au fil de leur croissance, ces acteurs peuvent se professionnaliser jusqu'à abandonner leur occupation antérieure, trouvant dans la location une activité suffisamment stable et lucrative. Le passage au statut de gestionnaire de flotte peut alors marquer leur transformation en macro-acteur. Offrant plusieurs dizaines, voire centaines de véhicules, les « gestionnaires de flottes » sont quant à eux soit d'anciens artisans-loueurs qui émergent par croissance graduelle, soit des offreurs qui intègrent le réseau *via* des investissements initiaux élevés et des opérations financières complexes. Comme l'indiquait le Directeur Général de Drivy en 2018 : « *Nous avons de plus en plus de porteurs de projets qui commencent avec un véhicule, avant de se lancer....Pour une flotte de vingt voitures, qui est le volume que nous leur conseillons, ils peuvent*

*faire jusqu'à 200 000 euros de chiffre d'affaires sur l'année dans une grande ville* ». <sup>7</sup> Cette démarche dépend toutefois de l'identification d'un modèle économique viable, comme l'illustre le témoignage de loueur dont la taille de la flotte a rapidement augmenté après un essai concluant sur Drivy : « *J'ai acheté quatre voitures personnelles que j'ai mises sur Drivy pour faire un test pendant six mois, ça a super bien marché. [...] Je me suis dit : « Ouais, effectivement, il y a vraiment quelque chose à faire ». Et j'ai décidé d'industrialiser la pratique....Donc voilà, plutôt que d'acheter 20 voitures à 8000 €, j'ai plutôt investi dans 44 véhicules en me servant de ce qu'on appelle l'effet de levier* » (R19, propriétaire d'une entreprise qui loue 74 véhicules uniquement via Drivy). Grâce au boîtier électronique et en construisant un modèle économique cohérent, ce propriétaire a pu s'intégrer de façon rapide au réseau sans avoir jamais géré une interaction en face-à-face avec un locataire. On constate ainsi que les « gestionnaires de flottes » les mieux formés sont également ceux qui ont les discours et les pratiques les plus explicitement tournés vers l'enjeu de la « scalabilité » de leur modèle économique, c'est-à-dire visant l'augmentation de la taille de leur flotte, et donc la leur en tant que macro-acteurs. Cette approche leur permet de prétendre à une forme d'optimum économique sans commune mesure avec le type d'équilibre atteint par les « artisans-loueurs ». Ce changement d'échelle ne repose pas seulement sur l'attractivité des plateformes pour des loueurs séduits par les potentialités du réseau, mais aussi sur la formation et l'accompagnement qu'elles leur proposent, que nous décrivons à la suite.

## **2 - Professionnaliser les offreurs**

Bien loin de l'image simplifiée d'une communauté d'utilisateurs de taille homogène (Acquier *et al.*, 2019), les plateformes gèrent en réalité des catégories d'acteurs qui n'ont ni les mêmes ressources, ni les mêmes besoins ou attentes. Elles développent de fait des réponses commerciales différenciées qui s'adaptent à la taille des loueurs et participent à la montée en puissance et en compétences d'une partie d'entre eux. Comme dans le contexte du vide-dressing (Juge *et al.*, 2019), les plateformes équipent d'abord les « propriétaires-utilisateurs » en outils marketing qui les aident à rendre leur offre plus attractive. Ces conseils portent sur la qualification et la mise en valeur des offres, le résumé de techniques de vente les plus efficaces et la simplification des politiques tarifaires pré-conditionnées dans des « grilles » de prix de location. Aux « artisans-loueurs » considérés comme « top propriétaires », les plateformes

---

<sup>7</sup> Source : Audrey Chabal, « Drivy permet à des propriétaires entrepreneurs de gérer une flotte de véhicules », Forbes, 24/04/2018. <https://www.forbes.fr/entrepreneurs/le-nouveau-drivy-permet-a-des-proprietaires-entrepreneurs-de-gerer-une-flotte-de-voitures/>

proposent des séminaires de formation visant à perfectionner leurs compétences, ce qu'illustre ce message publié par le *community manager* de OuiCar sur le groupe « Propriétaires Drivy-Ouicar » : « *Bonjour à tous, Nous organisons une rencontre avec l'équipe pour les propriétaires OuiCar mardi prochain (le 17), de 08h30 à 10h dans nos locaux à Paris. Avec présentation, questions-réponses... Si cela vous intéresse, n'hésitez pas à vous inscrire ! Les places sont limitées, n'attendez pas trop* ». Aux professionnels, qu'il s'agisse d'« artisans-loueurs » ou de « gestionnaires de flottes », elle offrent enfin des outils de suivi et de gestion administrative – synthèse comptable des flux économiques, déclaration automatique des revenus à l'administration fiscale – qui les aident à suivre leurs affaires et à pacifier leurs relations avec un autre macro-acteur qu'est l'Etat. Au final, on observe le déploiement de tout un arsenal de conseil et de pilotage qui peut s'entendre comme un argument d'intéressement supplémentaire à la simple fonction d'intermédiation.

Le statut de « gestionnaires de flottes » (*i.e.* de macro-acteurs) et leur approche « *start-up* » nécessitent toutefois un accompagnement spécifique de la part des plateformes, l'enjeu étant pour elles davantage celui de la stratégie que de la formation. Ainsi, lorsque les « gestionnaires de flottes » présentent un potentiel important pour la pérennité du réseau, les managers de plateformes n'hésitent pas à leur confier de précieuses informations, voire à leur accorder des conditions contractuelles préférentielles : « *Moi Drivy, ils me disaient un peu quelles sont les villes qui sont en sous-offre. Et moi je sais un peu quelles sont les villes en tension quoi. [...] Effectivement, j'ai parfois accès à des informations un peu avant tout le monde, parce que tout simplement je suis dans les bureaux un jour sur deux. [...] Sans donner de détails, typiquement à Londres, il y a un système de revenu garanti. Pour vous donner une idée, vu que c'est une ville qui est récente, et qui n'est pas forcément évidente pour les professionnels immédiatement, au niveau de la rentabilité, il y a des contrats de revenu minimum garanti. Ils communiquent là-dessus puisque n'importe quel particulier est éligible à ça. Simplement les professionnels, ils vont leur mettre un revenu garanti plus élevé.* » (R19, propriétaire d'une entreprise qui loue 74 véhicules sur Drivy). Les plateformes se comportent ainsi comme des pépinières entrepreneuriales largement orientées vers les « gros » loueurs, ce que résume lapidairement ce propriétaire-loueur sur Getaround : « *Si tant est que certains ne l'ait toujours pas compris, Getaround n'est plus une plateforme d'auto-partage, mais bien une franchise de location classique, cherchant des partenaires financiers qu'ils appellent « entrepreneurs » pour*

