

## **L'économie de partage (ou de l'utilisation partagée) et l'aggravation du risque en assurance**

Augusta Byron

Volume 85, numéro 3-4, décembre 2018

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1056948ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1056948ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Faculté des sciences de l'administration, Université Laval

ISSN

1705-7299 (imprimé)

2371-4913 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Byron, A. (2018). L'économie de partage (ou de l'utilisation partagée) et l'aggravation du risque en assurance. *Assurances et gestion des risques / Insurance and Risk Management*, 85(3-4), 303-320.  
<https://doi.org/10.7202/1056948ar>

Résumé de l'article

La forte croissance des transactions dites de partage ces dernières années laisse croire à un bouleversement de notre façon de consommer. Les plateformes en ligne facilitant le partage, le prêt ou le louage entre individus incite à prendre (ou reprendre) conscience qu'il n'est pas nécessaire de posséder un bien pour profiter de son utilité. Quant aux biens que l'on possède déjà, les plateformes d'économie collaborative permettent d'en tirer un revenu supplémentaire avec peu d'effort et à l'intérieur de structures qui font oublier les risques encourus. Du point de vue d'un assureur, ces changements ont un impact non négligeable sur le risque des biens et des individus assurés. Dans cet article, nous offrons un bref survol de la littérature sur le sujet et présentons quelques conclusions quant à l'aggravation du risque en lien avec les plateformes telles Uber et Airbnb.

---

## L'ÉCONOMIE DE PARTAGE (OU DE L'UTILISATION PARTAGÉE) ET L'AGGRAVATION DU RISQUE EN ASSURANCE

---

Augusta BYRON

### ■ RÉSUMÉ

La forte croissance des transactions dites de partage ces dernières années laisse croire à un bouleversement de notre façon de consommer. Les plateformes en ligne facilitant le partage, le prêt ou le louage entre individus incite à prendre (ou reprendre) conscience qu'il n'est pas nécessaire de posséder un bien pour profiter de son utilité. Quant aux biens que l'on possède déjà, les plateformes d'économie collaborative permettent d'en tirer un revenu supplémentaire avec peu d'effort et à l'intérieur de structures qui font oublier les risques encourus. Du point de vue d'un assureur, ces changements ont un impact non négligeable sur le risque des biens et des individus assurés. Dans cet article, nous offrons un bref survol de la littérature sur le sujet et présentons quelques conclusions quant à l'aggravation du risque en lien avec les plateformes telles Uber et Airbnb.

## 1. INTRODUCTION

La crise économique débutée en 2008 a donné des ailes à un phénomène auquel on réfère le plus souvent comme étant l'économie de partage (sharing economy). On y réfère aussi à titre d'économie collaborative, socio-capitalisme (crowd-based capitalism), économie de pair à pair (peer2peer economy) ou économie de boulot à la pièce (gig economy). Tel que rapporté par Jeff John Roberts dans le magazine Fortune en 2015<sup>1</sup>, le terme « sharing economy » a été celui le plus souvent employé durant les premiers six mois de 2015 dans le New York Times, le Wall Street Journal et le Washington Post mais les termes économie sur demande, « gig economy » et « rental economy » commençaient alors à se tailler une place notable dans la nomenclature.

La difficulté à statuer sur un terme précis pour ce type d'activité économique découle de la très grande diversité des opérations qui s'en réclament. Couchsurfing.com, par exemple, consiste en un réseau d'hospitalité par lequel des voyageurs peuvent trouver un endroit où rester sans s'engager à payer quoi que ce soit. Dans la majorité des cas, les visiteurs contribuent financièrement à leur séjour en achetant de la nourriture ou en effectuant d'autres dépenses en faveur de leur hôte mais rien ne les en oblige. Couchsurfing met en contact des voyageurs avec des résidents du lieu de séjour dans le but de vivre une expérience plus personnalisée que celle offerte par le réseau hôtelier. Bien que Couchsurfing permette de se loger à peu de frais, les usagers de cette plateforme sont principalement attirés par son aspect relationnel et le partage d'un logis favorise de telles interactions. De la même façon, Amigo Express, une application facilitant le covoiturage entre particuliers, s'apparente très fortement à du partage. Avec Amigo Express, un individu prévoyant se rendre à Montréal à partir de Québec à une date précise indique son intention sur la plateforme et, si ça profite à quelqu'un de faire le même trajet au même moment, alors il pourra monter à bord et les deux se partageront les frais d'essence. Amigo Express permet ainsi au propriétaire d'une voiture de partager ses déplacements.

Le cas des plateformes telles Uber et Airbnb est différent. Commençons avec Uber. Les gens désirant un service de taxi et qui possèdent l'application Uber sur leur téléphone cellulaire peuvent faire appel à un chauffeur d'Uber plutôt que de prendre le transport en commun conventionnel (taxi réglementé, autobus, métro, etc.). Les chauffeurs d'Uber, bien que souvent présentés comme étant des travailleurs autonomes, ressemblent plus à des employés qui choisissent leur horaire en contrepartie de prendre sur leurs épaules des risques ordinairement couverts par l'employeur (Calo et Rosenblat, 2017). Uber correspond ainsi à un service de taxi qui gère ses employés de façon décentralisée avec un processus de paiement centralisé, ce qui cadre parfaitement dans ce qu'on peut appeler l'économie de boulot à la pièce, ou « gig economy ». La revue *The Economist*<sup>2</sup> fournit une brève analyse de l'incursion récente (ou plutôt la ré-incursion) de l'économie de boulot à la pièce dans le marché du travail d'aujourd'hui.

Airbnb, d'un autre côté, permet aux particuliers de louer leur logement, idéalement lorsqu'ils sont absents. Bien qu'on se trouve à partager l'utilisation d'une pièce ou d'un logement, on parle plutôt ici « d'économie de location ». Compte tenu des tarifs demandés sur Airbnb comparativement à ceux des hôtels, l'aspect économique d'Airbnb est sans contredit un facteur très important dans l'attraction d'usagers.

