

Master Intervention Sociale  
Mention Économie Sociale et Solidaire

**Les plateformes collaboratives :  
vers une économie plus solidaire ?**

Année 2018 – 2019

**Nathalie DA SILVA**

Directeur de mémoire : Philippe Eynaud

Le présent mémoire ainsi que les informations qu'il contient sont confidentiels et destinés aux corps enseignants et aux membres du jury du master SHS – ESS.

Toute diffusion, publication, partielle ou totale ou divulgation sous quelque forme que ce soit non autorisées sont interdites.

## **Remerciements**

### **A Elisabetta Bucolo**

*Qui a mené ce Master Economie Sociale et Solidaire d'une main de maître  
Et à cette superbe promo, dynamique et fédératrice*

### **A Philippe Eynaud**

*Mon directeur de mémoire pour sa bienveillance et ses encouragements  
Je remercie également toutes les personnes que j'ai interviewé dans le cadre de mon  
analyse terrain, des personnes passionnées et militantes  
Merci aussi, à ceux qui m'ont accompagné dans ma réflexion,  
je pense à Lionel, Laura et à Evangeline*

### **A Yann, mon responsable à l'ALJT**

*Qui m'a permis de suivre cette formation avec sérénité en aménageant mon planning*

### **A Laurie, Ariane et Valérie, mon trio de soutien,**

*Qui m'a accompagné tout du long de mon questionnement professionnel,  
dès mon souhait de reprise d'études  
Et plus particulièrement, un grand merci à Valérie Dulin, mon mentor*

### **A Pierre, mon conjoint**

*Qui a toujours cru en moi, m'a soutenu de manière inconditionnelle  
et épaulé chaque jour*

### **A Cléa, ma fille**

*Qui m'a donné l'envie d'aller plus loin et d'être un exemple pour elle et  
Lui donner le goût d'apprendre à n'importe quel âge. Lui montrer que tout est possible*

### **A mes parents, à qui je dédie ce mémoire**

*Eux, qui n'ont pas eu la chance de faire des études mais qui m'ont donné un modèle de  
labeur et de persévérance. Je souhaite les honorer et les remercier pour leur éducation  
dont je suis fière*

### **A toutes les personnes qui se battent pour un monde plus solidaire**

*Qui proposent des alternatives à notre modèle marchand. A vous, qui m'avez inspiré.*



## Liste des sigles

AMAP - Association pour le maintien d'une agriculture paysanne  
AG - Assemblée Générale  
CA - Conseil d'Administration  
DARES - Direction de l'Animation de la Recherche, des Études et des Statistiques  
ESS - Économie sociale et solidaire  
FEDELIMA - Fédération Des Lieux de Musiques Actuelles  
GAFAM - Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft  
IRMA - Le Centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles  
MA - Musiques Actuelles  
PDN - Promeneur du net  
OPALE - Organismes d'information, de soutien et de ressources  
UFISC - Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles  
RIF - Réseaux des musiques actuelles en Ile-de-france  
SCOP - Société Coopérative et Participative  
SCIC - Société Coopérative d'Intérêt Collectif  
SMA - Syndicat des Musiques Actuelles  
SMAC - Scènes de Musiques Actuelles  
TAPAS - The Are Platforms As AlternativS  
WW - Web Walkers

Table des matières

<b>REMERCIEMENTS</b> .....	<b>3</b>
<b>LISTE DES SIGLES</b> .....	<b>5</b>
<b>EN PREAMBULE : CHEMINEMENT ET PARCOURS</b> .....	<b>8</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>17</b>
<b>PREMIER CHAPITRE : PARTIE THEORIQUE</b> .....	<b>25</b>
I. EMERGENCE DE L'ECONOMIE COLLABORATIVE.....	25
1.1. AU NIVEAU EMPIRIQUE : une grande diversité de pratiques et de secteurs d'activités .....	25
1.1.1. Quatre grands domaines de pratiques .....	25
1.1.2. Exemples de secteurs d'activité .....	27
1.2. UN CONCEPT FLOU : multiplicité et hétérogénéité des champs théoriques.....	28
1.2.1. Un manque de définition partagée .....	28
1.2.2. Mouvement réformiste et militant, une opportunité pour l'environnement ? .....	29
1.2.3. Une opportunité marchande ? .....	30
1.2.4. Une relation floue avec l'économie marchande .....	31
1.2.5. Des points communs et des points de tensions .....	32
1.3. LES COURANTS DE PENSEE .....	32
1.3.1. L'économie de la fonctionnalité.....	33
1.3.2. L'économie du don .....	33
1.3.3. La mouvance du libre, les communs .....	34
1.4. CONCLUSION DE LA PARTIE.....	35
1.4.1. Collaboration n'est pas synonyme de coopération.....	35
1.4.2. Deux conceptions prédominantes .....	36
II. DES ALTERNATIVES AUX ENTREPRISES PLATEFORMES : LES PLATEFORMES COLLABORATIVES.....	38
2.1. LE VOCABLE PLATEFORME .....	38
2.1.1. Changement d'échelle grâce à l'essor du numérique.....	38
2.1.2. Définition et caractéristique d'une plateforme.....	39
2.2. STRUCTURATION DES PLATEFORMES COLLABORATIVES .....	41
2.2.1. Les communs numériques.....	41
2.2.2. Coopérativisme des plateformes .....	45
2.2.3. Économie substantive .....	46
2.2.4. L'ESS : des valeurs proches de ces initiatives .....	48
<b>DEUXIEME CHAPITRE : .....</b>	<b>53</b>
<b>ANALYSE DE PLATEFORME COLLABORATIVE SOTICKET</b> .....	<b>53</b>
I. METHODOLOGIE .....	53
1.1. Problématique et hypothèses.....	53
1.2 Différentes étapes méthodologiques.....	54
II. ANALYSE DU CADRE DE L'ENVIRONNEMENT .....	59
2.1 Industrialisation de la culture sous l'influence du développement numérique .....	59
2.2. Transformation de la billetterie du spectacle vivant.....	61
2.3. Les musiques actuelles : une filiale impactée.....	66
2.3.1. Qu'est-ce que les musiques actuelles ? .....	66
2.3.2 Les phénomènes de concentrations dans le secteur des Musiques Actuelles.....	68
2.4. Coopération pour lutter contre les phénomènes de concentration économique et institutionnelle .....	70

III. ANALYSE DE LA PLATEFORME ET DE LA SCIC .....	73
1. <i>Pourquoi une billetterie collaborative ?</i> .....	73
1.1. Identification de l'initiative.....	73
1.2. Contexte et histoire du projet .....	75
2. <i>Outil de billetterie mutualisé</i> .....	77
2.1. Supersoniks, un prestataire proche de leurs valeurs.....	77
2.2. Un outil créé ensemble par des professionnels : la force de la coopération.....	78
2.3. Un outil géré en commun.....	79
3. <i>Objectif et enjeux d'une billetterie solidaire</i> .....	80
3.1. Se réapproprier le secteur : un enjeu économique.....	80
3.2. La solidarité entre les acteurs.....	82
3.3. Se réapproprier les données .....	83
4. <i>Modalité d'organisation</i> .....	85
4.1. Gouvernance et participation .....	85
4.2. Communication.....	88
4.3. Évolution envisagée, partenariat .....	90
5. <i>Validation et invalidation des hypothèses</i> .....	93
<b>TROISIEME CHAPITRE : PERSPECTIVE ET PRECONISATION .....</b>	<b>97</b>
I. REFLEXION SUR LES PLATEFORMES D'INTERMEDIATION .....	97
II. PRECONISATIONS .....	101
III. CONCLUSION GENERALE.....	102
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	<b>105</b>
<b>LES ANNEXES.....</b>	<b>109</b>
ANNEXE 1 : PLATEFORMES ETUDIEES DANS LE PROJET TAPAS .....	110
ANNEXE 2 : TABLEAU RECAPITULATIF DES ENTRETIENS/REUNIONS .....	112
ANNEXE 3 : GUIDES D'ENTRETIEN DES ENTRETIENS EXPLORATOIRES.....	114
ANNEXE 4 : GUIDES D'ENTRETIEN DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS .....	118

## **EN PREAMBULE : CHEMINEMENT et PARCOURS**

« Ce n'est pas la destination qui compte mais le chemin parcouru, et surtout les détours ». Il n'y a pas que pour le voyage que cette citation de Philippe Pollet-Villard peut faire écho. Je tenais ici, à vous expliquer pourquoi je me suis intéressée aux questions liées au développement du numérique et à vous faire partager mon processus de réflexion. Celui-ci a débuté par de simples constats sur mon lieu de travail et, d'étapes en étapes, a évolué au fil de ce master en Économie Sociale et Solidaire, en développant mon intérêt pour les plateformes collaboratives.

Ce long cheminement de pensée, construit sur mes expériences professionnelles, m'a ouverte à de nouveaux questionnements, dont ce mémoire est l'aboutissement.

### **LA « REVOLUTION NUMERIQUE »**

Ma première interrogation sur le sujet du numérique fut le thème de l'inclusion, et ce pour différentes raisons.

#### **Tout d'abord parce que le numérique est un sujet d'actualité et qu'il fait partie intégrante de notre quotidien.**

On le retrouve dans tous les domaines, avec la modélisation, l'analyse et le traitement des données, dont le volume et la complexité ne cessent d'augmenter. Il est également au cœur des problématiques de santé, de gestion de l'énergie et des ressources naturelles, de préservation de l'environnement, d'éducation et plus largement de la société : en transformant nos modes de communication et d'information, il modifie par-là même nos rapports aux autres et au monde. En moins de 10 ans, le numérique a révolutionné notre accès à l'information, transformé nos vies quotidiennes et redistribué les cartes de plusieurs secteurs économiques. Le numérique a aussi transformé les besoins en compétences et les emplois. C'est pourquoi, il est au cœur de nombreux débats publics et politiques en France, en Europe et dans le monde pour élaborer de nouvelles stratégies de développement. Le gouvernement français s'est engagé dans un Grand Plan d'Investissement 2018-2022 et prévoit d'attribuer 9,3 milliards euros à la modernisation de l'Etat 100% numérique. C'est aussi une grande préoccupation du mouvement de l'Économie Sociale et Solidaire, pour qui le numérique représente un outil incontournable.

**Ensuite parce que la transformation numérique révolutionne le travail social,** notamment en dématérialisant les services (accès aux droits, insertion socioprofessionnelle, hébergement d'urgence...). Au quotidien, Internet facilite ainsi un nombre grandissant des démarches et donne accès à des services nouveaux et innovants, améliorant ainsi le quotidien de certains professionnels et de certains usagers. Néanmoins, les professionnels du secteur de l'action sociale voient émerger un nouveau public qui cumule précarité sociale et numérique et qui n'arrivent pas à accéder à leurs droits.

**Enfin, c'est un constat auquel je suis aussi confrontée depuis plusieurs années dans mon travail et qui m'a longuement questionné sur l'impact du numérique dans les pratiques professionnelles des travailleurs sociaux et sur la nouvelle forme d'exclusion qu'il engendre.**

## **MON EXPERIENCE PROFESSIONNELLE**

Je travaille à l'ALJT, Association pour le Logement des Jeunes Travailleurs, sur le territoire de la Seine-Saint-Denis depuis 11 ans. L'ALJT propose des logements temporaires pour des jeunes âgés de 18 à 25 ans, en mobilité professionnelle ou dans des parcours d'insertion. La dématérialisation des services publics est une vraie difficulté pour les usagers. Pour la plus grande majorité de ces jeunes, ils sont dans l'incapacité de réaliser seuls leurs démarches. Le simple fait de créer une boîte mail peut être une épreuve pour certains. Il est donc aisé d'imaginer les difficultés rencontrées pour la recherche d'emploi. Bien qu'ils sachent utiliser les réseaux sociaux (Snapchat, Facebook, Youtube etc), ils n'ont pas pour autant les compétences numériques nécessaires à la réalisation des démarches, telles que la déclaration de revenus ou la demande de logement social. C'est un faux apriori sur les *Digital natives*.<sup>1</sup> Nous devons donc davantage accompagner les jeunes autour des démarches numériques. Ceci entraîne des contraintes logistiques et

---

<sup>1</sup> Pour appuyer ce propos, citons un passage de Georges-Luis Baron et Eric Bruillard (2008) : *L'argument repose sur une idée assez simple. Les anciens seraient des immigrants dans un monde devenu « numérique » (digital immigrants). Les jeunes y sont nés (digital natives). Ils auraient donc toutes les facilités des indigènes pour évoluer dans leur univers. À y bien réfléchir, cette analogie pose néanmoins problème : la culture numérique (à supposer qu'elle existe) est-elle un pays où des immigrants viendraient s'installer ? On peut au contraire soutenir que chacun de nous vit dans un monde en évolution rapide auquel certains parviennent très bien à s'adapter, pourvu qu'ils aient bénéficié d'une éducation leur permettant de comprendre ce qui est en jeu en termes de conceptualisations et d'interpréter les changements.*

organisationnelles auxquelles les travailleurs sociaux sont confrontés (manque d'équipement informatique, de temps et de formation). Comment développer leurs compétences numériques si les jeunes n'ont pas les outils nécessaires ? Comment acquièrent-ils les savoirs généraux nécessaires à un usage raisonné des réseaux ? Et quelle formation pour les travailleurs sociaux ?

**C'est donc en détectant les besoins des jeunes (en termes de compétences, de pratiques, de compréhension de l'environnement numérique) et les nouveaux risques de « fracture sociale »<sup>2</sup> que je me suis intéressée à l'inclusion numérique et que j'ai souhaité développer des compétences sur le numérique en m'investissant sur des nouvelles missions à l'ALJT.**

C'est pourquoi, depuis deux ans, j'ai souhaité devenir en parallèle de mes fonctions, **Promeneur du Net (PDN)**. Il s'agit de fonctions d'accompagnement développées dans le cadre d'un dispositif national déployé par la CAF qui vise à apporter une présence éducative sur « la rue numérique » (Internet) et de développer des actions collectives sur les pratiques aux médias dans les structures concernées œuvrant dans le champ de la prévention, de l'accessibilité au numérique notamment. Dans le cadre de ces fonctions, j'ai bénéficié de formations sur l'éducation aux médias, l'i-identité, l'e-réputation, les pratiques des jeunes et la médiation numérique. Je fais également partie du projet d'**Expérimentation des Web Walkers (WW)** qui repose sur le dispositif des PDN à l'échelle Européenne. Ce projet regroupe plusieurs partenaires Européens (Finlandais, Suédois, Hollandais, Italiens et Belges), ainsi qu'ASKORIA<sup>3</sup>, le CLEMI<sup>4</sup> et RADAR<sup>5</sup> (partenaire pédagogique). Il vise à doter les PDN de nouveaux savoir-faire en matière d'identification et de prévention des risques de harcèlement, violence et radicalisation qui peuvent atteindre les jeunes sur internet. Nous avons co-construit des formations en direction des professionnels, des ateliers d'éducation aux médias et créer des kits de formation et de ressource numérique.

---

<sup>2</sup> Par exemple : un accès inégal, par manque de moyen, de formation et d'infrastructures, aux pratiques et espaces numériques, y compris ceux nécessaire à l'exercice des droits citoyens.