*développer une flotte de véhicules en connect. Rien de négatif dans ce que je dis, juste le constat d'un choix stratégique largement assumé par Getaround et auparavant Drivy. »* (R9, propriétaire de 14 véhicules loués sur Getaround/Ouicar). Toutefois, bien que la formation et la professionnalisation croissante des acteurs participant à l'extension du réseau, cette dernière n'est pas exempte de tensions que génère la montée en puissance de certains offreurs. Nous examinons à la suite les formes de dissidences auxquelles les plateformes ont à faire face, de la part d'usagers qu'elles ont contribué à faire croître, semant ainsi en leur sein les germes d'une concurrence « auto-générée ».

## **V- CONTROLER LES DISSIDENCES**

Nos résultats montrent que cet emboîtement d'offeurs de tailles différentes accroît le pouvoir de négociation des offreurs les plus importants. Si en pratique ce pouvoir reste faible en raison d'un rapport de force radicalement favorable aux plateformes – notamment parce qu'elles pilotent les dispositifs qui s'imposent à leurs usagers (Rouvroy et Berns, 2013 ; Lee *et al.*, 2015) –, elles doivent toutefois désamorcer ou circonscrire les dissidences qui se font jour. Celles-ci n'ont rien à voir avec les écarts mineurs (règles de savoir-vivre, non-respect des procédures transactionnelles, etc.) qui sont gérés directement par les systèmes d'évaluation ou de pénalités contractuelles, et qui ne pèsent que de manière marginale sur leur chiffre d'affaires. Les dissidences examinées ci-dessous relèvent plutôt de manœuvres déloyales des macro-acteurs, mais également de coalitions qu'ils parviennent à former dans et hors du réseau. Du fait de leur taille, les « gestionnaires de flotte » sont potentiellement les plus à même de déstabiliser les réseaux, notamment parce qu'ils disposent de suffisamment de moyens pour recréer des formes de concurrence parallèle qui nuiraient aux plateformes en détournant une partie de leurs usagers. C'est le cas de ce répondant, conscient de son pouvoir de marché, du fait qu'il assure ses véhicules par ses propres moyens, dispose d'un site internet et met tout en place pour louer ses véhicules dans et hors de Ouicar : *« Il faut juste dire que je peux développer moi-même une offre que je peux exploiter en direct, en complément de Ouicar. Par exemple, j'ai fait imprimer des flyers que je vais distribuer dans les hôtels. Voilà, donc moi, j'ai déjà les flyers qui sont prêts, et je vais aller les distribuer dans les hôtels pour que les gens qui sont dans les hôtels, si l'hôtelier ne sait pas quoi donner, il ait toujours une solution en disant : «Vous voulez aller à la plage pour la journée ? Louez une voiture là, ce n'est pas très cher...»* (R17, gestionnaire d'une flotte d'une trentaine de véhicules sur OuiCar). L'enjeu pour les plateformes est donc de désarmer cette forme

de concurrence, mais aussi de dissidence qui porte sur une critique de l'exploitation et de la captation de la valeur économique du travail des propriétaires, comme sur leur niveau de protection jugé insuffisant au regard du montant des commissions prélevées par les plateformes : « *Louez votre voiture, Drivy et l'assureur toucheront leur argent ! En cas de problème, faudra vous contenter des quelques dizaines d'euros (avant impôts) de votre location, en espérant que vous avez bien coché les cases 1, 8, 12, et 36 et vérifié les points 7, 9, 14, 45 et 263...* » (Commentaire posté sur le groupe « *Propriétaires Drivy/Ouicar* »). Face à ces contestations, les plateformes déploient un important travail de police qui consiste à expulser du réseau les acteurs susceptibles de les fragiliser. Dans l'exemple ci-dessus, le comportement du loueur R17 a été sanctionné par Drivy par la suppression de toutes ses annonces, raison pour laquelle il a désormais migré vers la plateforme concurrente Ouicar en parallèle de son propre réseau.

Les formes de dissidence ne résultent pas seulement d'une déloyauté visant, de manière parasite, à concurrencer les plateformes sur leur propre terrain. Elles découlent aussi des griefs que certains offreurs adressent aux plateformes et qui nourrissent potentiellement deux types d'actions. Les premières, type *exit* (Hirschman, 1970), se manifestent par des départs : « *Drivy : aujourd'hui on me bloque un véhicule pour un antibrouillard avant défaillant...Je vais leur rappeler qu'il s'agit d'un dispositif optionnel et ne portant pas atteinte à la sécurité... et espérant que cela suffise, car je n'ai pas le temps de m'en occuper immédiatement, sans compter que le véhicule n'a de cesse de partir en location. J'en ai marre de cette toute puissance incompétente, fin de l'été, je revends tout !* », commentaire posté sur le groupe « *Propriétaires Drivy/Ouicar* ». Le pouvoir de négociation des « gestionnaires de flottes » en particulier, lié à la taille cumulée de leur parc de véhicules, peut aussi les conduire à enrôler d'autres loueurs dans des stratégies de sortie, comme le dévoile le message suivant publié sur le groupe « *Propriétaires Drivy/Ouicar* » : « *Je viens de désactiver temporairement toutes mes annonces sur DRIVY (20 voitures). Si ce soir un maximum de propriétaires faisait la même chose, ce serait une bonne façon de montrer à Drivy notre mécontentement par rapport à leur nouvelle tarification qui nous est imposée. Au moins pendant 48 heures.... Allez les amis, soyez courageux. Tous ensemble ! Tous ensemble !!!!!* ».