Néanmoins, la dimension relationnelle des services de louage de logis entre individus occupe une place non négligeable dans l'expérience Airbnb. Généralement, le locataire entre en contact avec le locateur et, tel que relaté par Sundararajan (2016, p. 40), on laisse les serviettes par terre sans réfléchir en quittant une chambre d'hôtel mais on peut mettre plusieurs heures à nettoyer dans le cas d'un logement loué d'un particulier. De plus, certains hôtes d'Airbnb vont laisser des souvenirs aux visiteurs ou bien les emmener dans des endroits particuliers durant leur séjour, ce qui rapproche le locataire du locateur. Il ne faut tout de même pas négliger la possibilité de louer à des gens qui vont passer beaucoup de temps à fêter, amalgamant alcool et cigarette à l'insu du propriétaire.

Dans le présent article, nous utiliserons plus souvent les termes «économie de partage» et «économie collaborative». Tel que décrit plus haut, les plateformes telles Couchsurfing and Amigo Express sont effectivement du partage. Airbnb et Uber, en contrepartie, font intervenir de l'utilisation partagée. Les hôtes d'Airbnb partagent l'utilisation de leur logement avec des visiteurs et les chauffeurs d'Uber partagent l'utilisation de leur voiture, moyennant un frais.

L'engouement pour les plateformes dites de partage a insufflé un tel vent de changement dans la façon de percevoir la consommation que certains affirment même que les nouvelles générations valorisent plus l'utilisation que la possession (Belk, 2014). Cette tangente pose problème aux assureurs car, à la base, l'assurance consiste à protéger un individu particulier contre les pertes financières résultant de dommages aux biens qu'il possède et utilise lui-même. Dans le cas d'Airbnb, le locataire n'a pas le même intérêt d'assurance dans le logement que le propriétaire et n'a certainement pas les mêmes réflexes de prévention que ce dernier. Dans le cas d'Uber, la participation comme chauffeur implique l'emprunt de chemins auxquels ce dernier n'est pas habitué. De plus, l'application et la formule de paiement d'Uber encouragent les chauffeurs à offrir leurs services durant les périodes d'achalandage. Dans ce qui suit, nous allons jeter un coup d'œil sur l'aggravation du risque découlant de l'utilisation des plateformes de partage.

## 2. ÉCONOMIE DE PARTAGE ET ÉCHANGE COMMERCIAL

L'échange commercial est de loin le mode de transaction le plus courant dans les sociétés capitalistes. Celui-ci peut se faire entre purs étrangers et la transaction n'a pas à être répétée si la monnaie perçue

par le vendeur est facilement réutilisable. Outre l'échange commercial, les individus peuvent transiger entre eux par l'entremise d'échange de cadeaux (ou de faveurs) ou par le partage (Belk, 2010). Le Tableau 1 dresse les principales différences entre l'échange commercial, l'échange de cadeaux et le partage. L'échange commercial requiert une monnaie d'échange mais la confiance entre les parties n'est pas essentielle<sup>3</sup> et les interactions entre les parties n'ont pas à être répétées. Si on élimine la monnaie d'une transaction, alors celle-ci peut s'apparenter à un échange de cadeaux ou de faveurs. Tel que décrit dans Mauss (1926), l'échange de cadeaux est au centre des coutumes de plusieurs sociétés, le récipiendaire d'un cadeau sentant alors une obligation de retour à une période ultérieure. L'échange de cadeau nécessite ainsi un environnement à interactions répétées et la confiance entre les parties joue un rôle moyennement important<sup>4</sup>. Le partage, dans sa forme la plus pure, n'implique aucune monnaie mais la confiance y joue un rôle primordial et les interactions n'ont pas à être répétées. Le partage n'est pas nouveau mais a historiquement eu tendance à prendre forme à l'intérieur de réseaux d'individus très proches les uns des autres (famille, amis, voisins). Le partage est généralement systématique à l'intérieur d'une famille (partage du véhicule familial, partage du logement, etc.), et n'implique pas un retour de faveur de l'individu bénéficiant de l'item partagé (Belk, 2010), ce qui le différencie de l'échange de cadeaux.

■ **TABLEAU 1** *Principales différences entre l'échange commercial, l'échange de cadeaux ou de faveurs et le partage*

	MONNAIE D'ÉCHANGE	CONFIANCE ENTRE LES PARTIES	INTERACTIONS RÉPÉTÉES
Échange commercial	Oui	Peut intervenir	Pas nécessaire
Échange de cadeaux ou de faveurs	Non	Moyennement important	Nécessaire
Partage	Non	Très important	Peut jouer un rôle

Avec les développements informatiques, le concept d'économie collaborative, à mi-chemin entre le partage et l'échange commercial, a permis à plusieurs de mettre au service des autres certains de leurs objets inutilisés en échange d'une compensation monétaire. Bien que ce type d'échange paraisse entièrement économique, il possède plusieurs attributs du partage, notamment l'inclusion dans un réseau, la divulgation d'information réduisant l'asymétrie d'information entre les contreparties, un système de pointage quantifiant la réputation d'un usager et le développement d'un sentiment d'appartenance à une communauté (Sundararajan, 2016).

L'explosion de l'offre collaborative a eu lieu durant la crise financière de 2008-2009. À ce moment, plusieurs individus se sont retrouvés sans emploi ou avec des revenus moindres et l'économie de partage permettait alors d'aller chercher le manque à gagner ou, tout simplement, des revenus. Notons que l'industrie du taxi s'est développée dans des circonstances similaires. Le début des années 1900 a vu apparaître une panoplie de nouvelles inventions, l'automobile étant l'une d'elles. La dépression des années 1930 a fait exploser l'offre de taxi car ce secteur d'activité offrait des revenus vitaux à des travailleurs pouvant œuvrer avec des horaires flexibles, les emplois usuels étant de plus en plus rares. Cette explosion a mené à des situations chaotiques obligeant les villes à réglementer cette industrie avec les structures que l'on connaît aujourd'hui. De la même façon, l'économie de partage a pris son envol en pleine crise économique et les perturbations qu'elle a engendrées ces dernières années ont forcé les gouvernements à intervenir au niveau réglementaire.

