

## **Consommation collaborative ou participative**

### **Remarques introductives**

**25 septembre 2013**

**Reine Claude MADER**

La consommation collaborative ou participative est un concept qui recouvre des réalités différentes, qui ne sont pas nécessairement nouvelles.

Nous avons tous connaissance de pratiques d'échanges familiaux, de bourses aux vêtements, de jouets, de livres lors des rentrées scolaires, de dépôts ventes. Les brocantes et vide greniers ont toujours existé. Le covoiturage en milieu rural est chose courante depuis longtemps.

La motivation de ces initiatives était très souvent liée à la nécessité de faire des économies ou de gérer au mieux le budget familial.

Le concept qui se met en place actuellement sous la dénomination «consommation collaborative» révèle d'autres préoccupations, même si la crise amène de plus en plus de citoyens à optimiser leurs dépenses. Certains consommateurs, sensibles aux questions environnementales et sociétales, y trouvent un nouveau mode de consommation, plus respectueux des ressources naturelles et créateur de relations avec une collectivité de personnes qui partagent leurs objectifs.

Les nouvelles technologies favorisent l'émergence de cette nouvelle façon de consommer. Elles donnent beaucoup plus d'audience aux initiatives. Le covoiturage était essentiellement une pratique de voisinage. Aujourd'hui, par les plateformes, vous pouvez profiter d'un covoiturage sur de longues distances avec des personnes que vous ne connaissiez pas auparavant.

Deux études réalisées en France par l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) et par l'observatoire Société et Consommation (ObSoCo) relèvent que le profil sociodémographique des personnes qui s'y adonnent ne se distingue pas des autres. Il n'y a pas un profil type de consommateur collaboratif.

La consommation collaborative va du troc, qui peut être un échange d'un bien, d'un service mais aussi de connaissances, à la vente ou la location entre

particuliers en passant par des démarches plus écologiques et solidaires. Un exemple qui perdure au cours du temps, même s'il évolue: les Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP) qui sont nées d'un rapprochement de groupes de consommateurs et d'agriculteurs, avec l'idée de promouvoir une agriculture saine et de recréer un lien social entre eux.

Aucun domaine d'activité ne paraît échapper aux nouvelles formes d'échanges. Les prêts d'argent n'échappent pas à cette règle. Les plateformes de financement participatif de projets, plus ou moins ambitieux, se développent de manière très significative, ce qui vient battre en brèche la vision d'un monde où la défiance serait la règle.

Cette évolution des modes de vie, de consommation a été reprise par les professionnels. Elle donne ainsi lieu à la création de petites entreprises. Par ailleurs, elle contribue à réorienter l'activité économique puisque là où chaque consommateur achetait un bien ou un service, il devient locataire d'un service proposé par les collectivités locales (vélos, automobiles).

L'idée fait son chemin. Elle a de plus en plus d'adeptes avec des motivations diverses mais ce qu'il faut retenir, c'est qu'une large majorité des consommateurs déclare que l'important aujourd'hui est de pouvoir utiliser un bien plutôt que de le posséder.

L'impulsion que donne la consommation collaborative ouvre des perspectives. Les consommateurs se réapproprient la consommation. Il reste que tout prêt, tout achat, toute offre de services met en cause des responsabilités notamment juridiques et qu'il convient de réfléchir aux éventuelles règles à mettre en œuvre pour sécuriser ces pratiques.

---