

PÔLE ENTREPRENDRE

# CONSOMMATION COLLABORATIVE : DÉJÀ "MAINSTREAM" !

Deux ans et demi après sa première conférence sur la consommation collaborative, le Pôle Entreprendre a remis le couvert en octobre, en collaboration étroite avec l'agence BETC qui a prêté ses locaux pour l'occasion. La "sharing economy" qui se développe très rapidement fait la une des médias et attise toutes les convoitises. Le "consommer mieux" est plus que jamais d'actualité...



Lorsqu'en 2010 il a lancé son site Drivy de location de voitures entre particuliers, **Paulin Dementhon (H.02)** a eu toutes les peines du monde à trouver une compagnie d'assurance pour couvrir les transactions en cas de dommages ou de vol du véhicule. À peine quatre ans plus tard, il constate que le rapport de forces s'est complètement inversé. "Désormais ce sont les assureurs qui nous sollicitent car ils aimeraient travailler avec nous", témoigne l'entrepreneur. L'ancien salarié de CMA-CGM doit même repousser les avances de constructeurs automobiles qui lui soumettent des projets de partenariat. "Ces grosses boîtes promettent de partager leur base client, mais vous savez, elles maîtrisent mal leurs données... et puis, constituer un partenariat ça fait perdre beaucoup de temps..."

## TENDANCE

Paulin Dementhon fait-il sa fine bouche ou est-il tout simplement... réaliste ? De fait, Drivy semble se débrouiller très bien tout seul : la plateforme se targue de 350 000 membres et le volume de location croît de 8% chaque mois. Mais ce n'est qu'un exemple parmi tant d'autres des success stories de la "sharing economy", dont six représentants de choix<sup>1</sup> sont intervenus lors de la soirée grâce au travail remarquable de **Lyès Ghamissou (MBA.92)** et **Laurent Didier (H.79)**, responsables du Pôle Entreprendre chez HEC Alumni.

La consommation collaborative, qui était encore il y a quelques années une pratique

marginale réservée à des initiés, est devenue une tendance de fond dont les médias se font largement l'écho. Les grands groupes voient leur pré-carré menacé par ces business models innovants, et tentent de réagir en lançant la contre-offensive. Ainsi la SNCF, qui est concurrencée par des sites de covoiturage comme BlaBlaCar, a racheté deux start-ups du secteur et lancé son offre iDVRROOM – avec quelques années de retard à l'allumage.

## AVANCÉES LEGISLATIVES

Signe des temps, les pouvoirs publics font évoluer la réglementation pour encourager le mouvement car ils ont repéré le potentiel en termes d'emploi et de pouvoir d'achat. *"Les entrepreneurs de la sharing economy étaient en avance, voire à contre-courant; à présent les lois s'adaptent à eux"* apprécie Laurent Didier, évoquant le décret d'application sur le "crowdfunding". Entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre, ledit décret va simplifier les démarches pour les acteurs du financement participatif, qui étaient jusque-là soumis aux mêmes règles que les banques et les sociétés de gestion. Le fondateur de Happy Capital, **Philippe Gaborieau (E.08)**, se félicite de cet assouplissement législatif. Et pour cause, ses débuts avaient été laborieux. *"J'ai lancé mon site en mars 2013; à peine deux mois plus tard j'étais convoqué officiellement par l'AMF..."*, se souvient-il.

## CONSOMMER MIEUX

Pour **Rodolphe Ménegaux**, associé chez Xange<sup>2</sup>, l'effervescence autour de la sharing economy tient à deux raisons majeures: la crise et le développement des technologies informatiques. *"Le système D se digitalise"* commente l'investisseur. On peut aussi y voir un autre intérêt plus subtil. *"La sharing economy redonne du sens à l'économie"*, avance ainsi **Marianne Hurstel (H.78)**, vice-présidente de BETC. Début 2014, l'agence de communication a interrogé 10 564 personnes dans 29 pays sur leurs pratiques de consommation. Verdict: *"pour 79% des Français, le modèle économique ne fonctionne plus"*, expose Marianne Hurstel. *"La consommation excessive met en danger notre environnement. En même temps, consommer moins revient à détruire des emplois. 76% des consommateurs estiment que le progrès consistera à consommer mieux"*.