L'économie collaborative a sans contredit un impact sur les échanges commerciaux similaires. Zervas et coll. (2017) démontrent qu'une augmentation de 1% de l'offre d'Airbnb réduit de 0,05% les revenus des hôtels du Texas, les hôtels de bas de gamme et ceux ne s'adressant pas à une clientèle d'affaire étant les plus affectés. Horn et Merante (2017) démontrent qu'une augmentation de l'offre d'Airbnb dans la région de Boston semble augmenter les loyers de 0,4%. Kim et coll. (2018) trouvent que l'arrivée d'Uber dans la ville de New York a contraint les taxis établis à couvrir plus large de territoire, Uber étant principalement présent dans Manhattan.

### 3. LE MARCHÉ DES CAPACITÉS EXCÉDENTAIRES

L'économie de partage implique la mise à disposition, dans un but lucratif ou non, des capacités excédentaires de biens (ou de services) détenus par des particuliers. Le propriétaire d'une maison ou d'un logement, par exemple, détient les droits d'accès à un logis qui est rarement utilisé à sa pleine capacité. Cette sous-utilisation provient du fait que nous possédons des biens au-delà de nos besoins et ce, dans une mesure qui ne cesse de s'accroître depuis quelques décennies. Par la même occasion, le désir de consommer s'est accru lui aussi. Alors qu'aller en Floride était pleinement satisfaisant comme voyage dans le sud pour un Québécois durant les années 1980, il en est tout autrement aujourd'hui. Le monde entier est devenu plus facilement accessible, l'information est plus facile à obtenir et la planification d'un voyage

est presque un jeu d'enfant. Avant internet, louer un logement en banlieue de Paris était une aventure pour les plus intrépides. Aujourd'hui, la même opération se prépare en quelques minutes devant son ordinateur à la maison.

L'accumulation de biens à capacité excédant nos besoins n'a rien de nouveau. C'est plutôt du côté de la demande que l'évolution récente s'est fait sentir. Comme cela a toujours été le cas dans l'histoire de l'humanité, une offre et une demande qui bombent le torse incite des entrepreneurs à se placer au milieu afin de faciliter les échanges. Il s'est ainsi développé un marché pour les capacités excédentaires et ce, dans plusieurs domaines d'activité. Par exemple, l'émergence de plateformes en ligne telles Airbnb et Couchsurfing résultent d'une augmentation de la demande pour de tels lieux d'hébergement. Pratiquement toutes les maisons ont des pièces peu utilisées (ex: chambre d'ami) ou sont carrément vides durant une partie de l'année. Ce qui a changé avec l'avènement d'internet, c'est la propension des voyageurs à opter pour ce type de logement plutôt qu'un hôtel ou un motel conventionnel.

Benkler (2004, p. 296-305) établit un lien entre les objets exhibant de l'excès de capacité et leur niveau de fractionnement. La plupart des biens de consommation sont offerts « en morceaux », soit avec des tailles et capacités hors de contrôle des consommateurs. Lorsqu'on achète un café, on nous offre différents formats bien définis et, généralement, la taille choisie par le consommateur viendra combler assez précisément son besoin. Lorsqu'il est question de biens à long terme, par contre, le fractionnement des capacités offertes est tel que les besoins d'un consommateur se situe généralement entre deux niveaux et parfois même en-dessous du premier palier. La très grande majorité des voitures, par exemple, possèdent au moins deux sièges à l'arrière mais ceux-ci sont souvent inutilisés. De la même façon, les ordinateurs personnels sont vendus avec une capacité qui dépasse largement les besoins des acheteurs. Les machines industrielles, les terrains de golf et les marinas pour bateaux de plaisance sont des exemples de fractionnement minimal qui, pour un individu seul, génère une sous-utilisation effaçant la rentabilité d'un tel achat, ce qui fait que ce sont généralement des groupes d'individus qui rendent acquéreurs de tels objets. À l'opposé, les piles rechargeables ont une capacité bien en-deçà du besoin de son utilisateur, et celles-ci seront non seulement rechargées à de multiples reprises durant leur vie utile mais seront même éventuellement remplacées.

Benkler (2004) considère les biens propices au partage comme étant un sous-ensemble des biens menant à la formation de clubs. Buchanan (1965) offre une des premières analyses économiques des clubs, dans

laquelle il discute du compromis entre le nombre de membres, le coût, le bénéfice et le taux d'utilisation du bien auquel l'adhésion au club donne accès<sup>5</sup>. Bien que l'organisation en club soit plus formelle qu'une transaction dite de partage, les principes économiques qui sous-tendent ces transactions sont similaires. Un individu possédant un objet sous-utilisé évalue les coûts et bénéfices de louer ou prêter ses capacités excédentaires et prend une décision en conséquence.

Benkler (2004) pousse son analyse dans des détails qui méritent d'être mentionnés. Après avoir décrit ce qu'il entend par le fractionnement d'un bien, il discute de durabilité, de dépréciation et de renouvellement d'un bien ou de son usage. La plupart du temps, ce n'est pas le bien lui-même qui procure de l'utilité mais plutôt son utilisation (cette affirmation paraît beaucoup moins subtile en français qu'en anglais). Si on prend comme exemple une voiture ou un logement, le bénéfice d'utilisation décroît relativement lentement dans le temps, ce qui n'est pas le cas d'une paire d'espadrilles. Il est ainsi possible d'identifier un ensemble de biens dont le bénéfice d'utilisation décroît à un taux nul ou très faible, dans lequel cas mettre à profit les capacités excédentaires rapporte plus qu'il n'en coûte à son propriétaire. À l'opposé, l'utilisation répétée d'une scie ou d'une paire de ciseaux affecte plus rapidement son efficacité, rendant de tels biens moins propices à l'échange.

