



LA FRANCE DU BON COIN Le micro-entrepreneuriat à l'heure de l'économie collaborative.

Par David Ménascé
Préfacé par Laurence Fontaine

Note de l'Institut de l'entreprise, septembre 2015

PRÉFACE

L'arrivée d'une nouvelle technologie est toujours une aventure car personne ne sait vraiment ce qu'il va advenir : qui va l'utiliser, comment, à quels usages. Ces innovations ont très peu de mode d'emploi défini lors de leur création et ce sont les populations qui s'en saisissent qui le précisent et elles sont rarement celles que les inventeurs avaient imaginé. De fait, une technologie ne peut se développer que si elle épouse certaines valeurs et ces dernières sont bien souvent incarnées dans des groupes sociaux marginaux. En témoigne l'invention de l'imprimerie. Lorsque Gutenberg l'a imaginée au XVe siècle, il a tout de suite pensé à imprimer la bible pour répandre la parole de Dieu auprès des catholiques. Ce ne sont pourtant pas eux qui s'en sont emparés mais les réformés et les marchands, c'est-à-dire politiquement des marginaux : ils s'en sont saisis pour ouvrir le savoir aux laïcs. Ils l'ont fait en donnant accès à des textes en langues vernaculaires et dans des formats maniables et transportables. Les protestants, qui contestaient l'ordre établi et les dérapages de l'Eglise catholique, ont compris que cette technique pouvait porter leur message et, ce faisant, révolutionner le monde. Si les catholiques ont répliqué en multipliant sermons virulents et images gravées, rien n'a empêché l'essor mondial de l'imprimerie. Avec l'internet aujourd'hui, une transformation de même ampleur s'opère puisque s'ouvre pour chacun la possibilité d'exercer sa créativité, de trouver des solutions pour se lier aux autres comme de consommer, apprendre et comprendre autrement ; tous changements qui englobent des valeurs de l'être au monde et de l'être à la société.

Toutefois, selon les barrières mises à l'entrée, ces plateformes dont la mission est avant tout de mettre en relation s'adressent à des communautés plus ou moins larges. Leboncoin, site gratuit et ouvert à tous, est, par exemple, un connecteur universel capable d'abriter n'importe quelle demande de mise en relation car il suffit d'en poster l'annonce pour que les équipes, qui gèrent le site et scrutent les offres, s'attachent à répondre aux attentes des usagers en multipliant onglets et rubriques dès qu'un type de propositions se répète suffisamment souvent. En retour, chaque rubrique nouvellement créée canalise et stimule l'offre. Les annonces d'emplois ont ainsi très vite explosé puisque le site est le numéro deux du marché juste derrière pole-emploi.fr et des sous rubriques apparaissent régulièrement qui individualisent des relations plus spécifiques comme en témoigne l'onglet service qui est distinct « d'offre d'emploi » et qui regroupe différentes rubriques dont « prestations de services », « événements » et « cours particuliers ». L'outil est ainsi en perpétuelle évolution ce qui, joint à sa gratuité et à sa facilité d'utilisation, assure son succès. En outre, contrairement à Pôle Emploi, qui doit afficher des résultats ce qui le conduit à viser large pour montrer aux employeurs, comme aux demandeurs, qu'il propose un maximum d'offres, Le Bon coin, qui ne subit pas ce type de pressions, peut, tout au contraire, poster des annonces toujours plus précises et chercher ainsi à cibler au mieux les contours du métier proposé et les qualifications requises.

Parce que son script ne comportait que la gratuité et la localité, Le Bon Coin a permis une réappropriation du marché au niveau local. Il a retrouvé alors les fonctions d'une auberge d'Ancien Régime dans laquelle les colporteurs débattaient leur pacotille, les petites marchandes passaient régulièrement avec leur panier, où chacun pouvait y proposer un objet à vendre, passer dire qu'il avait perdu son chat, ou faire circuler l'annonce qu'il cherchait un travail pour l'été, pour quelques heures, voire quelques soirées ou nuits. On s'y installait aussi pour faire connaissance et passer un agréable moment.

