



Commissariat Général au Développement Durable
Institut National de la Consommation



LA CONSOMMATION COLLABORATIVE : UN ATOUT POUR LA TRANSITION ENERGETIQUE ET ECOLOGIQUE ?

Colloque 17 mai 2016

Table ronde 1

LA CONSOMMATION COLLABORATIVE, UNE CONSOMMATION DURABLE ?

1

Modérateur : **Olivier PERRIN**, chargé de mission recherche sur les modes de vie durables, Direction de la recherche et de l'innovation, Commissariat général au développement durable

- **Alain GELDRON**, expert national Matières Premières, direction Economie Circulaire et Déchets de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe)
- **Dominique ROUX**, professeur de marketing à l'université de Reims Champagne-Ardennes / projet PICO qui analyse l'utilité sociale et environnementale de certaines pratiques collaboratives, les conditions de leur diffusion et les leviers d'action des pouvoirs publics.
- **Eva SADOUN**, fondatrice et directrice générale de 1001pact, plate-forme de financement participatif en capital dédiée aux entreprises de l'Économie sociale et solidaire (ESS) et de la transition écologique
- **Frédéric GRIFFATON**, président et cofondateur de Mutum, plateforme participative de prêt et d'emprunt d'objets entre particuliers

Olivier PERRIN

Les pratiques collaboratives sont en train d'effacer la frontière entre les consommateurs, les acteurs, et les contributeurs. Pourriez-vous décrire la plate-forme 1001PACT ?

Eva SADOUN

L'investissement participatif s'inscrit pleinement dans l'économie collaborative.

La plate-forme d'investissement 1001PACT permet aux particuliers d'investir en ligne dans les entreprises ayant un impact environnemental et, social ou sociétal positif. Ils peuvent investir à partir de 100 euros. Notre plate-forme démocratise donc, en un sens, l'investissement et le rend accessible et pédagogique. L'investissement dans des sociétés non cotées en bourse est en effet très peu connu en France, et réservé à certains *Business Angels* dotés d'une capacité de financement importante.

Les entreprises auxquelles notre plate-forme s'adresse, qui œuvrent au service du changement sociétal, rencontrent de grands problèmes de financement, notamment parce qu'il est difficile de les catégoriser. Notre plate-forme les aide à y remédier. De plus, le fait d'ouvrir leur capital à la foule entre en parfaite cohérence avec leur modèle économique. Par ce biais, ces entreprises peuvent être rendues, d'une certaine manière, à la société civile. Cette dernière peut ainsi s'impliquer davantage, et cesser d'être tributaire d'investissements peu responsables portés par des intermédiaires financiers.

Olivier PERRIN

Monsieur Griffaton, pourriez-vous nous présenter votre activité ?

Frédéric GRIFFATON

Je souhaiterais revenir tout d'abord sur le rapport PIPAME. Je l'ai trouvé pour ma part extrêmement réducteur. Une entreprise comme Patagonia, par exemple, qui produit des vêtements, n'y figure pas. Or elle est extrêmement collaborative à mon sens, car elle inclut tous les acteurs – ses salariés, ses fournisseurs, ses clients – dans ses réflexions.

De plus, ce rapport indique que 89 % des Français auraient déjà testé des pratiques de consommation collaborative. Or, ce faisant, il ne tient pas compte de toutes les pratiques existantes, à commencer par les pratiques tout à fait basiques de partage qui s'expérimentent pour chacun dès l'enfance.

La consommation collaborative repose en réalité sur un enjeu particulier : l'inclusion de toutes les pratiques existantes.

Les prochaines étapes de son développement concernent, selon moi, toutes les entreprises, toutes les organisations et tous les consommateurs. Le développement de chaque activité doit se faire dans le souci de l'inclusion de toutes les parties prenantes et dans le respect de l'environnement.