Belk (2014) fait remarquer que les jeunes adultes semblent accorder plus d'importance à l'utilisation qu'à la possession et c'est ce qui donne du vent dans les voiles de l'économie de partage. Si, avec le temps, les développements technologiques déplacent la consommation de la possession vers l'utilisation, nous devrions tranquillement assister à un ajustement de l'offre et de la demande, tel qu'illustré par Benkler (2004, p. 304)<sup>6</sup>.

## 4. ÉCONOMIE DE PARTAGE ET LA LOI

Les acteurs de l'économie dite de partage ne tarissent pas d'éloges quand vient le temps de vanter leur industrie, évoquant la liberté, le libre marché, le développement durable et ainsi de suite. Certains auteurs, dont Calo et Rosenblat (2017), Pollman et Barry (2017) et Ahsan (2018), entre autres, questionnent cependant certaines des pratiques de ces compagnies, notamment celles d'Uber. Ce questionnement découle directement de la raison d'être de ces compagnies, nommément leur avantage informationnel inégalé. Les possibilités qu'offrent les technologies de l'information semblent infinies et ce que



les experts réussissent à faire dans ce domaine défie continuellement l'imaginaire des amateurs. L'information qu'il est possible d'accumuler par l'entremise de l'application d'Uber, par exemple, possède une valeur inestimable pour quiconque sait s'en servir. Bien entendu, les programmeurs d'Uber savent très bien s'en servir et il devient alors très tentant d'en profiter même si ça implique de s'aventurer en terrain éthique mal délimité.

Il ne faut pas trop vite sauter aux conclusions de mauvaises intentions quant aux méthodes d'accumulation d'information des entreprises technologiques. La perception de l'avantage informationnel aujourd'hui est bien différente de celle qui prévalait hier. Facebook, par exemple, avait beaucoup plus de détracteurs à ses débuts que de supporteurs (en tant qu'entreprise profitable). Quand Facebook y est allé d'un premier appel public à l'épargne, bien des experts ont demandé comment une compagnie pouvait survivre en donnant ce qu'elle produit. À ce moment, la valeur de l'information qu'amassait Facebook échappait au néophyte mais pas aux fondateurs de la compagnie. Ces derniers, avec leurs connaissances en programmation et en technologie, avaient vu tout le potentiel de cette collecte d'information, librement fournie par les usagers eux-mêmes. Ils ne savaient peut-être pas exactement quoi en faire au début mais, tout comme les experts légistes qui conservent des preuves dans l'espoir de pouvoir mieux les décortiquer avec les technologies du futur, Facebook s'est constitué une base de données d'une valeur inestimable aujourd'hui. Si on avait posé la question sur ce type d'information en 2010, tout le monde s'en serait bien moqué. De plus, Facebook offre un moyen de communication quasiment sans faille, à un point tel que plusieurs groupes et associations utilisent cette plateforme pour leurs communications officielles. De la même façon, Uber continue d'étudier les déplacements de ses usagers cinq minutes après qu'ils eurent été déposés, le tout avec le consentement de ceux-ci par l'entremise de sa politique d'utilisation (Oman, 2016)<sup>7</sup>. Difficile de dire ce qu'Uber entend faire avec cette information mais comme la collecte et l'entreposage se fait à un coût presque nul, difficile pour la compagnie de ne pas le faire.

Tel que détaillé dans Pollman et Barry (2017) et Calo et Rosenblat (2017), plusieurs intermédiaires de l'économie collaborative sont des multinationales ayant réussi à se tailler une place dans des zones où la réglementation est plus ou moins grise, reproduisant des services déjà existants tout en évitant les restrictions auxquelles les firmes déjà en place font face (Calo et Rosenblat, 2017, p. 1627). Pollman et Barry (2017) appellent ce type de stratégie «Regulatory entrepreneurship»,

que nous traduisons ici comme étant de l'entrepreneuriat de confrontation réglementaire (ou entrepreneuriat de confrontation) ou d'arbitrage réglementaire.

Pollman et Barry (2017, p. 392) définissent l'entrepreneuriat de confrontation réglementaire comme étant la mise sur pied d'une entreprise pour laquelle le succès repose sur des modifications à la réglementation actuelle. Les auteurs citent en exemple Uber, Airbnb, Tesla et DraftKings. Dans le cas d'Uber et d'Airbnb, on offre des services de taxi et d'hôtellerie sans permis (au début, plus maintenant). Dans le cas de Tesla, on vend des voitures directement aux consommateurs plutôt que de passer par un concessionnaire, ce qui défie les lois de plusieurs juridictions. Dans le cas de DraftKings, on produit un alignement de joueurs professionnels et on accumule des points et de l'argent si ceux-ci performant bien, ce qui contrevient aussi à certaines réglementations sur les paris sportifs. Chacune de ces compagnies opèrent dans des secteurs d'activité où la réglementation est plus ou moins floue, avec une optique selon laquelle les barrières réglementaires s'ouvriront éventuellement en leur faveur. Leur stratégie d'opération consiste généralement à acquérir rapidement un grand nombre d'utilisateurs leur donnant le poids politique nécessaire à faire pencher la balance en leur faveur. Certaines de ces compagnies ont même à l'occasion utilisé leur application numérique afin d'impliquer politiquement leurs utilisateurs. En juin 2015, par exemple, Uber a offert gratuitement le transport à quiconque se rendait à une manifestation en sa faveur devant l'hôtel de ville de New York<sup>8</sup>. L'entreprise est même allée jusqu'à utiliser l'application de la compagnie pour inciter ses utilisateurs à inonder de courriels la mairie de New York.