En plus des départs éventuels, ces dissidences alimentent également une critique de type *voice* (Hirschman, 1970), certains loueurs se constituant en communautés d'intérêts capables de faire pression sur les plateformes. C'est par exemple le cas de deux « artisans-loueurs » qui engagent

le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar » à signer une pétition assortie de 33 propositions adressées à Drivy : « *Salutations ! Avec [un autre propriétaire], nous avons établi une liste de propositions d'amélioration que nous aimerions que Drivy incorpore pour améliorer nos conditions de loueurs. Afin de faire valoir ces propositions et de brainstormer sur le sujet, je vous propose de voter et ajouter des propositions que nous pourrions faire à Drivy. A la suite de ça, je vous invite à signer la pétition en ligne dont l'adresse est indiquée ci-dessous que j'enverrai à Drivy pour faire valoir la légitimité des demandes [lien de la pétition sur le site [www.change.org](http://www.change.org)]* » (Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »). Le travail de gouvernementalité des plateformes se trouve donc confronté à des pratiques corporatistes par lesquelles certains offreurs traduisent les attentes de leurs pairs dont ils deviennent eux-mêmes les porte-parole, avec à la clé un risque de déstabilisation du réseau. Le travail de négociation de ces loueurs découle en grande partie du fait qu'ils ne sont pas de simples monades – des « propriétaires-usagers » –, mais des macro-acteurs qui génèrent un chiffre d'affaires important pour l'activité des plateformes.

Lorsque de telles controverses éclatent, les gestionnaires de plateformes ont recours à deux principaux leviers pour préserver la stabilité du réseau. Le premier consiste à reconnaître les revendications des propriétaires comme légitimes en leur accordant du temps, voire des concessions. L'intervention du fondateur de Drivy auprès de la corporation naissante au sein du groupe Facebook « Propriétaires Drivy/Ouicar » en fournit un bon exemple : « *Je suis venu sur le groupe pour avoir un aperçu de ce qui marche et surtout de ce qui ne marche pas. Je ne veux pas faire de fausse promesse, je n'aurai pas la capacité de répondre à des questions sur des cas précis, mon job est surtout de faire en sorte que le service client et les responsables de compte répondent bien. Mais je vais voir si je peux essayer de faire une heure de chat live Facebook ou autre à une occasion. En tout cas MERCI malgré les mécontentements et difficultés que j'ai pu lire de faire partie de l'aventure* » (Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar » par le fondateur de Drivy). Des commentaires pointent en retour la nécessité constante de travailler l'écoute des offreurs réguliers, comme en témoigne ce répondant : « *C'est juste que la politique de Drivy, depuis environ deux ans, change régulièrement certaines conditions et je peux témoigner de n'avoir jamais été consulté au préalable, et pourtant, nous aurions peut-être quelques remarques constructives à leur faire. Je ne critique pas pour le plaisir puisque je bosse avec vous depuis près de 7 ans. Je dis juste qu'il ne faut pas négliger les propriétaires et*

*renforcer le dialogue, car nos destins sont liés, donc autant vivre dans l'échange* » (R18, multi-entrepreneur, loue régulièrement 7 véhicules).

De façon beaucoup plus fréquente que la négociation, le second levier consiste pour les plateformes à adopter des approches coercitives. Cette coercition peut prendre la forme de l'expulsion d'un offreur d'un événement dédié aux « top propriétaires », lui refusant ainsi l'accès à une partie de l'accompagnement entrepreneurial dont il jouissait jusqu'alors, comme au lieu de socialisation que constitue la communauté des propriétaires. De façon plus radicale encore, un loueur dissident peut voir son accès à la plateforme résilié : « *Ouicar a supprimé mon compte pour motif : Critique sur cette page Facebook !* » (Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »). Enfin, à mi-chemin entre « négociation » et coercition, l'action des plateformes peut prendre la forme d'une modération directe des commentaires publiés sur la page du groupe dédié aux propriétaires. Ce contrôle de l'activité des administrateurs de la page, parfois co-administrée temporairement avec des employés de Drivy, donne logiquement lieu à des formes de dénonciations chargées d'ironie : « *Il y a du nettoyage dans les posts !!!! C'est promis, je ne dirai plus que du bien des gentils et efficaces employés de Drivy* » ; « *Ça me fait toujours sourire de constater qu'après l'envoi systématique de mon message de mise en garde, certaines demandes sont annulées, sans un mot. Au moins, ça sélectionne...* » (Messages publiés sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »).

## **DISCUSSION : LES PLATEFORMES COMME MACRO-ACTEURS-RÉSEAUX DE L'ENTREPRENARIAT LIBÉRAL**

Notre recherche visait à montrer la manière dont les plateformes assemblent des réseaux qui ne se limitent pas à la dyade offreur-demandeur, ni même à la triade dont elles constituent l'intermédiaire (Acquier *et al.*, 2019). Complétant la littérature antérieure sur les modèles d'affaires (Acquier *et al.*, 2017, 2019), la première contribution consiste à dévoiler l'important travail de problématisation, d'intéressement et d'enrôlement qu'elles déploient vis-à-vis d'autres entités – les assureurs, les tiers certificateurs, le boîtier électronique – qui eux-mêmes participent à stabiliser les rôles, cadrer les transactions et borner leur propre responsabilité. Dépassant la catégorie générique de l'« offreur » qu'aborde la consommation collaborative de manière simplifiée (Hamari *et al.*, 2016), notre deuxième contribution réside dans la mise au jour de différents types de loueurs dont la taille et la puissance diffèrent. Cette hétérogénéité de