<sup>3</sup> ASKORIA, organisme de formation en travail social à Rennes

<sup>4</sup> CLEMI, centre pour l'éducation aux médias, Réseau Canopée, Éducation nationale

<sup>5</sup> RADAR, partenaire Néerlandais des WW qui a travaillé sur la question de la radicalisation en ligne

Les différentes expériences auxquelles j'ai participé, notamment un voyage d'étude en Finlande ont été extrêmement enrichissantes et ont participé à la mise en place de débats, d'ateliers ainsi que des réponses méthodologiques à destination des professionnels confrontés aux multiples problèmes liés aux jeunes et au numérique. Elles ont également mis en exergue que l'utilisation du numérique est un outil supplémentaire et pas une réponse en soi. Cela a rappelé l'importance de sensibiliser, prévenir et de développer des actions de sensibilisation, de développement de l'esprit critique chez les jeunes. Et ce sont ce type d'actions que nous souhaitons continuer développer dans le cadre du projet. Ces expériences professionnelles<sup>6</sup> me semblaient importantes à partager. C'est de mes questionnements, que j'ai choisi d'étudier le thème des outils numériques.

## **MON PREMIER SUJET DE MEMOIRE EN LIEN AVEC L'INCLUSION NUMERIQUE<sup>7</sup>, LES JEUNES ET L'EMPLOI**

Lorsque j'ai réalisé ma validation d'acquis professionnels et que j'ai candidaté au master ESS, je pensais déjà tenir mon sujet de mémoire. Le choix logique portait sur l'utilisation du numérique comme outil d'accompagnement en ligne/hors ligne et au-delà de l'utiliser comme simple outil d'accompagnement et d'orientation auprès des jeunes, j'ai réfléchi à la question de l'inclusion. Comment le numérique peut être utilisé comme levier de transformation individuelle et sociale ? Et comment le numérique peut-il être un tremplin vers l'emploi?

J'ai alors mené une première phase d'exploration en lisant des ouvrages et des articles sur l'évolution du numérique et les transformations que cela a engendré dans le monde et le travail social. Pour ne citer que celles-ci : l'étude d'Emmaüs Connect sur la fracture numérique, les écrits d'Yves-Marie Davenel sur les conséquences de la dématérialisation, l'étude menée par France Stratégie qui s'est penchée sur la question de la transition numérique et de son impact sur la société notamment sur les changements à venir sur la

---

<sup>6</sup> Si par curiosité, vous souhaitez en savoir plus sur les initiatives visitées en Finlande, vous trouverez un lien ci-dessous d'un court article où je partage mes expériences. Celui a été diffusé aussi sur le réseau de l'URHAJ afin de faire connaître les missions de PDN au plus grand nombre de professionnels. J'y partage une vidéo que j'ai réalisé sur notre voyage d'étude qui a servi de présentation lors de nos conférences auprès de différents partenaires. <https://www.aljt.com/les-promeneurs-du-net/>

<sup>7</sup> L'inclusion numérique, ou e-inclusion, est un processus qui vise à rendre le numérique accessible à chaque individu, principalement la téléphonie et internet, et à leur transmettre les compétences numériques qui leur permettront de faire de ces outils un levier de leur insertion sociale et économique. (site Internet CNNUM)

décennie 2017-2027 etc. Cette exploration m'a permis de comprendre ce qui est déjà entrepris comme action en termes d'accessibilité numérique, d'innovation et de pratiques inclusives. Puis, de saisir comment le développement numérique a engendré des mutations dans le système scolaire et dans le monde du travail. De même ces lectures, m'ont permis de découvrir comment est accompagné le mouvement de la transformation numérique et ses métamorphoses dans l'emploi.

Selon une étude publiée par l'APEC « les métiers en émergence au travers des offres d'emploi » (Janvier 2015), la révolution numérique impacte et continuera à impacter l'organisation interne ainsi que les process des entreprises, et les métiers évolueront en même temps que cet écosystème. La forte exigence d'innovation constatée dans tous les secteurs d'activité participe également à la transformation des métiers. Le marché du travail est en pleine mutation et en tension sur certains métiers. La « digitalisation » de la société induit alors de nouvelles vulnérabilités, surtout pour les personnes éloignées de l'emploi et elle implique l'acquisition de compétences qui doivent sans cesse être renouvelées, compte-tenu des constantes évolutions technologiques.

Je partage le témoignage de Jean Deydier, créateur d'Emmaüs Connect et de WetechCare à l'égard de ces nouvelles compétences :

*« Aujourd'hui, 1 jeune sur 5 vit sans réel espoir d'intégrer le monde du travail. Leurs déficits de formation, de savoir-être, de réseau, et au final de confiance, forment des murs infranchissables pour espérer gagner sa place dans un marché de l'emploi extrêmement fermé. Les prises pour sortir les jeunes de ce gouffre sont rares, complexes et coûteuses. Nés dans l'ère digitale, la plupart de ces jeunes sont de bons consommateurs d'internet, ce qui, à nos yeux, représente une véritable opportunité de les engager vers l'acquisition de compétences numériques pour l'emploi. Mais les jeunes ne sont pas pour autant des internautes agiles et leurs usages demeurent, pour l'essentiel, basiques et de nature ludique. Usages qu'ils peuvent mettre au service de leur insertion. »*

Ma première idée de sujet de mémoire portait sur le fait que le numérique pouvait être un obstacle supplémentaire pour les jeunes en insertion mais également un facteur d'inclusion vers le monde du travail. Avec comme questionnement : Comment développer les compétences numériques des jeunes en insertion professionnelle pour qu'ils bénéficient du potentiel d'Internet et des nouvelles technologies pour trouver un emploi ou une formation ? J'avais alors le projet d'étudier des structures de l'insertion par l'activité économique (IAE) du numérique et du multimédia qui proposent des formations variées aux jeunes éloignés de l'emploi (exemple : intégrateur Web)

## **UN SUJET DE MEMOIRE QUI A EVOLUE VERS L'ETUDE DES PLATEFORMES COLLABORATIVES**

Bien que le sujet de l'inclusion soit riche et passionnant, ce sont des questions que je traite actuellement dans mon milieu professionnel et que je vais continuer à approfondir dans le cadre de mes missions. Je souhaitais explorer de nouvelles initiatives à visée de transformation sociale et environnementale. J'avais à cœur d'étudier des projets respectueux des personnes, des territoires et de l'environnement, et d'analyser des projets qui mobilisent l'initiative citoyenne et la recherche du bien commun.

Mes recherches ont été guidées par ce questionnement :

- Les communs peuvent-ils être une voie de sortie à la crise structurelle des sociétés contemporaines, notamment en ce qui concerne la gestion durable des ressources naturelles et le partage des connaissances ?
- Comment le web, les outils numériques peuvent-ils servir les missions des acteurs de la solidarité ? Quelle mutualité et coopération entre les différents acteurs ?
- Et si l'on mettait les technologies au service du bien commun ?

### **C'est pourquoi j'ai souhaité étudier les plateformes collaboratives.**

J'ai dans un premier temps répertorié un grand nombre d'initiatives qui utilisaient des plateformes numériques (United4Earth, Iboycott, CoopCycle etc) sous forme d'associations ou de coopératives (SCOP, SCIC), afin de savoir quelle initiative étudiée. Elisabetta Bucolo m'a orienté vers Philippe Eynaud car il avait ce même intérêt pour ces questions et il est devenu mon directeur de mémoire. Quand, je l'ai rencontré, il venait de débiter depuis quelques mois un travail sur un projet nommé TAPAS<sup>8</sup> : There Are Platforms as AlternativeS. Il s'agit d'une étude financée par la DARES<sup>9</sup> qui vise à approfondir la distinction entre les « plateformes capitalistes » et les « plateformes collaboratives ». Philippe Eynaud m'a fait participer à des réunions, en me proposant d'étudier une initiative complémentaire à leurs échantillons d'initiatives sur lesquelles portent les études de terrain, afin que les données recueillies puissent leur servir. D'où mon choix de la plateforme Soticket, billetterie solidaire et collaborative, portée la SCIC Socoop, que je présenterai dans mon mémoire. J'ai réalisé cette étude seule, de la prise de rendez-vous à la retranscription et à l'analyse des entretiens.

---

<sup>8</sup> Cf Annexe 1 pour le détail du projet TAPAS et connaître les neuf études de cas de plateformes

## POUR CLOTURER CE PREAMBULE

Il me semblait important de mettre en lumière mes expériences professionnelles liées au numérique. Bien qu'il soit fondamentalement lié au travail social, mon terrain professionnel a été la source de mes inspirations et de mes questionnements.

Depuis bientôt deux ans, je nourri ma curiosité grandissante, je m'enrichi de lectures, de conférences sur les interrogations que soulèvent le numérique. Dans tous les secteurs d'activités, auprès de tous les publics, l'utilisation des outils numériques interroge. Malgré l'étendue de ses domaines d'application, certaines questions se rejoignent, notamment sur les ambiguïtés de l'innovation sociale numérique et leurs véritables impacts sociaux ou environnementaux. Evgeny Morozov<sup>9</sup> évoque le « solutionnisme technologique », l'idée que la technologie résout d'elle-même les problèmes (2014). Ce qui peut être le cas de l'économie des plateformes collaboratives. Elle ne contient pas en tant que telle de solution pour les difficultés contemporaines. Les conditions des développements des pratiques dans ce champ dépendent principalement des règles avec lesquelles nous les encadrons, d'où l'intérêt porté sur les coopératives.

Mon expérience professionnelle a donc alimenté le mémoire et j'ai souhaité vous la partager<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Larousserie D. (2014) *Contre le « solutionnisme » numérique. L'historien des sciences Evgeny déboulonne la vision que porte la Silicon Valley* – Magazine le Monde

<sup>10</sup> Je partage cette phrase dans laquelle je me reconnais « Dès que le mémoire professionnel est en route on comprend que l'enjeu dépasse celui du diplôme : on sent bien qu'il s'agit de parler de soi, de son projet, d'écrire pour réfléchir, de faire des découvertes, de mettre à jour des éléments insoupçonnés, de comprendre ce qui se passe... » (Maffre, A. *Réussir son mémoire professionnel*, 3<sup>ème</sup> édition, Lyon, Chronique Sociale, 2007.)

*Plateforme et levée de fonds  
Nous sommes en plein grand écart  
Ce soir je viens faire mon blablabla car  
L'humain s'avance en terrain incertain  
Personne ne l'a balisé  
Tout se bouleverse  
Le capitalisme s'est banalisé  
et il reste peu de chemin de traverse  
pour ouvrir l'horizon d'une autre économie  
d'un nouveau commerce  
Nous avons toujours été déçus de ce que l'avenir a promis  
Mais on voit ici des gens se rencontrer pour échanger sur les conditions à réunir pour  
faire lever le vent d'un nouvel avenir  
Au départ, on peut croire que l'affrontement est frontal  
Économie solidaire contre économie totalitaire  
Le riche contre la ruche  
Capitaliste contre gauchiste  
Vous : résistants, eux : S.S.  
Rien n'est aussi tranché  
même s'il ne s'agit pas de jouer au collabo  
mais avec le Labo tracer les prospectives  
d'une économie vraiment collaborative  
Tout remettre à plat pour une organisation horizontale  
Ce n'est pas pour moraliser le capitalisme  
mais plutôt pour capitaliser sur la morale  
Ajouter des valeurs face à la valeur ajoutée  
Valeur d'usage, valeur du sage*

**Extrait du slameur, Lionel Lerch alias Cocteau Molotov, 2016**

Clôture de la première édition « ProspectivESS du Labo » à travers une synthèse poétique et humoristique illustrant la rencontre Économie Collaborative et ESS “Je t’aime, moi non plus”



## INTRODUCTION

« Nous souhaitons y voir plus clair, il se dit tout et n'importe quoi sur l'économie collaborative », déclare Hugues Sibille, Président du Labo de l'ESS<sup>11</sup> (2016) à l'occasion d'une rencontre Économie Collaborative et ESS "Je t'aime, moi non plus" où débats et ateliers prospectifs étaient organisés afin de mieux défricher le concept d'économie collaborative et de comprendre les enjeux de cette économie aux multiples facettes (financements, contours juridiques, dérives...). L'appellation d'économie collaborative est en effet une notion ambiguë et comme l'illustre Hugues Sibille, « définir l'économie collaborative, ce n'est pas aussi simple que de dire, "ça, c'est un pot de yaourt" »<sup>12</sup>. Il existe un grand nombre d'écrits autour de ce terme, pourtant celui-ci reste encore flou et il est difficile d'en définir tous les contours. L'économie collaborative suscite beaucoup d'interrogations et de débats, notamment parce qu'elle modifie de manière considérable les modes d'organisation du travail et notre relation aux autres. D'une part, elle est porteuse de nouvelles coopérations. D'autre part, elle s'incarne dans des entreprises très éloignées des valeurs de partage et profondément ancrées dans les traditions mercantiles de l'économie marchande.

Fablabs, locations d'appartement via Airbnb, paniers alimentaires en circuit court, AMAP, ressourceries, habitat participatif, covoiturage, coworking... L'économie collaborative est donc partout.

L'ampleur de sa croissance constitue l'un des phénomènes marquants de ces dernières années. Avec le développement des nouvelles technologies d'information et de communication (TIC), ce modèle économique a pris une dimension sans précédent. En s'appuyant sur des technologies permettant de partager des ressources et des compétences à grande échelle entre particuliers et de décentraliser la production de biens et de services (Botsman et Rogers, 2010), l'économie collaborative transforme en profondeur de nombreux secteurs d'activités tels que l'hôtellerie, les transports, l'alimentation, la conception, la réparation ou la réutilisation d'objets.

---

<sup>11</sup> Le labo ESS. (2016), *Economie collaborative & ESS - Je t'aime moi non plus*, compte-rendu de la rencontre

<sup>12</sup> Berthier A, (2017), *Pourquoi l'économie collaborative n'est pas de l'économie sociale et solidaire*, Magazine 20 Minutes

Échanger ou acheter des produits ou des services par le biais de plateformes est devenu une habitude, pour ne pas dire, incontournable. Comme l'économie collaborative concerne de multiples secteurs, cela fait d'elle une notion difficile à appréhender, sans considérer les spécificités à chaque domaine. On l'avoisine aussi à des termes comme économie du partage et économie de la fonctionnalité.

L'économie collaborative opère une hybridation entre coopération et marché. Sur le papier, elle pourrait constituer une réponse à la crise actuelle de la croissance marchande, à l'augmentation des inégalités et à l'épuisement des ressources naturelles, ce qui nous oblige à penser l'économie autrement. Elle serait une solution pour réduire l'empreinte écologique, recréer du lien social en redonnant le pouvoir aux citoyens et elle permettrait de sortir de la crise économique dans laquelle nous vivons. L'économie collaborative, en sauveur du monde ?

Face aux nombreux espoirs qu'elle porte, le monde académique a alors beaucoup investi ce champ de recherche et apporté des critiques sur les nouvelles pratiques qu'engendrent l'économie collaborative et ses promesses souvent non tenues. En effet, présentée comme un système d'échanges horizontaux entre acteurs, selon le modèle peer to peer (pair à pair) ou du consumer to consumer (consommateur au consommateur), ce modèle nécessite un intermédiaire. Et cette place « d'intermédiaire » aiguise les appétits d'acteurs de l'économie marchande. Des entreprises, comme Uber et Airbnb, se sont saisies de ces nouvelles opportunités, au point que sur le nom d'une d'entre-elles, s'est dessiné un nouveau mot : « l'ubérisation ». Ces plateformes sont régulièrement pointées du doigt, quant aux risques liés à l'emploi, émanant de leurs fonctionnements : destruction d'emplois à temps pleins, baisse de la protection sociale des salariés, revenus fiscaux qui échappent à l'impôt... Certaines se sont même rendues « incontournables », phagocytant le marché et imposant leur marge à tout un secteur.