La plate-forme Mutum est tournée vers le prêt et l'emprunt d'objets entre particuliers, dans une logique de mutualisation et réciprocité. Chaque personne qui souhaite l'utiliser doit y contribuer. Chacun mutualise donc par ce biais des biens qu'il possède et dont il ne se sert pas souvent. En les prêtant, il gagne des points, qui lui permettront d'emprunter d'autres objets sur la plate-forme.

Nous conduisons également un certain nombre de recherches, sur l'obsolescence programmée, les solutions écologiques à trouver, etc. Nous collectons pour ce faire un grand nombre de données.

Olivier PERRIN

Quelle est la place de la consommation collaborative dans l'économie circulaire ?

Alain GELDRON

Selon l'ADEME, l'économie circulaire peut se définir comme « *un système économique d'échange et de production qui, à tous les stades du cycle de vie des produits (biens et services), vise à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement tout en développant le bien-être des individus* ».

Le moteur de la réflexion sur l'économie circulaire a été, tout d'abord, l'économie des ressources.

La Commission européenne a communiqué en décembre 2015 un « paquet économie circulaire ». L'économie circulaire y est entendue comme visant à « *maintenir la valeur des produits, des matières et des ressources le plus longtemps possible pour développer une économie durable à faible intensité en carbone, efficace dans l'utilisation des ressources et compétitive* ».

La question du maintien de la valeur continue dans les ressources (eau, sol et matières premières) est primordiale. À titre d'exemple, un kilo d'inox a plus de valeur dans une machine à laver que dans un four d'aciérie.

Un graphique établi par les Nations Unies montre qu'entre 1900 et nos jours la consommation de matières premières a été multipliée par dix sur l'ensemble de la planète. Si nous continuons sur cette ligne, nous parviendrons à un niveau de consommation de matières premières inacceptable sur le plan environnemental (150 milliards de matières premières en 2050).

Pour faire face à ces difficultés, le développement de l'économie circulaire apparaît comme une solution possible.

Dans ce cadre, l'ADEME a identifié trois domaines sur lesquels agir :

- L'offre des acteurs économiques (approvisionnement durable, écoconception, écologie industrielle et territoriale et économie de la fonctionnalité) ;
- La demande et le comportement des consommateurs (consommation responsable, développement de la consommation collaborative, allongement de la durée d'usage des produits par le réemploi et la réutilisation) ;
- La gestion des déchets (recyclage – matière et organique).

La consommation collaborative répond-elle à ces différents enjeux ? Elle implique effectivement un moindre recours aux ressources naturelles (limitation de la possession de biens insuffisamment utilisés, etc.). Toutefois, il ne faut pas oublier que le partage d'un produit implique également une accélération de son usure, sauf si la perspective du partage encourage les consommateurs à acheter des produits de meilleure qualité, susceptibles de durer plus longtemps.

La consommation collaborative peut également représenter un moindre coût pour les consommateurs. Cependant, elle peut aussi entraîner des « effets rebonds », voire une augmentation de l'usage de certains produits du fait de leur moindre coût. Une voiture partagée pourrait ainsi circuler davantage.

Il peut exister plusieurs types de consommation collaborative :

- Une consommation collaborative à visée marchande ;
- Des projets citoyens ciblant la résilience, ou la mise en place d'une économie inclusive.

Ces deux dimensions ne s'opposent pas l'une à l'autre, car elles peuvent toutes deux avoir un impact positif sur l'environnement.

Dans l'ensemble, la consommation collaborative présente un potentiel non négligeable, qu'il faut interpréter sous l'angle des changements de comportements actuels et de l'éloignement de la possession vers le développement de l'usage et du bien-être.

Il faut donc continuer à travailler sur ce sujet, et analyser les bilans environnementaux des pratiques collaboratives, au cas par cas.

Olivier PERRIN

J'ai trouvé très intéressante l'approche dans laquelle s'inscrit Dominique Roux, qui s'intéresse aux personnes qui sont réticentes ou résistantes au marketing.

