

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/336229977>

# Airbnb, Blablacar, Le Bon Coin... À qui bénéficient les plateformes de consommation collaborative ?

Article in *Economie et Prevision* · September 2019

DOI: 10.3917/ecop.215.0001

CITATIONS

6

READS

288

2 authors, including:



Thierry Pénard

University of Rennes

149 PUBLICATIONS 1,828 CITATIONS

SEE PROFILE

# Airbnb, Blablacar, Le Bon Coin ... À qui bénéficient les plateformes de consommation collaborative ?

Vincent Malardé<sup>(\*)</sup>

Thierry Pénard<sup>(\*)</sup>

*Hébergement et prêt de particulier à particulier, covoiturage, ces pratiques se sont fortement développées ces dernières années avec l'essor d'Internet et des applications mobiles. La sensibilité aux questions environnementales contribue aussi à ces nouvelles formes de consommation qui tendent à privilégier le recyclage, le partage et les circuits courts. Le succès des plateformes comme Airbnb, Blablacar ou Leboncoin témoigne de cet engouement pour l'économie collaborative. Ces plateformes constituent de réelles innovations économiques et sociales, bénéfiques pour les utilisateurs et la société dans son ensemble. En facilitant la mise en relation entre individus, elles peuvent créer des opportunités d'échanges, développer du lien social, fournir des revenus complémentaires ou encore optimiser l'utilisation de certaines ressources sous exploitées (par exemple, location d'une chambre inoccupée, partage de voiture...). Mais ces plateformes font également l'objet de critiques. On leur reproche notamment de concurrencer de manière déloyale les entreprises existantes et de fragiliser les emplois (en recourant à des particuliers ou des autoentrepreneurs).*

*Cet article propose un état des lieux de l'usage des plateformes collaboratives dans le domaine de l'hébergement de courte durée (comme Airbnb), du covoiturage (comme Blablacar) et de la vente de biens entre particuliers (comme Leboncoin). L'article exploite une enquête réalisée en 2016 auprès de 2 000 personnes représentatives de la population française de plus de 18 ans qui utilise Internet. L'enquête a été conduite par Harris Interactive pour le compte de l'observatoire Marsouin et a pour objet de comprendre qui sont les utilisateurs de ces plateformes, quels sont les freins à l'utilisation de ces plateformes, quels sont les gains obtenus sur ces plateformes et dans quelle mesure les profils des offreurs et des demandeurs sur ces plateformes diffèrent. En particulier, nous souhaitons savoir si l'utilisation de ces plateformes s'est diffusée et bénéficie à l'ensemble de la population, ou si elle se concentre sur certaines catégories de personnes.*

*L'analyse économétrique repose sur l'utilisation de méthodes Probit, Probit bivarié et Tobit. La décision d'un individu d'utiliser ou non une plateforme est expliquée par des caractéristiques socio-démographiques (son âge, son genre, la taille de l'agglomération dans laquelle il réside, son niveau d'éducation, son niveau de revenu, le nombre d'enfants), ses préférences sociales (son degré de confiance dans les autres, son niveau d'aversion au risque, son niveau de sociabilité), ainsi que par les caractéristiques de son entourage (le fait d'avoir des utilisateurs de plateformes dans son entourage).*

(\*) CREM, Université de Rennes 1, Faculté de Sciences Économiques, M@rsouin.  
E-mail : vmalarde@gmail.com  
E-mail : thierry.penard@univ-rennes1.fr

*Les résultats obtenus indiquent que la décision d'utiliser ou non une plateforme collaborative est fortement corrélée à certaines caractéristiques socio-économiques d'un individu. Les individus jeunes, bien éduqués et disposant de revenus confortables, sont plus susceptibles d'être utilisateurs de plateformes collaboratives. En outre, les résultats mettent en évidence l'importance du niveau de confiance et de la sociabilité d'un individu sur sa probabilité d'être utilisateur de plateforme. L'ampleur de ces effets diffère selon le secteur d'activité concerné, hébergement entre particuliers, covoiturage ou places de marchés. La confiance a un effet particulièrement important sur la décision d'utiliser une plateforme de covoiturage, l'effet de l'âge est également significatif sur ce type de plateformes. Le niveau de diplôme et le degré de sociabilité sont déterminants pour l'utilisation de plateformes de partage, mais n'ont pas d'effet sur la décision d'utiliser une place de marché. Ces effets diffèrent également en fonction du rôle des utilisateurs sur la plateforme (offreur ou demandeur). Les résultats montrent que les individus ayant un haut degré de confiance envers les autres et/ou un niveau de vie confortable retirent des revenus plus importants sur ces plateformes. Ce dernier résultat suggère que les plateformes collaboratives pourraient renforcer les inégalités de revenus en bénéficiant à ceux qui ont déjà plus de capital économique.*

Covoiturage, partage de logements ou prêts entre particuliers, ces pratiques se sont fortement développées ces dernières années avec l'essor d'Internet et des applications mobiles. Le succès des plateformes comme *Airbnb*, *Leboncoin* ou *Blablacar* témoigne de l'engouement pour l'économie collaborative. La sensibilité aux questions environnementales contribue aussi à ces nouvelles formes de consommation qui tendent à privilégier le recyclage, le partage et les circuits courts. Dans cet article, nous nous intéressons au rôle des plateformes numériques qui sont au cœur de l'économie collaborative. Ces plateformes constituent de réelles innovations économiques et sociales, bénéfiques pour les utilisateurs et la société dans son ensemble : elles facilitent la mise en relation et les interactions entre individus, elles peuvent fournir des revenus complémentaires, créer du lien social, optimiser l'utilisation de certaines ressources sous exploitées. Mais certains reprochent à ces mêmes plateformes de concurrencer de manière déloyale les entreprises existantes, de favoriser l'évasion fiscale et de renforcer les inégalités.

Du point de vue théorique ces plateformes sont des marchés bifaces. Au sens de Rochet et Tirole (2003), une plateforme de consommation collaborative est un marché (ou un intermédiaire) qui met en relation deux groupes d'utilisateurs (des offreurs et des demandeurs), chaque groupe valorisant la présence d'utilisateurs sur l'autre face. Par exemple, pour un hôte, une plateforme d'hébergement comme *AirBnB* aura plus de valeur si elle attire de nombreux voyageurs à la recherche d'un logement, et, inversement, un voyageur aura plus d'utilité à recourir à cette plateforme si le nombre de logements proposés est élevé. Ces effets positifs s'appellent des externalités de réseau croisées. Le succès d'une plateforme dépend de sa capacité à réunir une masse critique d'utilisateurs sur les deux faces et à stimuler les effets de réseau croisés (Evans, 2009). Généralement cela passe par des subventions croisées (ou des tarifications asymétriques) entre les deux faces d'utilisateurs (Rochet et Tirole, 2006 ; Caillaud et Jullien, 2003) et par la mise en place de systèmes de notation et de réputation (Tadelis, 2016).

Cet article a pour objectif de comprendre comment les plateformes de consommation collaborative sont utilisées, quels sont les profils des utilisateurs et quels sont les gains monétaires obtenus sur ces plateformes. En particulier, nous souhaitons savoir si l'utilisation de ces plateformes s'est diffusée dans l'ensemble de la population, ou si elle se concentre sur certaines catégories de personnes. Quels sont les facteurs stimulant les usages et les éventuels freins ?<sup>(1)</sup> Comprendre qui sont les utilisateurs de ces

plateformes numériques est important en termes de politiques publiques. Si les décideurs publics souhaitent encourager le développement de la consommation collaborative, pour des considérations environnementales par exemple, une meilleure connaissance du profil des non-utilisateurs peut permettre d'identifier les freins et de communiquer de manière plus ciblée. Une meilleure compréhension des usages et des gains retirés permet aussi d'éclairer les débats sur la régulation et la taxation des plateformes de consommation collaborative.

Notre étude exploite une enquête réalisée en 2016 auprès de 2 000 personnes représentatives de la population française de plus de 18 ans qui utilisent Internet. Cette enquête, conduite par Harris Interactive pour le compte de l'observatoire Marsouin<sup>(2)</sup>, couvrait l'usage de trois grandes catégories de plateformes : les places de marché, l'hébergement et le covoiturage. Nos résultats font ressortir des inégalités dans l'accès et l'usage de ces plateformes et dans les revenus obtenus. Le niveau d'éducation a un effet positif sur la probabilité d'être offreur sur une plateforme collaborative, tout comme le niveau de revenu. Nous observons aussi que plus le niveau de revenu d'une personne est confortable et plus elle déclare gagner d'argent sur ces plateformes. Enfin, le degré de confiance dans les autres et l'entourage jouent un rôle important dans la décision d'utiliser une plateforme, d'être offreur et sur les revenus obtenus.

Il existe peu de travaux sur l'usage des plateformes de consommation collaborative. Notre étude est une des premières à proposer une étude empirique sur les profils des utilisateurs selon les catégories de plateformes et selon le rôle occupé sur ces plateformes. La plupart des études se limitent à l'étude des profils et des motivations des utilisateurs sur une seule catégorie de plateformes et développent des approches essentiellement qualitatives. Quattrone *et alii* (2016) montrent que les hôtes *Airbnb* dans les quartiers centraux de Londres sont plutôt jeunes et éduqués. Cansoy et Schor (2016) observent que la densité et les prix des offres *Airbnb* sont positivement corrélés avec le niveau moyen d'éducation de la zone géographique. Hamari *et alii* (2015) observent que les pratiques de consommation collaborative ont des motivations principalement écologiques et monétaires. Böcker et Meelen (2017) montrent qu'il existe une forte hétérogénéité dans les pratiques relevant de l'économie collaborative. Le logement entre particuliers a une motivation principalement économique, alors que le partage de véhicule ou le covoiturage sont également motivés par des considérations environnementales. Par ailleurs, ces

motivations diffèrent en fonction du groupe étudié (offreurs ou demandeurs), et selon les groupes socio-économiques. Les jeunes et ceux ayant des revenus faibles ont des motivations plus économiques. Schor (2017), à partir d'entretiens qualitatifs, étudie les profils des offreurs sur trois plateformes (*Airbnb*, *RelayRides* and *TaskRabbit*). Les résultats montrent que les offreurs sont plutôt éduqués et ont des emplois bien rémunérés. L'auteur souligne le risque d'un renforcement des inégalités si l'utilisation de ces plateformes engendre d'importants avantages monétaires et non monétaires.

Cet article peut aussi être relié à la littérature sur l'adoption et la diffusion d'innovations. Les plateformes collaboratives portent de nouveaux modèles d'affaires et de consommation et peuvent être perçues comme des innovations « discontinues », au sens de Robertson (1967). Cette littérature montre que les premiers adopteurs sont généralement plus jeunes et plus éduqués (Arts *et alii*, 2011). Goldfarb et Prince (2008) ou Drouard (2011) montrent que les premiers utilisateurs d'Internet avaient un niveau de revenu et d'éducation élevé. Nous pouvons aussi faire un lien avec la littérature sur la consommation durable, écologique ou éthique puisque les plateformes collaboratives peuvent être adoptées pour des raisons environnementales, idéologiques ou éthiques (Hamari *et alii*, 2015). Starr (2009) montre que la consommation éthique est souvent corrélée avec des revenus et des niveaux d'éducation élevés.

Cet article est organisé de la façon suivante : la première partie présente les catégories de plateformes collaboratives, définit les variables d'intérêt et décrit leurs effets attendus, la deuxième partie présente les données et quelques statistiques descriptives, la troisième partie est consacrée aux déterminants de l'utilisation des plateformes collaboratives, la quatrième partie aux différences entre le côté offre et le côté demande, la cinquième partie s'intéresse aux gains monétaires obtenus par les particuliers offreurs, la conclusion revient sur les principaux résultats et leurs implications.

## Cadre conceptuel

### Typologie et caractéristiques des plateformes collaboratives

Selon la classification de Rachel Botsman (Botsman et Rogers, 2010), il existe trois catégories de plateformes collaboratives : 1) les places de marché qui mettent en relation des particuliers souhaitant vendre et acheter (par exemple *Leboncoin*), 2) les plateformes de partage qui permettent à des individus de partager des biens ou des ressources sous-utilisées (logement, voiture...) à titre gratuit ou contre rémunération (par exemple *Blablacar*, *Airbnb* ou *Drivy*) et 3) les plateformes « à la demande » qui permettent à des individus de répondre à des demandes de consommateurs ou de leur rendre des services de livraison, de transport ou de services à la personne (par exemple *Uber*, *Deliveroo*, *TaskRabbit*). Dans cet article nous ne considérons que les deux premières catégories de plateformes, la dernière relevant de moins en moins de l'économie collaborative. Le périmètre de notre étude se limite aux places de marché entre particuliers et, au sein des plateformes de partage, aux plateformes d'hébergement et de covoiturage. Ces trois types de plateformes sont toutes des plateformes bifaces avec d'un côté des utilisateurs qui offrent des biens ou des services (vendeurs, conducteurs ou hôtes) et de l'autre des utilisateurs qui demandent ces biens ou services (acheteurs, passagers, voyageurs), et se caractérisent par d'importants effets de réseau croisés. Toutefois, ces trois catégories de plateformes présentent quelques spécificités que nous synthétisons dans le tableau 1.

Les places de marché, les plateformes de covoiturage et d'hébergement se distinguent par le degré d'interactions hors ligne (hors plateformes) et d'externalités locales et par la proportion d'utilisateurs professionnels. Dans le cas des plateformes d'hébergement, les offreurs et les demandeurs se rencontrent physiquement lorsque les voyageurs séjournent dans le logement de l'hôte, et peuvent passer un peu de temps ensemble. Toutefois, ces interactions sociales sont moins fortes lorsque les hôtes sont des professionnels ou des multipropriétaires, ce qui est de plus en plus le cas sur

**Tableau 1 : catégorisation des plateformes collaboratives**

|                                   | Hébergement | Covoiturage | Place de marché |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-----------------|
| Interactions hors ligne           | Moyenne     | Forte       | Faible          |
| Externalités locales/de voisinage | Faible      | Forte       | Moyenne         |
| Poids des offreurs professionnels | Moyen       | Faible/nul  | Élevé           |

Source : auteurs.



des plateformes comme *Airbnb*. Pour les plateformes de covoiturage, les interactions en face à face sont plus intenses puisque le conducteur et ses passagers sont amenés à voyager ensemble et peuvent discuter tout le temps du trajet. Par ailleurs, les effets de réseau sont localisés : l'utilité d'une plateforme de covoiturage pour un individu tient au nombre d'utilisateurs à proximité (dans la même zone géographique). Ces externalités de voisinage ne jouent pas dans les plateformes d'hébergement, car les voyageurs ne cherchent pas un logement là où ils habitent, mais là où ils souhaitent séjourner (en France ou à l'étranger). Pour les places de marché, les échanges peuvent être aussi bien locaux que distants, mais les interactions sociales sont limitées (surtout si la transaction se fait à distance). Par ailleurs, les vendeurs professionnels peuvent représenter sur certaines places de marché, une large part des transactions<sup>(3)</sup>.

La question est de savoir si les spécificités de ces trois catégories de plateformes peuvent conduire à des différences dans les profils des utilisateurs et dans les usages. Tout d'abord, nous allons présenter les facteurs déterminant l'utilisation de ces plateformes, en indiquant les effets attendus.