Pollman et Barry (2017) notent au passage que ce type d'entrepreneuriat n'existe pas seulement dans les secteurs d'activité de pointe. L'Ultimate Fighting Championship (UFC) en est un bon exemple. L'UFC organise des combats d'arts martiaux mixtes autrefois interdits dans la plupart des états américains. Avec le temps, la popularité de ce sport a fait en sorte qu'il est maintenant rendu légal à la grandeur des États-Unis. L'état de New York fut le dernier à légaliser l'UFC en 2016. Quelques mois plus tard, la compagnie a changé de main pour 2000 fois sa valeur de 2001.

L'entrepreneuriat de confrontation diffère du lobbying en ce sens que les lobbyistes opèrent généralement dans la légalité tout en tentant d'influencer les modifications futures de règlements en leur faveur. Les entrepreneurs de confrontation, eux, opèrent initialement dans une

zone grise ou tout simplement dans l'illégalité, et misent sur une modification des lois pour survivre. L'entrepreneuriat de confrontation n'est pas nouveau. Au début des années 1900, les compagnies aériennes se sont frappées à la doctrine selon laquelle le propriétaire d'un terrain était aussi propriétaire de tout l'espace au-dessus, pour ensuite en occasionner l'abolition. Au début des années 1980, les fabricants de lecteurs de vidéocassettes permettant l'enregistrement s'aventuraient eux aussi en zone inconnue, voire illégale en termes de droits d'auteur.

Les industries du taxi et de l'hôtellerie sont assez lourdement réglementées de nos jours. Permis, assurances, formation, zonage et ainsi de suite leur ont été imposés avec le temps suite à certaines périodes chaotiques. Le taxi en est le meilleur exemple. Lors de l'apparition de l'automobile, conduire un tel engin suscitait suffisamment d'appréhension pour que la plupart des gens préfèrent faire affaire avec un chauffeur. La première loi détaillée d'encadrement des véhicules à moteur sanctionnée au Québec le fut en 1906. Une première loi avait vu le jour en 1904 mais celle-ci ne traitait que de la vitesse des véhicules et de l'obligation à faire attention aux chevaux. La loi de 1906, plus détaillée, mettait beaucoup d'emphasis sur les chauffeurs, soient des «personnes habiles à conduire des véhicules-moteurs, et qui gagnent habituellement leur vie à conduire ces véhicules». Avec le temps, de plus en plus d'automobiles se sont mises à circuler dans les rues et leur grande autonomie fit de celles-ci une féroce compétitrice des systèmes de transport en commun existants, plus précisément les tramways. En fait, les premiers chauffeurs de ce qu'on a fini par appeler taxi roulaient devant les tramways et se dépêchaient de prendre des passagers avant celui-ci. La dépression des années 1930 fut accompagnée d'une explosion de l'offre de taxi, attirant les chômeurs dans les rangs de chauffeurs à un moment où l'automobile se démocratisait de plus en plus. Cette forte croissance engendra des guerres de tarifs qui obligèrent la mise en place de la réglementation que l'on connaît aujourd'hui.

Les services de transport terrestres, communs ou privés, sont apparus au moment où les villes se sont formées, soit aux alentours des années 1600. Avant cela, le transport payant se faisait par voie de flotaison, soit par barque ou navire. Lorsque des services de transport par véhicules tirés par des chevaux ont commencé à être offerts, les transporteurs marins se sont rapidement plaints de cette concurrence déloyale (Gorman, 1982). À mesure que l'offre de transport par chevaux augmentait, il a fallu réglementer en termes de salubrité et de sécurité des passagers. À la voiture à quatre roues succéda celle à deux roues, le cabriolet. Les cochers des voitures à quatre roues se

plaignirent alors de concurrence déloyale par des flottes de véhicules ne respectant pas les normes de sécurité. Vinrent ensuite le transport électrique sur rail et les voitures à moteur à combustion. L'innovation entraîne inmanquablement des bouleversements dans plusieurs domaines et le transport n'y échappe jamais. L'homme aura toujours besoin de se déplacer plus vite et plus loin. Uber venant bousculer l'industrie du taxi est une étape logique du développement des transports et la réglementation n'a d'autre choix que de s'y adapter.

Calo et Rosenblat (2017) relatent les résultats de l'étude de terrain effectuée par Alex Rosenblat qui, entre 2014 et 2017, a utilisé les services d'Uber plus de 400 fois et s'est entretenue avec plusieurs chauffeurs d'Uber, de Lyft ou autres services de déplacement collaboratif aux États-Unis. Dans cette étude, les auteurs mentionnent, entre autres, qu'Uber est conscient que les utilisateurs avec un téléphone dont la pile est presque à terre ont tendance à être enclins à payer plus cher que ceux avec de bonnes réserves<sup>9</sup>, soulevant des doutes quant aux pratiques d'Uber avec de tels clients. Les possibilités de manipuler les chauffeurs semblent encore plus prononcées. Par exemple, la complexité des contrats reliant Uber à ses chauffeurs soulève des doutes quant à leur acceptation de façon informée et éclairée. Calo et Rosenblat (2017, p. 1655)<sup>10</sup> soulignent en plus des situations où l'application d'Uber donne l'impression à un usager potentiel qu'un chauffeur se trouve tout près, alors que ce n'est pas toujours le cas. Uber se défend de cette pratique en indiquant que les voitures apparaissant sur l'application indiquent en fait que des chauffeurs se cherchent des passagers sans pour autant révéler la position de ces chauffeurs.