C'est sans doute cela qui explique la popu-

larité des start-ups "hybrides", à mi-chemin entre la jeune pousse numérique et l'entreprise sociale, telles que La Ruche Qui Dit Oui! La plateforme offre la possibilité aux agriculteurs de commercialiser leurs produits directement aux particuliers en se passant des grossistes et des grandes surfaces. *"Nous recréons le lien entre le producteur et le consommateur"*, se félicite **Marc-David Chouckroun**, l'un des fondateurs. Pour ceux qui souhaitent placer leur argent dans des projets qui ont du sens pour eux, **Nicolas Dabbaghian (H.14)** a quant à lui fondé SPEAR, la Société Pour une Epargne Responsable. Grâce à la startup, les internautes ont par exemple financé une entreprise vosgienne de livraison urbaine par véhicules électriques, qui s'est engagée à employer 70 personnes d'ici 2015.

## MARGES FAIBLES

Ces démarches inspirent de nombreux entrepreneurs plus ou moins idéalistes... mais attention aux désillusions car la rentabilité est rarement au rendez-vous. *"L'acquisition d'un client peut coûter jusqu'à 100 euros, or le business model consiste souvent à prendre une commission de 5 à 15% sur des transactions de quelques dizaines d'euros. S'il n'y a pas de récurrence, cela ne fonctionne pas"* avertit **Marc-Arthur Gauthey (H.12)**, spécialiste chez OuiShare, le think-tank de référence sur la consommation collaborative. *"Il faut d'énormes volumes pour compenser la faiblesse des marges: une course à la taille est engagée et le premier arrivé peut rapidement devenir hégémonique – regardez AirBnB ou Uber"* complète **Rodolphe Ménegaux**, directeur associé de XAnge. Le leader européen du covoiturage BlaBlaCar est pleinement engagé dans cette compétition. Déjà présente dans 13 pays, la PME qui emploie 180 salariés<sup>3</sup> a monté une « Growth Team » dirigée par "Growth Team" dirigée par **Cyrielle Callot (H.11)** (voir interview page 124) pour faciliter le partage de connaissances entre les filiales et standardiser les pratiques. Les jeunes pousses de la sharing economy adoptent déjà des réflexes de firmes multinationales... ●

1. BlaBlaCar, La Ruche Qui Dit Oui!, SPEAR, Happy Capital, Guest to Guest et Drivy. Renaud Laplanche (MBA.95), qui prépare l'IPO de sa plateforme de prêts entre particuliers Lending Club, n'a pas pu se rendre à l'événement
2. Xange Private Equity est l'un des fonds d'investissement les plus actifs dans l'économie collaborative.
3. Voir aussi notre article sur le Matin HEC avec le fondateur et PDG Frédéric Mazzella, page 8, ainsi que le TOP/COM HEC de l'audace marketing, page 124.

## PARTAGE OU LOCATION ?

*"Attention aux impostures sémantiques! Le terme de "sharing economy" est trompeur. Quand vous louez votre appartement sur AirBnB, vous faites de la location, pas du partage"* prévient l'énergique **Emmanuel Arnaud (H.03)** cofondateur du site Guest to Guest (échange de logements entre particuliers). *"L'économie collaborative devient mainstream, les grands groupes et les agences de communication s'y intéressent. Attention au sharewashing!"*\* renchérit **Marc-Arthur Gauthey (H.12)** de OuiShare.

\* Posture marketing déconnectée de la réalité, à rapprocher du "greenwashing".

## LA "SHARING ECONOMY" DE LA SOIRÉE EN QUELQUES CHIFFRES

- **Plus de 10 millions** de membres sur BlaBlaCar.
- **100 millions de dollars** levés cet été par BlaBlaCar.
- **+8%**: la croissance mensuelle en volume chez Drivy (location de voitures entre particuliers).
- **8 millions d'euros** levés par Drivy depuis 2012.
- **600**: le nombre de ruches sur La Ruche Qui Dit Oui!
- **2,5 millions d'euros** récoltés sur SPEAR depuis février 2012.
- **500 euros**: l'investissement minimal sur Happy Capital.
- **+672%**: la croissance de Guest to Guest en 2014.
- **53%** des "early adopters" déclarent faire davantage confiance aux individus qu'aux chaînes et aux marques (source: étude BETC, 2014).

## LES CINQ RAISONS DU SUCCÈS

L'étude de BETC sur "le nouveau consommateur et l'économie collaborative" revient sur les cinq motivations majeures qui encouragent les consommateurs à aller sur les sites collaboratifs.

- Économiser de l'argent.
- Emprunter plutôt que posséder (en s'évitant, par exemple, l'entretien de sa voiture).
- Redonner vie à des objets dont on ne se sert pas/plus.
- Rencontrer de nouvelles personnes (covoiturage, repas chez l'habitant, etc).
- Réduire son impact environnemental.

Pour en savoir plus sur l'étude: <http://goo.gl/59UO1G>