Dans cette société d'alors où peu d'industries créaient de l'emploi stable, les classes populaires, qui devaient constamment se préparer à affronter les à-coups de la conjoncture comme la possible incapacité de travailler d'un membre de la famille, développaient des stratégies qui combinaient, outre des formes spécifiques d'épargne, la pluriactivité et l'entretien de réseaux sociaux. Observer ces stratégies de survie enseigne que tous cherchaient à entrer dans le marché car il pouvait seul leur permettre, avec de la chance et un peu de savoir faire, de sortir de l'horizon économique au jour le jour qui les enserrait. Il était également le refuge des plus pauvres et des sans statut, comme les femmes et les migrants, qui vivaient de la petite revente de denrées alimentaires.

La réappropriation du marché à laquelle on assiste aujourd'hui, qui touche autant les classes aisées que les plus démunies et que traduit le succès fulgurant de ces sites, autant que la multiplication des vide greniers, reflète aussi des changements de valeurs à l'œuvre dans la société : elle dit la crise morale de l'industrialisation du monde, la perte d'appétence pour la consommation effrénée et le gâchis qui va avec – gâchis humain, gâchis écologique. Elle dit aussi que les gens veulent être acteur là où ils vivent. Elle illustre enfin un besoin de lien : c'est un retour à la notion de « commerce » au sens ancien de relations sociales et amicales, de « doux commerce » selon l'expression popularisée par Montesquieu. Aujourd'hui, les retraités d'Afrique du Nord qui forment une part non négligeable des Biffins, ces petits marchands qui s'installent sur les trottoirs aux marges des marchés pour vendre quelques objets, le font, comme autrefois, autant pour les quelques euros gagnés que pour la sociabilité qu'assure l'activité.

Ainsi, toute une série de valeurs qui progressent dans la société, comme le partage et l'attention à la santé de la planète, s'ajoutent à la crise. Leur addition développe un retour vers une économie de la circulation dont les effets aident à pallier la désindustrialisation de la France. Elle entraîne également, avec la volonté de chacun d'être un acteur dans tous les domaines de sa vie, le refus des médiations dont le commerçant, comme les administrations dédiés, sont les premières victimes collatérales. Dans l'économie de la circulation qui se développe, la valeur change de pôle et connecter devient plus rentable que produire, comme l'enseigne le succès financier de l'ensemble de ces sites de mise en relation. Les acteurs traditionnels commencent toutefois à comprendre qu'il leur faut, eux aussi, sauter dans le train en marche pour en profiter et trouver à s'y rendre utile : ils s'emploient à y apporter leur expertise pour garantir la qualité et raffermir la confiance chez les employeurs et ils aident également les employés à mener à bien l'activité dans laquelle ils se lancent comme ils les protègent en s'occupant de les inscrire dans un cadre assurantiel, car la culture du partage dont les sites se réclament signifie bien souvent que ces derniers se gardent la part du lion, laissant des miettes à ceux qu'ils emploient : de minuscules salaires et aucune protection sociale.

C'est à comprendre et suivre les évolutions de ces auberges numériques que s'attèle l'essai qui suit. Il s'attache aux relations créées, autant que subies, selon les motivations et les attentes des différents groupes sociaux, comme selon leurs profils et les différents bénéfices qu'ils en tirent. Il ne néglige pas les problèmes que la nouvelle liberté de ces marchés posent, eux qui autorisent à oublier que les hommes ne sont pas des marchandises, bouleversant au passage des rapports de force patiemment modifiés après deux siècles de luttes dans le monde du travail. C'est donc à analyser la complexité de ces nouvelles places de marché digitales qu'il se consacre et à juste raison, car seule une étude précise peut permettre de « proposer » de bonnes pratiques et des pistes de régulation pour faire des plateformes digitales de véritables leviers de conquête sociale.

Laurence Fontaine
Historienne
Directrice de recherche au CNRS