### **Motivations et déterminants de l'utilisation de plateformes collaboratives**

La littérature identifie plusieurs types de motivations à participer à l'économie collaborative : économiques, environnementales, sociales et éthiques (Hamari *et alii*, 2015 ; Böcker et Meelen, 2017). Certains consommateurs se tournent vers l'économie collaborative parce qu'ils peuvent y trouver des biens ou services moins chers ou tirer des revenus complémentaires, on parle de motivations économiques. Des considérations environnementales peuvent favoriser le choix de participer à l'économie collaborative, en particulier pour le covoiturage, mais aussi pour les places de marché qui permettent la réutilisation de biens d'occasion. Une part des utilisateurs déclarent se tourner vers l'économie collaborative parce que ces modes de consommation favorisent le lien social et présentent un caractère convivial, c'est particulièrement vrai pour le covoiturage et l'hébergement entre particuliers. La consommation collaborative permet parfois d'accéder à des services qui n'ont pas d'équivalent : on peut penser au covoiturage, lorsqu'il n'existe pas de transports en commun (train ou bus).

Au-delà de l'étude des motivations qui sont hétérogènes et peuvent varier selon les services et les groupes socio-économiques considérés, il est intéressant d'étudier les caractéristiques socio-démographiques qui favorisent ou au contraire font obstacle à l'utilisation de plateformes collaboratives. La suite de cette partie présente les principales caractéristiques identifiées dans les

études précédentes et leur effet attendu sur la probabilité d'utiliser une plateforme collaborative.

*Le niveau de confiance.* Dans les plateformes de particulier à particulier, les asymétries d'information sont un problème central. Akerlof (1970) montre comment l'incertitude concernant la qualité des biens offerts à la vente peut empêcher tout échange d'avoir lieu. Les plateformes peuvent surmonter ce problème en mettant en place des systèmes de notation et de réputation (Tadelis, 2016). Toutefois, il est important que les individus accordent de la crédibilité à ces systèmes et plus largement fassent confiance aux utilisateurs de ces plateformes. Nous faisons donc l'hypothèse que plus un individu déclare avoir confiance dans les autres, et plus sa probabilité d'utiliser une plateforme collaborative sera élevée.

*L'entourage et le voisinage géographique.* L'entourage ou le voisinage d'un individu peut jouer un rôle déterminant dans sa décision d'adopter un nouveau service, en lui apportant des conseils, en l'aidant dans son apprentissage du service ou en réduisant l'incertitude sur les gains et les coûts de ce service. Goolsbee et Zittrain (1999) montrent par exemple qu'un individu aura d'autant plus de propension à acheter en ligne que son entourage achète en ligne. Nous faisons l'hypothèse que les individus ayant des utilisateurs de plateformes collaboratives dans leur entourage sont plus susceptibles d'utiliser eux-mêmes une plateforme, et ce pour au moins trois raisons. Premièrement, un individu ayant des utilisateurs de plateforme dans son entourage aura connaissance de l'existence du service plus facilement et bénéficiera de leurs retours d'expérience. Deuxièmement, les coûts d'apprentissage et les appréhensions sont plus faibles pour un individu ayant des utilisateurs dans son entourage qui peuvent l'assister (Manski, 2000). Troisièmement, les effets de réseau et l'utilité seront plus élevés, si un individu a plus d'utilisateurs de plateformes dans son voisinage géographique ou son entourage social (Katz et Shapiro, 1985 ; Farrell et Saloner, 1985 ; Sundararajan, 2008).

*Le degré de sociabilité.* Les utilisateurs de plateformes collaboratives, en particulier de covoiturage ou d'hébergement, sont amenés à avoir des interactions sociales en face à face avec d'autres utilisateurs. Quand ils partagent un trajet, un conducteur et un passager passent du temps ensemble et engagent des conversations. Ces interactions sont bien plus limitées dans le contexte de la vente entre particuliers, où les vendeurs et acheteurs se rencontrent plus brièvement. Nous faisons l'hypothèse que les individus très sociables trouveront plus d'utilité à être sur des plateformes de covoiturage ou d'hébergement. En revanche, le degré de sociabilité ne devrait pas avoir d'effet sur le choix d'utiliser ou non une place de marché.

*Le niveau de revenu.* L'effet du revenu sur la probabilité d'utiliser une plateforme collaborative n'est pas clair. D'un côté, une part importante des participants à l'économie collaborative le font pour des raisons économiques (Hamari *et alii*, 2015 ; Böcker et Meelen, 2017 ; Schor, 2017). Les plateformes pourraient donc être plus attractives pour les individus ayant des revenus modestes. Mais d'un autre côté, les individus disposant de revenus confortables voyagent plus et sont donc plus susceptibles d'utiliser des plateformes d'hébergement et de covoiturage. De même, ils peuvent avoir plus de biens de valeur à vendre sur des places de marché, et plus de pouvoir d'achat pour acheter sur ces mêmes places de marché.

*L'âge et le niveau d'éducation.* En règle générale, les premiers adopteurs de produits ou de services innovants sont plus jeunes et ont un niveau d'éducation plus élevé que la moyenne. Tel était le cas des premiers utilisateurs d'Internet (Kraut *et alii*, 1996 ; Hoffman *et alii*, 1996 ; Bellman *et alii*, 1999 ; Goolsbee et Zittrain, 1999 ; Le Guel *et alii*, 2005 ; Kehoe *et alii*, 1999). De même, Adcock *et alii* (1977) montrent que les premiers adopteurs de carte bancaire avaient un niveau élevé d'éducation (voir aussi Dickerson et Gentry, 1983 et Im *et alii*, 2003) pour des résultats similaires sur l'adoption d'ordinateurs personnels). Même si les plateformes collaboratives ne sont plus dans leur phase de démarrage, elles sont encore très récentes et nous nous attendons donc à ce que la probabilité d'utiliser ces plateformes diminue avec l'âge et augmente avec le niveau d'éducation.

*Les équipements et compétences numériques.* Même si les plateformes collaboratives sont assez simples d'usage, elles nécessitent une certaine aisance avec le numérique. Elles requièrent de savoir installer une application et créer un compte pour accéder aux services, et dans certains cas de savoir payer en ligne. Parmi l'ensemble de la population ayant accès à Internet, il existe de fortes inégalités dans les capacités à se servir des services et applications numériques. Nous nous attendons à ce que l'utilisation de plateformes collaboratives soit plus fréquente ou intense chez les personnes disposant à la fois d'équipements (smartphones, tablettes...) et de compétences dans le numérique.

## Panorama des usages des plateformes de consommation collaborative

*L'échantillon.* Les données proviennent d'une enquête réalisée en ligne sur 2 000 Français âgés de plus de 18 ans, représentatif de la population française utilisatrice d'Internet. L'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin (Groupement d'intérêt scientifique créé par le Conseil Régional de Bretagne), s'est déroulée entre mai et juin 2016.

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas sur le sexe, l'âge, la profession et la région géographique du répondant. Les quotas sont croisés sur le sexe et l'âge et indépendants sur la profession et la région. Le tableau 10 en annexe compare la répartition des répondants par âge, genre et profession avec celle de la population française. Sachant que 12 % de la population française n'utilise pas Internet<sup>(4)</sup>, il est logique de trouver quelques écarts. Ainsi, les plus de 65 ans, les ouvriers et les inactifs (essentiellement les retraités), qui sont des catégories moins connectées que la moyenne, sont sous-représentés dans notre échantillon.

Nous présentons l'ensemble des variables utilisées dans cette étude et leurs statistiques descriptives en annexe dans le tableau 11.

*Taux d'utilisation.* Le tableau 2 présente les taux d'utilisation sur les douze derniers mois (entre mai 2015 et mai 2016) des trois grandes catégories de plateformes étudiées dans cet article. Le taux d'utilisation global est obtenu en prenant en compte non seulement les plateformes d'hébergement (*Airbnb*, *HomeAway*...), les plateformes de covoiturage (*Blablacar*, *iDVROOM*...), les places de marché (*Leboncoin*, *Ebay*, *PriceMinister*...), mais aussi les plateformes d'échange ou de prêt de biens et les plateformes de services entre particuliers. Le tableau présente les taux d'utilisation dans la population des internautes français<sup>(5)</sup> et dans la population totale, par extrapolation<sup>(6)</sup>. 70 % des internautes de plus de 18 ans ont utilisé au moins une de ces plateformes entre 2015 et 2016 (soit 61 % de la population française). Ce chiffre témoigne de la forte diffusion des pratiques de consommation collaborative par l'intermédiaire de ces plateformes.

**Tableau 2 : taux d'utilisation de plateformes au cours des 12 derniers mois (%)**

|                   | Hébergement | Covoiturage | Place de marché | Global |
|-------------------|-------------|-------------|-----------------|--------|
| Internautes       | 20          | 23          | 64              | 70     |
| Population totale | 18          | 20          | 56              | 61     |

Lecture : 70 % des internautes de plus de 18 ans ont utilisé au moins une de ces plateformes entre 2015 et 2016 (soit 61 % de la population française).

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

Ces chiffres peuvent être rapprochés d’autres études. Selon le Baromètre du numérique 2017, 28 % des français de 12 ans et plus auraient pratiqué le prêt ou le partage de biens et de services entre particuliers (principalement du covoiturage et de l’hébergement) au cours des douze derniers mois et 22 % l’auraient fait en recourant à une plateforme numérique<sup>(7)</sup>. À titre de comparaison, pour l’Italie et l’Allemagne, les taux d’utilisation des plateformes d’hébergement pour l’ensemble de la population sont respectivement de 10 % et 7 % ; ils sont de 10 % et 7 % pour les plateformes de covoiturage, et de 33 % et 34 % pour les places de marchés<sup>(8)</sup>.

*Diversité des usages.* Le graphique 1 présente le pourcentage d’utilisateurs de plateformes actifs sur un seul type de plateforme, sur deux types, trois types, ou plus, au cours de l’année précédant l’enquête.

Nous constatons que les utilisateurs de plateformes collaboratives ont des usages plutôt spécialisés puisque 56,7 % ne sont actifs que sur un seul type de plateforme. Seulement 10 % sont présents sur tous les types de plateformes.

*Rôle des utilisateurs.* Les plateformes collaboratives sont des marchés bifaces sur lesquels les utilisateurs peuvent se retrouver aussi bien du côté offreur que du

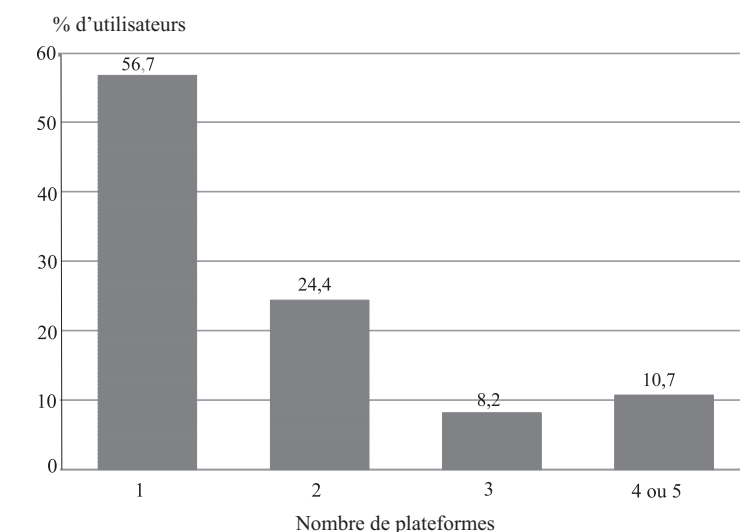
côté demandeur. Il est donc possible pour certains utilisateurs d’être simultanément sur les deux faces. Pour chaque type de plateforme, le tableau 3 indique quel est le pourcentage d’internautes qui sont uniquement du côté de la demande, uniquement du côté de l’offre et des deux côtés à la fois.

Les offreurs purs sont moins nombreux que les demandeurs purs, surtout sur les plateformes d’hébergement. Si l’on prend en compte tous les offreurs, seuls 25 % des utilisateurs de plateformes d’hébergement déclarent avoir été offreurs sur une plateforme de ce type. Ils sont 56 % à avoir proposé des trajets sur une plateforme de covoiturage, et 65 % à avoir vendu des objets sur une place de marché.

Les répartitions des utilisateurs sont comparées deux à deux à l’aide de tests de Kolmogorov-Smirnov. Tous les tests montrent que les répartitions entre offreurs simples, demandeurs simples et offreurs-demandeurs sur les trois types de plateformes sont statistiquement différentes.

*Gains monétaires des offreurs.* Le graphique 2 représente la distribution des revenus obtenus par les offreurs présents sur ces plateformes, au cours des 30 derniers jours précédant l’enquête.

**Graphique 1 : pourcentage d’utilisateurs utilisant 1, 2, 3 ou plus de plateformes**



Source : calculs des auteurs.

**Tableau 3 : taux d’utilisation et répartition entre offre et demande par type de plateforme (%)**

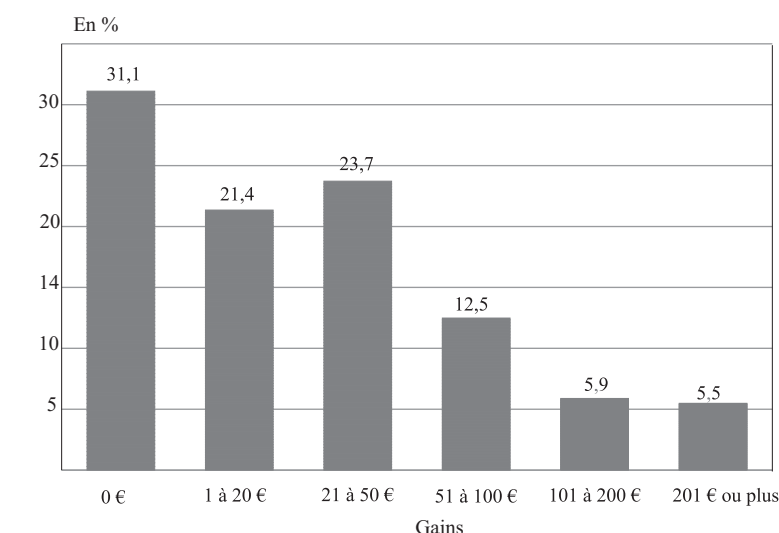
|  | Hébergement | Covoiturage | Places de marché |
|--|-------------|-------------|------------------|
| Taux d’utilisation (offre et/ou demande) | 20          | 23          | 64               |
| Répartition des utilisateurs :           |             |             |                  |
| – demandeurs                             | 75          | 44          | 35               |
| – offreurs                               | 14          | 33          | 29               |
| – offreurs-demandeurs                    | 11          | 23          | 36               |

Lecture : la somme des demandeurs, offreurs ou offreurs-demandeurs est de 100 % puisqu’il s’agit de la répartition des utilisateurs.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l’enquête menée par l’Institut Harris Interactive pour le compte de l’Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.



**Graphique 2 : distribution des gains monétaires des offreurs sur le dernier mois**



Source : calculs des auteurs.