l'offre nécessite un travail d'accompagnement différencié des « propriétaires-usagers », des « artisans-loueurs » et des « gestionnaires de flottes », les plateformes se posant en pépinières entrepreneuriales qui non seulement font croître leur réseau, mais aussi la taille des acteurs à l'intérieur du réseau. Pour autant, et comme troisième contribution, notre travail souligne que ces stratégies d'affiliation sont propices à l'émergence de dissidences endogènes. En attirant des macro-acteurs que sont les « gestionnaires de flottes » ou en professionnalisant les « artisans-loueurs », voire les « propriétaires-usagers » qu'elles contribuent à faire grossir, les plateformes courent potentiellement le risque de voir éclore d'autres réseaux (avec d'autres offreurs, d'autres demandeurs, d'autres tiers certificateurs, d'autres canaux de distribution) résultant du départ massif de certains acteurs dissidents. Au final, la recherche met en avant, qu'outre leur position de point de passage obligé entre des coéchangistes, leur rôle est aussi d'assembler les compétences nécessaires à l'efficacité du système et celui d'en réguler le fonctionnement d'ensemble au travers de mécanismes d'exclusion, de contrôle et de compromis. Alors que la littérature tend à pointer la façon dont les plateformes nuisent aux écosystèmes externes au-delà de leur activité propre (Gridale, 2019 ; Stabrowski, 2017), la dynamique étudiée ici met en lumière les rapports de force qu'elles nourrissent en interne. Cette étude permet non seulement de penser les plateformes comme macro-acteurs-réseaux, mais aussi de comprendre les contestations qu'elles génèrent et qui menacent leur propre stabilité.

Sur le plan managérial, cette hétérogénéité de l'offre-réseau ne nous semble pas avoir été mise en évidence antérieurement (Cardon et Cassili, 2015), alors même qu'elle comporte des enjeux commerciaux, stratégiques et organisationnels essentiels. Sur le plan commercial, cette recherche montre que les plateformes doivent concevoir des services adaptés à la taille et à la nature des offreurs. Si le « propriétaire-usager » est un particulier qui a besoin avant tout de retrouver sa voiture en bon état, l'« artisan-loueur » et le « gestionnaire de flottes » ont d'autres exigences qui peuvent porter sur les prix, les marges et le potentiel d'affaires, mais aussi les dispositifs plus ou moins contraignants qu'elles déploient. Sur le plan stratégique ensuite, la réflexion doit porter sur l'équilibre du portefeuille d'offres. En effet, si l'affiliation des macro-acteurs – « gestionnaires de flottes » ou « artisans-loueurs » en trajectoire de croissance – augmente le volume d'offres « professionnelles » et rend donc le réseau plus attractif pour les demandeurs, elle peut aussi avoir comme conséquence de les rendre vulnérables en suivant la classique loi de Pareto. Par ailleurs, cette montée en gamme de l'offre peut aussi décourager le

caractère horizontal des échanges pair à pair (Garcia-Bardidia, 2014) et le besoin de lien qui fonde la promesse de l'économie collaborative (Borel *et al.*, 2015). Sur le plan organisationnel enfin, la gestion d'un portefeuille de loueurs hétérogènes nécessite qualitativement un travail différent que le simple modèle, scalable, consistant à agréger des monades de type « propriétaires-usagers ». Si quantitativement, les plateformes réduisent ainsi le nombre d'acteurs dont la professionnalisation permet par ailleurs de normaliser les comportements, gérer les critiques qui se diffusent sur les groupes de discussion nécessite des actions supplémentaires. L'existence du groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar » a par exemple nécessité, chez Ouicar, la présence d'un *community manager* chargé de désarmer les expressions de mécontentement (*voice*). Il s'agit aussi de piloter l'*exit* des loueurs contrevenants qui utilisent les plateformes de manière parasite (tout au moins du point de vue des gestionnaires des plateformes) en proposant parallèlement leurs véhicules sur des sites propres. Véritables apporteurs d'affaires, les plateformes doivent au final jouer finement leur rôle de canal de distribution, en travaillant de manière coopérative avec les gros acteurs qui les font vivre. Les impliquer dans leurs décisions de modification des Conditions générales d'utilisation (CGU) ou de leurs grilles tarifaires, permettrait par exemple d'éviter de trop grandes frictions ou des risques de départs massifs. Le corporatisme des gros loueurs, amplifié par leur capacité à se coaliser, témoigne ainsi d'une certaine vulnérabilité des plateformes à l'égard de nouveaux entrants susceptibles de mieux traduire les attentes. Les travaux qui commencent à se développer sur le « management algorithmique » (Lee *et al.*, 2015 ; Möhlmann et Zalmanson, 2017) ouvrent aussi de nouvelles voies de recherche sur la manière dont les plateformes pourraient déléguer le contrôle des comportements à des outils capables d'implémenter des décisions sans intervention humaine et de manière étanche entre les usagers.

## BIBLIOGRAPHIE

- Abdelnour S. et Bernard S. (2018). « Vers un capitalisme de plateforme ? Mobiliser le travail, contourner les régulations », *La nouvelle revue du travail* [Online], n° 13, <https://journals.openedition.org/nrt/3797>.
- Acquier A., Carbone V. et Massé D. (2017). « À quoi pensent les institutions?-Théorisation et institutionnalisation du champ de l'économie collaborative », *Revue française de gestion*, vol. 43, n° 265, p. 25-49.

- Acquier A., Carbone V. et Massé D. (2019). “How to create value (s) in the sharing economy: Business models, scalability, and sustainability”, *Technology Innovation Management Review*, vol. 9, n° 2, p. 5-24.
- Akerlof G.A. (1970), “The Market for Lemons: Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism”, *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, n° 3, 488-500.
- Akrich M., Callon M. et Latour B. (2006). *Sociologie de la traduction: Textes fondateurs*, Presses de l'École des mines de Paris.
- Alrawadieh Z. et Alrawadieh Z. (2018). “Exploring entrepreneurship in the sharing accommodation sector: Empirical evidence from a developing country”, *Tourism Management Perspectives*, vol. 28, n° 179-188.
- Bailly A. (2019) « De la consommation collaborative à l'économie de plateformes : étude des transactions entre particuliers dans l'espace socio-numérique », Thèse de doctorat, Université de Lorraine.
- Bailly A. et Boudot-Antoine F. (2018). « Renforcement et transgression du cadre de l'intermédiation numérique », *Réseaux*, vol. 6, n° 212, p. 121-148.
- Bardhi F. et Eckhardt G.M. (2012). “Access-based consumption: The case of car sharing”, *Journal of Consumer Research*, vol. 39, n° 4, p. 881-898.
- Beauvisage T., Beuscart J.-S. et Mellet K. (2018), « Numérique et travail à-côté. Enquête exploratoire sur les travailleurs de l'économie collaborative », *Sociologie du travail* [En ligne], vol. 60 - n°2, <https://journals.openedition.org/sdt/1984>.
- Belk R. (2007). “Why not share rather than own?”, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 611, n° 1, p. 126-140.
- Belk R. (2010). “Sharing”, *Journal of Consumer Research*, vol. 36, n° 5, p. 715-734.
- Belk R. (2014). “Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0”, *The Anthropologist*, vol. 18, n° 1, p. 7-23.
- Benavent C. (2016). *Plateformes. Sites collaboratifs, marketplaces, réseaux sociaux... Comment ils influencent nos choix*, FYP Editions.
- Borel S. (2016). « Le panoptisme horizontal ou le panoptique inversé », *Terminal. Technologie de l'information, culture et société* (en ligne), vol. 118. Mis en ligne le 15 octobre 2016, consulté le 16 juillet 2021.