L'économie collaborative apparaît alors comme une notion source de contradiction : est-ce un renouveau de notre modèle économique avec un passage de la propriété à l'usage ? A-t-elle pour fonction de recréer du lien social ? Ou, est-ce le nouveau visage du capitalisme avec pour objectif d'optimiser l'utilisation des actifs que l'on possède ? Sommes-nous dans une société dite "d'ubérisation" qui démantèle l'État Social au motif qu'il faut s'adapter à l'innovation technologique ? Une série de questions qui fait

régulièrement les titres de notre actualité et qui a aussi suscité des interrogations à travers les différentes lectures de cette recherche. Bien que l'économie collaborative ait un impact sur la croissance, l'emploi et la fiscalité et qu'elle ait des conséquences sur la protection sociale pour ces nouveaux travailleurs, ces questions ne sont pas l'objet de cette recherche. L'analyse étant centrée sur la structuration des alternatives au modèle marchand, de type coopérative, répondant à des impératifs de soutenabilité sociale et environnementale.

En effet, les activités du secteur de l'économie collaborative ne se situent pas uniquement dans le domaine marchand mais elles peuvent aussi se situer dans le secteur associatif et solidaire. Ce terme s'associe aussi à une aspiration, manifestée par une part grandissante de citoyens à vivre des pratiques davantage conformes aux valeurs de solidarité et de partage. Derrière ce souhait de se saisir et de gérer soi-même les biens communs, il y a la volonté de lutter contre le monde productiviste et de proposer des alternatives. C'est donc ce type d'initiative qui sera analysé à travers l'utilisation d'une plateforme numérique.

L'économie collaborative n'a effectivement pas attendu Internet pour exister. Trocs, dons et systèmes d'échange entre particuliers existent depuis toujours. Ce qui fait son actualité, c'est sa rencontre avec le numérique, qui a favorisé un véritable changement d'échelle. *"Le numérique permet un effet de masse et une fluidité des échanges"*, analyse la journaliste Anne-Sophie Novel, auteure de *La vie share mode d'emploi*<sup>13</sup>. Maxime Lambercht<sup>14</sup>, chercheur en éthique et en droit, préfère employer l'expression "économie des plateformes collaboratives" pour évoquer le concept d'économie collaborative puisque une grande partie de ces pratiques sont coordonnées par des plateformes. Celles-ci désignent « *les infrastructures numériques qui permettent à deux ou plusieurs acteurs d'interagir (...) et agissent donc comme intermédiaires entre différents usagers : clients, annonceurs, publicitaires, prestataires de services, producteurs, fournisseurs et mêmes objets physiques* » (Snircek, p. 48).<sup>15</sup>

Ce projet de mémoire est donc centré sur l'étude des plateformes dites collaboratives, se distinguant d'une perspective capitaliste. Comme cela a été abordé en préambule de cette

---

<sup>13</sup> Al Rubee M. (2015), *Le numérique est-il incontournable ? Alternatives économiques*, les dossiers N°004

<sup>14</sup> Lambrecht M. (2016), *L'économie des plateformes collaboratives*, Courrier hebdomadaire du CRISP, vol. 2311-2312, no. 26, pp. 5-80.

<sup>15</sup> Srnicek J. (2018), *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal, Lux, coll. « *Futur proche* », trad. Philippe Blouin, ISBN : 978-2-89596-280-9

introduction, le numérique a touché tous les secteurs d'activités. En tant que travailleurs sociaux, nous sommes nous-mêmes confrontés à un changement dans nos pratiques professionnelles quant à notre obligation de faire face à l'évolution du numérique : dématérialisation et communication qui passe de plus en plus par les réseaux sociaux. Il ne s'agissait pas d'observer uniquement une fracture sociale que le numérique engendre via l'accès aux outils ou aux difficultés d'utilisation (pôle emploi/impôt), mais de comprendre l'importance que les plateformes numériques avaient pris dans toute notre économie. Il s'agissait également d'en saisir les conséquences, notamment en termes de données, car le numérique ne va cesser d'évoluer dans les années à venir et de bouleverser nos vies, nos façons de produire, de consommer etc. Comment donc, s'en emparer afin de rendre l'économie plus solidaire ?

Une première partie théorique sera centrée sur l'explicitation des concepts qui entourent l'économie collaborative et plus précisément, sur le positionnement des plateformes collaboratives dans l'économie numérique, défini par Srnicek (2018) au travers « *des entreprises dont le modèle de gestion repose de plus en plus sur les technologies de l'information, les données et Internet* ». Nous observons deux conceptions dominantes. En effet, les plateformes Internet sont souvent des entreprises à forme capitaliste qui accaparent une valeur financière créée (Airbnb est entré en bourse). Elles captent, s'approprient des masses énormes de données, sur des systèmes d'informations fermés et privés. Les usagers n'ont là aucun pouvoir sur la gouvernance, le plus souvent verticale, ni retour sur les résultats économiques. L'observation d'Andrew Lewis, « Si c'est gratuit, vous n'êtes pas le client, vous êtes le produit »<sup>16</sup> est devenu un adage populaire pour exprimer le modus operandi des grandes minières de données que sont les GAFAM (acronyme des géants du Web : Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft). L'essor de ce marché lucratif de la collecte et de l'analyse de données bouleverse profondément de nombreuses industries. Le secteur des industries culturelles et créatives n'échappe pas à ce constat. Dans son ouvrage, *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie du numérique, 2018*, Nick Srnicek démontre que : « *les plateformes portent une tendance inhérente à la monopolisation* » (p. 50) et il précise « *nous n'assistons pas à la fin de la propriété mais bien à sa concentration* ». L'auteur considère cette nouvelle économie comme le dernier

---

<sup>16</sup> En anglais, « If you don't pay for it, you're not the customer; you're the product being sold », cité par Lemieux-Couture M.C., (2018), *Monopoly numérique*, Magazine Spirale.

avatar du capitalisme contemporain, donc dit « de plateforme<sup>17</sup> ». Pour lui, ce capitalisme 2.0 reproduit, malgré l'innovation qui est sa marque de fabrique, les défaillances traditionnelles de l'économie de marché, voire même les exacerbent.

Face à cela, des plateformes collaboratives fleurissent, à travers des initiatives proches des valeurs de l'Économie Sociale et Solidaire et/ou des communs, dont nous détaillerons les concepts comme ils serviront de cadre d'analyse lors de l'étude de terrain. En effet, dans un contexte d'appropriation privée (capitaliste et néolibérale), les travaux d'Elinor Ostrom (2009) ont permis de définir les règles de gestion d'une ressource partagée par une communauté d'acteurs : les biens communs. Avec l'avènement d'internet et des technologies numériques, il émerge de nouvelles formes de collaboration et de production : les biens communs numériques (wikipédia, logiciels libres, licences créatives commons...). L'ESS apparaît aussi comme une alternative au marché et à l'État. Ces deux modèles complémentaires, prennent en compte les enjeux environnementaux et sociaux, avec la volonté « d'œuvrer ensemble ». Ces plateformes numériques incarnent alors des formes de gouvernance plus horizontale, de lucrativité limitée, de respect de l'éthique de donnée et de coopération. Quelles sont donc leurs stratégies pour assurer leurs développements dans le respect des principes qui les guident ?

### *Étude de terrain*

L'étude porte sur l'initiative Soticket, une billetterie solidaire et mutualisée, créée en 2016 par la Société Coopérative d'Intérêt Collectif SoCoop. Celle-ci s'incarne dans cette optique de lutte contre la monopolisation et de concentration. En effet, le domaine de la culture ne fait pas exception et est même un secteur dont le visage a été profondément modifié par le numérique. En particulier le monde du spectacle. Quel artiste, quelle salle de concert, peut aujourd'hui se permettre de faire l'impasse de sa promotion via les réseaux sociaux ? Quelle fédération ou regroupement régional peut espérer s'organiser sans les outils numériques ? Et quel lieu de culture peut faire abstraction de la vente de ses billets en ligne ? Il y a bien longtemps, certains diront à la préhistoire, il était nécessaire de se rendre au guichet de la salle en question pour y retirer le précieux sésame

---

<sup>17</sup> « Historiquement, ce sont les marchés boursiers c'est-à-dire les opérateurs des marchés de trading qui ont fait émerger la notion de plateforme. On peut même dire qu'ils en sont l'archétype. Leurs caractéristiques les y prédisposent : mondiaux, ils étaient déjà largement dématérialisés en raison du fort développement de l'informatique bancaire » cité dans CNnum (2015), *Rapport des neutralités de plateformes*.

nous permettant l'entrée au concert désiré. Depuis, le numérique est passé par là et a radicalement modifié notre manière d'acheter nos billets. Des plateformes se sont montées, se sont organisées pour pouvoir proposer en ligne, des concerts divers et variés, dans des lieux différents. Ces plateformes, considérées au début comme une aubaine pour les petites salles, puisqu'elles permettaient d'élargir le public visé et de sous-traiter en partie la communication, se sont imposées jusqu'à devenir incontournables. Aujourd'hui, le marché est dominé par une poignée d'acteurs qui accapare une partie de la valeur générée par le secteur de la culture. La commission récupérée par ces entreprises ne sert qu'à les faire fructifier et ne profite d'aucune sorte au domaine culturel. De plus, les données recueillies lors d'achat de billet restent dans l'escarcelle de ces grands groupes et ne redescendent pas jusqu'aux salles de spectacle.

En réponse à cela, quelques protagonistes du secteur des musiques actuelles, que nous présenterons par la suite, ont fondé une société coopérative nommée Socoop et ont décidé de créer la billetterie solidaire Soticket. L'objectif étant de s'affranchir d'intermédiaires et de se réappropriation la question de la billetterie ainsi que des valeurs produites par celle-ci. Il y aura 40 lieux de musiques actuelles qui utiliseront cette billetterie au mois d'octobre. Intégrée au site Internet des structures, cette solution permet une véritable alternative à celles et ceux qui n'auraient pas les moyens techniques et financiers de développer une billetterie propre. C'est cette plateforme innovante que nous étudierons, afin de comprendre pourquoi et comment elle s'est développée, pour connaître la forme de coopération entre les différents acteurs culturels et les enjeux dans le secteur des musiques actuelles. De même, nous analyserons son mode de gouvernance et les valeurs qui l'entourent, en se questionnant par ailleurs sur l'éthique des données.

***Plus spécifiquement, la problématique est :***

Est-ce que Soticket doit se comprendre comme une initiative d'économie solidaire ou comme un commun numérique ?

***La méthodologie adoptée***

Ce travail est fondé sur onze entretiens semi-directifs conduits auprès d'acteurs clés du projet Soticket (sociétaires bénéficiaires et organisations professionnelles des musiques actuelles) et d'une observation participante à une réunion de leur conseil d'administration. Une deuxième source de données est constituée par des analyses de comptes rendus de réunions et documents en lien avec la Socoop et d'une identification de chaque sociétaire

(statut, valeurs, adhérent aux réseaux des musiques actuelles). De même, il s'est appuyé sur l'analyse des neuf plateformes étudiées dans le cadre du projet TAPAS<sup>18</sup>, d'une participation à une de leur réunion d'équipe et de deux entretiens menés avec des participants à ce projet. La méthodologie est détaillée dans la partie empirique (chapitre 2 et tableau en annexe 2).

### ***Plan***

Le premier chapitre de ce mémoire est consacré au cadrage théorique et se décline en deux temps. D'abord, nous passerons en revue les différents concepts de l'économie collaborative et démontrerons que le terme de collaboratif n'est pas synonyme de coopératif. Puis, nous expliciterons la définition du vocable « plateforme ». Cela permettra d'appréhender comment les plateformes collaboratives se positionnent en réponse aux entreprises-plateformes à travers le modèle des communs numériques, du modèle coopératif et de la pluralité économique (réciprocité, distribution). De même, nous définirons le concept de l'ESS et identifierons ses nuances avec les communs.

Le deuxième chapitre relate l'analyse du terrain principal, la plateforme Soticket. Il s'agira dans un premier temps de revenir sur la méthodologie adoptée. Puis, de présenter l'environnement dans lequel est né ce projet en croisant des données théoriques et des données issues du terrain. Nous montrerons que le phénomène de plateformes a aussi impacté les industries culturelles, la billetterie et le monde des musiques actuelles. L'initiative que nous illustrons étant une réponse à cette forme de marchandisation et de monopolisation. Enfin, nous étudierons l'organisation de la plateforme sous l'angle de la gouvernance, de son enjeu social et de son modèle économique afin de savoir si elle est en lien avec les principes de l'Économie Sociale et Solidaire et des Communs.

Pour conclure, le dernier chapitre met en exergue des réflexions sur les plateformes d'intermédiations qui découlent de l'analyse de cette structure en lien avec les concepts étudiés. Puis, nous ferons des préconisations quant aux améliorations que la coopérative Socoop pourrait appliquer pour être au plus proche des modèles de fonctionnement des plateformes coopératives. Enfin, nous ferons une conclusion globale.

---

<sup>18</sup> Cf Annexe 1 pour le détail du projet TAPAS et connaître les neuf études de cas de plateformes



## PREMIER CHAPITRE : PARTIE THEORIQUE

### I. EMERGENCE DE L'ÉCONOMIE COLLABORATIVE

---

L'objectif de cette partie est d'éclairer les paradoxes qui traversent le champ de l'économie collaborative, en explorant les différentes racines théoriques et philosophiques qui l'irriguent. Elle permettra de mieux comprendre, dans la deuxième partie, comment se positionne la plateforme collaborative dans l'économie numérique.

Nous nous appuyons pour cela sur des travaux mettant en exergue les controverses autour de cette notion : Compain, Eynaud, Maurel, Vercher-Chaptal (2019), de Carballa, Coriat (2017), Acquier, Carbone et Massé (2016) et de la cartographie des initiatives de l'économie collaborative de Daugideos et Pasquier (2016), puis sur des théoriciens comme Michel Bauwens, Rachel Bostman, Jérémy Rifkin etc.

#### 1.1. AU NIVEAU EMPIRIQUE : une grande diversité de pratiques et de secteurs d'activités

Selon une étude<sup>19</sup> menée en 2015, par la Direction Générale des Entreprises (DGE) sur l'économie collaborative, les nouvelles pratiques des particuliers (prêter, louer, donner, etc.) ont pris une forte envergure et sont maintenant ancrées dans les habitudes des français. Par exemple, les chiffres indiquent que neuf français sur dix déclarent avoir déjà réalisé au moins une fois une pratique de consommation collaborative. Nous présenterons donc cette hétérogénéité de pratiques afin de se rendre compte de leurs portées.

##### 1.1.1. Quatre grands domaines de pratiques

Pour Rachelle BOSTMAN (2011), l'économie collaborative est « un modèle économique basé sur des réseaux distribués d'individus et de communautés connectés, par opposition

---

<sup>19</sup> *Économie collaborative*, <http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/economie-collaborative>, (consulté le 10 septembre 2019).

aux institutions centralisées, et qui transforment nos façons de produire, consommer, financer et apprendre ». Avec Roo Rogers, ils regroupent alors cette économie dans quatre grands domaines de pratiques<sup>20</sup> :

### La consommation collaborative

- **L'organisation des échanges et de la consommation online et offline** (achats groupés, conciergeries, consignes, location P2P [peer-to-peer], revente et don d'objets, troc, systèmes d'échanges locaux, monnaies complémentaires, etc.)
- **Le logement** (habitat partagé, colocation, auto-construction, échanges de logements)
- **L'énergie** (coopération dans énergie, achat groupé, etc.)

### La production

- **La mobilité** (autopartage, co-voiturage)
- **L'alimentation et l'agriculture** (autoproduction alimentaire, circuits courts, coopératives de consommateurs, etc.)
- **La réparation et la fabrication d'objets** (hackerspaces, Fab Labs, repair café)

### Le financement de projets

- Crowdfunding, investissements citoyens, finance solidaire, etc.