Sur l'ensemble des répondants ayant déclaré avoir utilisé une plateforme en tant qu'offeurs, près d'un tiers (31 %) n'a retiré aucun gain monétaire sur le dernier mois. Plus de la moitié (53 %) des offreurs ont obtenu moins de 20 euros. Seuls 11 % des utilisateurs ont gagné plus de 100 euros sur le dernier mois. La distribution des gains issus de la consommation collaborative apparaît donc très inégale.

## Quels sont les profils des utilisateurs de plateformes de consommation collaborative ?

Nous allons procéder à une série de régressions économétriques pour identifier les facteurs expliquant l'utilisation de ces plateformes et les revenus obtenus.

### Méthodologie

*Utilisation par type de plateforme.* Pour chaque type de plateforme, nous modélisons la décision d'utilisation par l'individu  $i$  comme un choix binaire :

$$Y_i = \begin{cases} 1 & \text{si l'individu } i \text{ a utilisé une plateforme} \\ & \text{au cours des 12 derniers mois} \\ 0 & \text{sinon} \end{cases}$$

Cette décision est modélisée par un modèle Probit dans lequel les variables explicatives sont le degré de confiance et de sociabilité, le niveau de revenu, le fait d'avoir dans son entourage des utilisateurs de plateforme, l'usage fréquent d'un smartphone ou d'une tablette, ainsi que les variables socio-démographiques classiques (âge, éducation, sexe,

nombre d'enfants, localisation). Le niveau de revenu est défini à partir de la perception que les individus ont de leurs conditions de vie : les personnes sondées devaient indiquer si avec leur revenu actuel, leur vie est « très difficile ou difficile », « confortable ou très confortable » ou s'ils « s'en sortent tout juste ». Concernant l'utilisation des plateformes de covoiturage, nous ajoutons en variable de contrôle le nombre de voitures dans le ménage. Pour mesurer la confiance, nous utilisons une question sur la confiance envers les autres : 24,9 % des enquêtés déclarent qu'en règle générale, ils font fortement confiance aux autres (voir tableau 1 en annexe). Le degré de sociabilité est mesuré par le temps passé avec des amis et au sein de clubs ou d'associations ; les variables indicatrices *temps amis* et *temps clubs* mesurent si oui ou non la personne passe du temps avec ses amis et dans des clubs ou associations « toutes les semaines ou presque ». Par ailleurs, nous avons inclus le fait de voter aux élections afin de mesurer le degré de civisme et d'inclusion sociale. Enfin, nous prenons en compte le degré d'aversion au risque qui peut être un frein à l'utilisation de plateformes collaboratives. L'aversion au risque est mesurée par une question sur la préférence entre un gain certain de 20 euros et un gain de 200 euros avec une chance sur dix. L'individu est considéré comme « averse au risque » lorsqu'il choisit le gain certain.

Une description détaillée de la construction des variables explicatives est fournie en annexe.

*Diversité des usages.* Pour déterminer si les caractéristiques socio-démographiques ont un impact sur le nombre de catégories de plateformes utilisées, nous estimons un modèle Probit dans lequel la variable dépendante vaut 0 si l'individu déclare n'avoir utilisé qu'un seul type de plateforme, et 1 si l'individu déclare avoir utilisé au moins deux types de plateformes.

## Résultats

Le tableau 4 présente les effets marginaux calculés à partir des coefficients estimés des modèles Probit, sur l'utilisation de chaque catégorie de plateforme (colonnes (1), (2) et (3) du tableau), et sur la diversité des usages de plateformes (colonne (4))<sup>(9)</sup>. Afin de tester la robustesse de ces modèles, nous estimons également un Probit trivarié. Cette spécification peut améliorer l'estimation, car pour chaque individu, la décision d'utiliser un type de plateforme est probablement corrélée avec la décision d'utiliser un autre type de plateforme. Nous présentons les résultats de ce Probit trivarié en annexe (cf. tableau 12 en annexe) et constatons que les coefficients sont proches de ceux estimés à l'aide des modèles de Probit simple (cf. tableau 14 en annexe). Pour cette raison, nous avons choisi de commenter uniquement les résultats du tableau 4.

Les résultats sont conformes aux effets attendus. La probabilité d'utilisation d'une plateforme de consommation collaborative décroît avec l'âge, quelle que soit la catégorie. L'effet négatif est plus accentué sur les plateformes de covoiturage. La probabilité d'utiliser une plateforme augmente avec le niveau d'éducation. Cet effet est nettement plus marqué pour les plateformes d'hébergement. Comme nous l'avions anticipé, le niveau de revenu a des effets contrastés sur l'usage des plateformes. Les individus ayant un niveau de vie confortable ont une probabilité plus grande d'utiliser une plateforme d'hébergement ou de covoiturage. En revanche, le revenu n'a aucun effet sur la fréquentation de places de marché.

Habiter à Paris (ou en région parisienne) a un effet négatif sur l'utilisation de plateforme de covoiturage ou de place de marché et un effet positif sur l'utilisation de plateforme d'hébergement. Dans le premier cas, l'existence d'un réseau de transport en

**Tableau 4 : modèle Probit par type de plateforme et diversité des usages - effets marginaux**

| Variables explicatives         | (1) Hébergement  |            | (2) Covoiturage  |            | (3) Places de marché |            | (4) Diversité    |            |
|--------------------------------|------------------|------------|------------------|------------|----------------------|------------|------------------|------------|
|                                | Effets marginaux | Écart type | Effets marginaux | Écart type | Effets marginaux     | Écart type | Effets marginaux | Écart type |
| Âge : 25-34 ans                | -0,02            | [0,04]     | -0,15***         | [0,04]     | 0,03                 | [0,04]     | -0,07            | [0,05]     |
| Âge : 35-49 ans                | -0,11***         | [0,03]     | -0,26***         | [0,04]     | -0,08**              | [0,04]     | -0,17***         | [0,04]     |
| Âge : 50-64 ans                | -0,14***         | [0,04]     | -0,28***         | [0,04]     | -0,07*               | [0,04]     | -0,18***         | [0,05]     |
| Âge : 65 ans et plus           | -0,19***         | [0,03]     | -0,38***         | [0,04]     | -0,10**              | [0,04]     | -0,34***         | [0,05]     |
| Sexe : femme                   | 0,01             | [0,02]     | -0,02            | [0,02]     | -0,03                | [0,02]     | -0,00            | [0,02]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]      | 0,00             | [0,03]     | 0,05             | [0,03]     | -0,06*               | [0,03]     | 0,05             | [0,04]     |
| Taille ville : [50k ; 200k]    | -0,00            | [0,03]     | 0,09***          | [0,03]     | -0,07**              | [0,03]     | 0,05             | [0,04]     |
| Taille ville : > 200k          | 0,02             | [0,02]     | 0,04             | [0,02]     | -0,05                | [0,03]     | 0,08**           | [0,03]     |
| Paris                          | 0,04             | [0,03]     | -0,05**          | [0,03]     | -0,12***             | [0,03]     | 0,05             | [0,04]     |
| BAC / BAC+1/4+2                | 0,04*            | [0,02]     | 0,02             | [0,02]     | 0,02                 | [0,03]     | 0,06*            | [0,03]     |
| BAC+3/4+4                      | 0,10***          | [0,03]     | 0,07**           | [0,03]     | 0,07**               | [0,03]     | 0,14***          | [0,04]     |
| BAC+5 ou plus                  | 0,15***          | [0,03]     | 0,04             | [0,03]     | 0,06                 | [0,04]     | 0,13***          | [0,05]     |
| Revenu : s'en sort             | 0,03             | [0,02]     | 0,02             | [0,02]     | 0,01                 | [0,02]     | 0,05             | [0,03]     |
| Revenu : confortable           | 0,09***          | [0,02]     | 0,08***          | [0,03]     | 0,00                 | [0,03]     | 0,12***          | [0,04]     |
| Nombre d'enfants               | 0,02*            | [0,01]     | 0,03***          | [0,01]     | 0,07***              | [0,01]     | 0,01             | [0,01]     |
| Utilisation d'une tablette     | 0,08***          | [0,02]     | 0,05***          | [0,02]     | 0,07***              | [0,02]     | 0,10***          | [0,02]     |
| Utilisation d'un smartphone    | 0,01             | [0,02]     | 0,02             | [0,02]     | 0,04                 | [0,02]     | 0,04             | [0,03]     |
| Confiance                      | 0,08***          | [0,02]     | 0,12***          | [0,02]     | 0,08***              | [0,03]     | 0,09***          | [0,03]     |
| Aversion au risque             | -0,04**          | [0,02]     | 0,01             | [0,02]     | 0,00                 | [0,02]     | -0,02            | [0,03]     |
| Utilisateurs entourage         | 0,09***          | [0,02]     | 0,10***          | [0,02]     | 0,20***              | [0,02]     | 0,14***          | [0,02]     |
| Élection (voter aux élections) | -0,06***         | [0,02]     | -0,04**          | [0,02]     | 0,00                 | [0,03]     | -0,07***         | [0,03]     |
| Taxation inéquitable           | -0,01            | [0,02]     | 0,01             | [0,02]     | 0,03                 | [0,02]     | -0,01            | [0,03]     |
| Concurrence déloyale           | 0,06***          | [0,02]     | 0,02             | [0,02]     | -0,03                | [0,03]     | 0,04             | [0,03]     |
| Temps amis                     | 0,07***          | [0,02]     | 0,05***          | [0,02]     | -0,03                | [0,02]     | 0,06**           | [0,03]     |
| Temps clubs                    | 0,02             | [0,02]     | 0,02             | [0,02]     | -0,02                | [0,03]     | 0,01             | [0,03]     |
| Nombre de voitures             |                  |            | -0,05***         | [0,01]     |                      |            |                  |            |
| Observations                   | 2 000            |            | 2 000            |            | 2 000                |            | 1 403            |            |
| Pseudo R <sup>2</sup>          | 0,20             |            | 0,21             |            | 0,09                 |            | 0,16             |            |

Note : le tableau reporte les résultats des estimations de modèles Probit. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients :

\* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %. La modalité de référence pour la variable « âge » est « âge : 18-24 ans ». La modalité de référence pour la variable « taille de la ville » est « taille ville : < 5k ». La modalité de référence pour le niveau d'éducation rassemble les individus sans diplôme, ayant le Brevet des collèges ou un CAP/BEP. La modalité de référence pour le revenu rassemble les individus qui trouvent la vie « difficile » ou « très difficile ».

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

commun dense et la place centrale de Paris dans le réseau ferroviaire français expliquent certainement le plus faible recours au covoiturage. Dans le second cas, nous pouvons penser que les habitants d'Île-de-France se déplacent plus souvent en week-end ou vacances, et ont plus de facilité à trouver des locataires de courte durée sur des plateformes de type *Airbnb* pour louer leur logement laissé vacant, expliquant leur usage élevé des plateformes d'hébergement collaboratif. Nous constatons enfin que le covoiturage est plus fréquent chez les personnes habitant dans des villes de taille moyenne (entre 50 000 et 200 000 habitants) ou n'ayant pas de voiture. Les places de marché sont de leur côté plus fréquemment utilisées par les habitants de petites communes (moins de 5 000 habitants). À première vue ce résultat peut paraître surprenant car les communes rurales sont perçues comme des espaces géographiques peu connectés à Internet. Or il ressort de nos estimations que le taux d'utilisation de places de marché comme *Leboncoin* y serait de 6 à 7 points de pourcentage supérieur à celui observé dans des communes de plus de 50 000 habitants, et 12 points de pourcentage plus élevé qu'à Paris.

Notons enfin que le sexe n'a pas d'effet sur l'utilisation des plateformes de consommation collaborative, mais que la probabilité d'utiliser une plateforme de covoiturage ou une place de marché augmente avec le nombre d'enfants. Concernant les usages numériques, seule la possession d'une tablette et son utilisation plusieurs fois par semaine a un effet positif sur l'utilisation de plateformes collaboratives, alors que l'usage quotidien d'un smartphone n'a aucun effet.

Nous allons à présent discuter des effets des variables de confiance, de sociabilité et d'entourage sur la consommation collaborative. Quelle que soit la catégorie de plateforme considérée, la présence d'utilisateurs de plateforme dans l'entourage a un effet positif. Ce résultat souligne le rôle déterminant des amis et de la famille pour faire connaître les services de ces plateformes et inciter à les utiliser. Cet effet positif de l'entourage ressort particulièrement pour les places de marché.

De même, une confiance élevée dans les autres augmente la probabilité d'utiliser des plateformes collaboratives. Ce résultat était attendu, car les plateformes se caractérisent par de fortes asymétries d'information entre utilisateurs et les exposent à différents risques (fraude, dégradation de son logement...). Certaines plateformes mettent en place des dispositifs pour réduire ces risques comme les évaluations entre utilisateurs, des paiements sécurisés et autres formes de garanties. Néanmoins, ceci ne permet pas de régler tous les problèmes. Il est important que les utilisateurs se fassent confiance entre eux lorsqu'ils décident de covoiturer, de louer un logement ou de réaliser une transaction. Les estimations confirment que plus un individu accorde

de confiance aux autres et plus il est enclin à utiliser ce type de plateforme.

Le degré de sociabilité avec ses amis a un effet positif sur l'utilisation de plateformes de partage (hébergement et covoiturage), mais aucun effet sur la fréquentation des places de marché. Ce résultat est cohérent avec le fait que les plateformes de partage sont aussi celles qui engendrent le plus d'interactions sociales (rencontres, discussions).

La variable « élection » a un effet négatif sur la probabilité d'utiliser une plateforme de partage. Ce résultat peut paraître *a priori* contre-intuitif, mais il est possible que ne pas voter soit le signe d'un rejet des institutions et d'une préférence pour des modes de consommation « alternatifs » ou « collaboratifs », comme le covoiturage ou l'hébergement chez des particuliers.

Les débats publics que peuvent susciter les plateformes en termes de concurrence déloyale et d'évasion fiscale ne semblent pas avoir d'effet négatif sur leur utilisation. Quelle que soit l'opinion des individus vis-à-vis des plateformes, elle ne joue pas en défaveur de leur usage<sup>(10)</sup>. On peut l'expliquer par le fait que le mouvement de consommation collaborative agrège aussi bien des idéologies anti-capitalistes prônant une autre économie (Ozanne et Ballantine, 2010 ; Albinsson et Yasanthi Perera, 2012 ; Lamberton et Rose, 2012), que des idéologies libérales voyant dans les plateformes collaboratives un modèle idéal d'organisation des échanges marchands qui échappe au contrôle de l'État. Concernant la diversité des usages, nous constatons que les individus jeunes, éduqués, ayant un niveau de vie confortable, et ceux habitant dans des villes de plus de 200 000 habitants, sont plus susceptibles d'utiliser au moins deux types de plateformes. Les coefficients de corrélation des erreurs issus du Probit trivarié donnent des indications supplémentaires sur les liens entre les trois catégories de plateformes (voir tableau 13 en annexe). Les plateformes d'hébergement et de covoiturage apparaissent très complémentaires ( $\rho=0,36$ ). Ce résultat est cohérent avec le fait que les déterminants de l'utilisation de plateformes d'hébergement et de covoiturage sont similaires. Il s'agit aussi de pratiques complémentaires dans certains cas, lorsqu'un même individu recherche à la fois un mode de transport (covoiturage) et un mode d'hébergement (chez un particulier). En termes d'implications économiques, les plateformes d'hébergement auraient donc tout intérêt à cibler des utilisateurs de service de covoiturage si elles souhaitent développer leur base d'utilisateurs. De la même manière, il sera plus facile pour une plateforme de covoiturage d'attirer des utilisateurs de plateforme d'hébergement que des utilisateurs de place de marché.