- Borel S., Guillard V. et Roux D. (2016). *Ce qui circule entre nous en ligne*. PICO Working paper.
- Borel S., Massé D. et Demailly D. (2015). « L'économie collaborative, entre utopie et big business », *Esprit*, n° 7, p. 9-18.
- Botsman R. et Rogers R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*, HarperCollins.
- Callon M. (1986). « Éléments pour une sociologie de la traduction: la domestication des coquilles Saint-Jacques et des marins-pêcheurs dans la baie de Saint-Brieuc », *L'Année Sociologique*, vol. 36, p. 169-208.
- Callon M. et Latour B. (1990). *La science telle qu'elle se fait: anthologie de la sociologie des sciences de langue anglaise*, La découverte.
- Callon M. et Latour B. (1997). 'Tu ne calculeras pas!' Ou comment symétriser le don et le capital, *Revue du MAUSS*, vol. 9, n° 1, 45-70.
- Cardon D. et Casilli A. (2015). *Qu'est-ce que le digital labor ?*, INA.
- Decrop A. (2017). *La consommation collaborative: Enjeux et défis de la nouvelle société du partage*, De Boeck Supérieur.
- Eckhardt G.M., Houston M.B., Jiang B., Lamberton C., Rindfleisch A., Zervas G. (2019). "Marketing in the Sharing Economy", *Journal of Marketing*. vol. 83, n° 5, p. 5-27.
- Eisenmann T., Parker G. et Van Alstyne M. (2011). "Platform envelopment", *Strategic management journal*, vol. 32, n° 12, p. 1270-1285.
- Evans D.S. et Schmalensee R. (2010). "Failure to launch: Critical mass in platform businesses", *Review of Network Economics*, vol. 9, n° 4, p. 1-26.
- Gansky L. (2010). *The mesh: Why the future of business is sharing*, Penguin.
- Garcia-Bardidia R. (2014). « Se débarrasser d'objets sur leboncoin.fr. Une pratique entre don et marché ? », *Revue du MAUSS*, vol. 44, n° 2, p. 271-285.
- Giesler M. (2012). "How doppelgänger brand images influence the market creation process: Longitudinal insights from the rise of botox cosmetic", *Journal of Marketing*, vol. 76, n°6, p. 55-68.
- Grisdale S. (2019). "Displacement by disruption: short-term rentals and the political economy of "belonging anywhere" in Toronto", *Urban Geography*, p. 1-27.

- Hamari J., Sjöklint M. et Ukkonen A. (2016). “The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption”, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, vol. 67, n° 9, p. 2047-2059.
- Herbert M. et Collin-Lachaud I. (2017). « Pratiques collaboratives et habitus consommériste: une analyse des mécanismes transformatifs de la consommation collaborative », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 32, n° 1, p. 42-62.
- Hirschman A.O. (1970). *Exit, voice, and loyalty: Responses to decline in firms, organizations, and states*, Harvard University Press.
- Juge E., Collin-Lachaud I. et Roux D. (2019). « Extension du domaine de l’entrepreneuriat dans la pratique du vide-dressing », *Revue française de gestion*, vol. 45, n° 284, p. 31-49.
- Juge E., Pomiès A. et Collin-Lachaud I. (2021). « Plateformes digitales et concurrence par la rapidité. Le cas des vêtements d’occasion », *Recherche et Applications en Marketing*, vol. 24, n° 1, p. 1-24.
- Karpik L. (1996). « Dispositifs de confiance et engagements crédibles », *Sociologie du Travail*, vol. 96, n°4, p. 527-550.
- Kozinets R.V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities, *Journal of Marketing Research*, vol. 39, n° 1, p. 61-72.
- Latour B. (1987). « Les ‘vues’ de l’esprit », *Réseaux, Communication-Technologie-Société*, vol. 27, n° 5, p. 79-96.
- Latour B. et Woolgar S. (1979). *Laboratory Life*. Sage.
- Lee M.K., Kusbit D., Metsky E. et Dabbish L. (2015). “Working with Machines: The Impact of Algorithmic, Data-Driven Management on Human Workers,” In *Proceedings of the 33rd Annual ACM SIGCHI Conference*, Seoul, South Korea, p. 1603–1612, ACM Press.
- McCracken G. (1988). *The long interview (Vol. 13)*, Sage.
- Möhlmann, M., et Zalmanson, L. (2017). “Hands on the wheel: Navigating algorithmic management and Uber drivers”, In *Proceedings of the 33rd Annual ACM SIGCHI Conference*, Seoul, South Korea, p. 1603-1612, ACM Press.
- Naulin S. et Jourdain A. (2019), *The Social Meaning of Extra Money: Capitalism and the Commodification of Domestic and Leisure Activities*, Palgrave Macmillan.
- ObSoCo (2018), L’observatoire des consommations émergentes. Évolution des tendances de consommation, 4<sup>ème</sup> vague.