### L'éducation et le savoir

- Partage de contenus numériques, MOOC (Massive open online course), encyclopédies contributives etc

---

<sup>20</sup> Borel S., Demailly D., Masse D. (2015), Comprendre l'économie collaborative et ses promesses à travers ses fondements théorique, Institut du développement durable et des relations internationales (IDDRI) Working paper Nouvelle prospérité n° 05/15

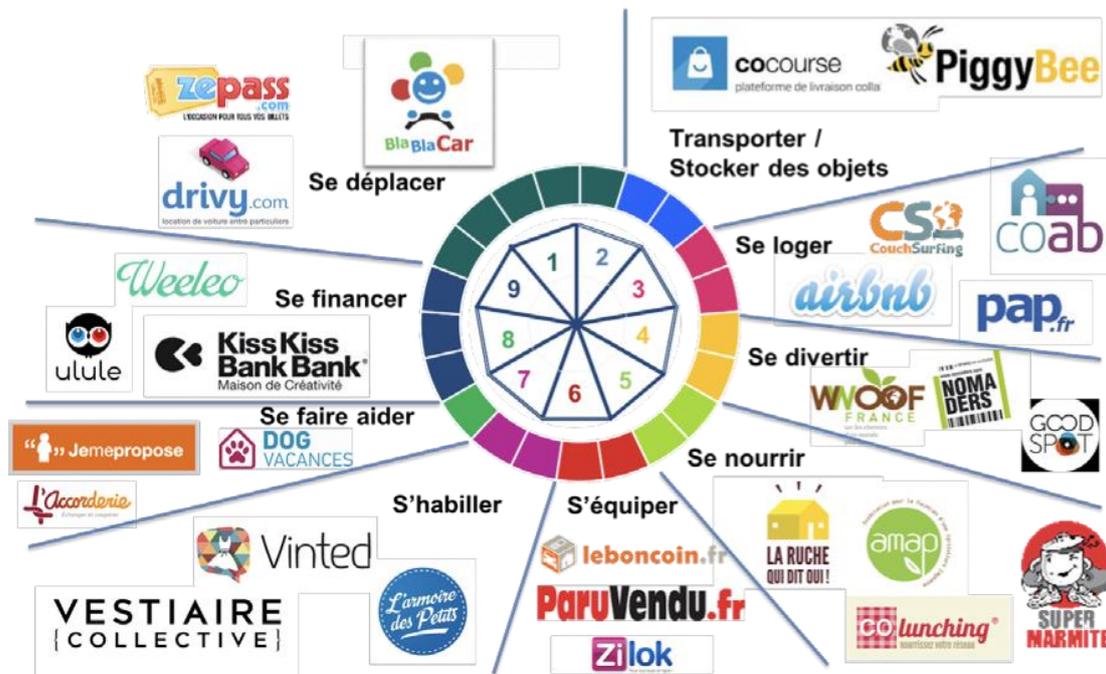
### 1.1.2. Exemples de secteurs d'activité

Afin d'éclairer la définition posée par Bostman et Roger, ces tableaux<sup>21</sup> permettent d'illustrer cette diversité des modes alternatifs de consommation et de production.

*Exemple de secteurs d'activité, Étude IGAS, 2015*

1 Se déplacer	Covoiturage	5 Se nourrir	Coapprovisionnement (groupements de consommateurs, partage de production, etc.)	
	VTC		Corestauration (plats fait maison, restauration collaborative, etc.)	
	Location de véhicules entre particuliers		6 S'équiper	Mutualisation (prêt, partage, échange, location)
	Echange /revente de billets de transport			Redistribution (don, troc, revente/achat)
Stationnement	7 S'habiller	Mutualisation (location)		
2 Transporter / stocker des objets		Costockage	Redistribution (don, troc, revente/achat)	
3 Se loger	Cohébergement (prêt/partage de logements, échange de logements, location entre particuliers)	8 Se faire aider	Services entre particuliers	
	Cohabitat (Vente/location de particulier à particulier, échange de logements, colocation, habitat participatif)	9 Se financer	Dons	
4 Se divertir	Découvertes et tourisme à l'étranger		Prêts	
Loisirs de proximité	Activités sportives et location de bateaux		Investissement au capital	

*Quelques acteurs emblématiques des différents secteurs d'activité*



<sup>21</sup> Étude IGAS, (2015), *Enjeux et perspectives de la consommation collaborative*, Rapport final Pôle Interministériel de Prospective et d'Anticipation des Mutations Économiques.

Nous constatons donc une grande variété des pratiques et secteurs d'activités au niveau empirique et par conséquent, d'enjeux différents. L'hétérogénéité de ces domaines contribue alors à rendre encore plus difficile l'interprétation de ce mouvement et la clarification de ses frontières.

## 1.2. UN CONCEPT FLOU : multiplicité et hétérogénéité des champs théoriques

### 1.2.1. Un manque de définition partagée

Rachel Botsman, auteure de *What's mine is yours* et figure emblématique du mouvement du partage, reconnaît que « l'économie du partage manque d'une définition partagée ». Ce qui participe à la perception de l'économie collaborative comme « ... un grand fourre-tout qui voit se côtoyer des jeunes pousses du web aux dents longues, des entreprises qui valent des millions en bourse et des néobabas aux ambitions autant politiques que sociales ». (Turcan et Sudry-le-Dû, 2015).<sup>22</sup>

En introduction de la présentation de la cartographie<sup>23</sup> des initiatives de l'économie du partage, Daugideos et Pasquier (2016), explique de manière originale les deux grandes tendances de pensées dominantes : « Au commencement de l'économie du partage étaient le consensus et l'enthousiasme. L'engouement d'alors était porté par quelques gourous aux formules grandiloquentes : l'économie collaborative était la promesse d'un monde où « ce qui est à moi est à toi » et où « la fin des hiérarchies » devenait un horizon certain. On allait même jusqu'à prophétiser « l'éclipse du capitalisme ». Au commencement donc, l'économie du partage était unanimement célébrée comme bonne et vertueuse. Puis vint le temps des premières polémiques et des premières désillusions. Le côté obscur du « collaboratif » se faisait jour au travers de quelques start-up (Airbnb, Uber...) au succès aussi fulgurant qu'insolent. Une première ligne de fracture dans le paysage de l'économie du partage apparaissait. Comme pour les chasseurs, il y avait désormais la 'bonne' et la 'mauvaise' économie collaborative »

A travers les expressions imagées de ces différents auteurs, on se rend rapidement compte que ce champ est traversé par des promesses multiples et des interprétations

---

<sup>22</sup> Cité par Acquier A., Carbone V., Masse D. (2016), L'économie collaborative : fondements théoriques et agenda de recherche, PICO Working paper, Paris, France.

<sup>23</sup> Daugideos T., Pasquier V. (2016), *La cartographie des initiatives de l'économie collaborative*. The Conversation.

contradictoires. « Ses partisans vantant notamment son potentiel d'innovation disruptive, voire ses avantages sociaux ou environnementaux, alors que ses détracteurs l'accusent de saper les standards de protection sociale ou de mettre à mal la capacité de l'État à réglementer l'économie » (Lambretch, 2016).

### **1.2.2. Mouvement réformiste et militant, une opportunité pour l'environnement ?**

En effet, certains décrivent cette économie comme un mouvement réformiste et militant, favorisant l'innovation en termes de gouvernance politique et organisationnelle et la création de nouvelles solidarités (Bauwens, 2005). Ils y voient alors une opportunité d'émancipation individuelle et de progrès environnemental. Effectivement, pour Michel Bauwens, fondateur de la fondation P2P (peer-to-peer), ce modèle où les communautés ouvertes s'auto-organisent pour créer de vrais biens communs, est une manière de « dépasser » le capitalisme en le mettant à la marge. Il affirme alors que le P2P est le socialisme du XXI<sup>e</sup> siècle et que « La révolution induite par le P2P aura des effets similaires à ceux provoqués par l'apparition de l'imprimerie au x<sup>e</sup> siècle ».<sup>24</sup> Pour lui, le P2P, c'est donc contribuer au bien commun. Son fonctionnement s'appuie sur une architecture en réseaux et repose sur la libre participation de personnes dans la production de ressources communes, selon la logique de « l'open source ». Il s'agit de passer d'une logique de centralisation à une logique de coordination mutuelle. Les réseaux P2P conduisent à une horizontalité de la société et cette philosophie tend à rééquilibrer nos échelles de valeurs. Bauwens différencie le P2P « commun » et P2P « marchand ». Il souhaite faire converger l'économie du commun avec l'économie coopérative. Ainsi, les contributeurs de l'économie du commun pourront créer leur propre structure coopérative, et vivre directement de leur travail.

D'autres voient l'économie du partage, comme une opportunité pour la transition écologique, porteuse de promesse de durabilité (Demailly et Novel, 2014). « Revente, don, troc, location de court terme, emprunt : tous ces modèles – monétarisés ou non, entre particuliers ou par l'intermédiaire d'entreprises ou d'associations – peuvent permettre d'augmenter la durée d'usage de biens consommateurs de ressources ». Ils construisent

---

<sup>24</sup>Novel, A.S. (2012), *Bauwens : Le peer-to-peer est le socialisme du XXI<sup>e</sup> siècle*. Interview avec Michel BAUWENS, *l'OBS*

une véritable économie du partage qui se renouvelle sous l'essor des technologies numériques.

### 1.2.3. Une opportunité marchande ?

Certains, y voient une précarisation et une « ubérisation »<sup>25</sup> de la société (néologisme devenu tellement populaire qu'il bénéficie d'une entrée dans l'édition 2017 du Petit Robert), entraînant la déstabilisation d'acteurs économiques, l'évasion fiscale et des cotisations sociales. Des grandes plateformes, aux gouvernances fermées, dominent alors l'économie et captent de manière excessive la valeur au profit d'un seul, notamment à travers un usage intrusif et mercantile des données.

« Voyagez moins cher en toute confiance » (Blablacar), « Votre course à la demande » (Uber). Ces slogans « faire plus avec moins » caractérisent pour certains le fait de consommer comme avant. Dans la Harvard Business Review, Giana M. Eckhardt et Fleura Bardhi, auteures « *The sharing economy isn't about sharing at all* »<sup>26</sup>, soulignaient en janvier 2015 que « lorsque le partage est intermédié par le marché, il ne s'agit pas de partage, mais d'un échange économique ». Elles tendaient donc à ramener l'économie collaborative dans le champ de l'économie tout court. Elles évoquaient plutôt l'« économie de l'accès » (access economy), terme popularisé par Jérémy Rifkin dans son ouvrage, *The age of access*<sup>27</sup>.

Rifkin est considéré comme l'un des théoriciens de la troisième révolution industrielle. Pour lui, les modalités de cette économie diffèrent totalement de celles qui régissaient auparavant l'ère du marché. « Dans ce monde nouveau, les marchés cèdent la place aux réseaux, vendeurs et acheteurs sont remplacés par des prestataires et des usagers, et pratiquement tout se trouve soumis à la logique de l'accès ». Le passage de la propriété à l'usage à court terme introduit alors un changement fondamental dans la perception de l'exercice du pouvoir économique. De même, il pense « qu'un monde structuré autour de

---

<sup>25</sup> Définition tirée du site E-RSE (Plateforme de l'engagement RSE et du développement durable) « Tous domaines d'activité confondus, l'ubérisation désigne un processus par lequel un modèle économique basé sur les technologies digitales entre en concurrence frontale avec les usages de l'économie classique. Ce modèle repose principalement sur la constitution de plates-formes numériques qui mettent en relation directe prestataires et demandeurs, ainsi que sur des applications dédiées qui exploitent la réactivité en temps réel de l'internet mobile. » : E-RSE, *Ubérisation : définition – Qu'est-ce que l'ubérisation ?* consulté le 05 septembre 2020. URL : <https://e-rse.net/definitions/uberisation-definition/#gs.89rq3u>

<sup>26</sup> Auteurs citées par Mouzon C., (2015), *Les nouveaux visages de l'économie collaborative ?*, Magazine Alternatives Économiques. DOSSIERS N°004

<sup>27</sup> Rifkin J., (2000), *L'âge de l'accès : la vérité sur la nouvelle économie*, La Découverte. (pp. 9-15)

relations fondées sur la logique de l'accès risque de produire un nouveau type d'être humain. ». En faisant référence aux effets de la numérisation<sup>28</sup> et de la marchandisation de l'expérience culturelle, Rifkin évoque que nous entrons dans « l'économie de l'expérience », à savoir un monde où la vie de chaque individu a une valeur marchande. Cela fait référence à la stratégie marketing des entreprises qui adaptent leurs offres aux comportements, à l'âge des consommateurs : la notion « *lifetime value* », une mesure théorique de la valeur marchande potentielle de chaque moment de la vie d'un individu. Notre existence est alors marchandisée (Rifkin, 2000).

#### 1.2.4. Une relation floue avec l'économie marchande

Pour Carballa et Coriat (2017), l'économie collaborative est une notion floue liée à la relation qu'elle entretient avec l'économie marchande et ils s'interrogent sur ce que distinguent réellement l'économie collaborative et de l'économie marchande classique. Ils différencient alors deux approches de l'économie collaborative, à travers le working paper du projet de recherche « Entr'prendre en Communs »<sup>29</sup>. Une première approche qui la définit par l'idée d'un primat de l'accès et de l'usage par la propriété en se référant notamment à Bostman. La seconde, inclut l'activité marchande dans son périmètre. En faisant référence à la théorie économique Bi ou multifactes expliquant le caractère monopolistique et oligopolistique de l'économie collaborative. Nous reviendrons plus tard sur ces termes (Partie II. 2.1).

Consommation collaborative, économie sociale et solidaire, économie d'accès ou de la fonctionnalité etc, pour Acquier, Carbone et Massé (2016), « ces différents concepts se recourent sans jamais complètement se recouvrir » car il s'agit d'un objet d'étude émergent dans les sciences sociales qui prend racine à la frontière de plusieurs champs théoriques. De même, ils démontrent que « si chacun de ces courants illustre un des aspects caractéristiques du champ organisationnel, ils ne constituent pas nécessairement des références exclusives et les entrepreneurs du secteur collaboratif sont susceptibles d'hybrider ces courants dans leurs discours ».

---

<sup>28</sup> Effet de la numérisation, que nous développerons dans la troisième partie de ce chapitre puisqu'il est en lien avec le terrain d'étude

<sup>29</sup> Carballa-Smichowski B., Coriat B. (2017), *Économie collaborative. Jalons pour une définition*, Working paper, programme de recherche en communs. CEPN Université Paris 13

### 1.2.5. Des points communs et des points de tensions

Cette partie visait donc à présenter la prolifération des théories autour de ce phénomène et de ses contradictions. L'économie collaborative a des principes communs malgré les différentes approches : passage de la logique propriétaire à la logique d'usage et horizontalité des modes de conception, production et consommation. Elles opèrent des grandes tensions : 1/ Désintermédiation vs réintermédiation (logique du P2P qui met en relation les particuliers, logiques des circuits courts qui met en relation les producteurs et les consommateurs mais il y a une réintermédiation à travers les plateformes qui prennent des commissions). 2/ Marchand vs non marchand (logique de profit d'une part et de marchandisation, logique empreint de valeurs sociales et environnementales d'autres part). 3/ Local vs global (possibilité de faire appel à des producteurs locaux mais aussi d'acheter sur des grosses plateformes)

Il est à présent intéressant de faire un focus sur les trois grands courants pensées les plus souvent identifiés à travers l'économie collaborative.