## Comparaison des profils des offreurs et demandeurs sur les plateformes de consommation collaborative

Les offreurs et les demandeurs sur les plateformes de consommation collaborative ont-ils les mêmes caractéristiques ? Les profils varient-ils selon le type de plateforme ? Il est légitime de penser qu'être offreur sur une plateforme collaborative requiert plus de temps, de compétences et de ressources financières qu'être simple consommateur. Par exemple, un hôte sur une plateforme d'hébergement devra accomplir des démarches administratives pour obtenir les autorisations, aménager son logement pour le rendre conforme aux attentes des voyageurs et passer du temps à gérer les réservations. De même, sur les places de marché, les vendeurs consacrent du temps à rédiger leurs annonces et à répondre aux demandes des acheteurs potentiels. Pour toutes ces raisons, nous nous attendons à ce que les offreurs se caractérisent par un niveau de revenu et d'éducation plus élevé que les demandeurs.

Par ailleurs, être offreur ou demandeur sur une plateforme collaborative ne requiert pas le même niveau de confiance. Pour les plateformes d'hébergement, on peut supposer que les hôtes prennent plus de risque en louant leur logement. La confiance envers les autres devrait donc être un facteur clé dans la décision d'offrir un hébergement alors que cela devrait moins jouer sur la décision de réserver un hébergement. À l'inverse, sur les places de marché, ce sont les acheteurs qui sont le plus exposés à des risques d'opportunisme (défaut de livraison, bien défectueux ou non conforme à la description). La confiance devrait avoir un rôle plus important sur la décision d'acheter que de vendre. Enfin sur les plateformes de covoiturage, le degré de confiance devrait avoir le même effet des deux côtés de la plateforme.

Dans un premier temps, nous comparons les caractéristiques socio-démographiques des offreurs et demandeurs par type de plateformes (*cf.* tableau 5). Les variables en gras sont celles pour lesquelles les fréquences d'utilisation sont statistiquement différentes, selon un test de comparaison de proportion (avec un seuil de confiance à 10 %)<sup>(11)</sup>.

**Tableau 5 : fréquences par type d'usage et type de plateforme**

| Variable                    | Hébergement |             | Covoiturage |             | Places de marché |             |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------|-------------|
|                             | Offreurs    | Demandeurs  | Offreurs    | Demandeurs  | Offreurs         | Demandeurs  |
| Sexe : femme                | 0,50        | 0,56        | <b>0,46</b> | <b>0,58</b> | <b>0,55</b>      | <b>0,49</b> |
| Âge : 18-24 ans             | 0,24        | 0,18        | 0,23        | 0,28        | <b>0,11</b>      | <b>0,16</b> |
| Âge : 25-34 ans             | 0,28        | 0,28        | <b>0,29</b> | <b>0,19</b> | <b>0,18</b>      | <b>0,22</b> |
| Âge : 35-49 ans             | 0,32        | 0,25        | 0,24        | 0,29        | <b>0,31</b>      | <b>0,22</b> |
| Âge : 50-64 ans             | <b>0,08</b> | <b>0,19</b> | 0,17        | 0,17        | 0,22             | 0,24        |
| Âge : 65 ans et plus        | 0,09        | 0,10        | 0,06        | 0,07        | 0,18             | 0,17        |
| Taille ville : < 5k         | 0,12        | 0,22        | 0,22        | 0,20        | 0,28             | 0,28        |
| Taille ville : [5k ; 50k]   | 0,13        | 0,12        | 0,13        | 0,17        | 0,16             | 0,13        |
| Taille ville : [50k ; 200k] | 0,09        | 0,13        | 0,18        | 0,17        | 0,14             | 0,13        |
| Taille ville : >200k        | 0,35        | 0,29        | 0,35        | 0,30        | <b>0,26</b>      | <b>0,30</b> |
| Paris                       | 0,24        | 0,24        | 0,13        | 0,16        | 0,16             | 0,16        |
| Inférieur à BAC             | 0,11        | 0,11        | 0,13        | 0,13        | 0,20             | 0,24        |
| BAC / BAC+1/+2              | 0,38        | 0,38        | 0,41        | 0,48        | 0,46             | 0,41        |
| BAC+3/+4                    | 0,24        | 0,27        | 0,26        | 0,25        | 0,20             | 0,19        |
| BAC+5 ou plus               | 0,28        | 0,25        | 0,12        | 0,15        | 0,14             | 0,16        |
| Revenu : difficile          | 0,24        | 0,17        | 0,23        | 0,24        | 0,30             | 0,31        |
| Revenu : s'en sort          | <b>0,30</b> | <b>0,46</b> | 0,44        | 0,43        | 0,45             | 0,44        |
| Revenu : confortable        | 0,46        | 0,37        | 0,33        | 0,33        | 0,25             | 0,25        |
| Nombre d'enfants            | <b>0,85</b> | <b>0,60</b> | 0,71        | 0,62        | 0,58             | 0,56        |
| Usage d'une tablette        | 0,63        | 0,57        | 0,53        | 0,49        | 0,45             | 0,41        |
| Usage d'un smartphone       | <b>0,72</b> | <b>0,81</b> | 0,79        | 0,79        | 0,70             | 0,72        |
| Utilisateurs entourage      | 0,51        | 0,53        | 0,49        | 0,53        | <b>0,43</b>      | <b>0,36</b> |
| Observations                | 102         | 302         | 255         | 199         | 835              | 445         |

Note : le tableau résume les caractéristiques socio-démographiques de chaque population (offreurs ou demandeurs) pour chaque type de plateforme. Les fréquences sont notées en gras lorsque elles apparaissent statistiquement différentes selon un test de comparaison de proportions avec un seuil de confiance à 10 %.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

Concernant les plateformes de covoiturage, nous observons des différences significatives pour l'âge et le sexe. Les femmes ne représentent que 46 % des conducteurs contre 58 % des passagers. Les 25-34 ans sont surreprésentés dans les conducteurs. Concernant les places de marché, nous observons des différences significatives selon l'âge, le sexe et l'entourage. Les femmes sont proportionnellement plus nombreuses côté vendeur que côté acheteur. De même, la tranche d'âge 35-49 ans est surreprésentée chez les offreurs. Enfin, les vendeurs ont un entourage qui est plus utilisateur de plateformes que l'entourage des acheteurs.

Pour conforter ces analyses, nous procédons à des estimations économétriques de la probabilité d'être offreur ou demandeur sur un type de plateforme. Pour chaque type de plateforme, un utilisateur a deux choix : être offreur ou non, être demandeur ou non. Nous estimons ces choix au moyen de modèles

Probit bivariés avec  $Yd_{ij}$  la décision d'être actif côté demande et  $Yo_{ij}$  la décision d'être actif côté offre :

$$Yd_{ij} = \begin{cases} 1 : \text{si l'enquêté } i \text{ est demandeur} \\ \text{sur une plateforme de type } j \\ 0 : \text{si l'enquêté } i \text{ n'est pas demandeur} \\ \text{sur une plateforme de type } j \end{cases}$$

$$Yo_{ij} = \begin{cases} 1 : \text{si l'enquêté } i \text{ est offreur} \\ \text{sur une plateforme de type } j \\ 0 : \text{si l'enquêté } i \text{ n'est pas offreur} \\ \text{sur une plateforme de type } j \end{cases}$$

Les tableaux 6, 7 et 8 présentent les coefficients estimés au moyen de Probit bivariés, pour chaque type de plateforme. Les tableaux 16, 17 et 18 en annexe présentent les effets marginaux issus des estimations, pour chaque type de plateforme.

*Plateformes d'hébergement.* Concernant les plateformes d'hébergement, l'âge joue négativement sur la probabilité d'utilisation aussi bien côté offre que côté demande. En d'autres

**Tableau 6 : modèle Probit bivarié sur les plateformes d'hébergement**

| Variables explicatives         | Offreur     |            | Demandeur   |            |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|------------|
|                                | Coefficient | Écart type | Coefficient | Écart type |
| Âge : 25-34 ans                | -0,23       | [0,16]     | 0,07        | [0,12]     |
| Âge : 35-49 ans                | -0,36**     | [0,17]     | -0,28**     | [0,12]     |
| Âge : 50-64 ans                | -0,83***    | [0,20]     | -0,37***    | [0,13]     |
| Âge : 65 ans et plus           | -0,69***    | [0,22]     | -0,64***    | [0,15]     |
| Sexe : femme                   | -0,04       | [0,11]     | 0,01        | [0,07]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]      | 0,13        | [0,18]     | -0,11       | [0,12]     |
| Taille ville : [50k ; 200k]    | 0,04        | [0,20]     | -0,06       | [0,12]     |
| Taille ville : >200k           | 0,23        | [0,15]     | 0,05        | [0,10]     |
| Paris                          | 0,21        | [0,16]     | 0,13        | [0,11]     |
| BAC / BAC+1/+2                 | 0,05        | [0,16]     | 0,20*       | [0,11]     |
| BAC+3/+4                       | 0,18        | [0,18]     | 0,43***     | [0,12]     |
| BAC+5 ou plus                  | 0,44**      | [0,19]     | 0,58***     | [0,13]     |
| Revenu : s'en sort             | -0,22       | [0,14]     | 0,26***     | [0,09]     |
| Revenu : confortable           | 0,12        | [0,14]     | 0,45***     | [0,11]     |
| Nombre d'enfants               | 0,16***     | [0,06]     | 0,05        | [0,05]     |
| Utilisation d'une tablette     | 0,28**      | [0,11]     | 0,31***     | [0,07]     |
| Confiance                      | 0,57***     | [0,12]     | 0,21**      | [0,08]     |
| Aversion au risque             | -0,45***    | [0,12]     | -0,08       | [0,08]     |
| Utilisateurs entourage         | 0,19*       | [0,11]     | 0,44***     | [0,08]     |
| Élection (voter aux élections) | -0,53***    | [0,12]     | -0,15*      | [0,09]     |
| Temps amis                     | 0,14        | [0,12]     | 0,37***     | [0,08]     |
| Temps clubs                    | 0,22*       | [0,12]     | -0,00       | [0,09]     |
| Observations                   | 2 000       |            |             |            |
| Coefficient corrélation        | 0,23***     |            |             |            |

Note de lecture : le tableau reporte les résultats de l'estimation d'un modèle Probit bivarié. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %. La modalité de référence pour la variable « âge » est « âge : 18-24 ans ». La modalité de référence pour la variable « taille de la ville » est « taille ville : <5k ». La modalité de référence pour le niveau d'éducation rassemble les individus sans diplôme, ayant le Brevet des collèges ou un CAP/BEP. La modalité de référence pour le revenu rassemble les individus qui trouvent la vie « difficile » ou « très difficile ».

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.



**Tableau 7 : modèle Probit bivarié sur les plateformes de covoiturage**

| Variables explicatives         | Offreur     |            | Demandeur   |            |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|------------|
|                                | Coefficient | Écart type | Coefficient | Écart type |
| Âge : 25-34 ans                | -0,11       | [0,13]     | -0,49***    | [0,12]     |
| Âge : 35-49 ans                | -0,59***    | [0,13]     | -0,71***    | [0,12]     |
| Âge : 50-64 ans                | -0,58***    | [0,13]     | -0,94***    | [0,14]     |
| Âge : 65 ans et plus           | -1,03***    | [0,16]     | -1,40***    | [0,16]     |
| Sexe : femme                   | -0,21***    | [0,08]     | -0,03       | [0,08]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]      | 0,05        | [0,14]     | 0,24*       | [0,13]     |
| Taille ville : [50k ; 200k]    | 0,34***     | [0,13]     | 0,20        | [0,13]     |
| Taille ville : >200k           | 0,21*       | [0,11]     | 0,12        | [0,11]     |
| Paris                          | -0,17       | [0,14]     | -0,15       | [0,13]     |
| BAC / BAC+1/+2                 | 0,04        | [0,11]     | 0,14        | [0,12]     |
| BAC+3/+4                       | 0,26**      | [0,13]     | 0,25*       | [0,14]     |
| BAC+5 ou plus                  | 0,22        | [0,15]     | 0,21        | [0,15]     |
| Revenu : s'en sort             | 0,08        | [0,10]     | 0,09        | [0,10]     |
| Revenu : confortable           | 0,16        | [0,12]     | 0,31***     | [0,11]     |
| Nombre d'enfants               | 0,12**      | [0,05]     | 0,08*       | [0,05]     |
| Utilisation d'une tablette     | 0,18**      | [0,08]     | 0,18**      | [0,08]     |
| Confiance                      | 0,46***     | [0,09]     | 0,39***     | [0,08]     |
| Aversion au risque             | -0,05       | [0,08]     | 0,05        | [0,09]     |
| Utilisateurs entourage         | 0,25***     | [0,08]     | 0,48***     | [0,08]     |
| Élection (voter aux élections) | -0,18*      | [0,09]     | -0,09       | [0,10]     |
| Temps amis                     | 0,04        | [0,08]     | 0,34***     | [0,08]     |
| Temps clubs                    | 0,09        | [0,09]     | 0,06        | [0,09]     |
| Nombre de voitures             | 0,00        | [0,05]     | -0,22***    | [0,06]     |
| Observations                   | 2 000       |            |             |            |
| Coefficient corrélation        | 0,34***     |            |             |            |

Note : le tableau reporte les résultats de l'estimation d'un modèle Probit bivarié. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients :

\* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %. La modalité de référence pour la variable « âge » est « âge : 18-24 ans ». La modalité de référence pour la variable « taille de la ville » est « taille ville : <5k ». La modalité de référence pour le niveau d'éducation rassemble les individus sans diplôme, ayant le Brevet des collèges ou un CAP/BEP. La modalité de référence pour le revenu rassemble les individus qui trouvent la vie « difficile » ou « très difficile ».

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

termes, plus on est jeune et plus on est susceptible d'être locataire ou hôte. Le niveau d'éducation a un impact positif uniquement sur la probabilité de louer un hébergement. En toute logique, un individu qui déclare un niveau de vie confortable a une probabilité plus élevée de proposer un hébergement. Les propriétaires ou locataires modestes ne sont donc pas les principaux fournisseurs d'hébergement sur les plateformes de type *Airbnb*. Côté demande, des revenus confortables stimulent l'utilisation de plateformes comme *Airbnb*, ce qui peut s'expliquer par une plus grande propension à voyager. Enfin, l'aversion au risque et le manque de confiance dans les autres sont un frein à la décision de devenir hôte. Cependant, contrairement à notre intuition, la confiance a un effet plus élevé sur la probabilité d'être demandeur.