Pourriez-vous nous donner votre point de vue sur la position des consommateurs à l'égard de la consommation collaborative ?

Dominique ROUX

L'étude du PIPAME m'a également laissé un sentiment de malaise. Le découpage des interrogés en groupes homogènes qu'elle présente peut sembler en effet assez arbitraire. Il revient à figer des groupes d'individus qui, dans la réalité, sont en constante mutation.

Les motivations à entrer dans la consommation collaborative ne sont jamais pures. Chaque consommateur est poussé à y entrer par une hybridation de motivations.

La motivation économique est certainement très importante, pour les offreurs de biens comme pour ceux qui les acquièrent. Cependant, ce n'est jamais la seule motivation qui entre en ligne de compte. Ainsi, les « opportunistes » de l'étude du PIPAME sont aussi poussés par des motivations écologiques. De nombreux consommateurs ont aussi des motivations critiques. Ils ne veulent plus avoir affaire aux acteurs conventionnels, et préfèrent traiter directement entre eux.

L'étude du PIPAME ne montre pas non plus la diversité des trajectoires des consommateurs. Plus l'on s'engage dans la consommation collaborative, plus elle s'étend en nombre de pratiques et plus elle se renforce dans le temps. Les pratiques se multiplient et se complètent entre elles. Elles font naître également une myriade de bonnes raisons de continuer à y recourir.

Par ailleurs, la spécificité de la consommation collaborative est qu'elle implique d'échanger ou de partager des biens ou des services avec des étrangers. La notion de confiance y prend donc une importance considérable. Ainsi, un certain nombre de plates-formes ont mis en place des dispositifs de confiance. Cependant, certains consommateurs apprécient aussi de pouvoir « faire leur marché » entre eux, sans avoir besoin de s'appuyer sur un système de notation des vendeurs, sur des commentaires, etc.

S'agissant du lien entre consommation collaborative et écologie, trois questions me semblent essentielles :

- L'utilisation de plates-formes collaboratives se substitue-t-elle à l'achat de biens neufs ?
- Qu'en est-il de la qualité des biens acquis par ce biais ?
- *Quid* de l'impact écologique de cette acquisition en matière de transport ?

L'utilisation d'une plate-forme collaborative se substitue à un achat neuf lorsqu'il y a une comparaison possible (entre, par exemple, une machine à laver disponible chez Darty et une machine à laver proposée sur Le Bon Coin). En l'absence de comparaison possible, il peut arriver que des consommateurs se lancent dans la surconsommation en faisant de la récupération compulsive d'objets, sous prétexte qu'ils sont moins chers ou gratuits.

Concernant la qualité, l'exigence de qualité n'est pas si grande du côté des offreurs (les gens ne font pas davantage attention à la qualité de la voiture qu'ils achètent s'ils ont l'intention de la louer ensuite), en revanche elle est très grande du côté des demandeurs. Ainsi, un acheteur qui se rend sur Le Bon Coin s'attend à y trouver un produit parfois plus solide (car plus ancien et qui a fait la preuve de sa solidité) que ceux qu'il pourrait trouver dans le commerce.

Quant aux frais de transport, ils sont toujours rapportés au prix du bien avant de finaliser la transaction.

Olivier PERRIN

Quel est l'aspect écologique de la plate-forme 1001PACT et quel est son lien avec la dimension participative de ce projet ?

Eva SADOUN

La plate-forme 1001PACT présente un double aspect écologique. Non seulement les personnes qui y participent financent des projets écologiques, mais elles retirent, ce faisant, leur argent d'un système qui s'oppose aux valeurs écologiques.

L'impact social et environnemental du système traditionnel est totalement remis en question. Or l'économie collaborative a l'avantage de créer un nouveau système visant à détruire les externalités négatives du capitalisme sous sa forme actuelle.