## 1.3. LES COURANTS DE PENSÉE

La cartographie<sup>30</sup> suivante, présentée par Daudigeos et Pasquier (2016), est intéressante pour sa vision globale. Elle aborde l'économie collaborative sous trois angles : 1/ le secteur d'activité et les différentes initiatives que nous avons détaillé précédemment. 2/ les racines philosophiques que nous allons présenter dans cette partie. 3/ les modèles d'organisations qui permettent entre-autre de savoir où se positionne la plateforme.

Parmi les 5 courants<sup>31</sup> qu'ils décrivent, nous en décrivons 3, en lien avec le mémoire, à savoir : l'économie de la fonctionnalité, l'économie du don et les communs, aussi appelé la mouvance du libre.

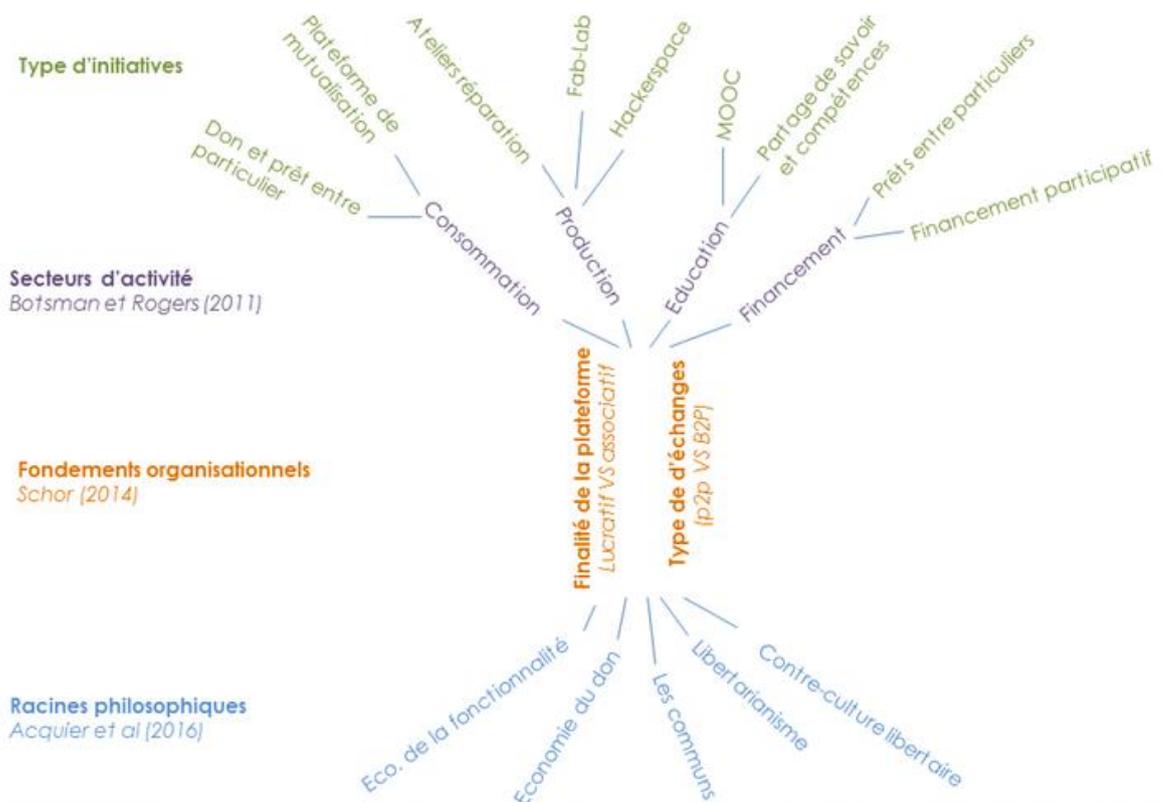
---

<sup>30</sup> Daudigeos T., Pasquier V. (2016), *La cartographie des initiatives de l'économie collaborative*. The Conversation

<sup>31</sup> A titre d'information, les deux autres courants philosophiques que Daudigeos et Pasquier (2016) décrivent sont : la pensée libertarienne qui prône l'individualisme et la réduction des pouvoirs publics. Puis, « la contre-culture-libertaire », à une vision anarchiste, avec le souhait de s'émanciper totalement des « encombrantes structures sociales » (càd, l'État et les grandes entreprises).

# Cartographie des initiatives de l'économie collaborative

Vincent PASQUIER et Thibault DAUDIGEOS



## 1.3.1. L'économie de la fonctionnalité

Celle-ci est caractérisée par un changement de paradigme : le passage de la propriété à l'usage, donc de tirer davantage bénéfice de l'usage de l'utilisation du bien, plutôt que sa possession. Il s'agit d'une nouvelle approche des modes de consommation (exemple : partagée l'usage d'un vélo). Ce type de process peut s'inscrire dans une perspective de réduction des impacts négatifs environnementaux et sociétaux de l'activité économique. Cette approche est intéressante pour analyser les plateformes collaboratives.

## 1.3.2. L'économie du don

Ici, le don revêt l'importance de redonner un sens, de créer un lien social. Cette économie est alors théorisée par Marcel Mauss<sup>32</sup> et Karl Polanyi<sup>33</sup>. Pour M. MAUSS (1923), le don/le contre-don est une forme de contrat social pour appartenir à une société avec

<sup>32</sup> Mauss M. (1923), *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Article originalement publié dans l'Année Sociologique, seconde série, 1923-1924

<sup>33</sup> Polanyi K., (2007), *Le sophisme économiciste*, Revue du MAUSS, 2007/1 (n° 29), p. 63-79. DOI : 10.3917/rdm.029.0063. URL : <https://www.cairn.info/revue-du-mauss-2007-1-page-63.htm>

l'obligation de « donner, recevoir et rendre ». Karl Polanyi<sup>34</sup> (2007) qui met en avant la réciprocité comme un véritable fondement possible de l'économie. Une logique économique n'est donc pas uniquement basée sur l'utilitarisme. « Altruiste, ce courant engagé de l'économie du partage entend recréer au travers de l'échange les liens sociaux qui se sont dissous dans nos sociétés individualistes. » (Daugideos et Pasquier, 2016). Cette économie fait, par exemple, référence à la consommation peer-to-peer à travers les plateformes de trocs ou de dons, plateforme de financement participatif ou de crowdfunding.

Si la gratuité a toute sa place dans la théorie économique du don, c'est une notion quelque peu galvaudée à laquelle elle peut faire référence à travers les plateformes d'intermédiation. En effet, sur plusieurs plateformes, l'acteur devient souvent l'objet voire « le produit » vendu.

### 1.3.3. La mouvance du libre, les communs

Ce courant tend vers une gouvernance décentralisée, partagée, favorisant la création collective. Il incarne les questions de notre siècle (crise écologique, environnementale, idéologique...) et s'oppose à cette distinction entre État et Marché. La théorie des biens communs a été popularisée par Elinor Ostrom, qui a reçu le prix Nobel de l'Économie en 2009 pour ses analyses sur celles-ci. Elle a produit une œuvre scientifique démontrant que de nombreux biens communs (les ressources naturelles) peuvent être très bien gérées localement par des communautés très diverses qui se fabriquent des normes pour éviter l'effondrement des ressources. Avec Charlotte Hess, elle a ensuite élargi ses travaux aux communs de la connaissance. Toutes deux, sont en controverse, avec l'écologue et biologiste Garrett Hardin et auteur de « la tragédie des communs » prônant la propriété exclusive (privatisation ou nationalisation), dans une idéologie libérale.

Il existe une multitude de définition<sup>35</sup> autour des biens communs mais il y a 3 points communs entre toutes : 1/ une ressource, 2 / une communauté (qui partage cette

---

<sup>34</sup> Nous développerons le concept de l'économie substantive de Karl Polanyi en chapitre 1. Partie II.2.2.3

<sup>35</sup> Définition selon Valérie Peugeot (Présidente VECAM) : « A l'image de Wikipedia et d'Open Street map, les "communs" sont définis par trois choses : - une communauté qui cherche à répondre à un besoin social - une ressource, qui est partagée selon un régime qui n'est la propriété ni privée ni publique mais "en commun"; - et enfin une gouvernance, un ensemble de règles que la communauté élabore pour à la fois protéger cette ressource mais aussi la faire fructifier, la partager. »

Chaverou E., El Idrissi A., (2015), *Les biens communs, une réponse à la crise*, article France Culture.  
<https://www.franceculture.fr/emissions/pixel/les-biens-communs-une-reponse-la-crise>

ressource), 3/ une gouvernance (avec des règles de gestion établies). Les communs placent alors les décisions collectives au centre de la gouvernance et ils redéfinissent les droits de propriétés, matérielles et immatérielles (mouvement de production Open source<sup>36</sup> par exemple). Ainsi, on tend d'une logique d'accès libre, gratuit et universel des utilisateurs aux connaissances, compétences et ressources matérielles via des systèmes ouverts. On parle de communs numériques que nous approfondirons dans le deuxième chapitre.

Pour conclure sur la vaste partie conceptuelle, nous questionnerons le terme « collaboratif », qui au vu des controverses observées, n'a pas le même sens que « coopératif ». Nous résumerons alors les deux conceptions qui prédominent, afin de comprendre pourquoi il y a deux types de plateformes.

## 1.4. CONCLUSION DE LA PARTIE

### 1.4.1. Collaboration n'est pas synonyme de coopération

Coopération et collaboration ne veulent pas dire les mêmes choses. Ainsi, une plateforme dite collaborative ne joue pas forcément le jeu de la coopération. Pour Laurent Eloi, auteur de « *L'impasse collaborative : pour une véritable économie de la coopération* » (Éditions les liens qui libèrent, 2018), les deux sont mêmes antagonistes. Selon lui, cette « hyperactivité collaborative » cache une véritable crise de la coopération. Il explique que la coopération, c'est « travailler » ensemble, alors que la collaboration avance l'idée « d'œuvrer » ensemble. Les deux termes peuvent paraître isotopiques à première vue mais relèvent d'une sémantique différente. Il distingue les deux concepts sur plusieurs points. La collaboration est une association caractérisée par le travail uniquement, dans un but d'utilité et d'efficacité. Celle-ci a un objet déterminé ainsi qu'une durée déterminée. En effet, une fois le but de la collaboration atteint, celle-ci s'arrête et n'a plus de raison d'exister. Par exemple, sur une plateforme collaborative, les offreurs et les consommateurs collaborent dans le but de se déplacer, d'acheter un objet d'occasion ou

---

<sup>36</sup> « L'Open Source est une méthode d'ingénierie logicielle qui consiste à développer un logiciel, ou des composants logiciels, et de laisser en libre accès le code source produit. » Définition sur <https://www.lemagit.fr/definition/Open-Source>, consulté le 01 octobre 2019

encore de trouver un logement pour les vacances. Ces objectifs atteints marquent la fin de la collaboration.

Par opposition, la coopération mobilise un ensemble de capacités humaines, avec la notion de partage de connaissances et d'échange de savoirs. Ce « processus libre de découverte mutuelle » n'a pas d'horizon fini, ni forcément d'objet clairement établi. En fait, opter pour la coopération, c'est ne pas savoir jusqu'où celle-ci pourra conduire. Par exemple à travers d'Enercoop, lorsqu'un consommateur décide de se fournir en énergie auprès de cette coopérative verte, il joue le jeu de la coopération et en adhérant à cette structure, il encourage le partage entre les petits producteurs. Il peut alors participer à la gouvernance de la structure et ainsi, aller au-delà de la stricte fourniture de produit.

Selon le labo de l'ESS<sup>37</sup>, la coopération peut se comprendre selon deux modalités, d'une manière générale et en particulier dans le secteur culturel : la mutualisation et la co-construction. La mutualisation est la mise en commun d'outils (locaux, moyens matériels, etc.) ou de méthodes (compétences professionnelles, etc.) entre plusieurs structures. La mutualisation est alors considérée comme la première pierre vers la construction en commun

#### **1.4.2. Deux conceptions prédominantes**

*« La nature de la gouvernance influe largement sur, et souvent détermine les conditions dans lesquelles les offres de services ou d'actifs sont conçues et proposées ».* (Caraballa, Coriat, 2017)

L'économie collaborative recouvre des projets, des objectifs et des modèles économiques très différents. Ses logiques d'actions sont donc très différentes. Pour les résumer brièvement :

- D'une part, nous observons donc une logique purement économique avec des entrepreneurs dit "classiques" avec un objectif de créer un modèle rentable.
- D'autre part, nous trouvons une logique d'action sociale et environnementale avec des entrepreneurs perçus comme militants. Pour ces derniers, la rentabilité économique apparaît comme secondaire, voire contraire à leurs logiques.

---

<sup>37</sup>Le Labo de l'ESS (2017), *La coopération territoriale des structures culturelles*, <http://www.lalabo-ess.org/la-cooperation-territoriale-des-structures.html>

C'est donc le choix de la gouvernance et le modèle de gestion qui va tendre vers l'une des deux logiques.

Carballa et Coriat (2017) ont alors identifié deux grandes catégories de plateformes numériques : les plateformes capitalistes et les plateformes collaboratives :

- Les entreprises-plateformes (ou encore plateformes capitalistes), type Airbnb, Uber et Deliveroo sont incarnées par les GAFAM. Elles se caractérisent par une gouvernance verticale avec une accapitation de la valeur ajoutée par le gestionnaire de la plateforme. Elles monopolisent et exploitent une masse de données colossales.
- Les plateformes collaboratives sont présentées comme des alternatives à celle-ci. Elles s'émancipent alors du modèle marchand, type CoopCycle (coopérative de livraison à vélo), Les Oiseaux de Passage (tourisme solidaire). Elles sont caractérisées par une gouvernance horizontale et par une répartition équitable de la valeur entre les différents acteurs. Elles sont souvent emprunts du modèle des communs et/ou coopératif et une approche de l'éthique des données.

C'est donc ces dernières plateformes numériques, dites collaboratives et que nous pourrions qualifier de plateformes coopératives, que nous allons détailler dans la prochain chapitre et analyser à travers un cas pratique : Soticket dans le chapitre 2.

## II. DES ALTERNATIVES AUX ENTREPRISES PLATEFORMES : LES PLATEFORMES COLLABORATIVES

---

Cette partie vise à éclairer la notion de « plateforme » et à évoquer ses caractéristiques, la plateforme numérique étant la clé du marché de l'intermédiation. En effet, celle-ci contribue à la création de véritables écosystèmes, sa portée est donc considérable. Puis, nous approfondirons la structuration des plateformes collaboratives.

### 2.1. LE VOCABLE PLATEFORME

#### 2.1.1. Changement d'échelle grâce à l'essor du numérique

L'internet d'aujourd'hui n'a pas grand-chose à voir avec ce qu'il était à son origine, il va bien au-delà d'un ensemble de site web. Le haut débit, accessible à tous, a ouvert la voie à une participation massive de la plupart des citoyens à ce nouvel Internet. Ils se sont appropriés les diverses formes émergentes (partage, réseaux sociaux, blog, vidéo) dont l'apparition du smartphone n'as fait qu'accentuer l'omniprésence. Le progrès en matière de traitement algorithmique des données a totalement modifié le paysage numérique. L'essor des plateformes participe au développement du numérique et vice-versa. A travers cette symbiose, c'est toute l'économie, les services et l'innovation qui évolue. De nouvelles règles de consommation et de production se sont, petit à petit, imposées dans tous les secteurs, réinventant le fonctionnement du collectif et redéfinissant ses frontières, même le champ associatif. « *Le numérique permet un changement d'échelle de l'action associative et ouvre les champs du possible de la créativité sociale* ». (Peugeot, 2015).