*Plateformes de covoiturage.* Concernant les plateformes de covoiturage, la probabilité d'être conducteur ou passager diminue avec l'âge. Cependant, pour les conducteurs, cette diminution intervient après 35 ans, alors que chez les passagers, elle apparaît après 25 ans. Ce dernier résultat peut s'expliquer par le fait que les 18-25 ans n'ont pas toujours de permis ou de voiture et recherchent des solutions économiques pour se déplacer. Par ailleurs, les femmes sont moins susceptibles de proposer des trajets sur une plateforme de covoiturage. Le niveau d'éducation et de revenu n'a aucun effet sur la décision d'être conducteur/offreur. Côté demande, des revenus confortables stimulent l'utilisation de plateformes de covoiturage. Enfin, la confiance dans les autres et le fait d'avoir un entourage qui utilise des plateformes collaboratives ont un effet positif sur le covoiturage aussi bien côté conducteur que passager.

**Tableau 8 : modèle Probit bivarié sur les places de marché**

| Variables explicatives         | Offreur     |            | Demandeur   |            |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|------------|
|                                | Coefficient | Écart type | Coefficient | Écart type |
| Âge : 25-34 ans                | 0,04        | [0,11]     | 0,30***     | [0,12]     |
| Âge : 35-49 ans                | 0,12        | [0,11]     | -0,07       | [0,11]     |
| Âge : 50-64 ans                | -0,06       | [0,11]     | -0,08       | [0,11]     |
| Âge : 65 ans et plus           | -0,06       | [0,12]     | -0,32***    | [0,12]     |
| Sexe : femme                   | 0,04        | [0,06]     | -0,13**     | [0,06]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]      | -0,07       | [0,09]     | -0,22**     | [0,10]     |
| Taille ville : [50k ; 200k]    | -0,10       | [0,10]     | -0,35***    | [0,10]     |
| Taille ville : >200k           | -0,14*      | [0,08]     | -0,13       | [0,08]     |
| Paris                          | -0,26***    | [0,09]     | -0,29***    | [0,10]     |
| BAC / BAC+1/+2                 | 0,16**      | [0,08]     | 0,08        | [0,08]     |
| BAC+3/+4                       | 0,23**      | [0,10]     | 0,23**      | [0,10]     |
| BAC+5 ou plus                  | 0,18*       | [0,11]     | 0,15        | [0,11]     |
| Revenu : s'en sort             | 0,04        | [0,07]     | 0,00        | [0,07]     |
| Revenu : confortable           | 0,05        | [0,09]     | -0,16*      | [0,09]     |
| Nombre d'enfants               | 0,08**      | [0,04]     | 0,19***     | [0,04]     |
| Utilisation d'une tablette     | 0,19***     | [0,06]     | 0,14**      | [0,06]     |
| Confiance                      | -0,04       | [0,07]     | 0,23***     | [0,07]     |
| Aversion au risque             | 0,01        | [0,06]     | 0,03        | [0,06]     |
| Utilisateurs entourage         | 0,49***     | [0,07]     | 0,46***     | [0,07]     |
| Élection (voter aux élections) | 0,11        | [0,07]     | 0,10        | [0,08]     |
| Temps amis                     | -0,13**     | [0,06]     | -0,06       | [0,07]     |
| Temps clubs                    | -0,12       | [0,07]     | 0,02        | [0,07]     |
| Observations                   | 2 000       |            |             |            |
| Coefficient corrélation        | 0,18***     |            |             |            |

Note : le tableau reporte les résultats de l'estimation d'un modèle Probit bivarié. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients :

\* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %. La modalité de référence pour la variable « âge » est « âge : 18-24 ans ». La modalité de référence pour la variable « taille de la ville » est « taille ville : < 5k ». La modalité de référence pour le niveau d'éducation rassemble les individus sans diplôme, ayant le Brevet des collèges ou un CAP/BEP. La modalité de référence pour le revenu rassemble les individus qui trouvent la vie « difficile » ou « très difficile ».

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

*Places de marché.* Concernant les places de marché, l'âge comme le niveau d'éducation et de revenu n'ont pas d'effet sur la décision d'être vendeur. De plus, avoir des enfants ou être âgé de 25 à 34 ans augmente la probabilité d'acheter sur les places de marché. Enfin, la confiance a un effet positif sur la probabilité d'être acheteur. Ce résultat montre que les risques sont perçus comme plus élevés côté acheteur et que la confiance joue un rôle déterminant pour attirer des acheteurs sur les places de marché.

## Quels sont les gains monétaires réalisés sur les plateformes de consommation collaborative ?

Dans cette dernière partie, nous cherchons à expliquer les déterminants des gains monétaires obtenus par les offreurs actifs sur des plateformes collaboratives. Nous construisons une variable mesurant les revenus obtenus par les offreurs, au cours du mois précédant l'enquête. Ces revenus apparaissent sous forme d'intervalles « 0 euro », « 1 à 20 euros », « 21 à 50 euros », « 51 à 100 euros », « 101 à 200 euros », « 201 euros ou plus ». La variable expliquée est construite à partir de ces intervalles :  $Y_i = [0]$  si l'individu  $i$  déclare avoir gagné 0 euro,  $Y_i = [1, 20]$  s'il déclare un gain de 1 à 20 euros,  $Y_i = [21, 50]$  si le gain est entre 21 et 50 euros,  $Y_i = [51, \infty[$  si le gain est supérieur à 50 euros. Les gains monétaires étant définis par des intervalles et par une censure en 0, nous utilisons un modèle de

**Tableau 9 : les déterminants des gains obtenus sur des plateformes**

| Variables explicatives         | Coefficient | Écart type | Coefficient | Écart type |
|--------------------------------|-------------|------------|-------------|------------|
| Âge                            | 0,33        | [0,32]     | 0,39        | [0,32]     |
| Âge <sup>2</sup>               | -0,00       | [0,00]     | -0,00       | [0,00]     |
| Sexe : femme                   | -2,84*      | [1,65]     | -2,62       | [1,64]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]      | -3,54       | [2,51]     | -3,65       | [2,51]     |
| Taille ville : [50k ; 200k]    | -2,56       | [2,54]     | -3,46       | [2,53]     |
| Taille ville : >200k           | -0,14       | [2,29]     | -0,38       | [2,26]     |
| Paris                          | 0,08        | [2,70]     | -0,16       | [2,68]     |
| BAC / BAC+1/+2                 | -0,75       | [2,16]     | -1,02       | [2,12]     |
| BAC+3/+4                       | -0,05       | [2,62]     | -0,60       | [2,55]     |
| BAC+5 ou plus                  | 0,21        | [3,09]     | -0,74       | [3,03]     |
| Revenu : s'en sort             | 5,33***     | [1,81]     | 4,72***     | [1,80]     |
| Revenu : confortable           | 8,69***     | [2,35]     | 7,10***     | [2,34]     |
| Nombre d'enfants               | 3,67***     | [0,96]     | 3,39***     | [0,98]     |
| Confiance                      | 5,48***     | [1,92]     | 4,17**      | [1,88]     |
| Aversion au risque             | -2,75       | [1,88]     | -2,91       | [1,85]     |
| Utilisateurs entourage         | 7,77***     | [1,74]     | 5,87***     | [1,73]     |
| Élection (voter aux élections) | -1,84       | [2,12]     | -1,45       | [2,09]     |
| Temps amis                     | 0,59        | [1,79]     | -0,24       | [1,78]     |
| Temps clubs                    | 0,10        | [2,00]     | -0,13       | [1,95]     |
| Plateforme fréquence           |             |            | 2,00**      | [0,82]     |
| Plateforme diversité           |             |            | 4,88***     | [1,14]     |
| Observations                   | 887         |            | 887         |            |

Note : le tableau reporte les résultats de l'estimation des revenus issus des plateformes. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %. La modalité de référence pour la variable « âge » est « âge : 18-24 ans ». La modalité de référence pour la variable « taille de la ville » est « taille ville : <5k ». La modalité de référence pour le niveau d'éducation rassemble les individus sans diplôme, ayant le Brevet des collèges ou un CAP/BEP. La modalité de référence pour le revenu rassemble les individus qui trouvent la vie « difficile » ou « très difficile ».

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

régression par intervalle (en anglais *Interval Regression ou Grouped Data Regression*) qui est une généralisation du modèle Tobit. Les estimations se font par maximum de vraisemblance selon la méthode inspirée par Stewart (1983)<sup>(12)</sup>.

Le tableau 9 présente les coefficients estimés. Parmi les variables explicatives nous introduisons une variable mesurant l'âge (et l'âge au carré), le genre, la taille de l'agglomération, le niveau d'éducation, le niveau de revenu, le nombre d'enfants, une mesure du niveau de confiance, l'aversion au risque, une mesure du degré de sociabilité (le temps passé avec des amis et dans des clubs), la fréquence de participation aux élections. À ces variables s'ajoutent la diversité des usages, soit le nombre de catégories de plateformes utilisées, un score allant de 1 à 3 (un type, deux types, trois types ou plus), ainsi qu'une variable mesurant la fréquence d'usage de ces plateformes.

Nous trouvons un effet positif du niveau de vie sur les gains obtenus. Ce résultat est intéressant, car nous avons vu dans la partie précédente que le niveau de revenu a un effet positif significatif sur la probabilité

d'être actif côté offre. Ces deux résultats indiquent qu'en plus d'avoir davantage de chances d'être offreurs sur des plateformes les individus ayant des revenus élevés retirent aussi en moyenne des gains plus élevés que les individus ayant des revenus modestes. Les plateformes profitent donc plus à ceux qui ont des revenus confortables. Ce résultat va dans le sens de Schor (2017) qui affirme que les plateformes de consommation collaborative renforceraient les inégalités de revenu en bénéficiant à ceux qui ont déjà plus de capital économique.

Nous trouvons un impact positif de la confiance sur les gains monétaires obtenus. Une confiance forte envers les autres permet aux offreurs de procéder à plus de transactions ou à des transactions portant sur des montants plus élevés. Le fait d'avoir des utilisateurs de plateformes dans son entourage accroît aussi les gains monétaires retirés de ces plateformes. Le nombre d'enfants a également un effet positif significatif sur les gains retirés des plateformes. Par ailleurs, la fréquence à laquelle un offreur utilise une plateforme et la diversité de catégories de plateformes utilisées ont un effet positif sur les gains monétaires. En revanche, ni

l'âge, ni le niveau de diplôme, ni la taille de l'agglomération dans laquelle vit l'offreur, ni le degré de sociabilité n'ont d'effet sur les gains monétaires déclarés.

Il convient de garder à l'esprit que les gains monétaires obtenus proviennent principalement d'offeurs ayant déclaré être actif sur des places de marché comme *Leboncoin* (voir graphique 3 en annexe), ces résultats reflètent donc en grande partie les pratiques à l'œuvre sur ce type de plateformes.

Ces résultats apparaissent robustes à plusieurs modélisations alternatives, à savoir un modèle Probit ordonné et un modèle de régression linéaire estimé par MCO sur le milieu de chaque intervalle (voir tableau 19 en annexe). Les gains monétaires n'étant observés que pour les utilisateurs offreurs, nous avons aussi testé un modèle Probit ordonné avec étape de sélection, ainsi qu'un modèle de régression par intervalles avec étape de sélection. Les tests statistiques (test de Wald) indiquent qu'il n'est pas nécessaire d'utiliser un modèle avec étape de sélection<sup>(13)</sup>.

---

## Conclusion

---

Cette étude empirique propose un panorama des usages des plateformes collaboratives et permet d'identifier les principaux déterminants de l'utilisation de ces plateformes. Même si une part importante de la population participe à l'économie collaborative par le biais de plateformes numériques, les niveaux d'usage et les gains retirés sont très hétérogènes. De façon générale, nos résultats montrent que le niveau de revenu et d'éducation jouent fortement sur l'utilisation des plateformes collaboratives. La confiance et le fait d'avoir des utilisateurs de plateforme dans son entourage facilitent l'utilisation de ces plateformes. Ces résultats suggèrent qu'en dépit de l'amélioration constante des systèmes de réputation utilisés par les plateformes, les asymétries d'information et les risques de comportements opportunistes constituent toujours d'importants obstacles à leur utilisation. Par ailleurs, nous avons mis en évidence des effets différenciés de l'âge, du sexe ou du revenu selon les catégories de plateformes considérées, et entre offreurs et demandeurs au sein d'une même catégorie de plateforme. Enfin, ce sont les utilisateurs ayant un niveau de vie confortable et un degré de confiance élevé qui obtiennent les gains monétaires les plus élevés. Ces résultats suggèrent que les plateformes collaboratives et les places de marché profitent davantage aux individus disposant déjà de revenus élevés.

Ces résultats rejoignent les constats de l'enquête du Credoc (Baromètre numérique) selon laquelle les jeunes sont, sans conteste, les plus grands utilisateurs de ces plateformes de consommation collaborative et que les personnes disposant d'un niveau élevé de revenu et d'éducation sont plus adeptes de ces pratiques. Cette même enquête soulignait aussi l'importance de la confiance envers les autres et vis-à-vis des témoignages, notes et évaluations laissées par des utilisateurs de ces plateformes.

Cette étude présente plusieurs limites tenant à la nature des données. Tout d'abord, au sein de chaque catégorie de plateforme il n'est pas possible d'observer quelles sont les plateformes réellement utilisées, ce qui ne permet pas de savoir si certains utilisateurs sont actifs sur plusieurs plateformes concurrentes, ou encore, qui sont les utilisateurs qui recourent à des plateformes gratuites/payantes ou des plateformes alternatives aux plateformes dominantes. Par ailleurs, la décision d'utilisation d'une plateforme est étudiée indépendamment de l'utilisation de services traditionnels qui existaient avant l'essor de ces plateformes. Il serait intéressant de voir si les utilisateurs considèrent les plateformes collaboratives et les offres traditionnelles comme complémentaires ou substituables.

Malgré ces limites, cette étude contribue à une meilleure compréhension des plateformes de consommation collaborative. Les résultats présentés dans cet article peuvent être utiles aux plateformes souhaitant améliorer leur communication et leur stratégie. Ces résultats peuvent également être utiles aux pouvoirs publics s'ils souhaitent mieux réguler ou encadrer l'activité de ces plateformes collaboratives.

---

## Notes

---

(1) Dans cet article le terme « utilisation » a un sens proche du terme « adoption ». La différence vient du fait que les enquêtes renseignent leurs usages au cours de l'année passée. Il est donc possible d'avoir des utilisateurs non actifs sur les douze derniers mois (c'est-à-dire des individus qui ont testé ces plateformes et ont cessé de les utiliser).

(2) Marsouin est un Groupement d'intérêt Scientifique créé en 2002 à l'initiative du Conseil Régional de Bretagne ayant une mission d'observatoire des équipements et usages numériques. Marsouin réalise régulièrement des enquêtes auprès des ménages, des entreprises et des collectivités au service des chercheurs en Sciences Humaines et Sociales de Bretagne <https://www.marsouin.org/>

(3) Il est important de garder à l'esprit que même à l'intérieur d'une catégorie de plateforme, il peut exister différents modèles (en matière de tarification, de services et de sécurité). Par exemple, au sein des places de marché, *Rakuten* (*PriceMinister*) ou *eBay* ont mis en place un système de notation des vendeurs alors qu'il n'existe rien de comparable sur *Leboncoin*.