Les entreprises présentes sur notre plate-forme ont fait l'objet d'une double analyse portant sur :

- Leur aspect Environnemental, social et de gouvernance (ESG), qui peut être soit direct soit relatif à une chaîne de valeurs (modalités de transport des produits, modalités de distribution, etc.) ;
- Leur impact social et environnemental, c'est-à-dire leur portée directe.

Ainsi, une entreprise qui produit un outil technologique d'aide aux personnes handicapées sera analysée sous l'angle des modalités de production et d'assemblage de ce produit.

Les particuliers adhéreront au financement participatif parce que les entreprises qu'il leur sera proposé de financer seront présentées en toute transparence. En effet, l'opacité du système traditionnel est fortement remise en question.

Le financement participatif fonctionnera s'il ne reproduit pas les mêmes erreurs que le système traditionnel, et s'il s'efforce de ne pas ajouter d'intermédiaires contribuant à le rendre opaque.

Olivier PERRIN

La plate-forme audite-t-elle les projets ?

Eva SADOON

Oui. Les compétences des dix membres de l'équipe de 1001PACT sont des compétences d'analyse financière et extrafinancière.

Olivier PERRIN

Vous permettez donc à des citoyens de s'auto-organiser pour financer des projets qui ont du sens pour eux.

Eva SADOON

Tout à fait. En devenant actionnaires d'entreprises en ligne, ils détiennent un droit de vote, donc de décision. Ils peuvent voter *via* des logiciels en ligne que nous mettons à leur disposition. Ces logiciels leur permettent également de recevoir des *reportings* sur le développement des entreprises qu'ils financent. Ils peuvent également mettre leurs compétences à disposition de ces entreprises en fonction de leurs besoins.

Olivier PERRIN

En quoi la plate-forme Mutum contribue-t-elle à faire émerger un nouveau paradigme ?

Frédéric GRIFFATON

Il est vrai que le système capitaliste traditionnel engendre un grand nombre d'externalités négatives. C'est pourquoi nous avons l'intention de créer un nouveau système économique. Pour y parvenir, nous devons nous efforcer de créer le plus possible d'externalités positives.

La plate-forme Mutum s'appuie sur un système de points et sur une monnaie, le mutum. Ce système a pour but de faciliter les échanges et d'éviter les conflits, sans aucune recherche de profitabilité.

Mutum présente encore un certain nombre d'externalités négatives, notamment en matière de surconsommation. Il nous faut travailler sur ce sujet.

Lorsque quelqu'un référence un objet sur Mutum, la plate-forme lui demande beaucoup plus d'informations que ses concurrents, ce qui n'entre pas dans son intérêt. Cependant, il est important pour elle de sensibiliser les consommateurs à un certain nombre d'éléments (par exemple, le lieu de production de l'objet, etc.). De manière générale, il entre dans ses responsabilités d'éduquer les consommateurs à de nouveaux modes de consommation.

Alain GELDRON

La question de savoir si le prêt, le partage d'équipements ou l'allongement de la durée d'usage est plus ou moins consommateur d'énergie est primordiale. Ainsi, vaut-il mieux garder un parc de biens à partager ou investir dans un nouveau parc potentiellement moins consommateur d'énergie ?

Or cette interrogation n'est pas simple. Elle implique de tenir compte de nombreux enjeux, notamment sociaux. L'acquéreur d'un équipement d'occasion dispose généralement de faibles capacités financières, qui ne lui permettent pas d'acheter de nouveaux modèles haut de gamme.

De plus, le bilan environnemental varie selon les produits, et le niveau d'innovation qui y est associé.

Frédéric GRIFFATON

Nous constatons, à travers nos études, que nous avons la capacité de cumuler de nombreuses données pour faire de l'analyse de cycles de vie quasi réels. Nous pouvons aller très loin dans la connaissance de l'usage des objets.