Le vocable « plateforme » peut être employé pour évoquer des sites de rencontres, des places de marchés, des applications mobiles, des sites « collaboratifs » ou encore l'internet des objets (Renaissance numérique<sup>38</sup>, 2015). Au cœur de la notion réside le principe « d'intermédiation », entre d'une part un producteur ou un vendeur et d'autre

---

<sup>38</sup> Renaissance numérique (2015). *Plateformes et dynamiques concurrentielles*. [https://www.renaissancenumerique.org/system/attach\\_files/files/000/000/136/original/Note\\_decryptage\\_Plateforme\\_RN\\_%281%29.pdf?1508510854](https://www.renaissancenumerique.org/system/attach_files/files/000/000/136/original/Note_decryptage_Plateforme_RN_%281%29.pdf?1508510854)

« Renaissance Numérique est le think tank de la société numérique. Il réunit les grandes entreprises de l'Internet, françaises et multinationales, les entrepreneurs, les universitaires ainsi que les représentants de la société civile, pour participer à la définition d'un nouveau modèle économique, social et politique issu de la révolution numérique ».

part, un utilisateur (usager ou consommateur). Cette caractéristique est commune à toutes les plateformes numériques (collaboratives ou capitalistes).

Pour bien saisir la portée de la notion, il est indispensable de comprendre que celle-ci crée de la valeur pour tout un écosystème d'acteurs. En facilitant leur accès au marché, elle leur ouvre une porte à laquelle ils n'auraient jamais pu avoir accès autrement (coût financier insupportable). Les *marketplaces* (*places de marché*) par exemple, sont des services d'intermédiation commerciale, comme un site internet sur lequel des vendeurs indépendants (professionnels ou particuliers) peuvent vendre leurs produits ou services en ligne, moyennant le plus souvent une commission prélevée par le site sur chaque vente. Pour en citer quelques-unes connues : Amazon et Ebay font bénéficier de la fonctionnalité de leur plateforme aux vendeurs.

La plateforme donc permet de faire sauter les frontières et offrent aux personnes la possibilité de communiquer, de consommer, échanger à travers le monde.

### 2.1.2. Définition et caractéristique d'une plateforme

**Selon la définition du Conseil national du numérique<sup>39</sup>**: « Une plateforme est un service occupant une fonction d'intermédiaire dans l'accès aux informations, contenus, services ou bien édités ou fournis par des tiers. Au-delà de sa seule interface technique, elle organise et hiérarchise les contenus en vue de leur présentation et leur mise en relation aux utilisateurs finaux. À cette caractéristique commune s'ajoute parfois une dimension écosystémique caractérisée par des interrelations entre services convergents. »

#### La plateforme se définit :

- Par une logique d'écosystème
- Par les effets de réseaux entraînant des externalités positives (par exemple, les technologies numériques permettent de communiquer facilement et de retracer les échanges, les avis que nous pouvons laisser, comme sur Booking, rassurent les consommateurs et les mets en confiance)

---

<sup>39</sup> *Ibid.*

## Cinq types d'effets de réseau définissant les plateformes (Renaissance numérique)

- **Effet de réseau directs** : la valeur d'un réseau est proportionnelle au nombre de participants
- **Effet feedback positif** : l'utilisateur choisit un service car c'est le plus populaire (viralité, recommandation, bouche-à-oreille, avis)
- **Effet de réseau indirects** : la valeur d'un bien/service provient de la création d'une offre de biens complémentaires ou services partenaires (accessoires, applications mobiles, etc.)
- **Effets de réseau croisés**<sup>40</sup> : la plateforme s'appuie sur un marché biface développé par les économistes Jean-Charles Rochet et Jean Tirole. Si un type d'agent croît sur la face A, cela fait croître le nombre d'agent sur la face B, et vice-versa. (Plateformes d'intermédiation : acheteurs/vendeurs, annonceurs/audience, développeurs/utilisateurs...). Pour augmenter, son chiffre d'affaire, une plateforme cherche à multiplier les faces (passage donc à une logique multiface, comme iTunes, plateforme mondiale dans les loisirs et la culture numérique qui proposait initialement de la musique et qui s'est ouvert aux livres, films etc)
- **Effets de verrouillage** : du fait de coûts élevés, le consommateur reste captif au sein d'un même service/bien.

L'analyse économique de la notion plateforme est importante car elle permet d'appréhender les stratégies et la logique concurrentielle de l'économie numérique. Elle permet aussi de comprendre comment les dynamiques de plateformes favorisent le développement des opérateurs dominants comme Facebook, Youtube... Ces grandes entreprises utilisent au maximum les possibilités que peuvent offrir les innovations technologiques afin d'élaborer un business model le plus rentable possible. Cela explique pourquoi le marché des plateformes se caractérise souvent par une structure type monopolistique (« winner takes all ») mais aussi oligopolistique, où un petit nombre d'acteurs concentrent la plus grande partie du marché. Nous verrons dans la partie empirique, que ce schéma s'est reproduit dans le secteur de la culture.

---

<sup>40</sup> Chanal V., Parent R. (2009), *Quels business models pour les plateformes Web 2.0 : les apports de la théorie des marchés bi-faces*. Conférence de l'AIMS, Grenoble, pp.1-27.

## 2.2. STRUCTURATION DES PLATEFORMES COLLABORATIVES

Les plateformes collaboratives, malgré le fait qu'elles s'appuient sur des outils technologiques, ont des logiques différentes des plateformes-entreprises.

### 2.2.1. Les communs numériques

La théorie des communs bénéficie d'un regain depuis quelques années grâce à Internet. En effet, les connaissances, les informations et les réseaux numériques sont considérés comme de nouveaux biens communs et Internet regorge d'initiative allant dans ce sens. « Les communs de la connaissance, en tant qu'ensemble, incluent toutes les formes de savoirs qui ont besoin d'être rendus disponibles pour faciliter la production de nouvelles connaissances, poursuivre un enseignement qui fasse sens et protéger la tradition d'une science ouverte » (Hess, 2011). Les biens communs numériques correspondent ainsi à l'ensemble des ressources numériques produites et gérées par une communauté (Helly, 2017) Les possibilités qu'offre Internet n'engendrent pas les limites constatées sur la gestion des biens communs matériels (c.à.d. plus la communauté augmente, plus l'efficacité de la gestion peut diminuer ou encore plus une ressource est utilisée, plus on la détériore). Pour Elinor Ostrom et Charlotte Hess (2006), les communs de la connaissance ne sont pas soustractibles, c'est-à-dire que l'usage par une personne ne remet pas en cause l'usage pour une autre. Dans ce sens, les communs numériques sont non-rivaux et permettent donc l'émergence de projets d'envergures via les plateformes numériques qui s'enrichissent au fur et à mesure avec ces données d'usage. Citons comme exemple, Open Food Fact, Wikipédia ou encore Open Street Map. La spécificité des biens numériques informationnels, ce sont les contributions et leurs accès universels<sup>41</sup> (Broca, 2018). Ces biens sont alors gérés de manière collective et partagés par une multitude de personnes. Ils peuvent être partagés par les usagers qui ont des droits d'accès (libre accès au savoir) et des devoirs (l'usage doit être coopératif afin de garantir la fluidité des échanges et étendre les services offerts). Le problème que peuvent alors poser ces communs, ne relève pas de leur consommation car celle-ci est non rivale mais de leur production. C'est ce dernier point qui soulève des questions : Comment va-t-on faire pour produire ces communs ? Qui va les produire et dans quelle condition ? Et avec quelle

---

<sup>41</sup> De Rocquigny T. (2018), *A la recherche du bien commun (3/4) : Le numérique, eldorado des communs ?*, <https://www.franceculture.fr/emissions/entendez-vous-leco/a-la-recherche-du-bien-commun-34-communs-et-numerique>, (consulté le 1 octobre 2019). Podcast, interview avec Sébastien Broca

forme de rémunération et de rétribution ? C'est ainsi que s'est effectué le lien entre les communs et l'économie numérique (Broca, 2018).

Dans une société rythmée par l'idéologie propriétaire, B. Coriat (2015) indique que ces nouveaux communs s'appuient sur des nouvelles formes de propriété comme des alternatives à la dynamique capitaliste de propriété privée et exclusive. Les communs de la connaissance ont donné lieu à l'émergence de nombreux mouvements sociaux du numérique et pratiques communautaires souhaitant combattre les monopoles dominants. Une pluralité d'acteurs milite alors pour la libre circulation et créativité des auteurs, afin de faire face à un genre d'enclosure<sup>42</sup> numérique pour privatiser les communs (Boyles, 2008). Pour contrer ces phénomènes, ce sont alors créés des formes de collaboration et de partage, comme l'émergence des licences Creative Commons en 2003 par Lawrence Lessig (qui s'est battu contre la loi d'extension du copyright) ou encore la production du logiciel libre en 1983, illustratif des communs numériques. Le développement de ce dernier, basé sur le principe du code source comme bien commun, s'appuie sur des processus de gouvernance collective (Couture, Goldenberg, 2014)<sup>43</sup>.

Le mouvement du logiciel libre a été pionnier dans les années 80 et Richard Stallman, programmeur militant, en est à l'initiative. Il lutte notamment contre les brevets logiciels et la gestion des droits numériques, en souhaitant rendre les libertés aux utilisateurs. En cela, le logiciel libre est un mouvement social porteur d'enjeux politiques, sociaux et économiques (Broca, 2018). Les quatre libertés du logiciel libre<sup>44</sup> sont : 1/Liberté d'utiliser le logiciel, pour quelque usage que ce soit, 2/ Liberté d'étudier le fonctionnement du programme, et de l'adapter 3/ Liberté de redistribuer des copies à tout le monde 4/ Liberté d'améliorer le programme et de les publier. De même, il existe le mouvement de l'Open Source (code source ouvert) qui se distingue aussi des logiciels propriétaires mais il diffère du logiciel libre. Selon Richard Stallman, la différence réside

---

<sup>42</sup> Le terme d'enclosure est fréquemment utilisé dans les communs pour désigner les diverses méthodes permettant d'exproprier les acteurs des communs de leurs droits d'usage. Ce terme provient du « mouvement des enclosures » qui a transformé les terres et forêts communes de l'Angleterre en terres privées, permettant aux landlords d'accaparer les nouvelles richesses du marché de la laine, tout en privant les pauvres de l'accès aux ressources auparavant libres d'usage (champignons, miel, bois de chauffage... et libre pâturage). Cité par Le Crosnier H. (2015) *Les communs de la connaissance*. <https://blogs.mediapart.fr/edition/les-possibles/article/070115/les-communs-de-la-connaissance>

<sup>43</sup> Couture S., Goldenberg A. (2015), *Les biens communs numériques*. Ritimo, Informations, outils, initiatives pour un monde solidaire. <https://www.ritimo.org/Les-biens-communs-numeriques#nb8>

<sup>44</sup> Quatre libertés citées dans <https://vive-gnulinux.fr.cr/logiciel-libre/4-libertes/>

dans leur philosophie : « l'open source est une méthodologie de développement, le logiciel libre est un mouvement social »<sup>45</sup>. De manière plus générale, nous observons que les communs numériques ne sont pas strictement libre d'accès car ils sont régis par des licences.

Les Creative Commons, quant à eux, représentent une initiative non lucrative mise en place dans le but de faciliter l'expression de la liberté que les artistes et les créateurs portent à travers leurs œuvres. « Il ne s'agit pas d'une liberté totale, les artistes ne renoncent pas à tous les droits associés à leurs créations mais beaucoup d'entre eux reconnaissent librement qu'une partie de leur créativité provient d'autres personnes sans craindre un quelconque avocat ou se poser la question de la responsabilité juridique »<sup>46</sup> (Lessig, 2010). Ce sont des licences régissant les conditions de réutilisation et de distribution d'œuvres par rapport à ce que les créateurs veulent garder en prérogative et ce qu'ils veulent accorder à leurs utilisateurs. Le but est de développer des droits de propriété intellectuelle plus souples. Pour Lessig, c'est le caractère commun d'Internet qui permet l'innovation et le renouvellement. Il y a plus d'un milliard d'œuvres qui circulent sous les licences de Creative Commons.

Néanmoins, on observe des limites dans les « communs numériques » notamment par rapport à leur pérennité et le rapport à la propriété, si bien qu'on entend parler progressivement des « communs du capital » (Maurel, 2018). Les communs immatériels sont face à des risques de privatisation, c.à.d des ressources initialement ouvertes et qui se retrouvent fermées en propriété exclusive. Pour contrer ces effets, des outils juridiques se sont développés comme le copyleft (clause qui empêche un acteur privé de s'approprier le code, le logiciel et de l'enclaver à nouveau). Néanmoins, il existe une tension entre la culture des communs et la question de financement et de rémunération. En effet, l'un des financements principaux de ces communs est le don (les contributeurs donnent de leurs temps ou de l'argent : financement participatif). À terme, se pose donc le sujet de la longévité. Il est alors évoqué une nouvelle tragédie des communs pour les ressources intangibles à travers les difficultés de production. En effet, comment éviter l'épuisement

---

<sup>45</sup> Reilly M. (2008), *Comment un hacker est devenu un combattant pour la liberté ?*, Entretien avec Stallman <https://framablog.org/tag/stallman/page/12/?print=print-search>

<sup>46</sup> Lawrence Lessig, chairman des Creative Commons / Artists House Music (mars 2010) cité dans le podcast De Rocquigny T. (2018), *A la recherche du bien commun (3/4) : Le numérique, eldorado des communs ?*

du noyau des contributeurs ? Malgré un bon taux de participation citoyenne, comment faire face aux difficultés d'un modèle basé sur le don et la gratuité sur un long terme ? Il est parfois évoqué de rémunérer des contributeurs mais cela serait loin de l'esprit des communs, comme l'évoque alors Sébastien Broca. Il indique qu'il existe une opposition assez frontale entre les communs, essentiellement développés dans un monde non marchand et celui de l'économie de la connaissance symbolisé par Microsoft par exemple. Comment donc, préserver les valeurs portées par les communs lorsque la frontière séparant ces deux mondes est poreuse ? Des grandes multinationales se rapprochent de plus en plus des communs en les réutilisant dans la production de biens marchands (logiciel libre) ou voire même rachètent ces plateformes. Nous pouvons illustrer ce type de danger à travers le rachat de Github (plateforme libre de développement et d'hébergement web) par Microsoft pour 7,5 milliards de dollars. De plus, il existe un autre intérêt des communs du point de vue du capital : les communs permettent de baisser le coût du travail à la production de biens et de services. L'économie marchande peut y voir une aubaine en matière de rentabilité et profiter de la ressource en bénéficiant du travail gratuit des développeurs bénévoles. Le logiciel Linux est un bel exemple car il était initialement fondé par un groupe communautaire. A présent, il est géré par 90% de développeurs professionnels rémunérés par des entreprises<sup>47</sup>, la gouvernance n'est donc plus tout à fait autogérée par des contributeurs.

Dans ce contexte, de nombreuses interrogations se posent quant aux communs numériques : comment obliger les entreprises à la réciprocité et comment vérifier la participation de chacun au commun ? Quels modèles économiques et modes de gouvernance peuvent être respectueux des spécificités des communs ? Une autre question apparaît aussi : l'État a-t-il un rôle à jouer afin de garantir les biens communs numériques, sachant que les théorisations d'Ostrom ne sont pas déliés de l'État ?

Pour pallier aux lacunes des communs numériques, des concepts se sont construits différemment autour de l'idée de concevoir des alternatives à l'économie dominante. C'est notamment l'ambition du coopérativisme des plateformes qui prône une solidarité plus fermée entre des acteurs identifiés alors que les communs numériques sont basés sur une solidarité ouverte où la ressource est partagée entre un grand nombre de contributeurs (Compain, Eynaud, Maurel, Vercher-Chaptal, 2019).