(4) Source : Baromètre du Numérique 2017, enquête Credoc « Conditions de vie et aspirations » pour le compte de l'ARCEP et de l'Agence du Numérique [www.credoc.fr/pdf/Rapp/R337.pdf](http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R337.pdf)

(5) Des tests de comparaison de proportions indiquent que les taux d'utilisation des plateformes d'hébergement et de covoiturage ne sont pas statistiquement différents pour un seuil de 5 %, mais sont significativement inférieurs aux taux d'utilisation des places de marché.

(6) Les taux pour la population totale sont obtenus en multipliant les taux observés dans l'enquête par 88 % qui est la part d'internautes dans la population française selon le Baromètre du numérique 2017.

(7) Par ailleurs, un tiers des français (36 %) aurait eu, au cours de l'année 2017, des pratiques collaboratives non marchandes sous forme d'échange ou partage de biens et services entre particuliers (covoiturage, échanges de services de jardinage, bricolage/recyclage, échange de livres, de jouets, petits cours, monnaies locales, etc.). Source : « Consommation et modes de vie – Credoc n° 298 Avril 2018. Le collaboratif nouvel horizon utopique. »

(8) Source : OCDE (2017), « Trust in Peer Platform Markets: Consumer Survey Findings », Documents de travail de l'OCDE sur l'économie numérique, n° 263, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/1a893b58-en>

(9) Les coefficients estimés pour ces 4 modèles de Probit simple sont présentés en annexe dans les tableaux 14 et 15.

(10) Le seul effet significatif est positif : le fait de penser que les plateformes d'hébergement concurrencent de manière déloyale les acteurs traditionnels accroît la probabilité d'utiliser une plateforme de ce type. Toutefois cette relation semble difficile à interpréter en terme d'effet causal. Par exemple le fait d'utiliser fréquemment une plateforme d'hébergement comme *Airbnb* peut faire prendre conscience à un individu qu'il s'agit là d'une concurrence déloyale envers les hôtels.

(11) Pour le tableau 5 les utilisateurs ayant le double statut d'offres-demandeurs sont considérés comme offres.

(12) Nous utilisons la commande *intreg* du logiciel Stata disponible au lien suivant : <https://www.stata.com/manuals13/rintreg.pdf>

(13) Les variables utilisées en première étape (équation de sélection) et exclues de la deuxième étape (équation des gains) sont : *usage fréquent de tablette et/ou smartphone* : ces équipements augmentent la probabilité d'utiliser des plateformes collaboratives côté offre, mais ne devraient pas avoir d'effets sur les gains monétaires réalisés par les offres.



---

## Bibliographie

---

- Adcock W.O. Jr, Hirschman E.C. et Goldstucker J.L. (1977).** “Bank Credit Card Users: An Updated Profile”, *Advances in Consumer Research*, vol. 4, n° 1 pp. 236-241.
- Akerlof G.A. (1970).** “The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism”, *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 84, n° 3, pp. 488-500.
- Albinsson P.A. et Perera B.Y. (2012).** “Alternative Marketplaces in the 21st Century: Building Community Through Sharing Events”, *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 11, n° 4, pp. 303-315.
- Arts J.W.C., Frambach R.T. et Bijmolt T.H.A. (2011).** “Generalizations on Consumer Innovation Adoption: A Meta-Analysis on Drivers of Intention and Behavior”, *International Journal of Research in Marketing*, vol. 28, n° 2, pp. 134-144.
- Bellman St., Lohse G.L. et Johnson E.J. (1999).** “Predictors of Online Buying Behavior”, *Communications of the ACM*, vol. 42, n° 12, pp. 32-38.
- Böcker L. et Meelen T. (2017).** “Sharing for People, Planet or Profit? Analysing Motivations For Intended Sharing Economy Participation”, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, vol. 23, pp. 28-39. URL <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>.
- Botsman R. et Rogers R. (2010).** *What's Mine Is Yours, The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins, 304 pages.
- Caillaud B. et Jullien B. (2003).** “Chicken & Egg: Competition Among Intermediation Service Providers”, *The RAND Journal of Economics*, vol. 34, n° 2, pp. 309-328. URL <https://doi.org/10.2307/2F1593720>.
- Cansoy M. et Schor J. (2016).** “Who Gets to Share in the «Sharing Economy»: Understanding the Patterns of Participation and Exchange in Airbnb”, *Unpublished Paper*, Boston College.
- Dickerson M.D. et Gentry J.W. (1983).** “Characteristics of Adopters and Non-Adopters of Home Computers”, *Journal of Consumer Research*, vol. 10, n° 2, pp. 225-235.
- Drouard J. (2011).** “Costs or Gross Benefits? What Mainly Drives Cross-Sectional Variance in Internet Adoption”, *Information Economics and Policy*, vol. 23, n° 1, pp. 127-140.
- Evans D.S. (2009).** “How Catalysts Ignite: the Economics of Platform-Based Start-Ups”, Chapter in: *Platforms, Markets and Innovation*, pp. 99-128.
- Farrell J. et Saloner G. (1985).** “Standardization, Compatibility, and Innovation”, *The RAND Journal of Economics*, vol. 16, n° 1, pp. 70-83. URL <https://doi.org/10.2307/2F2555589>.
- Goldfarb A. et Prince J. (2008).** “Internet Adoption and Usage Patterns Are Different: Implications for the Digital Divide”, *Information Economics and Policy*, vol. 20, n° 1, pp. 2-15.
- Goolsbee A. et Zittrain J. (1999).** “Evaluating the Costs and Benefits of Taxing Internet Commerce”, *National Tax Journal*, vol. 52, n° 3, pp. 413-428.
- Hamari J., Sjöklint M. et Ukkonen A. (2015).** “The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption”, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, vol. 67, n° 9, pp. 2047-2059. URL <https://doi.org/10.1002/2Fasi.23552>.
- Hoffman D.L., Kalsbeek W.D. et Novak Th.P. (1996).** “Internet and Web Use in the US”, *Communications of the ACM*, vol. 39, n° 12, pp. 36-46.
- Im S., Bayus B.L. et Mason Ch.H. (2003).** “An Empirical Study of Innate Consumer Innovativeness, Personal Characteristics, and New-Product Adoption Behavior”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 31, n° 1, pp. 61-73.
- Katz M.L. et Shapiro C. (1985).** “Network Externalities, Competition, and Compatibility”, *The American Economic Review*, vol. 75, n° 3, pp. 424-440.
- Kehoe C., Pitkow J., Sutton K., Aggarwal G. et Rogers J.D. (1999).** “Results of Gvu’s Tenth World Wide Web User Survey”, *Retrieved April, 3, 2003*, 31 pages.
- Kraut R., Scherlis W., Mukhopadhyay T., Manning J. et Kiesler S. (1996).** “Homenet: A Field Trial of Residential Internet Services”, *In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, ACM*, pp. 284-291.
- Lamberton C.P. et Rose R.L. (2012).** “When is Ours Better than Mine? A Framework for Understanding and Altering Participation in Commercial Sharing Systems”, *Journal of Marketing*, vol. 76, n° 4, pp.109-125.
- Le Guel F., Pénard T. et Suire R. (2005).** “Adoption et usage marchand de l’internet : une étude économétrique sur données bretonnes”, *Économie et Prévision*, n° 167, pp. 67-84.
- Manski C.F. (2000).** “Economic Analysis of Social Interactions”, *Rapport technique du National Bureau of Economic Research n° 7580*, 43 pages.
- Ozanne L. K. et Ballantine P. W. (2010).** “Sharing as a Form of Anti-Consumption? An Examination of Toy Library Users”, *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 9, n° 6, pp. 485-498.
- Quattrone G., Proserpio D., Quercia D., Capra L. et Musolesi M. (2016).** “Who Benefits from the “Sharing” Economy of Airbnb?”, *In Proceedings of the 25th International Conference on World Wide Web - WWW 16*. ACM Press, 2016. URL <https://doi.org/10.1145/2F2872427.2874815>.
- Robertson T.S. (1967).** “The Process of Innovation and the Diffusion of Innovation”, *The Journal of Marketing*, vol. 31, n° 1, pp. 14-19.
- Rochet J.-Ch. et Tirole J. (2003).** “Platform Competition in Two-Sided Markets”, *Journal of the European Economic Association*, vol. 1, n° 4, pp. 990-1029. URL <https://doi.org/10.1162/2F154247603322493212>.
- Rochet J.-Ch. et Tirole J. (2006).** “Two-Sided Markets: A Progress Report”, *The RAND Journal of Economics*, vol. 37, n° 3, pp. 645-667, URL <https://doi.org/10.1111/2Fj.1756-2171.tb00036.x>.
- Schor J.B. (2017).** “Does the Sharing Economy Increase Inequality within the Eighty Percent? Findings from a Qualitative Study of Platform Providers”, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, vol. 10, n° 2, pp. 263-279. URL <https://doi.org/10.1093/2Ffcjres/2Ffrsw047>.
- Starr M.A. (2009).** “The Social Economics of Ethical Consumption: Theoretical Considerations and Empirical Evidence”, *The Journal of Socio-Economics*, vol. 38, n° 6, pp. 916-925.

**Stewart M.B. (1983).** “On Least Squares Estimation when the Dependent Variable Is Grouped”, *The Review of Economic Studies*, vol. 50, n° 4, pp.737-753, URL <https://doi.org/10.2307%2F2297773>.

**Sundararajan A. (2008).** “Local Network Effects and Complex Network Structure”, *The B.E. Journal of Theoretical Economics*, vol. 7, n° 1, pp. 1-30.

**Tadelis St. (2016).** “Reputation and Feedback Systems in Online Platform Markets”, *Annual Review of Economics*, vol. 8, pp. 321-340.

## Annexe A

---

*Construction des variables explicatives.* La variable *diplôme* a quatre modalités possibles. Elle prend la valeur 1 si l'enquêté n'a aucun diplôme / son diplôme le plus élevé est le Brevet des collèges / est un CAP ou un BEP ; elle prend la valeur 2 si le diplôme le plus élevé est « BAC / BAC+1 / BAC+2 » ; elle prend la valeur 3 si le diplôme le plus élevé est « BAC+3 / BAC+4 » ; elle prend la valeur 4 si le diplôme le plus élevé est « BAC+5 » ou plus.

La variable *revenu* a trois modalités possibles, selon que l'enquêté considère qu'il a un niveau de vie « confortable » ou « très confortable » ; qu'il « s'en sort », ou au contraire qu'il a une vie « difficile » ou « très difficile » avec son revenu actuel.

La variable *ordinateur* est une variable binaire. Elle prend la valeur 1 si l'enquêté utilise un ordinateur plusieurs fois par jour ; 0 si l'enquêté utilise un ordinateur moins fréquemment.

La variable *tablette* est une variable binaire. Elle prend la valeur 1 si l'enquêté utilise une tablette plusieurs fois par semaine / plusieurs fois par jour ; 0 si l'enquêté utilise une tablette moins souvent ou ne dispose pas de cet équipement.

La variable *smartphone* est une variable binaire. Elle prend la valeur 1 si l'enquêté utilise un smartphone plusieurs fois par jour ; 0 si l'enquêté utilise un smartphone moins souvent ou ne dispose pas de cet équipement.

La variable *utilisateurs entourage* a deux modalités. Elle prend la valeur 0 si l'enquêté n'a pas d'utilisateurs de plateforme dans son entourage (famille et amis) ou ne sait pas s'il en a, et prend la valeur 1 dans le cas contraire.

La variable *élection* a deux modalités. Elle prend la valeur 1 si l'enquêté déclare « aller voter lors des élections » « souvent », et prend la valeur 0 si l'enquêté déclare aller « rarement » voter, s'il n'y va « jamais » ou « ne sait pas ».

Les variables *temps amis* et *temps clubs* sont des mesures du capital social de l'enquêté. Les enquêtés ont indiqué à quelle fréquence ils passent du temps avec leurs amis, à quelle fréquence ils passent du temps dans des clubs de sports ou associations. Pour chaque question les réponses possibles étaient « jamais », « seulement quelques fois dans l'année », « une ou deux fois par mois », « toutes les semaines ou presque ». Ces variables prennent la valeur 1 si l'enquêté a répondu « toutes les semaines ou presque » et 0 sinon.

La variable *taxation inéquitable* a deux modalités. Elle prend la valeur 1 si l'enquêté est plutôt d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation selon laquelle « les entreprises qui proposent des services de mise en relation entre particuliers échappent aux réglementations et taxes », et prend la valeur 0 sinon.

La variable *concurrence déloyale* a deux modalités. Elle prend la valeur 1 si l'enquêté est plutôt d'accord ou tout à fait d'accord avec l'affirmation selon laquelle « les entreprises qui proposent des services de mise en relation entre particuliers font une concurrence déloyale aux secteurs traditionnels », et prend la valeur 0 sinon.

La variable *confiance* a deux modalités. Les enquêtés devaient répondre à la question suivante :

« D’une manière générale, diriez-vous que l’on peut faire confiance à la plupart des gens ou que l’on n’est jamais trop prudent dans ses rapports avec autrui ? ». Pour les enquêtés ayant répondu que l’on « peut faire confiance à la plupart des gens » la variable prend la valeur 1 ; pour ceux ayant répondu que l’on « n’est jamais trop prudent dans ses rapports avec autrui » ou ceux ne souhaitant pas répondre, elle prend la valeur 0.

La variable *aversion au risque* a deux modalités. Elle prend la valeur 1 si l’enquêté préfère obtenir 20 euros de manière

certaine à une situation dans laquelle il obtiendrait 200 euros avec une probabilité de 1/10, et prend la valeur 0 dans le cas contraire ou s’il déclare être indifférent.

La variable *plateforme fréquence* a cinq modalités. Elle prend la valeur 1 si l’enquêté déclare utiliser une plateforme une fois par an ou moins, 2 si l’enquêté déclare utiliser une plateforme une fois tous les 4 à 6 mois, 3 si l’enquêté déclare utiliser une plateforme tous les 2 à 3 mois, 4 si l’enquêté déclare utiliser une plateforme au moins une fois par mois, 5 si l’enquêté déclare utiliser une plateforme au moins une fois par semaine.

**Tableau 10 : comparaison de la fréquence dans l’échantillon avec celle dans la population française (données Insee)**

| Variables  | Échantillon | Population française |
|--|-------------|----------------------|
| Âge :  |             |                      |
| 18 - 24 ans  | 0,11        | 0,10                 |
| 25 - 34 ans  | 0,16        | 0,15                 |
| 35 - 49 ans  | 0,27        | 0,25                 |
| 50 - 64 ans  | 0,24        | 0,25                 |
| 65 ans et plus   | 0,21        | 0,25                 |
| Sexe : femme   | 0,52        | 0,52                 |
| Profession :   |             |                      |
| Agriculteurs exploitants, artisans commerçants et chefs d’entreprise | 0,03        | 0,04                 |
| Cadres et professions intellectuelles supérieures                    | 0,11        | 0,10                 |
| Professions intermédiaires   | 0,14        | 0,14                 |
| Employés   | 0,26        | 0,14                 |
| Ouvriers   | 0,06        | 0,11                 |
| Inactifs   | 0,41        | 0,47                 |

Note de lecture : les données de l’Insee proviennent de plusieurs bases : la base de données « Catégorie socioprofessionnelle selon le sexe et l’âge en 2017 », disponible au lien suivant : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2489546>, et la base de données donnant la répartition de la population par âge et sexe, disponible au lien suivant :

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1892088?sommaire=1912926>.