- Parker G.G., Van Alstyne M.W. et Choudary S.P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*, WW Norton & Company.
- Pasquinelli C. (2014). Google PageRank : une machine de valorisation et d'exploitation de l'attention, In Yves Citton, *L'économie de l'attention*, La Découverte, p. 161-178.
- Rifkin J. (2000). *L'âge de l'accès: survivre à l'hypercapitalisme*, Editions Boréal.
- Rochet J.C. et Tirole J. (2003). "Platform competition in two-sided markets", *Journal of the European Economic Association*, vol. 1, n° 4, p. 990-1029.
- Rouvroy A. et Berns T. (2013). Gouvernamentalité algorithmique et perspectives d'émancipation, *Réseaux*, vol. 177, n° 1, p. 163-196.
- Roux D. et Rémy E. (2009). « Du marketing à ses résistances : une analyse par la sociologie de la traduction », in D. Roux, *Marketing et résistance(s) des consommateurs*, Economica, p. 25-47.
- Scholz T. (2016). *Platform cooperativism. Challenging the corporate sharing economy*, Rosa Luxemburg Foundation.
- Slee T. (2016). *What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy*, OR Books.
- Stabrowski F. (2017). "People as businesses": Airbnb and urban micro-entrepreneurialism in New York City", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 10, n° 2, p. 327-347.
- von Richthofen G. et Fischer E. (2019). "Airbnb and hybridized logics of commerce and hospitality," in R. Belk, G. Eckhardt et F. Bardhi, *Handbook of the Sharing Economy*, Edward Elgar Publishing, p. 193-207.
- Weber F. (1989). *Le travail à-côté*, Éditions de l'EHESS,
- Wilhelms M.P., Henkel S. et Falk T. (2017). "To earn is not enough: A means-end analysis to uncover peer-providers' participation motives in peer-to-peer carsharing", *Technological Forecasting and Social Change*, vol. 125, n° 3, p. 38-47.

Annexe 1. Présentation des deux plateformes de location de voiture Drivy et Ouicar  
(Les différences de conditions sont indiquées en italique)

	<b>Getaround (ex. Drivy)</b> <sup>1</sup>	<b>Ouicar (ex. Zilok Auto)</b> <sup>2</sup>
Création	2010	2012
Nombre d'utilisateurs	5 millions	2,3 millions
Nombre de véhicules	70 000	35 000
Présence	Europe et États-Unis	France et Espagne
Éléments de l'offre / propriétaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Assurance tous risques des véhicules (Allianz)</li> <li>. Fixation libre du prix et du calendrier</li> <li>. Locataires : <i>titulaires d'un permis de conduire de plus de 2, 5, 7 ou 10 ans selon la catégorie de véhicules (éco, confort, privilège ou luxe)</i></li> <li>. <i>Prélèvement sur le compte bancaire du locataire d'une caution variable selon la catégorie de véhicule et le niveau de protection souscrit</i></li> <li>. 2 formules : <ul style="list-style-type: none"> <li>1. échange de clés en présence des deux parties (état des lieux et signature du contrat)</li> <li>2. sans échange de clés (Getaround Connect) : boîtier électronique (enregistre le kilométrage, la consommation et la position du véhicule), couplé à une application qui interface les communications et permet des transactions sans rencontres</li> </ul> </li> <li>. <i>Véhicule de moins de 200 000 km et de moins de 15 ans, réduit à moins de 150 000 km et moins de 10 ans pour Getaround Connect</i></li> <li>. <i>Vérification par la plateforme des documents du locataire</i></li> <li>. <i>Obligation pour ce dernier de transmettre un état des lieux photo avant le départ</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Assurance multirisques (vol, accident, panne) Axa</li> <li>. Fixation du prix et du calendrier</li> <li>. Locataires : <i>âgés de 18 ans et plus, titulaires d'un permis de conduire de plus de 3 ans</i></li> <li>. <i>Prélèvement sur le compte bancaire du locataire d'une caution de 400 ou 600 euros par réservation</i></li> <li>. 2 formules : <ul style="list-style-type: none"> <li>1. échange de clés en présence des deux parties (état des lieux et signature du contrat) – Caution exigée du locataire en cas de dommages</li> <li>2. sans échange de clés (OuiCar Connect) : boîtier électronique (mêmes fonctionnalités), couplé à une application qui interface les communications et permet des transactions à distance</li> </ul> </li> <li>. <i>Pas de condition posée sur l'âge ou le kilométrage du véhicule, sauf pour OuiCar Connect (moins de 100 000 km et moins de 10 ans)</i></li> <li>. <i>Vérification par le propriétaire des documents du locataire</i></li> <li>. <i>Obligation pour ce dernier de transmettre un état des lieux photo avant le départ</i></li> </ul>
Conditions financières	<ul style="list-style-type: none"> <li>. <i>Virement 5 jours ouvrés après la fin de chaque location, incluant tout extra de carburant ou de kilomètres</i></li> <li>. <i>Gratuité de Getaround Connect pendant un mois, puis 19€ par mois et par véhicule</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. <i>Virement chaque mardi des locations qui se sont terminées la semaine précédente.</i></li> <li>. <i>Gratuité de OuiCar Connect pendant trois mois (pour un engagement de 12 mois), puis 29€/mois pour le premier véhicule, 19€ pour les suivants.</i></li> </ul>

<sup>1</sup> Source : Site <https://fr.getaround.com/>

<sup>2</sup> Source <https://www.ouicar.fr/>

Annexe 2. Extrait de la grille de codage illustrant l'intégration des artisans-loueurs et des gestionnaires de flottes