---

<sup>47</sup> Maurel L. (2018), *Les communs numériques sont-ils condamnés à devenir des Communs du Capital ?*, Blog S.I.Lex <https://scinfolex.com/2018/06/24/les-communs-numeriques-sont-il-condamnes-a-devenir-des-communs-du-capital/>

### 2.2.2. Coopérativisme des plateformes

Conceptualisé par Trébor Scholz<sup>48</sup>, le « coopérativisme des plateformes » se veut être une alternative aux plateformes capitalistes et à ses dérives en redonnant le pouvoir aux utilisateurs. A travers 10 principes phares, il remet les utilisateurs au centre de la gestion de l’outil. Par la réappropriation des outils de production et par une répartition équitable de la valeur ajoutée, les plateformes pourraient être vectrices d’une économie réellement solidaire.

Le constat est le suivant : les plateformes capitalistes développent un système de prédation et de maximisation des profits. La valeur générée profite à une poignée d’actionnaires et le but principal des décisions prises est l’optimisation de la rentabilité au détriment des besoins éventuels des utilisateurs. En remettant la gestion dans les mains de ces mêmes utilisateurs, les décisions sont censées aller dans le sens des usagers et de l’utilité de la plateforme. En prenant la forme coopérative, avec le principe « une personne, une voix », aucun actionnaire ne sera en mesure d’imposer sa volonté parce qu’il aurait, par exemple, investi plus d’argent au capital. De même, le modèle économique de la plateforme n’est pas dépendant d’un petit groupe d’investisseurs mais d’une myriade de copropriétaires. Le partage de la ressource s’effectue donc au sein d’un groupe fermé sur le principe de propriété exclusive.

Cette approche conceptuelle promeut des valeurs de solidarité et pose une autre question de fond : la responsabilité sociale des citoyens (producteurs comme consommateurs). De même, la théorie du coopérativisme repose sur le principe de gouvernance démocratique. Des valeurs et des principes donc, qu’on reconnaît dans l’Économie Sociale et Solidaire. Les communs numériques, quant à eux, privilégient la forme de gouvernance de pair-à-pair (Compain, Eynaud, Maurel, Vercher-Chaptal, 2019).

En préface de l’ouvrage de Trébor Scholz, Philippe Vion-Dury résume en une question l’œuvre de son travail qui s’apparente à la question de départ qui a guidé les recherches ce mémoire : *Comment les plateformes numériques pourraient-elles contribuer au développement d’une économie authentiquement solidaire ?* Les 10 principes que l’auteur propose sont les suivants : 1/ Propriété partagée : les outils appartiennent à ceux qui les utilisent 2/Salaire convenable 3/ Transparence et portabilité des données 4/ Estime et

---

<sup>48</sup> Trebor Scholz est enseignant-chercheur à la New School for Social Research de New York. Père du concept de digital labor, il coordonne depuis 2009 les conférences sur le travail numérique. *Coopérativisme de plateforme*, Socialter, avril 2017

reconnaissance 5/ Travail co-déterminé et co-construction de la plateforme 6/ Cadre légal protecteur pour garantir le droit syndical et la liberté d'expression 7/ Protection sociale des travailleurs 8/ Protection contre l'arbitraire 9/Limitation de la surveillance 10/ Droit à la déconnexion. Ces principes ont alors contribué à enrichir nos réflexions lors de l'analyse des plateformes collaboratives.

Un autre concept est au cœur de nombreuses plateformes collaboratives, à savoir l'économie substantive axée sur une pluralité des principes d'échange.

### 2.2.3. Économie substantive

Karl Polanyi<sup>49</sup> a conceptualisé le terme de l'économie substantive<sup>50</sup>. Il met en relief le fait qu'on ne peut réduire l'économie dans son ensemble à la seule économie de marché, d'autres principes d'intégration caractérisent le système économique : la redistribution, la réciprocité et l'administration domestique. Il conteste alors la doctrine d'un marché autorégulateur. L'économie est encadrée dans un ensemble de règles et d'institutions sociales et culturelles.

Pour Polanyi, le marché assoit sa domination en traitant comme des marchandises trois éléments des sociétés humaines qui n'ont pas vocation à être considérées comme telles : le travail, la monnaie et la nature. L'économie marchande peut ainsi prospérer, spéculer sur les valeurs attribuées à ces marchandises et ainsi assurer son expansion. Or, selon Polanyi, ces 3 facteurs de production relèvent de la survie de l'homme, à travers sa dépendance à ses semblables (travail et monnaie) et à son environnement (nature), et ils n'ont pas été produits dans le but d'être vendus. Leurs valeurs ne sont pas donc pas quantifiables, ni négociables et ne peuvent être transformées en marchandise. L'économie dans son ensemble est essentielle à sa subsistance.

---

<sup>49</sup> Karl Polanyi, est l'auteur de *The Great Transformation*, publiée en 1944, relate l'histoire du capitalisme, depuis les prémices de la révolution industrielle en Angleterre au XVIIIème siècle jusqu'à la Seconde Guerre mondiale

<sup>50</sup> « Le sens substantif [du terme économique] tire son origine de la dépendance de l'homme par rapport à la nature et à ses semblables pour assurer sa survie. Il renvoie à l'échange entre l'homme et son environnement naturel et social. Cet échange fournit à l'homme des moyens de satisfaire ses besoins matériels » (Polanyi, Arensberg et Pearson 1957, in Polanyi, 2002, p. 57) – citée par Degavre F. et Lemaître A. (2008), *Approches substantives de l'économie : des outils pour l'étude des organisations d'économie sociale*, Revues Intervention Économique

Dès lors, il distingue les activités économiques à travers 2 concepts : le désencastrement qui consiste à s'affranchir des limites des 3 facteurs essentielles et de fait, à libérer l'économie marchande, et le réencastrement qui, à l'inverse, pose les bases d'une politique de préservation des ressources naturelles, d'une monnaie non spéculative et de la protection et de l'émancipation des travailleurs.

L'analyse des plateformes collaboratives peut donc être menée à travers les différentes facettes de l'économie substantive. Il ne s'agit pas de se baser sur une valeur donnée ou sur un échange purement marchand de bien ou service, mais bien d'avoir une vision d'ensemble des différents facteurs à l'œuvre (redistribution, réciprocité...) assurant la soutenabilité des plateformes.

Le projet de recherche TAPAS mobilise le cadre théorique de l'économie substantive, suivant les travaux de Karl Polanyi (Compain, Eynaud, Maurel, Vercher-Chaptal, 2019), pour analyser les initiatives porteuses des plateformes qui constituent les études de cas. Cela a permis un cadre d'analyse commun car le champ des alternatives est particulièrement hétérogène. Les premiers résultats tendent à démontrer que les plateformes analysées, participent au réencastrement à moins une des trois marchandises fictives identifiées par Polanyi : la terre, le travail, la monnaie. Par exemple, cela peut se matérialiser par une politique soutenue de préservation du patrimoine naturel (circuit court, réduction des déchets...), par la valorisation du travail bénévole, l'engagement citoyen et la gouvernance démocratique ou encore par la redistribution juste des richesses générées. Il en ressort aussi dans l'étude que les plateformes collaboratives peuvent procéder à ce travail de réencastrement à travers deux logiques opposées : les communs numériques ouverts (stratégie extensive) et le coopérativisme des plateformes (plus fermée, par la propriété collective).

Jean-Louis Laville, économiste, sociologue et théoricien de l'ESS soutient l'économie plurielle, au carrefour des concepts de Polanyi et de Mauss. L'économie plurielle est une hybridation des 3 pôles de l'économie : marchande – non marchande – non monétaire. Dans les organisations de la société civile, les acteurs intermédiaires sont indispensables pour favoriser le développement d'une économie plurielle, l'objectif étant la démocratisation de l'économie. L'idée mise en avant est que l'économie classique ne peut tout réguler et qu'au contraire, des organismes à but non lucratif peuvent permettre d'accentuer ou de restaurer la confiance face aux marchés économiques. Dans ce sens, les théoriciens de l'ESS et des communs partent du même constat et « soulignent les

apories d'un schéma conceptuel uniquement construit autour de l'opposition et/ou de la complémentarité entre le marché et l'État » (Eynaud, Laurent, 2017). Tout comme Karl Polanyi le mettait en relief, on ne peut réduire l'économie dans son ensemble à la seule économie de marché.

Dans un contexte de crises économiques et de fragilisation de l'économie classique, émerge une volonté d'envisager autrement les logiques de gouvernance. L'économie solidaire promeut une alternative à l'opposition entre le marché et l'État. Elle mise aussi sur la diversité institutionnelle en valorisant les formes hybrides inscrites dans les logiques d'échange, de redistribution et de réciprocité. Elle préconise les organisations multi-parties prenantes et reconnaît le rôle de l'État pour défendre l'intérêt général, en s'inscrivant donc dans des logiques de co-crédation de politiques publiques. De même, elle se propose d'étudier la pluralité des financements publics et d'analyser les pratiques d'hybridation des ressources.

#### **2.2.4. L'ESS : des valeurs proches de ces initiatives**

Lucrativité limitée, solidarité, coopération, hybridation... un certain nombre de valeurs portées par l'Économie Sociale et Solidaire sont proches de celles promues par les plateformes collaboratives. Rappelons alors la loi de 2014 qui l'institutionnalise. Elle servira comme élément d'analyse en lien, avec le terrain d'étude et la problématique de ce mémoire.

**La loi<sup>51</sup> n° 2014-856 du 31 juillet 2014 relative à l'ESS comporte 98 articles et précise en Titre I, Art. 1 :**

« L'économie sociale et solidaire est un mode d'entreprendre et de développement économique adapté à tous les domaines de l'activité humaine auquel adhèrent des personnes morales de droit privé qui remplissent les conditions cumulatives suivantes :

- 1° Un but poursuivi autre que le seul partage des bénéfices ;
- 2° Une gouvernance démocratique, définie et organisée par les statuts, prévoyant l'information et la participation, dont l'expression n'est pas seulement liée à leur apport en

---

<sup>51</sup> Loi 2014 sur le site Internet Legifrance  
<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000029313296&categorieLien=id>

capital ou au montant de leur contribution financière, des associés, des salariés et des parties prenantes aux réalisations de l'entreprise

3° Une gestion conforme aux principes suivants :

- a) Les bénéfices sont majoritairement consacrés à l'objectif de maintien ou de développement de l'activité de l'entreprise ;
- b) Les réserves obligatoires constituées, impartageables, ne peuvent pas être distribuées[...]».

Dans le terrain étudié, il sera donc intéressant d'analyser si ces trois conditions sont réunies : finalité, gouvernance démocratique et lucrativité.

Parmi les structures de l'ESS, aux statuts juridiques hétérogènes, nous trouvons les coopératives (mutuelle, SCOP, SCIC...). Cette forme juridique a beaucoup été plébiscitée lors des recherches théoriques. Nous aborderons principalement la SCIC, Société Collective d'Intérêt Collectif, en lien avec le terrain d'étude. Son statut est assez récent, institué par la loi du 17 juillet 2001<sup>52</sup> mais son nombre ne cesse de croître chaque année. Elle est basée sur une organisation multi-salariale et porte l'ambition d'un projet coopératif de développement local transversal, associant autour de ce projet l'ensemble des parties-prenantes. Chaque acteur devient alors sociétaire de la coopérative, selon le principe 1 personne = 1 voix en assemblée générale. A travers cette forme spécifique de gouvernance, le projet politique vise à répondre aux besoins sur le territoire en prônant l'intérêt collectif de tous. Il s'agit donc d'une inter-coopération innovante qui réinvente les traditionnels partenariats « public-privé ». En effet, cette forme de multi-sociétariat induit des compétences professionnelles diverses qui s'associent autour d'un projet commun. Cela implique la participation de tous à la gestion de la coopérative. Nous observerons donc si cette forme de gouvernance est bien appliquée dans le terrain Soticket et analyserons la participation de chacun des acteurs.

Lors du séminaire « ESS, Économie collaborative : Je t'aime, moi non plus », les acteurs participants prônaient la création de coopératives et cela dans tous les secteurs (tourisme, mobilité, santé etc), notamment en créant des coopératives de données afin d'éviter les formes de concentration et qu'elles profitent à plusieurs acteurs. C'est l'approche des biens communs. Cette idée de coopération apparaît d'ailleurs dans la Charte des circuits

---

<sup>52</sup> Explication du statut complet sur le site internet : <http://www.les-scic.coop/sites/fr/les-scic/>

courts économiques et solidaires qui se base sur 4 critères : le lien social, la coopération, la transparence, l'équité entre les acteurs de l'échange<sup>53</sup>.

Ces écosystèmes d'acteurs, à travers des formes organisationnelles et juridiques, innovantes aux modèles hybrides, contribuent alors à la transformation sociale, finalité recherchée par les acteurs de l'ESS.

Dans TAPAS, une grande partie des plateformes étudiées, ont le statut de SCIC. Certaines structures associatives changeaient par ailleurs leurs statuts vers celui de coopérative, pour avoir davantage de marge de manœuvre. Elles font parties de « Plateformes en communs<sup>54</sup> », une communauté des plateformes collaboratives équitables et productrice de Communs. Il s'agit d'une initiative issue de la Coop des Communs<sup>55</sup> qui a l'ambition de rapprocher ces deux mondes. En effet, l'ESS et les communs partagent des valeurs communes avec l'objectif de construire une économie plus démocratique et solidaire.

Philippe Henry, socioéconomiste de la culture présente lors d'un forum Faire commun(S), comment faire ? (2019)<sup>56</sup> la complémentarité entre l'ESS et les communs, ainsi que leurs différences. Il s'appuie alors sur deux éléments : les règles collectives décrites par Ostrom à travers son travail empirique et sur les principes des entreprises de l'ESS à caractère coopérative reconnus en 1995 par l'Alliance Coopérative Internationale<sup>57</sup>. L'un des points communs est « d'œuvrer ensemble » dans un registre de coopération humaine. Cela implique deux critères : confiance et réciprocité à travers la mise en place de règles collectives pour que la coopération puisse perdurer. Il parle alors « d'agencement coopératif » afin d'expliquer les démarches entre ces deux approches, au travers 4 dimensions :

---

<sup>53</sup> Le Labo de l'ESS, *Chartre des circuits courts économiques et solidaires*, récupéré sur le <http://www.lelabo-ess.org/-circuits-courts-economiques-et-solidaires-.html>

<sup>54</sup> Plateformes en Commun est un projet de la Coop des Communs et qui regroupent des acteurs de l'ESS, économie collaboratives, des Communs et qui souhaitent créer des alliances et des convergences entre ces mondes. <https://plateformes.coopdescommuns.org>

<sup>55</sup> « La Coop des Communs réunit des activistes du monde des communs, des chercheurs, des militants et entrepreneurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) ainsi que des acteurs publics. Nous voulons contribuer à la construction d'un écosystème favorable à l'éclosion de communs co-construits avec l'ESS et les pouvoirs publics intéressés ». Cité sur le site internet : <https://coopdescommuns.org/fr/>

<sup>56</sup> Henri P., (2019) Conférence-éclair *ESS et Communs : deux approches complémentaires*, Forum du CNLII (Coordination nationale des lieux intermédiaires et indépendants), *Faire commun(S), comment faire ?* <http://cnlii.org/2019/06/conferences-eclair-les-videos/>

<sup>57</sup> Site internet: <https://www.ica.coop/fr/coopératives/quest-ce-qu'une-cooperative>

### **1/ La définition de l'objet et des limites de l'engagement coopératif :**

Pour les communs, les limites se situent au niveau de la ressource « épuisable » d'une part et des utilisateurs effectifs d'autre part, alors qu'une organisation relevant de l'ESS se caractérise par son objet social ou sociétal au travers d'une adhésion volontaire et participative, donc ouverte à tous.