Pour ma part, je suis convaincu que le collaboratif devient un enjeu parce que la technologie nous permet, notamment *via* l'analyse de données, d'aller plus loin dans ce domaine et dans les solutions qui y sont associées.

D'ici une dizaine d'années, si les cofondateurs des plates-formes comme la nôtre parviennent à garder leur intégrité, ils auront la capacité de mettre en place une économie de fonctionnalité réelle, et, ce faisant, de sauver la planète.

Eva SADOON

De nombreuses entreprises ne se sont pas souciées par le passé de la fin de la vie de leurs produits. Or l'actionnariat solidaire encourage les entreprises à entrer dans des logiques respectables.

Il faut que tous les secteurs de l'économie intègrent les enjeux sociaux et environnementaux. L'actionnariat solidaire aide à y parvenir. Le *crowdequity* repose en effet sur le principe suivant : la foule est bienveillante, ce sont les intermédiaires qui ne le sont pas. Ainsi, sur 1001PACT, nous avons dû prendre des décisions économiques difficiles pour améliorer l'impact environnemental et social d'une entreprise. Or, tous les votants les ont approuvées.

Nos pactes d'actionnaires vont également dans le sens du développement d'un système vertueux. Ils comportent des objectifs de rapatriement de la production, de non-délocalisation, etc., et non des objectifs de taux de rentabilité.

Dominique ROUX

Votre discours s'adresse à des consommateurs particuliers, qui sont les consommateurs engagés. Si vous voulez atteindre une certaine masse critique, il vous faudra parvenir à « engager la masse ». Or ce qui compte, à mes yeux, c'est l'engagement dans la pratique. Les consommateurs veulent se voir proposer des systèmes simples, surtout s'ils ne sont pas conscientisés ou militants.

Cet engagement dans la pratique peut se développer sous forme de « *gamification* ». La plate-forme PLACE de la LOC a lancé un jeu pendant un week-end pour encourager les consommateurs à mettre des biens à louer ou à prêter sur la plate-forme. Ce jeu a poussé une femme, notamment, à regarder tous ses placards et à s'interroger sur l'usage de ses objets. Un objet qu'elle ne pensait pas louer initialement a rencontré un grand succès. Il s'agissait d'un furet pour déboucher les canalisations.

Frédéric GRIFFATON

La masse critique s'atteint aussi par l'opportunisme. Mutum ne touche pas uniquement des engagés. Nos biens sont disponibles à côté de chez vous, gratuitement, etc. D'autres plates-formes que la nôtre

proposent des biens à la location, mais elles sont payantes. Elles risquent donc, davantage que Mutum, de rencontrer des limites à leur audience.

Eva SADOON

La plate-forme 1001PACT s'adresse également à un public qui ne se réduit pas aux militants. Ainsi, 50 % des particuliers qui investissent sur cette plate-forme n'ont jamais détenu de produits d'épargne solidaire. Cet investissement est motivé par trois raisons principales :

- Une réduction d'impôt y est associée (18 % sur l'impôt sur le revenu, 50 % sur l'ISF) ;
- Les problèmes sociaux et environnementaux touchent tout le monde ;
- L'entrepreneuriat social consiste à faire entrer des populations entières écartées du capitalisme dans le capitalisme. Il s'agit donc d'un marché gigantesque.

Olivier PERRIN

Pourriez-vous nous expliquer votre modèle économique ?

Frédéric GRIFFATON

Nous ne fonctionnons pas sur la publicité, ni sur les commissions, ni sur la revente de données. En revanche, nous offrons la possibilité d'acheter des mutums si un utilisateur n'a pas assez de mutums pour louer les biens souhaités.

De manière générale, nous laissons aux utilisateurs le choix d'opter ou non pour la gratuité. Avec près de 5 millions d'utilisateurs, nous parvenons à un chiffre d'affaires assez satisfaisant.