Ahsan (2018) réfute catégoriquement l'idée selon laquelle les chauffeurs d'Uber seraient des partenaires d'affaires. En mettant de l'avant ce principe, Uber réussit à recruter des chauffeurs sans avoir à s'inquiéter du salaire minimum, du temps supplémentaire, d'assurances et autres bénéfices généralement à la charge de l'employeur. Aux yeux d'Ahsan (et d'autres chercheurs), le comportement et la performance des chauffeurs d'Uber sont scrutés et analysés avec une précision qui s'apparente à de la gestion hyper serrée, voire intrusive, d'employés. De plus, une partie de cette surveillance vient des usagers eux-mêmes par l'entremise de l'application. Ceux-ci sont en quelque sorte subrogés dans les pouvoirs de gestion de la compagnie. Le seul aspect du travail de chauffeur pour Uber qui s'apparente à du travail autonome est le choix des horaires. Cependant, l'application d'Uber titille fréquemment les chauffeurs afin de les inciter à offrir leurs services lorsqu'un demandeur se trouve tout près.

Ashan (2018) va un peu plus loin en affirmant qu'une entreprise telle Uber accentue les inégalités de revenu. Les individus tentés d'aller chercher un revenu supplémentaire via un service tel Uber ont généralement des emplois précaires ou pas d'emploi du tout. La complexité de l'entente entre Uber et ses chauffeurs est telle que ceux-ci comprennent difficilement le mode de rémunération de la plateforme. Mishel (2018) estime qu'un chauffeur gagne en moyenne 11,77 \$ de l'heure, soit moins que la rémunération moyenne des occupations offrant les revenus les plus faibles. En fait, 90% des travailleurs à salaire ont un meilleur taux horaire que les chauffeurs d'Uber. Ashan (2018) démontre que les entreprises d'économie collaborative comme Uber proposent en fait des emplois encore plus précaires que ceux dans lesquels évoluent les individus qui postulent pour ces emplois, creusant encore plus l'écart entre le bien-être des riches et des pauvres.

## 5. QUI PARTICIPE ET POURQUOI ?

Qu'est-ce qui explique le succès de l'économie de partage? Davidson, Habibi et Laroche (2018) établissent un lien entre le matérialisme et la propension à participer à l'économie de partage. Dans une première étude, les auteurs ont recruté au-dessus de 230 résidents des États-Unis et 230 résidents de l'Inde et leur ont demandé de compléter un questionnaire standardisé, nommément le questionnaire à 15 items de Richins (2004), permettant d'estimer leur niveau de matérialisme. Le matérialisme s'exprime en trois dimensions: l'importance d'acquérir des objets tangibles, le rôle que joue l'acquisition de biens dans la quête du bonheur et le rôle que jouent ces possessions dans la définition du succès et de l'identité d'un individu. En comparant un groupe de participants provenant des États-Unis avec un groupe provenant de l'Inde, les auteurs cherchent à entrecroiser matérialisme et culture. En complétant le questionnaire de Richins sur le matérialisme, chaque participant se voit accorder un score permettant d'identifier les plus matérialistes du groupe. On a ensuite demandé à chaque participant de répondre à quelques questions sur leur familiarité avec les plateformes d'hébergement collaboratif ainsi que leur propension à opter pour ce type d'hébergement plutôt que de prendre une chambre d'hôtel lors de leur prochain voyage. Les résultats sont surprenants. Davidson, Habibi et Laroche (2018) trouvent que les individus les plus matérialistes sont plus familiers avec les plateformes collaboratives et seraient plus enclins à les utiliser plutôt que d'utiliser les services conventionnels.

Davidson, Habibi et Laroche (2018) poursuivent avec une deuxième étude sur un deuxième groupe d'individus, soient environ 200 Américains et 200 Indiens. Cette fois-ci les auteurs tentent de mieux comprendre ce qui attire les gens vers l'économie de partage en jetant un coup d'œil de deux angles différents, nommément l'anticipation de transformation et l'utilité perçue. En termes de transformation, il a été démontré que les individus matérialistes, et plus particulièrement les Américains, ressentent de très fortes émotions à l'aube d'un achat important (Richins, 2013). Richins (2011) développe un questionnaire identifiant les facteurs émotifs pouvant être reliés à l'anticipation d'un achat, dans l'optique que celui-ci transforme l'existence de l'acheteur. L'anticipation de transformation se décline en quatre composantes : (i) au niveau de l'individu (les autres vont me respecter plus une fois en possession du bien en question), (ii) au niveau relationnel (j'aurai de meilleures relations avec les autres une fois en possession de ce bien), (iii) au niveau hédonique (j'aurai plus de plaisir une fois en possession de l'objet) et (iv) au niveau de l'efficacité (je serai plus efficace une fois en possession de l'objet). Dans cette deuxième étude, Davidson et ses collègues (2018) demandent à leurs sujets de remplir un deuxième questionnaire portant sur l'utilité perçue par la participation à l'économie de partage, soit celui de Lamberton et Rose (2012). Les trois canaux par lesquels transite l'utilité perçue sont la convenance, la disponibilité et la flexibilité.

Les résultats de la deuxième étude de Davidson et ses collègues (2018) procure de l'information intéressante sur l'attrait des individus vers l'économie collaborative. Pour l'échantillon d'Américains, l'impact du matérialisme sur le désir de participer peut être expliqué par une anticipation de transformation alors que les Indiens semblent plutôt attirés vers l'économie de partage dû à sa convenance et sa disponibilité. Les auteurs attribuent leurs résultats aux différentes cultures des deux pays. Aux États-Unis, la consommation est principalement individuelle et la participation à l'économie de partage permet de sortir d'un certain cloisonnement. Ce phénomène serait ainsi plus prononcé chez les individus matérialistes car ceux-ci bénéficieraient encore plus de l'aspect social de l'économie de partage. De plus, les auteurs notent au passage que la littérature a maintes fois démontré que les gens sont disposés à partager avec des gens comme eux. Si les participants à des plateformes d'économie collaborative sont principalement matérialistes, alors les obstacles au partage sont amenuisés par le fait que les usagers se ressemblent. Chez les Indiens, le partage est plus une habitude et les interactions sociales sont inévitables. Ce qui attire les Indiens vers l'économie de partage serait alors sa convenance et sa disponibilité plutôt que la possibilité de rencontrer des gens.