Sources : Insee, recensement.

**Tableau 11 : statistiques descriptives**

| Variables                                      | Fréquence |
|--|-----------|
| Âge : 18-24 ans                                | 0,11      |
| Âge : 25-34 ans                                | 0,16      |
| Âge : 35-49 ans                                | 0,27      |
| Âge : 50-64 ans                                | 0,25      |
| Âge : 65 ans et plus                           | 0,21      |
| Sexe : femme                                   | 0,53      |
| Taille de la ville :                           |           |
| < 5k   | 0,27      |
| [5k; 50k]                                      | 0,16      |
| [50k; 200k]                                    | 0,15      |
| > 200k   | 0,26      |
| Paris  | 0,17      |
| Diplôme le plus élevé :                        |           |
| Aucun diplôme / brevet / CAP / BEP             | 0,24      |
| BAC / BAC+1/+2                                 | 0,45      |
| BAC+3/+4                                       | 0,18      |
| BAC+5 ou plus                                  | 0,14      |
| Opinion concernant son revenu actuel :         |           |
| Très difficile / difficile                     | 0,32      |
| S'en sort                                      | 0,45      |
| Confortable / très confortable                 | 0,24      |
| Nombre d'enfants                               | 0,48      |
| Usage fréquent d'un ordinateur                 | 0,84      |
| Usage fréquent d'une tablette                  | 0,39      |
| Usage fréquent d'un smartphone                 | 0,66      |
| Niveau de confiance élevé                      | 0,25      |
| Aversion au risque                             | 0,67      |
| Utilisateurs dans l'entourage                  | 0,32      |
| Temps amis                                     | 0,36      |
| Temps clubs                                    | 0,23      |
| Élection                                       | 0,79      |
| Nombre de véhicules du foyer                   | 1,37      |
| Opinion au sujet des plateformes :             |           |
| Taxation et réglementation inéquitable         | 0,41      |
| Concurrence déloyale avec secteur traditionnel | 0,31      |

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

**Tableau 12 : Probit trivarié - utilisation par type de plateforme**

| Variables explicatives      | (1)<br>Hébergement |            | (2)<br>Covoiturage |            | (3)<br>Places de marché |            |
|-----------------------------|--------------------|------------|--------------------|------------|-------------------------|------------|
|                             | Coefficient        | Écart type | Coefficient        | Écart type | Coefficient             | Écart type |
| Âge : 25-34 ans             | -0,09              | [0,12]     | -0,47***           | [0,12]     | 0,09                    | [0,12]     |
| Âge : 35-49 ans             | -0,42***           | [0,12]     | -0,86***           | [0,12]     | -0,25**                 | [0,12]     |
| Âge : 50-64 ans             | -0,49***           | [0,13]     | -0,89***           | [0,12]     | -0,23*                  | [0,12]     |
| Âge : 65 ans et plus        | -0,79***           | [0,14]     | -1,45***           | [0,14]     | -0,29**                 | [0,12]     |
| Sexe : femme                | 0,05               | [0,07]     | -0,07              | [0,07]     | -0,09                   | [0,06]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]   | 0,04               | [0,11]     | 0,19*              | [0,11]     | -0,18*                  | [0,09]     |
| Taille ville : [50k ; 200k] | 0,10               | [0,11]     | 0,34***            | [0,11]     | -0,24**                 | [0,10]     |
| Taille ville : >200k        | 0,15               | [0,10]     | 0,16*              | [0,10]     | -0,15*                  | [0,08]     |
| Paris                       | 0,22**             | [0,11]     | -0,26**            | [0,12]     | -0,36***                | [0,10]     |
| BAC / BAC+1/+2              | 0,08               | [0,09]     | 0,06               | [0,09]     | 0,07                    | [0,08]     |
| BAC+3/+4                    | 0,31***            | [0,11]     | 0,25**             | [0,12]     | 0,21**                  | [0,10]     |
| BAC+5 ou plus               | 0,54***            | [0,12]     | 0,17               | [0,12]     | 0,15                    | [0,11]     |
| Revenu : s'en sort          | 0,12               | [0,08]     | 0,13               | [0,08]     | 0,01                    | [0,07]     |
| Revenu : confortable        | 0,33***            | [0,10]     | 0,33***            | [0,10]     | 0,02                    | [0,09]     |
| Nombre d'enfants            | 0,09**             | [0,04]     | 0,11***            | [0,04]     | 0,21***                 | [0,04]     |
| Utilisation tablette        | 0,38***            | [0,07]     | 0,23***            | [0,07]     | 0,20***                 | [0,07]     |
| Utilisation smartphone      | -0,03              | [0,08]     | 0,09               | [0,08]     | 0,12*                   | [0,07]     |
| Confiance                   | 0,31***            | [0,08]     | 0,49***            | [0,08]     | 0,26***                 | [0,07]     |
| Aversion au risque          | -0,12              | [0,08]     | -0,03              | [0,07]     | 0,03                    | [0,07]     |
| Utilisateurs entourage      | 0,39***            | [0,07]     | 0,45***            | [0,07]     | 0,59***                 | [0,07]     |
| Élection                    | -0,22***           | [0,09]     | -0,18**            | [0,08]     | 0,01                    | [0,08]     |
| Taxation inéquitable        | -0,08              | [0,08]     | 0,05               | [0,08]     | 0,10                    | [0,07]     |
| Concurrence déloyale        | 0,30***            | [0,08]     | 0,06               | [0,08]     | -0,07                   | [0,08]     |
| Temps amis                  | 0,32***            | [0,07]     | 0,21***            | [0,07]     | -0,10                   | [0,07]     |
| Temps clubs                 | 0,07               | [0,08]     | 0,07               | [0,08]     | -0,06                   | [0,07]     |
| Nombre de voitures          |                    |            | -0,19***           | [0,05]     |                         |            |

Note de lecture : le tableau reporte les résultats de l'estimation d'un modèle Probit trivarié. Les probabilités qu'un individu utilise chaque type de plateforme sont estimées simultanément. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets.

Significativité des coefficients : \* significatif à 10%, \*\* significatif à 5%, \*\*\* significatif à 1%.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

**Tableau 13 : coefficients de corrélation issus du Probit trivarié**

|             |      |            |      |                       |
|-------------|------|------------|------|-----------------------|
| $\rho_{12}$ | 0,36 | Écart type | 0,05 | $p\text{-val} < 0,01$ |
| $\rho_{13}$ | 0,12 | Écart type | 0,03 | $p\text{-val} < 0,01$ |
| $\rho_{23}$ | 0,23 | Écart type | 0,03 | $p\text{-val} < 0,01$ |



**Tableau 14 : modèle Probit simple par type de plateforme**

| Variables explicatives      | (1)<br>Hébergement |            | (2)<br>Covoiturage |            | (3)<br>Places de marché |            |
|-----------------------------|--------------------|------------|--------------------|------------|-------------------------|------------|
|                             | Coefficient        | Écart type | Coefficient        | Écart type | Coefficient             | Écart type |
| Âge : 25-34 ans             | -0,08              | [0,12]     | -0,46***           | [0,12]     | 0,09                    | [0,12]     |
| Âge : 35-49 ans             | -0,42***           | [0,12]     | -0,84***           | [0,12]     | -0,23**                 | [0,12]     |
| Âge : 50-64 ans             | -0,55***           | [0,13]     | -0,91***           | [0,13]     | -0,20*                  | [0,12]     |
| Âge : 65 ans et plus        | -0,84***           | [0,15]     | -1,45***           | [0,14]     | -0,28**                 | [0,12]     |
| Sexe : femme                | 0,06               | [0,07]     | -0,10              | [0,07]     | -0,07                   | [0,06]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]   | 0,01               | [0,12]     | 0,19               | [0,12]     | -0,18*                  | [0,10]     |
| Taille ville : [50k ; 200k] | 0,01               | [0,12]     | 0,34***            | [0,12]     | -0,23**                 | [0,10]     |
| Taille ville : >200k        | 0,11               | [0,10]     | 0,15               | [0,10]     | -0,14                   | [0,09]     |
| Paris                       | 0,19               | [0,11]     | -0,26**            | [0,12]     | -0,36***                | [0,10]     |
| BAC / BAC+1/+2              | 0,17*              | [0,10]     | 0,10               | [0,10]     | 0,05                    | [0,08]     |
| BAC+3/+4                    | 0,43***            | [0,12]     | 0,29**             | [0,12]     | 0,20**                  | [0,10]     |
| BAC+5 ou plus               | 0,62***            | [0,13]     | 0,17               | [0,13]     | 0,16                    | [0,12]     |
| Revenu : s'en sort          | 0,14               | [0,09]     | 0,10               | [0,09]     | 0,02                    | [0,07]     |
| Revenu : confortable        | 0,38***            | [0,10]     | 0,33***            | [0,10]     | 0,01                    | [0,09]     |
| Nombre d'enfants            | 0,07**             | [0,04]     | 0,12***            | [0,04]     | 0,21***                 | [0,04]     |
| Utilisation tablette        | 0,36***            | [0,07]     | 0,21***            | [0,07]     | 0,21***                 | [0,07]     |
| Utilisation smartphone      | 0,03               | [0,09]     | 0,06               | [0,08]     | 0,11                    | [0,07]     |
| Confiance                   | 0,36***            | [0,08]     | 0,49***            | [0,08]     | 0,24***                 | [0,08]     |
| Aversion au risque          | -0,17              | [0,08]     | -0,03              | [0,08]     | 0,01                    | [0,06]     |
| Utilisateurs entourage      | 0,40***            | [0,08]     | 0,42***            | [0,07]     | 0,61***                 | [0,07]     |
| Élection                    | -0,26***           | [0,09]     | -0,17*             | [0,09]     | 0,01                    | [0,08]     |
| Taxation inéquitable        | -0,04              | [0,08]     | 0,05               | [0,08]     | 0,10                    | [0,07]     |
| Concurrence déloyale        | 0,27***            | [0,09]     | 0,07               | [0,09]     | -0,08                   | [0,08]     |
| Temps amis                  | 0,32***            | [0,08]     | 0,22***            | [0,07]     | -0,09                   | [0,07]     |
| Temps clubs                 | 0,07               | [0,08]     | 0,07               | [0,08]     | -0,06                   | [0,07]     |
| Nombre de voitures          |                    |            | -0,20***           | [0,05]     |                         |            |
| Observations                | 2 000              |            | 2 000              |            | 2 000                   |            |
| Pseudo $R^2$                | 0,20               |            | 0,21               |            | 0,09                    |            |

Note de lecture : le tableau reporte les résultats de trois modèles Probit, un pour chaque type de plateforme, estimés séparément. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

**Tableau 15 : modèle Probit sur la diversité des usages**

| Variables explicatives      | Coefficient | Écart type |
|-----------------------------|-------------|------------|
| Âge : 25-34 ans             | -0,19       | [0,13]     |
| Âge : 35-49 ans             | -0,48***    | [0,13]     |
| Âge : 50-64 ans             | -0,51***    | [0,14]     |
| Âge : 65 ans et plus        | -1,00***    | [0,15]     |
| Sexe : femme                | -0,01       | [0,08]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]   | 0,16        | [0,12]     |
| Taille ville : [50k ; 200k] | 0,14        | [0,12]     |
| Taille ville : >200k        | 0,25**      | [0,10]     |
| Paris                       | 0,15        | [0,12]     |
| BAC / BAC+1/+2              | 0,17*       | [0,10]     |
| BAC+3/+4                    | 0,42***     | [0,12]     |
| BAC+5 ou plus               | 0,39***     | [0,14]     |
| Revenu : s'en sort          | 0,15        | [0,09]     |
| Revenu : confortable        | 0,35***     | [0,11]     |
| Nombre d'enfants            | 0,03        | [0,04]     |
| Utilisation tablette        | 0,32***     | [0,08]     |
| Utilisation smartphone      | 0,12        | [0,09]     |
| Confiance                   | 0,28***     | [0,08]     |
| Aversion au risque          | -0,07       | [0,08]     |
| Utilisateurs entourage      | 0,42***     | [0,08]     |
| Élection                    | -0,22**     | [0,09]     |
| Taxation inéquitable        | -0,02       | [0,09]     |
| Concurrence déloyale        | 0,12        | [0,09]     |
| Temps amis                  | 0,20**      | [0,08]     |
| Temps clubs                 | 0,02        | [0,09]     |
| Observations                | 1 403       |            |
| Pseudo R2                   | 0,160       |            |

Note de lecture : le tableau reporte les résultats de l'estimation d'un modèle Probit sur la population des enquêtés utilisateurs d'au moins un type de plateforme. La variable dépendante vaut 0 si l'enquêté utilise un seul type de plateforme et 1 si il en utilise deux ou plus. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

**Tableau 16 : modèle Probit bivarié sur les plateformes d'hébergement - effets marginaux**

| Variables explicatives  | Offreur<br>$P(Y_o = 1, Y_d = 0)$ |            | Demandeur<br>$P(Y_o = 0, Y_d = 1)$ |            | Double statut<br>$P(Y_o = 1, Y_d = 1)$ |            |
|-------------------------|----------------------------------|------------|------------------------------------|------------|--|------------|
|                         | Effet marginal                   | Écart type | Effet marginal                     | Écart type | Effet marginal                         | Écart type |
| Âge : 25-34 ans         | -0,018                           | [0,013]    | 0,027                              | [0,034]    | -0,007                                 | [0,007]    |
| Âge : 35-49 ans         | -0,020                           | [0,013]    | -0,057*                            | [0,031]    | -0,015**                               | [0,006]    |
| Âge : 50-64 ans         | -0,036***                        | [0,013]    | -0,068**                           | [0,032]    | -0,020***                              | [0,006]    |
| Âge : 65 ans et plus    | -0,031**                         | [0,014]    | -0,114***                          | [0,031]    | -0,020***                              | [0,006]    |
| Sexe : femme            | -0,002                           | [0,005]    | 0,002                              | [0,015]    | -0,000                                 | [0,002]    |
| Taille ville : <50k     | 0,006                            | [0,007]    | -0,022                             | [0,024]    | 0,001                                  | [0,002]    |
| Taille ville : <200k    | 0,002                            | [0,007]    | -0,013                             | [0,024]    | 0,000                                  | [0,002]    |
| Taille ville : >200k    | 0,009                            | [0,007]    | 0,007                              | [0,022]    | 0,004                                  | [0,003]    |
| Paris                   | 0,007                            | [0,007]    | 0,026                              | [0,026]    | 0,004                                  | [0,003]    |
| BAC / BAC+1/+2          | 0,001                            | [0,006]    | 0,035*                             | [0,018]    | 0,002                                  | [0,002]    |
| BAC+3/+4                | 0,004                            | [0,007]    | 0,084***                           | [0,025]    | 0,006*                                 | [0,003]    |
| BAC+5 ou plus           | 0,016                            | [0,010]    | 0,117***                           | [0,030]    | 0,015***                               | [0,005]    |
| Revenu : s'en sort      | -0,011*                          | [0,006]    | 0,051***                           | [0,017]    | -0,001                                 | [0,002]    |
| Revenu : confortable    | 0,001                            | [0,008]    | 0,090***                           | [0,022]    | 0,007**                                | [0,003]    |
| Nombre d'enfants        | 0,006***                         | [0,002]    | 0,008                              | [0,009]    | 0,003**                                | [0,001]    |
| Usage d'une tablette    | 0,009*                           | [0,005]    | 0,061***                           | [0,015]    | 0,006***                               | [0,002]    |
| Confiance               | 0,022***                         | [0,005]    | 0,035**                            | [0,017]    | 0,010***                               | [0,003]    |
| Aversion au risque      | -0,018***                        | [0,005]    | -0,011                             | [0,017]    | -0,007***                              | [0,002]    |
| Utilisateurs entourage  | 0,004                            | [0,005]    | 0,088***                           | [0,016]    | 0,006                                  | [0,002]    |
| Élection                | -0,021***                        | [0,005]    | -0,025                             | [0,019]    | -0,010***                              | [0,003]    |
| Temps amis              | 0,003                            | [0,005]    | 0,074***                           | [0,016]    | 0,005**                                | [0,002]    |
| Temps clubs             | 0,009*                           | [0,005]    | -0,004                             | [0,018]    | 0,003                                  | [0,002]    |
| Observations            | 2 000                            |            |                                    |            |  |            |
| Coefficient corrélation | 0,23***                          |            |                                    |            |  |            |