Nous comptons également des entreprises, comme la Société générale, parmi nos clients (la tour Séquoia pourrait aussi en faire partie). Mutum crée des communautés de partage et du lien social dans ces entreprises, en lien avec les Ressources humaines ou les Comités d'entreprise.

Nous envisageons de nombreux autres modèles, tournés notamment vers la gestion des déchets dans les villes. Mutum pourrait développer l'optimisation des déchets et faire ainsi baisser de 20 % les coûts associés à leur gestion, en prélevant une commission au passage.

7

Eva SADOON

La plate-forme 1001PACT prélève une commission de 4 % à 7 % en fonction des montants levés et de l'origine des investisseurs (selon qu'ils proviennent de la communauté 1001PACT ou du réseau des entreprises concernées). Lorsqu'un particulier investit, cet investissement lui coûte 1 % à 3 % de plus selon le montant investi (plus il investit, moins cet investissement est coûteux). Nous proposons aussi aux entreprises une activité de *reporting*, d'animation de la communauté, etc. selon un système d'abonnement annuel qui varie selon les services auxquels elles veulent souscrire.

Questions de la salle

Pour qu'une plate-forme fonctionne, il faut un minimum d'offre et de demande. Lorsqu'une plate-forme se lance, il doit être difficile d'obtenir ce minimum. Comment avez-vous géré cette phase de lancement ?

Frédéric GRIFFATON

Dans les premiers mois, il faut être partout, chercher un maximum de personnes à contacter pour créer à la fois l'offre et la demande en faisant jouer son réseau, etc. Mutum est encore dans cette phase de transition.

Questions de la salle

Comment comptez-vous lutter contre les puissants, dans l'éventualité d'une proposition de rachat de vos portails par Google, pour un montant d'1 milliard d'euros ?

Eva SADOUN

De nombreuses banques nous approchent, et de nombreuses plates-formes comparables à la nôtre ont d'ailleurs fait le choix de s'associer à des banques. Cependant, il nous faut nous interroger sur la raison d'être de notre plate-forme. Notre but est-il de créer simplement de nouveaux outils, ou de créer les entreprises de demain ?

À mon sens, les start-ups d'aujourd'hui doivent devenir les nouvelles entreprises de demain. Il faut cesser de considérer les start-ups comme des structures prometteuses condamnées à rester petites.

Frédéric GRIFFATON

Si je recevais une telle proposition d'achat, je publierais un communiqué de presse pour la refuser. De plus, la perspective de recevoir 1 milliard d'euros me semble assez effrayante, car cette somme risquerait de me transformer entièrement.

Questions de la salle

L'économie collaborative ne nous aide-t-elle pas à redécouvrir les individus comme des éventails de compétences (présentant chacun un fort potentiel matériel, intellectuel, ludique, etc.) et ne permettra-t-elle pas, de la sorte, de reconnecter les individus entre eux ?

Dominique ROUX

Je souscris à ce propos. Nous le constatons notamment sur les plates-formes de réparation et de conseil en réparation. Les gens ne savent plus changer une ampoule !

Olivier PERRIN

Au cours de l'étude PICO, quelqu'un s'est aperçu qu'avec une pièce à 20 euros il était possible de réparer un modèle particulier de machine à laver. Il a contacté ensuite toutes les personnes qui cherchaient à revendre cette machine sur Le Bon Coin pour leur expliquer comment la réparer.

Alain GELDRON

Avec le développement de l'obsolescence programmée (dont le lancement a été marqué par la parution de l'article de Bernard London, *L'obsolescence planifiée, Pour en finir avec la grande dépression*, en 1932),

nous avons perdu effectivement un certain nombre de valeurs. L'enjeu qui se présente est le suivant : comment reconstituer un système de valeurs différent, en passant de l'expérimentation appuyée sur des engagés à une massification de nouvelles pratiques ?

Or cet objectif est très difficile à atteindre. Ainsi, l'ADEME soutient l'écoconception depuis quinze ans. Or les produits véritablement écoconçus sont encore très peu nombreux.

