

Pistes de recherche - Autour de l'offre et des plateformes de ce nouvel âge

Le positionnement des acteurs

- Quel regard les acteurs traditionnels de l'économie portent-ils sur les pratiques collaboratives ? Alors que des procès commencent à voir le jour aux Etats-Unis (dans le domaine de la mobilité comme de l'hébergement), au moins deux positionnements : se « rebiffer » ou s'inspirer, mais comment ?
- Comment un acteur industriel installé (exemple du constructeur automobile), menacé par le glissement de la possession à l'usage peut-il retrouver une place dans la chaîne de valeur ?
- Comment l'activité d'un « vieil acteur » déjà installé va se transformer du fait de l'évolution de notre culture et de l'appréhension du monde, avec l'installation d'internet dans nos sociétés ?
- Comment peut-il renouer avec l'innovation sur les usages, comment percevoir le changement sociétal et s'y adapter ? S'intéresser aux pratiques, aux usages, aux dimensions relationnelles est une piste pour entrer dans ces questions.
- Quels nouveaux jeux d'acteurs émergent ? Pour les startups, les grands groupes, les « communautés apprenantes », les « politiques au niveau local » ... ?

- Comment repenser son rôle dans une économie collaborative, pour un grand acteur ? Réfléchir à la fois sur la transformation interne et externe (ex : stimuler, expérimenter le covoiturage et l'autopartage en interne) ? Se positionner sur les questions de la proximité, des lieux, des pratiques collaboratives locales, sur l'exploitation des capacités excédentaires...
 - Exemple de La Poste, qui mène un ensemble d'expérimentations et de réflexions sur le covoiturage des postiers, la place potentielle des imprimantes 3D partagées dans des bureaux de Poste, des centres de tri...

Le défi de la confiance dans l'économie du partage / collaborative

- La confiance en ligne est un vrai défi : comment faire pour qu'elle ne soit pas un frein aux pratiques ?
- La construction nécessaire des bons indicateurs de confiance : quels indicateurs ? Proposition par Blablacar d'un nouveau modèle de confiance (DREAMS) reposant sur les indicateurs suivants : Declared, rated, engaged (ne pas se désister), activity-based, moderated, social.
- De quelle façon les personnes mettent-elles de l'information sur leur propre profil ?
- Quel degré d'information renseigner sur un profil en ligne pour obtenir un degré de confiance suffisant, sachant qu'on évalue la qualité relationnelle des individus, que c'est ce qui va être un atout économique majeur ? La confiance comme demande des individus, pas quelque chose imposé par la plateforme. Comment valoriser l'internaute actif (les « identités agissantes »)
- Quels indicateurs de fiabilité pour les utilisateurs des plateformes collaboratives ? Cercles de confiance, demande et disposition à échanger directement... NB : la plupart des commentaires d'utilisateurs de ces plateformes font référence à la qualité de la relation

Modèles organisationnels et économiques des plateformes collaboratives

- Quels modèles économiques pour les plateformes : faire payer en avance en ligne pour éviter les frais d'annulation, la diminution de la confiance ? Prendre des commissions ? Quelle évolution à plus long terme ?
- Quel modèle d'organisation dans les plateformes en ligne ?
- Design des plateformes collaboratives, détermine des « modèles d'organisation sociales » : comment designer les plateformes, quel rôle attribuer aux utilisateurs ? Selon l'exemple de la mobilité, 2 modèles :
 - L'autopartage entre particuliers pour la rentabilité
 - L'approche communautaire s'inspirant des réseaux sociaux (Blablacar, Citizencar, etc.)
 - Services à la demande VS services « précommandés » : autopartage à la demande (exemple de LIFT) VS services type Blablacar : quelles différences organisationnelles, entre les utilisateurs, etc. ? Quelle différence avec le covoiturage d'entreprise ?
 - Les monnaies complémentaires comme « une des voies pour accompagner l'économie du partage ? »

Evolution de l'offre vers une économie de la fonctionnalité

- Economie de fonctionnalité VS Standards : comment faire évoluer les outils, pour maximiser la durée de vie d'un produit notamment ?
- Pourquoi l'économie de fonctionnalité ne fonctionne pas totalement, ou du moins pas toujours ? (exemple de Michelin, et de la location de pneus qui s'essoufle)
- Quelle évolution des biens et services dont on vend l'usage? Exemple de la « voiture plateforme », plus facilement partageable (Renault)