Thème	Sous-thèmes émergents	Verbatim illustratifs
<p><b>Intégration des loueurs professionnels et semi-professionnels</b></p> <p><b>1. Artisans loueurs</b></p>	<p>Professionnalisation de l'activité → utilisation du boîtier électronique pour réduire les coûts de transactions lorsque celles-ci sont plus fréquentes</p>	<p>« Souvent, il y avait des gens qui étaient un peu en retard. C'est toujours un peu chiant de ne pas savoir... quand est-ce qu'il fallait que je parte de chez moi, surtout l'hiver quand ça caille. Et là, avec le traceur [GPS], je peux voir où ils en sont. Quand ils disent : « je sors de la station, on est là dans 10 minutes », et que je vois qu'ils sont encore à 30 km... je sais que je peux encore rester chez moi, quoi. » - Extrait de l'entretien R20 – Cuisinier de 27 ans propriétaire de deux véhicules utilitaires destinés à la location. Ici, le traceur GPS évoqué n'est pas celui du boîtier Drivy, mais celui qu'il a installé à l'insu des locataires. L'utilisation de dispositifs <i>ad hoc</i> est récurrente dans les premières étapes de la professionnalisation.</p> <p>« A chaque fois quand ils rentrent, quand ils sont en retard, ils arrivent au mauvais moment. Voilà, on est en train de manger, on est en train de faire quelque chose. Et vraiment, ce qui me plaît, c'est que sur le boîtier Drivy Open... enfin, c'est juste, que j'ai une vie à côté. Parce que les trois quarts des locations, il ne faut pas se voiler la face, c'est le week-end. » - Extrait de l'entretien R14 – Ouvrier en 3/8 de 34 ans, propriétaire de trois véhicules utilitaires destinés à la location. Ce loueur a adopté le boîtier électronique Drivy lorsque le niveau de l'activité a commencé à requérir, du fait de sa professionnalisation croissante, une standardisation des transactions afin de préserver sa vie privée.</p>
	<p>Utilisation de techniques et de dispositifs commerciaux pour accroître l'activité</p>	<p>« Bonsoir à tous...pour faire plus de chiffre, faites-vous une boutique sur Marketplace, sur Facebook avec un lien drivy ou ouicar.... succès garanti! » - Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar » par un propriétaire professionnel qui contribue régulièrement à l'information du groupe.</p>

	
<p>Mise en place d'accords informels avec des tiers pour les seconder et maintenir le niveau de l'activité artisanale</p>	<p>« Vu que moi, moi personnellement c'est un truc qui est secondaire. Quand je suis en Suisse, je demande à des gars, je leur file 10 balles par location : « gère-moi ces locations ». Pour moi c'est pas un truc... c'est pas mon métier à part entière, c'est un truc que je fais à côté. » - Extrait de l'entretien R18 – Multi-entrepreneur de 22 ans propriétaire de sept voitures en location régulière.</p> <p>« Quasiment tous les jours, je suis sur la route. Donc euh... j'ai laissé la gestion de mes véhicules [à mon beau fils]. C'est lui qui s'occupait des départs, des arrivées. Je lui reversais une petite commission. » - Extrait de l'entretien R16 – Chauffeur routier de 47 ans propriétaire de deux véhicules utilitaires destinés à la location.</p> <p>« Je prépare doucement la période estivale d'été avec un maximum de voitures et pour m'épauler, j'ai conclu un marché avec un gars qui est séparé et qui me louait régulièrement une voiture pour aller chercher sa fille. Etant au RSA, il ne peut se payer une nouvelle voiture et ce qui va avec. Je lui ai donc prêté une voiture et en échange, il m'aide pour la gestion dans les départs et retours. Ce qui me permettra de prendre de véritables vacances cette année et d'envisager de partir plus loin que les environs proches sans me casser la tête à organiser. » - Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »</p> <p>Dans ces trois extraits, on note que l'accord réalisé permet à l'activité artisanale de maintenir son niveau, mais demeure insuffisante pour viser un changement d'échelle.</p>
<p>Système d'entraide entre artisans-loueurs</p>	<p>« Ce groupe, c'est quoi ? C'est une communauté d'entraide et de partage qui regroupe les personnes qui louent un ou plusieurs véhicules sur les différentes plateformes de locations de véhicules entre particuliers. » - Extrait de la description du groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar ». L'écrasante majorité des contributions y sont liées à l'offre ou la demande d'aide afin de faciliter l'activité de location et d'augmenter sa profitabilité, comme l'illustre la carte ci-dessous. Ce faisant, le groupe joue un rôle</p>

Figure 32 : Flyer publicitaire d'un propriétaire utilisant OuiCar

déterminant dans les trajectoires de professionnalisations des usagers.

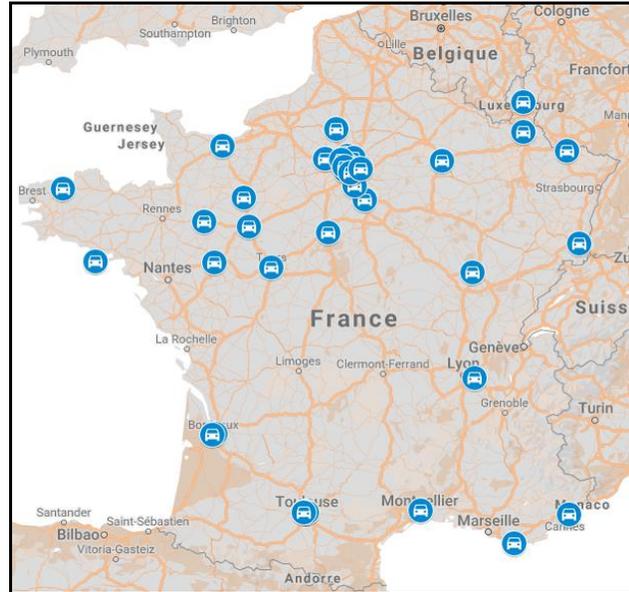


Figure 33 : « Carte d'entraide / assistance entre propriétaires Drivy / Ouicar » co-construite par des utilisateurs du groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »

« Bonjour à tous, je suis nouveau sur le groupe et vais crer d'ici peu mon entreprise. J'ai pu lire pas mal de posts et de commentaires enrichissants : avez-vous des documents excel GRATUIT à partager pour faciliter la gestion des flottes et des locations ? » - Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »

« Chers confrères, j'ai dû refuser une centaine de demandes entre hier, avant-hier et aujourd'hui. Je pense que les affaires vont bon train de votre côté avec le pont ! S'il vous reste des voitures pour ce week-end pour Paris, je peux vous donner quelques numéros ! » - Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »

« Hello ça fait 15 ans que je gère des sinistres auto au bureau comme responsable d'agence puis courtier (+ de 1000 par an). Si certains ici ont des problèmes d'indemnisation de leur sinistre (on va dire sinistres importants, pas une petite griffure), envoyez-moi par mail ([adresse e-mail]), je peux sans doute vous aider... gratuitement je précise [...] » - Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar »

Montée en puissance de la professionnalisation

« Bonjour à vous,

Je suis fier de vous annoncer que j'ai dépassé sans m'en rendre comptes les 200 locations (216 locations à mon actif), avec comme bilan 1 accident et environ 45 amendes, 2 impayés de fin de contrat et 26 500 € de CA depuis le début avec 5 voitures maintenant » - Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar » et accompagné d'un aperçu écran présentant son évaluation - 5 étoiles (sur 5).