Zhang, Gu and Jahromi (2018) tentent d'identifier ce que les consommateurs recherchent lorsqu'ils passent par une plateforme collaborative pour l'utilisation d'un bien ou d'un service. En d'autres termes, ils tentent de définir la valeur de consommation de ce qu'offre l'économie de partage. Pour ce faire, ils ont soumis un questionnaire en ligne à des usagers de la plateforme de crowdsourcing Amazon Mechanical Turk et ont retenu les réponses de 985 participants. Le questionnaire soumis par les auteurs s'enquêrait de la valeur technique (convenance, solution à des problèmes, etc.), de la valeur économique (faible coût), la valeur sociale (rencontrer des gens, etc.) et la valeur émotionnelle (les plateformes d'économie collaborative offrent des expériences plaisantes et mémorables). Les auteurs trouvent que ce sont les valeurs sociale et émotionnelle qui incitent le plus les usagers à réutiliser une plateforme d'économie collaborative. Ainsi, tout comme Davidson et ses collègues (2018), il semble qu'une portion non négligeable de la satisfaction que retirent les consommateurs des services tels Airbnb, Couchsurfing, Lyft ou Uber relèvent du domaine relationnel et émotionnel.

Comme le mentionne Sundararajan dans son livre (2016, p 44-46), le contact humain occupe une place importante dans les transactions collaboratives, ce qui explique pourquoi les locataires d'Airbnb passent beaucoup de temps à nettoyer avant de partir, ce qui n'est aucunement le cas des usagers d'hôtels. Neunhoeffler et Teubner (2017) démontrent aussi l'importance de l'aspect social des plateformes pour les usagers.

## 6. ÉCONOMIE COLLABORATIVE, RISQUE ET ASSURANCE

Uber et Airbnb ont obligé bien des juridictions à mettre en place des mesures afin de protéger les entreprises en place affectées par l'arrivée de ces joueurs perturbateurs. Dans la ville de Québec, par exemple, on oblige les participants à la plateforme Airbnb à obtenir un permis et à avertir leur assureur de leurs activités afin d'être en règle. De la même façon, on tente d'imposer des règles aux chauffeurs d'Uber de façon à égaliser leurs chances avec celles des taxis déjà établis. Les réglementations auxquelles doivent se plier hôtels et taxis ont été mises en place non seulement pour protéger le public mais aussi pour protéger les entrepreneurs impliquées contre des poursuites aux conséquences dévastatrices.

Si on se fie à l'expérience d'Airbnb, il semble régner un respect important entre les usagers et les locataires et on pourrait être tenté de croire que le risque encouru par la location via Airbnb est minime.

Cependant, il subsistera toujours un risque non négligeable du fait que le locataire ne connaît pas aussi bien les lieux que le propriétaire et certains dommages pourraient en découler. Par exemple, la porte du lave-vaisselle pourrait être légèrement défectueuse et, si elle n'est pas fermée d'une façon particulière, un dégât d'eau pourrait s'ensuivre. De plus, l'image du voyageur fêlard reste toujours présente, y incluant des risques importants comme la cigarette et ce, spécialement lorsque les visiteurs proviennent d'endroits où ce vice est plus répandu. Neunhoeffter et Teubner (2017) identifient quatre groupes d'individus relativement à l'utilisation de plateformes collaboratives, et le groupe qu'ils appellent «enthousiastes sociaux» est sans contredit celui étant le plus attiré par l'économie de partage. Ce groupe tend à inclure les plus jeunes d'une population. Il y a donc nécessairement aggravation du risque lorsqu'un logis est loué via Airbnb.

L'exclusion des dommages à un logis loué sur la base que la location constitue une activité professionnelle non déclarée est difficile à défendre en cour puisque le concept d'activité professionnelle implique un revenu continu et régulier, ce qui n'est généralement pas le cas des locataires sur Airbnb. Cet exemple en est un parmi tant d'autre démontrant l'effet perturbateur des échanges collaboratifs. Le nouveau formulaire d'assurance habitation du Québec, entré en vigueur en juin 2017, a donc dû apporter des précisions concernant la location à court terme. Ainsi, les dommages liés à la location à court terme de 30 jours et plus, consécutifs ou non durant l'année, sont exclus de la couverture. Si, par exemple, un propriétaire loue sa demeure et que celle-ci passe au feu dû à une mauvaise utilisation du foyer ou du poêle à bois, alors les dommages ne seront pas couverts par l'assureur<sup>11</sup>. Autrement, si la demeure est louée pour moins de trente jours par année, il y a aggravation du risque et l'assuré est tenu d'en informer son assureur<sup>12</sup>. Il est important de noter que les dommages résultant d'événements qui ne sont pas reliés à la location restent couverts. Si une demeure est louée à court terme et qu'une tempête de grêle endommage la toiture, l'assureur est alors tenu d'indemniser puisque ces dommages auraient eu lieu même si la résidence n'avait pas été louée. En ce qui concerne l'avertissement de l'assureur en cas d'utilisation d'Airbnb, cette mesure est maintenant rendue obligatoire dans plusieurs juridictions<sup>13</sup>.

Dans le cas d'Uber, les activités menées par un chauffeur correspondent d'assez près à la définition d'activité professionnelle fournie avec les formulaires d'assurance habitation. Difficile alors d'échapper à cette exclusion dans ce cas. De plus, la plateforme d'Uber propose des tarifs plus élevés en cas d'achalandage plus grand, impliquant que



les chauffeurs sont plus sollicités lors de périodes de trafic plus dense. Cette particularité d'Uber fait en sorte que le risque encouru par un chauffeur n'a rien à voir avec celui d'un véhicule de promenade.