Eva SADOON

Il faut communiquer autour de nos plates-formes pour les faire connaître. Elles ne seront pas tenues de s'associer à des grands groupes si elles bénéficient d'un soutien institutionnel.

Alain GELDRON

Nous avons lancé des campagnes de communication sur le réemploi et le partage des objets. Malheureusement, nos budgets de communication sont inférieurs à ceux des grands groupes de l'agroalimentaire, par exemple, et ne nous confèrent pas une grande visibilité sur l'espace médiatique.

Eva SADOON

De nombreuses campagnes institutionnelles disposent pourtant d'une grande visibilité, notamment sur la cigarette.

Dominique ROUX

La communication ne fait pas tout. Des initiatives mériteraient d'être généralisées, ne serait-ce qu'au niveau local. Ainsi, des municipalités pourraient s'appuyer sur l'activité des glaneurs pour encourager le partage et l'échange de biens. Il serait possible aussi d'organiser des *gratifierias*, ou « fêtes de la gratuité ».

Questions de la salle

En se projetant sur une cinquantaine d'années, on s'aperçoit que, si le réemploi est poussé à son maximum, la société finira par devenir complètement volatile, et les citoyens ne posséderont plus rien. Ce constat est notamment issu des travaux de la commission sur l'économie de la réemployabilité créée au sein de l'Institut de l'économie circulaire. Les grands acteurs fabriqueront des biens faits pour être réutilisés, faciles à réparer, etc. Ils prendront en main le système et prévoiront les formations nécessaires pour le faire durer. Pour éviter ce piège, il faudrait inclure un volet social à la réflexion portant sur l'économie collaborative.

Questions de la salle

L'association Agir pour la Biodiversité porte un projet baptisé la Tirelire Verte. L'objectif de ce projet est de favoriser l'accélération de la rénovation énergétique des habitats, *via* la création d'un compte épargne personnel « vert » pour chaque foyer, dont le contenu est exclusivement destiné à la rénovation de l'habitat. Ce compte épargne est alimenté par des sources financières diverses (économies réalisées au moyen d'achats collaboratifs, partenariats, etc.).

De nombreuses idées similaires circulent, mais ceux qui les portent ont besoin du soutien des administrations. Comment peuvent-ils s'y prendre pour les obtenir ? À qui doivent-ils s'adresser ?

Olivier PERRIN

Je retiens de nombreuses demandes en direction de l'État (fiscalité, visibilité, soutien, etc.).

Questions de la salle

Il me semble important d'étendre la durée de la garantie légale des produits pour obtenir des biens plus durables, plus réparables, etc. Un rapport du gouvernement est en préparation sur ce sujet. Je souhaite

savoir comment les acteurs de l'économie collaborative pourraient faire connaître ce besoin au sein de leurs communautés.

Frédéric GRIFFATON

Nous porterons cette demande avec plaisir.

Par ailleurs, je rappelle que la France est l'un des pays du monde qui soutient le plus l'entrepreneuriat. Mutum croule sous les dossiers de subventions. Il faut cesser de critiquer l'État. Notre pays soutient l'entrepreneuriat. Il faut simplement lui donner le temps d'évoluer.

Eva SADOON

De nombreux dispositifs permettent effectivement de financer « l'amorçage ». Malheureusement, la réglementation n'est pas faite pour aider les entreprises à grandir. Il faudrait créer un écosystème qui favorise l'émergence d'entreprises et le passage du statut de start-up au statut d'entreprise accomplie.

Dominique ROUX

Les inquiétudes soulevées plus haut sur le volet social de l'économie collaborative me semblent légitimes. La société appuyée sur l'économie collaborative ne sera pas plus égalitaire que celle dans laquelle nous vivons aujourd'hui. Toutefois, nous pouvons espérer que le développement de cette économie aidera à décroiser les relations entre les individus.