« Bah, je sais que pour une flotte qui permet de faire 50 000 euros, il faut compter... alors je fais attention de pas te dire de conneries, il faut compter 12 voitures. Voilà, entre 12 et 15 voitures. 12 voitures

		<p>normalement, tu les fais... Des 60 000 €, normalement, tu devrais avoir moyen de les faire.... Moi le seul truc, c'est le seul truc que je vais devoir demander à mon comptable, c'est passer en professionnel, mais pouvoir garder les véhicules à mon nom propre. Voilà. Parce que si je change ça, et que je ne peux plus avoir les véhicules à mon nom propre, je ne peux plus faire du stationnement résidentiel sur Paris. » - Extrait de l'entretien - Extrait de l'entretien R14 – Ouvrier en 3/8 de 34 ans, propriétaire de trois véhicules utilitaires destinés à la location. Le succès de son expérience artisanale l'invite à viser un changement d'échelle.</p>
<p><b>2. Gestionnaires de flottes</b></p>	<p>Mise en évidence de la dimension industrielle des entrants</p>	<p>« J'ai acheté quatre voitures personnelles que j'ai mises sur Drivy pour faire un test pendant six mois, ça a super bien marché. J'ai acheté un neuf place, un Kangoo, une Clio 3 et une Fiat 500. Au total, ces quatre voitures m'ont coûté environ 30 000 euros. Je les ai mises sur la plateforme, j'ai commencé vraiment à générer 3 000 € de revenus par mois, selon les mois évidemment : on gagne plus en août...qu'en novembre... Je me suis dit : « ouais, effectivement, il y a vraiment quelque chose à faire ». Euh... et j'ai décidé d'industrialiser la pratique. Entre-temps, moi j'ai un bon CV, j'ai fait un peu de consulting pour gagner ma vie. Euh... mais je commençais déjà à bosser sur SimplyCar à ce moment-là. Ensuite j'ai eu la chance d'être suivi par quelqu'un qui m'a déjà suivi chez [ma précédente start-up], financé... une première partie de ma flotte [...] Et je m'en suis servi pour faire mes premiers paiements, pour ensuite lever, et partir sur du crédit-bail, des LLD [locations longue durée], des LOA [locations avec option d'achat]. J'ai plusieurs contrats différents. Donc voilà, plutôt que d'acheter 20 voitures à 8000 €, j'ai... j'ai plutôt investi dans 44 en me servant de ce qu'on appelle l'effet de levier. » - Extrait de l'entretien R19 – Gestionnaire d'une flotte de 74 véhicules au moment de l'entretien. Contrairement à la logique des artisans loueurs, l'approche des gestionnaires de flotte suppose de passer d'un financement progressif fondé sur le revenu de l'activité à une logique d'effet de levier permettant de créer une flotte.</p> <p>« C'est toujours mieux de travailler avec l'argent de la banque. Par contre il faut savoir que les banques demandent 3 ans d'activité et donc de visibilité sur le business pour bien vouloir prêter de l'argent. Ils ne comprennent pas aussi ce nouveau genre de business. Donc c'est un peu le chemin de croix. [...] Emprunter permet de grossir beaucoup plus vite et de gagner un temps précieux. C'est la base si on souhaite grandir. » - Message publié sur le groupe « Propriétaires Drivy/Ouicar » illustrant les difficultés d'accès au financement d'une flotte.</p>
	<p>Echange de conseils professionnels entre gestionnaires de flottes</p>	<p>« Quel est ton statut pour ton business de location ? Je vois que tu es certainement un des plus importants loueurs ? Plus de 100.000€ par an. Je vois que tu reçois des virements de Drivy de presque 2400€ !! Ce serait intéressant que tu partages ton expérience, car le statut juridique de l'entreprise de location est souvent débattu ici. J'ai opté pour l'EIRL. D'autres pour la SAS ou l'EURL... » - Message publié sur le groupe Facebook « Propriétaires Drivy/Ouicar » par le propriétaire d'une flotte d'une trentaine de voitures. Ce dernier interpelle un autre contributeur fréquent qui, en plus de sa flotte, a développé une offre de formation payante à destination des propriétaires professionnels.</p> <p>« Votre avis : créer une association, embaucher un mécano pour nous tous (par région). Moins de frais d'entretien, pas de galère de panne ? » Message publié sur le groupe Facebook « Propriétaires Drivy/Ouicar » par un propriétaire spécialisé dans les véhicules</p>

	utilitaires.
<p>Mise en évidence du succès industriel des gestionnaires de flottes</p>	<p>« 2 ans de location sur Drivy puis Ouicar et maintenant en direct à 90%. Activité démarrée avec 2 Twingo et aujourd'hui un parc de 50 qui tournent en location moyenne et longue durée. » - Message publié sur le groupe Facebook « Propriétaires Drivy/OuiCar » par un gestionnaire de flotte.</p> <p>« Il y a 35 mois que j'ai commencé à louer sur Drivy. Seul, avec un investissement initial de 5800€, j'ai beaucoup travaillé pour créer une activité qui soit rentable et pérenne. Mais cette activité est surtout en très forte croissance car aujourd'hui, je gère plus de 100 véhicules sur Paris et proche banlieue, soit un volume d'affaires moyen d'environ 100.000€/mois. » - Message publié sur le groupe Facebook « Propriétaires Drivy/OuiCar » par un gestionnaire de flotte qui cherche des moyens de poursuivre l'expansion de son activité.</p> <p>« J'ai 130 voitures sur toute la France... » - Message publié sur le groupe Facebook « Propriétaires Drivy/OuiCar » par un contributeur régulier, vraisemblablement le plus gros propriétaire inscrit sur la plateforme au moment du recueil des données.</p>