Note de lecture : le tableau reporte les effets marginaux issus de l'estimation du modèle Probit bivarié sur les plateformes d'hébergement. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

**Tableau 17 : modèle Probit bivarié sur les plateformes de covoiturage - effets marginaux**

| Variables explicatives  | Offreur<br>$P(Y_o = 1, Y_d = 0)$ |            | Demandeur<br>$P(Y_o = 0, Y_d = 1)$ |            | Double statut<br>$P(Y_o = 1, Y_d = 1)$ |            |
|-------------------------|----------------------------------|------------|------------------------------------|------------|--|------------|
|                         | Effet marginal                   | Écart type | Effet marginal                     | Écart type | Effet marginal                         | Écart type |
| Âge : 25-34 ans         | 0,019                            | [0,024]    | -0,101***                          | [0,030]    | 0,051***                               | [0,018]    |
| Âge : 35-49 ans         | -0,048**                         | [0,021]    | -0,117***                          | [0,029]    | -0,086***                              | [0,017]    |
| Âge : 50-64 ans         | -0,040*                          | [0,022]    | -0,150***                          | [0,030]    | -0,092***                              | [0,018]    |
| Âge : 65 ans et plus    | -0,079***                        | [0,021]    | -0,187***                          | [0,028]    | -0,106***                              | [0,018]    |
| Sexe : femme            | -0,029***                        | [0,011]    | 0,003                              | [0,012]    | -0,008**                               | [0,004]    |
| Taille ville : < 50k    | -0,001                           | [0,016]    | 0,037*                             | [0,021]    | 0,009                                  | [0,007]    |
| Taille ville : < 200k   | 0,045**                          | [0,021]    | 0,018                              | [0,020]    | 0,020***                               | [0,008]    |
| Taille ville : >200k    | 0,026*                           | [0,015]    | 0,010                              | [0,016]    | 0,011*                                 | [0,006]    |
| Paris                   | -0,015                           | [0,015]    | -0,016                             | [0,016]    | -0,007                                 | [0,005]    |
| BAC / BAC+1/+2          | 0,001                            | [0,014]    | 0,018                              | [0,015]    | 0,005                                  | [0,005]    |
| BAC+3/+4                | 0,029                            | [0,019]    | 0,028                              | [0,020]    | 0,017**                                | [0,007]    |
| BAC+5 ou plus           | 0,024                            | [0,020]    | 0,023                              | [0,021]    | 0,014*                                 | [0,008]    |
| Revenu : s'en sort      | 0,008                            | [0,013]    | 0,011                              | [0,013]    | 0,005                                  | [0,004]    |
| Revenu : confortable    | 0,011                            | [0,016]    | 0,044**                            | [0,018]    | 0,016**                                | [0,006]    |
| Nombre d'enfants        | 0,013**                          | [0,006]    | 0,008                              | [0,007]    | 0,006***                               | [0,002]    |
| Usage d'une tablette    | 0,019*                           | [0,011]    | 0,022*                             | [0,012]    | 0,012***                               | [0,004]    |
| Confiance               | 0,051***                         | [0,012]    | 0,043***                           | [0,013]    | 0,028***                               | [0,005]    |
| Aversion au risque      | -0,008                           | [0,011]    | 0,009                              | [0,013]    | 0,000                                  | [0,004]    |
| Utilisateurs entourage  | 0,019*                           | [0,011]    | 0,064***                           | [0,012]    | 0,024***                               | [0,005]    |
| Élection                | -0,021*                          | [0,012]    | -0,007                             | [0,014]    | -0,009*                                | [0,005]    |
| Temps amis              | -0,005                           | [0,011]    | 0,051***                           | [0,012]    | 0,012***                               | [0,004]    |
| Temps clubs             | 0,010                            | [0,013]    | 0,006                              | [0,013]    | 0,005                                  | [0,005]    |
| Nombre de voitures      | 0,007                            | [0,007]    | -0,033***                          | [0,009]    | -0,007**                               | [0,003]    |
| Observations            | 2 000                            |            |                                    |            |  |            |
| Coefficient corrélation | 0,34***                          |            |                                    |            |  |            |

Note de lecture : le tableau reporte les effets marginaux issus de l'estimation du modèle Probit bivarié sur les plateformes de covoiturage. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

**Tableau 18 : modèle Probit bivarié sur les places de marché - effets marginaux**

| Variables explicatives  | Offreur<br>$P(Y_o = 1, Y_d = 0)$ |            | Demandeur<br>$P(Y_o = 0, Y_d = 1)$ |            | Double statut<br>$P(Y_o = 1, Y_d = 0)$ |            |
|-------------------------|----------------------------------|------------|------------------------------------|------------|--|------------|
|                         | Effet marginal                   | Écart type | Effet marginal                     | Écart type | Effet marginal                         | Écart type |
|                         |                                  |            |                                    |            |  |            |
| Âge : 25-34 ans         | -0,042                           | [,028]     | 0,062*                             | [0,036]    | 0,059*                                 | [0,030]    |
| Âge : 35-49 ans         | 0,037                            | [,028]     | -0,037                             | [0,032]    | 0,011                                  | [0,028]    |
| Âge : 50-64 ans         | 0,000                            | [0,029]    | -0,008                             | [0,034]    | -0,024                                 | [0,027]    |
| Âge : 65 ans et plus    | 0,038                            | [0,031]    | -0,063*                            | [0,033]    | -0,062**                               | [0,027]    |
| Sexe : femme            | 0,030**                          | [0,015]    | -0,037**                           | [0,016]    | -0,015                                 | [0,015]    |
| Taille ville : <50k     | 0,025                            | [0,024]    | -0,036                             | [0,025]    | -0,053**                               | [0,026]    |
| Taille ville : <200k    | 0,039                            | [0,026]    | -0,057**                           | [0,025]    | -0,080***                              | [0,025]    |
| Taille ville : >200k    | -0,006                           | [0,020]    | -0,001                             | [0,023]    | -0,050**                               | [0,022]    |
| Paris                   | -0,004                           | [0,023]    | -0,021                             | [0,026]    | -0,095***                              | [0,024]    |
| BAC / BAC+1/+2          | 0,021                            | [0,019]    | -0,008                             | [0,021]    | 0,041**                                | [0,019]    |
| BAC+3/+4                | 0,010                            | [0,024]    | 0,011                              | [0,027]    | 0,081***                               | [0,025]    |
| BAC+5 ou plus           | 0,015                            | [0,029]    | 0,002                              | [0,031]    | 0,056**                                | [0,027]    |
| Revenu : s'en sort      | 0,008                            | [0,017]    | -0,008                             | [0,019]    | 0,008                                  | [0,019]    |
| Revenu : confortable    | 0,037                            | [0,023]    | -0,044*                            | [0,024]    | -0,018                                 | [0,022]    |
| Nombre d'enfants        | -0,016                           | [0,010]    | 0,029***                           | [0,011]    | 0,046***                               | [0,010]    |
| Usage d'une tablette    | 0,016                            | [0,016]    | -0,002                             | [0,017]    | 0,057***                               | [0,016]    |
| Confiance               | -0,046**                         | [0,018]    | 0,058***                           | [0,020]    | 0,032*                                 | [0,018]    |
| Aversion au risque      | -0,003                           | [0,016]    | 0,005                              | [0,018]    | 0,007                                  | [0,016]    |
| Utilisateurs entourage  | 0,025                            | [0,017]    | 0,017                              | [0,019]    | 0,165***                               | [0,017]    |
| Élection                | 0,008                            | [0,020]    | 0,002                              | [0,022]    | 0,037**                                | [0,019]    |
| Temps amis              | -0,017                           | [0,017]    | 0,010                              | [0,018]    | -0,032*                                | [0,017]    |
| Temps clubs             | -0,028                           | [0,019]    | 0,027                              | [0,020]    | -0,018                                 | [0,019]    |
| Observations            | 2 000                            |            |                                    |            |  |            |
| Coefficient corrélation | 0,18***                          |            |                                    |            |  |            |

Note de lecture : le tableau reporte les effets marginaux issus de l'estimation du modèle Probit bivarié sur les places de marché. Les observations sont pondérées de façon à ce que l'échantillon soit représentatif de la population des internautes français. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.



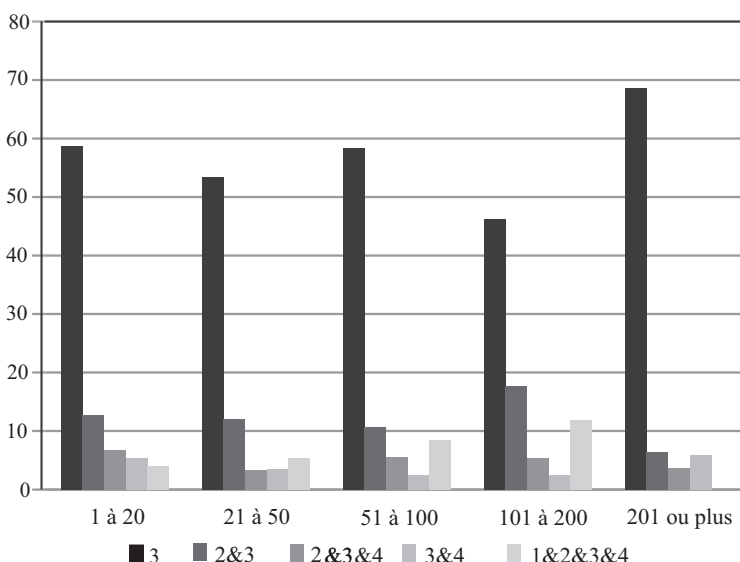
**Tableau 19 : déterminants des gains obtenus sur les plateformes - tests de robustesse**

| Variables explicatives                     | Coefficient | Écart type | Coefficient | Écart type |
|--|-------------|------------|-------------|------------|
| Âge  | 0,95        | [0,69]     | 0,02        | [0,02]     |
| Âge <sup>2</sup>                           | -0,01       | [0,01]     | -0,00       | [0,00]     |
| Sexe : femme                               | -5,64       | [3,58]     | -0,13       | [0,08]     |
| Taille ville : [5k ; 50k]                  | -9,09*      | [5,48]     | -0,19       | [0,13]     |
| Taille ville : [50k ; 200k]                | -9,15*      | [5,47]     | -0,14       | [0,13]     |
| Taille ville : >200k                       | -1,99       | [4,98]     | -0,03       | [0,11]     |
| Paris                                      | -0,27       | [5,86]     | -0,02       | [0,13]     |
| BAC / BAC+1/+2                             | -3,06       | [4,70]     | -0,03       | [0,12]     |
| BAC+3/+4                                   | -2,94       | [5,65]     | 0,01        | [0,13]     |
| BAC+5 ou plus                              | -1,64       | [6,61]     | -0,02       | [0,15]     |
| Revenu : s'en sort                         | 10,91***    | [3,91]     | 0,20**      | [0,09]     |
| Revenu : confortable                       | 15,09***    | [5,03]     | 0,29**      | [0,11]     |
| Nombre d'enfants                           | 5,50***     | [2,11]     | 0,16***     | [0,04]     |
| Confiance                                  | 8,60**      | [4,13]     | 0,17**      | [0,09]     |
| Aversion au risque                         | -8,11**     | [4,11]     | -0,11       | [0,09]     |
| Utilisateurs entourage                     | 8,45**      | [3,72]     | 0,28***     | [0,08]     |
| Élection                                   | -1,08       | [4,49]     | -0,08       | [0,10]     |
| Temps amis                                 | 0,27        | [3,88]     | -0,07       | [0,09]     |
| Temps clubs                                | 0,55        | [4,34]     | -0,03       | [0,09]     |
| Plateforme fréquence                       | 3,41*       | [1,80]     | 0,12***     | [0,05]     |
| Plateforme diversité                       | 7,33***     | [2,43]     | 0,25***     | [0,05]     |
| Seuil 1                                    |             |            | 1,13        | [0,40]     |
| Seuil 2                                    |             |            | 1,61        | [0,40]     |
| Seuil 3                                    |             |            | 2,25        | [0,40]     |
| Observations                               | 887         |            | 887         |            |
| R <sup>2</sup> (ou pseudo R <sup>2</sup> ) | 0,11        |            | 0,07        |            |

Note de lecture : le tableau reporte les coefficients estimés issus de l'estimation d'un modèle MCO sur le milieu de chaque intervalle et les coefficients estimés par un modèle Probit ordonné. Les écarts types robustes sont présentés entre crochets. Significativité des coefficients : \* significatif à 10 %, \*\* significatif à 5 %, \*\*\* significatif à 1 %.

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.

**Graphique 3 : origine des gains monétaires des offreurs (en euros)**



Note de lecture : pour chaque tranche de gains monétaires le graphique indique quels types de plateformes ont été utilisés par les offreurs. Les plateformes de type 1 font référence aux plateformes d'hébergement, les plateformes de type 2 font référence aux plateformes de covoiturage, les plateformes de type 3 font référence aux places de marché, les plateformes de type 4 font référence aux plateformes d'échange de services.

Quels que soient les montants de revenus, ils proviennent majoritairement des plateformes d'échange de biens (type 3, comme *Leboncoin* ou *eBay*). Par exemple, 60 % des particuliers ayant réalisé entre 51 et 100 euros déclarent n'avoir été offreurs que sur des plateformes d'échange de biens. Quand ils ne sont pas réalisés uniquement sur des plateformes d'échange de biens, les revenus proviennent d'une utilisation combinée de plateformes d'échange de biens et de covoiturage (types 2&3).

Source : calculs des auteurs à partir des résultats de l'enquête menée par l'Institut Harris Interactive pour le compte de l'Observatoire Marsouin entre mai et juin 2016.