## 7. RÉFÉRENCES

- [1] Ahsan, Mujtaba (2018). Entrepreneurship and ethics in the sharing economy: A critical perspective. *Journal of Business Ethics*, <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3975-2>.
- [2] Belk, R. (2007). Why not share rather than own? *Annals of the American Academy of Political and Social Sciences* **611**, 126-140.
- [3] Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research* **36**, 715-734.
- [4] Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research* **67**, 1595-1600.
- [5] Benkler, Y. (2004). Sharing nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. *Yale Law Journal* **114**, 273-358.
- [6] Boettke, P. J. and A. Marciano (2017). The distance between Buchanan's "An economic theory of clubs" and Tiebout's "A pure theory of local public expenditures". New insights based on an unpublished manuscript.
- [7] Buchanan, J. M. (1965). An economic theory of clubs. *Economica* **32**, 1-14.
- [8] Calo, R. and A. Rosenblat (2017). The taking economy: Uber, information, and power. *Columbia Law Review* **117**, 1623-1690.
- [9] Davidson, A., M. R. Habibi and M. Laroche (2018). Materialism and the sharing economy: A cross-cultural study of American and Indian consumers. *Journal of Business Research* **82**, 364-372.
- [10] Gorman, G. (1982). *The taxicab: An urban transportation survivor*. University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- [11] Horn, K. et M. Merante (2017). Is home sharing driving up rents? Evidence from Airbnb in Boston. *Journal of Housing Economics* **38**, 14-24.
- [12] Kim, K., C. Baek, J.-D. Lee (2018). Creative destruction of the sharing economy in action: The case of Uber. *Transportation Research Part A* **110**, 118-127.
- [13] Lambertson, C. P. et R. R. Rose (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing* **76**, 109-125.

- [14] Mauss, M. (1968). *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques* (paru la première fois en 1923-1924 dans l'Année Sociologique). Presses Universitaires de France.
- [15] Mishel, L. (2018). Uber and the labor market. *Economic Policy Institute*.
- [16] Neunhoeffer, F. and T. Teubner (2017). Between enthusiasm and refusal: A cluster analysis on consumer types and attitudes towards peer-to-peer sharing. *Journal of Consumer Behavior* **17**, 221-236.
- [17] Pollman, E. and J. M. Barry (2017). Regulatory entrepreneurship. *Southern California Law Review* **90**, 383-448.
- [18] Richins, M., L. (2004). The material value scale: Measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research* **31**, 209-219.
- [19] Richins, M. L. (2011). Materialism, transformation expectations, and spending: Implications for credit use. *Journal of Public Policy and Marketing* **30**, 141-156.
- [20] Richins, M., L. (2013). When wanting is better than having: Materialism, transformation expectation, and product-evoked emotions in the purchase process. *Journal of Consumer Research* **40**, 1-18.
- [21] Sandler, T. and J. T. Tschirhart (1980). The economic theory of clubs: An evaluative survey. *Journal of Economic Literature* **18**, 1481-1521.
- [22] Schwab, B. (1968). The economics of sharing computers. *Harvard Business Review* **46**, 61-70.
- [23] Sundararajan, A. (2016). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- [24] Weber (2014). Intermediation in a sharing economy: Insurance, moral hazard and rent extraction. Forthcoming in the *Journal of Management Information Systems*.
- [25] Zervas, G., D. Proserpio and J. W. Byers (2017). The Rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research* **54**, 687-705.
- [26] Zhang, T. C., H. Gu and M. F. Jahromi (2018). What makes the sharing economy successful? An empirical examination of competitive customer value propositions. *Computers in Human Behavior*, in press.

---

## NOTES

1. As « sharing economy » fades, these 2 phrases are likely to replace it. Jeff John Roberts, Fortune, 29 juillet 2015.
2. Workers on tap – The gig economy, 6 octobre 2018.
3. Un certain niveau de confiance subsiste quant à la qualité de l'objet échangé.
4. Si les coutumes locales exercent de fortes pressions sur le récipiendaire d'un cadeau, la confiance du donneur émane de pressions sociales plutôt que de sa relation avec le récipiendaire.
5. On se doit ici de citer Sandler et Tschirhart (1980) et Boettke et Marciano (2017) pour des compléments et critiques du travail de Buchanan (1965) et de sa séniorité.
6. Schwab (1968) fournit un exemple similaire en prenant les ordinateurs comme exemple.
7. Laura Oman, Uber now tracks passengers' locations even after they're dropped off. NPR, December 1, 2016. <https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2016/12/01/503985473/uber-now-tracks-passengers-locations-even-after-theyre-dropped-off>.
8. Olsson, G. (2015). Uber protests loudly outside City Hall. The Observer, June 30, 2015.
9. Voir Biz Carson, You're more likely to order a pricey Uber ride if your phone is about to die, Business Insider, May 18, 2016.
10. Calo et Rosenblat (2017, p.1655) relatent en fait une communication antérieure d'Alex Rosenblat parue le 27 juillet 2015 dans Vice : Motherboard, intitulée Uber's phantom cabs. [https://motherboard.vice.com/en\\_us/article/mgbz5a/ubers-phantom-cabs](https://motherboard.vice.com/en_us/article/mgbz5a/ubers-phantom-cabs).
11. <http://www.chad.ca/fr/membres/pratique-professionnelle/conformite-boite-a-outils/role-conseil/498/nouveaux-formulaires-dassurance-habitation-du-quebec-quest-ce-qui-change>
12. <https://www.lavery.ca/fr/publications/nos-publications/1951-a-louer-a-vos-risques-lassurance-habitation-a-lere-de-leconomie-de-partage.html#02>
13. La ville de Québec, par exemple, impose cette règle depuis mai 2018.