### **2/ L'engagement des associés pour sa préservation et son développement :**

Pour l'ESS, il est stipulé dans les statuts que les réserves sont impartageables, dans des principes de non lucrativité ou lucrativité limitée. Ce qui n'est pas le cas des communs, étant donné que les bénéfices sont proportionnels aux coûts supportés par chacun. Dans les deux cas, l'économie ne se réduit jamais à seule dimension monétaire.

### **3/ Le positionnement de l'agencement par rapport à son environnement :**

Les communs doivent obligatoirement s'adapter à l'environnement et aux conditions sociales locales, sinon les ressources vont décliner. Un commun est généralement englobé dans un système socioécologique plus large, impliquant alors une gouvernance de pluralité de partenaires à coordonner les uns avec les autres. Les entreprises de l'ESS sont davantage dans une relation d'autonomie et d'indépendance dans la prise de décision vis à vis les partenaires externes (publics ou privés) et revendiquent un engagement de la communauté dont elles dépendent et plus particulièrement, une coopération renforcée avec les entreprises relevant des mêmes principes de solidarité ou de coopération.

### **4/ La question de sa gouvernance**

Au vu de ces différences de positionnement, l'ESS s'appuie sur un contrôle démocratique explicite où chacun dispose d'un poids politique identique des associés. Les communs quant à eux, se base sur une surveillance de l'application des règles collectives et la mise en place de sanctions graduées, en cas de non-respect des règles usages afin de résoudre les conflits.

De fait, les distinctions entre les deux concepts sont liées à deux cadres d'analyses différents. Pour les entreprises de l'ESS, l'analyse renvoie à une sédimentation progressive et historique de pratiques théorisées collectivement au fil du temps. L'objectif visé est « d'entreprendre autrement » à travers une prise de position politique et la coopération. L'autre point d'appui des communs est construit sur la théorisation d'Ostrom

et donc sur des travaux empiriques qui ont permis d'observer un certain nombre de pratiques. Les communs se développent en tant que corpus collectif depuis peu de temps. Néanmoins, ils revendiquent aussi une autre manière de faire ensemble et sont construits comme l'ESS sur une forme de coopération. En cela, Philippe Henri stipule que ces deux concepts ne sont pas opposés mais complémentaires.

Cette partie a permis d'expliquer les structurations des plateformes dites collaboratives. Ce qui permet de les différencier des entreprises-capitalistes, c'est leur mode de gouvernance, leur modèle économique et la prise en compte des enjeux sociaux et sociétaux. Elles sont ouvertes sur les pratiques coopératives et les communs et tentent de trouver des réponses innovantes à des problèmes émergents. Nous observons une grande diversité de solutions alternatives dans tous les secteurs dont la culture. Le prochain chapitre vise alors à analyser la plateforme Soticket, alternative aux solutions développées par des acteurs de marché et émergence de formes collectives d'organisation en réseau, en réponse aux phénomènes de concentration, de monopolisation et de marchandisation dans le secteur des musiques actuelles.

## DEUXIEME CHAPITRE :

### ANALYSE de PLATEFORME COLLABORATIVE SOTICKET

Le choix d'analyse s'est porté sur la plateforme Soticket gérée par Socoop. Elle semblait intéressante à étudier pour la prise en compte des problématiques spécifiques au secteur artistique et culturel. Nous allons tout d'abord détailler la méthodologie adoptée. Puis, nous présenterons l'environnement dans lequel les musiques actuelles ont évolué, en effet, c'est un secteur particulièrement impacté par la numérisation. Enfin, nous analyserons sa structuration.

## I. METHODOLOGIE

---

### 1.1. Problématique et hypothèses

La question de départ, qui a orienté les recherches théoriques, était la suivante : comment les plateformes numériques peuvent-elle contribuer à rendre l'économie plus solidaire ? Après avoir opéré une clarification conceptuelle des plateformes collaboratives, se distinguant d'une perspective capitaliste, il s'agit d'illustrer ici les différents concepts théoriques précédents, à travers l'émergence d'une plateforme collaborative innovante dans une économie marchande.

A partir de l'étude de Soticket, l'enjeu est d'analyser comment une plateforme collaborative peut se développer et se pérenniser et qu'est-ce qui fait d'elle une plateforme collaborative ? Il convient de la décrypter, sous l'angle de la gouvernance notamment et de l'enjeu social visé. Le fait d'étudier qu'une seule initiative présente l'avantage de mener une analyse approfondie, de pouvoir mener plusieurs entretiens avec l'ensemble des acteurs concernés et donc de mieux percevoir le fonctionnement d'une telle organisation et de savoir comment elle peut se pérenniser (difficultés rencontrées, évolutions envisagées etc). Après une première analyse des documents liés à Soticket (site internet, statuts, valeurs...), le questionnement s'est alors affiné.

#### **La problématique est donc la suivante :**

Est-ce que Soticket doit se comprendre comme une initiative d'économie solidaire ou comme un commun numérique ?

**Les hypothèses sont en lien avec 3 niveaux de recherches :**

- **Enjeux des réseaux professionnels** : la coopération permet aux acteurs culturels de lutter plus efficacement contre la concentration et la monopolisation, de maîtriser leurs outils de production et de conserver les outils de communication avec leur public

- **Enjeux de l’outil, de la plateforme collaborative** : les plateformes collaboratives sont porteuses de solutions innovantes et de nouvelles pratiques professionnelles mais les modalités de gouvernance et d’encadrement conditionnent la réalité de la plateforme telle qu’on l’entend dans l’ESS et/ou les communs

- **Enjeux des spectateurs utilisant la billetterie** : la plateforme satisfait des enjeux économiques entre les acteurs mais l’enjeu social et la relation aux spectateurs n’est pas l’objectif recherché

## 1.2 Différentes étapes méthodologiques<sup>58</sup>

- *Croisement des données*

La première partie théorique a permis de travailler ce deuxième volet du mémoire dont l’objectif est de questionner Soticket selon l’ensemble des concepts étudiés. Puis, de croiser les données et de vérifier pourquoi et comment l’ensemble des structures sociétaires s’est fédéré autour d’un outil commun et d’une plateforme solidaire. A travers l’analyse de cette initiative, il s’agit de poser la question du commun et de l’ESS, et donc des différents critères que ces notions englobent.

**Les données d’analyse proviennent de plusieurs sources :**

(Les différentes étapes sont présentées de façon chronologiques afin d’apprécier l’évolution du travail)

1/ **Documents transmis par l’ingénieur du projet TAPAS<sup>59</sup>** : par exemple, dossier d’appel à projet de la DARES, liste des échantillons des plateformes étudiées, le programme de recherche « Entreprendre en communs – Droits de propriété, Communs et Entreprises » porté par Benjamin Coriat. L’analyse de ces documents a été une pré-étude

---

<sup>58</sup> Cf annexe 2 : Tableau récapitulatif des entretiens/réunions

<sup>59</sup> Cf annexe 1 : Projet TAPAS détaillé et les neuf initiatives étudiées

et a permis d'observer un panel plus large d'initiatives dans différents secteurs, ce qui a servi d'élément de comparaison et nourri les réflexions autour de la plateforme Soticket.

**2/ Observation et participation à une réunion TAPAS** : Réunion d'étape qui a permis de connaître l'équipe, l'avancée du terrain, les difficultés rencontrées et les questionnements quant aux neuf initiatives étudiées. Cela a rendu possible l'observation de la méthodologie de travail de l'équipe et les pratiques qui peuvent être utilisées par les chercheurs, et donc de donner des outils à appliquer dans l'enquête de terrain.

**3/ Deux entretiens exploratoires<sup>60</sup>** : L'objectif était d'obtenir des références de littératures académiques, préciser et reformuler la question de départ, mieux construire les grilles d'entretiens par la suite, en lien avec les concepts étudiés. Ces entretiens ont été menés avec Lionel Maurel (participant au projet TAPAS et membre de la Coop des Communs) et Laura Aufrère (doctorante sur les dynamiques ESS et des communs. Elle a travaillé à l'UFISC pendant 5 ans et participe au projet TAPAS). Tous deux sont très impliqués dans la théorie des communs et ont apporté de la richesse à la réflexion.

**4/ Analyse du site internet de Soticket et identification des différentes catégories d'acteurs, en étudiant leur site internet et leur page billetterie** : Réalisation d'un tableau qui identifie les différentes catégories d'acteurs et, pour les structures bénéficiaires, de repérer plusieurs points : Quel statut ? Quelles valeurs ? Ont-ils le label SMAC (Scènes des musiques actuelles) ? Sont-ils adhérents à des réseaux professionnels ? Ont-ils plusieurs canaux de distribution ? Sur leur site internet, comment communiquent-ils sur Soticket ? Est-ce qu'ils communiquent sur les enjeux de Soticket et est-ce que les spectateurs savent qu'ils achètent sur une plateforme solidaire ? etc. Cette étape de travail a été indispensable car elle a permis de découvrir l'écosystème d'un secteur : le monde des musiques actuelles et les acteurs associatifs et culturels qui le composent. Cette exploration a aussi permis d'engager une recherche théorique autour de ce secteur et de l'environnement dans lequel il avait évolué, notamment au niveau institutionnel au travers du label SMAC. Ces recherches et lectures ont nourri les échanges lors des entretiens. Cette étape a aidé à identifier les différents interlocuteurs clés à contacter pour mener les entretiens.

---

<sup>60</sup> Cf annexe 3 : Les deux grilles d'entretiens et les bibliographies de Lionel Maurel et Laura Aufrère

4/ **Documents transmis par les sociétaires de Soticket** (PV des AG, cahier des charges du prestataire responsable de la billetterie, statuts Socoop signés, compte-rendu des réunions de réseaux autour de la billetterie, questionnaire sur la proposition d'une solution de billetterie aux membres des réseaux FEDELIMA / RIF / SMA, étude de faisabilité en 2015 pour une solution de billetterie commune pour les membres FEDELIMA / RIF / SMA, proposition de la solution aux membres etc).

5/ **Réalisation de onze entretiens semi-directifs** (décrits par la suite)

6/ **Observation participante au CA de la Socoop** : observer le mode de gouvernance et la participation de toutes les parties-prenantes

- *Réalisation des grilles d'entretien*<sup>61</sup>

Suite au travail d'identification des acteurs, deux catégories de sociétaires ont été définies, par conséquent, deux types de guides d'entretien ont été établis :

- Entretien semi-directif à destination des réseaux de professionnels (RIF, FEDELIMA, SMA) + UFISC
- Entretien semi-directif à destination des bénéficiaires et sociétaires de la Socoop

Les grandes thématiques abordées étaient les suivantes, afin que les éléments soient comparables :

- Introduction de l'entretien
- Parcours du répondant, structure dans laquelle il travaille
- Histoire du projet/plateforme Soticket
- Enjeux et changements opérés
- Travail-contribution dans Socoop
- Description de la plateforme : activité, technologie, financement
- Mode de gouvernance/participation/communication/partenerariat
- Difficulté et évolution envisagée

Les guides d'entretiens ont évolué et les questions ont été réadaptées par rapport à l'interlocuteur interviewé (en fonction de son poste par exemple).

---

<sup>61</sup> Cf annexe 4 : guides d'entretien des entretiens semi-directifs

- *Les entretiens semi-directifs*

Le travail est fondé sur 11 entretiens semi-directifs auprès d'acteurs clés de Soticket (Lors des entretiens, ils étaient 35 sociétaires et ils seront 40 à partir du mois d'octobre). Il s'agissait d'avoir un panel varié de personnes interviewées, afin que l'analyse soit la plus pertinente possible, à savoir : fondateurs de la plateforme VS nouveaux sociétaires bénéficiaires ; directeur de salle de musiques actuelles, responsable de la billetterie et de la communication et les réseaux professionnels. Dans le respect des personnes interviewées, l'anonymat desdites personnes sera préservé dans le cadre de cet écrit. Chacun des acteurs rencontrés seront donc repérés à travers leurs missions et fonctions respectives (sauf les personnes ayant des fonctions de représentations et plaidoyers).

- *Présentation des initiatives et des personnes interviewées*

N°	Structure	Statuts/Activités <sup>62</sup>	Personne interviewée
1	<p align="center"><b>UFISC</b></p> <p align="center"><b>Union Fédérale d'Intervention des Structures Culturelles</b></p>	<p>- <b>L'UFISC représente plus de 2 000 structures développant des projets artistiques et culturels qui conjuguent une pluralité d'activités</b> : création et diffusion de spectacles ou d'événements, action culturelle sur un territoire en relation directe avec les populations, création par l'artistique d'un espace public et citoyen, transmission d'un savoir-faire et soutien au développement de la pratique amateur.</p> <p>- <b>Maison des Réseaux Artistiques et Culturels</b> est un outil de mutualisation d'espaces de travail (Espace de co-working, plateforme mutualisée d'innovation et fabrique d'innovation)</p> <p>- <b>Observation Participative et Partagée (OPP)</b> : favoriser l'appropriation des enjeux et des méthodologies d'observation et d'évaluation, de construire des outils et méthodologies partagés permettant l'analyse et l'aide à la décision et de renforcer la connaissance sur le secteur artistique et culturel</p>	<p align="center">Déléguée Générale Patricia Coler</p>
2	<p align="center"><b>FEDELIMA</b></p> <p align="center"><b>Fédération des lieux des musiques actuelles</b></p> <p align="center"><b>Membre fondateur</b></p> <p align="center">+ LA NEF</p> <p align="center"><b>Bénéficiaire à partir de septembre 2019</b></p>	<p>- <b>La FEDELIMA est un réseau national qui fédère des lieux et projets dédiés aux musiques actuelles sur l'ensemble du territoire français.</b> Elle développe dans un souci de complémentarité et de coopération, du niveau local à l'international, toute initiative d'intérêt général en matière de musiques actuelles et accompagne ses membres à anticiper les mutations culturelles, économiques, technologiques, politiques et sociales. Ses démarches se veulent collectives, participatives et ouvertes avec le secteur professionnel, les partenaires publics et territoriaux, les artistes, et plus largement la société civile.</p>	<p>Membre du bureau exécutif, qui représente la FEDELIMA au sein de la gouvernance Soccop.</p> <p>+ directrice de la NEF</p>
3	<p align="center"><b>SMA</b></p> <p align="center"><b>Syndicat des Musiques Actuelles</b></p> <p align="center">+ CHABADA</p> <p align="center"><b>Membre fondateur</b></p>	<p>- <b>Organisation d'employeurs composée de plus de 300 structures</b> - Syndicat de l'ESS, il s'adresse à ceux dont l'activité consiste à diffuser des œuvres, à accompagner des pratiques, à soutenir la création ou à former les praticiens dans le secteur</p> <p>- Souhait de préserver et développer les structures qui revendiquent et cherchent à stabiliser un mode de développement qui repose sur une initiative privée relevant d'une « économie non lucrative de marché »</p>	<p>Vice-président du SMA, membre du CA Socoop</p> <p>+ directeur du CHABADA</p>

<sup>62</sup> Informations provenant de leurs sites internet

		et une hybridation revendiquée des financements (économie mixte associant un soutien des pouvoirs publics et des ressources propres provenant d'actes commerciaux) pour servir des activités d'utilité sociale dans le champ du spectacle vivant des musiques actuelles.	
4	<b>RIF</b> <b>Réseaux des musiques actuelles en Ile-de-France</b> <b>Membre fondateur</b>	- <b>Cette association</b> a pour objet de favoriser la prise en compte et le développement, à travers la diversité des initiatives, du champ des musiques actuelles/amplifiées dans les politiques publiques.  <b>Sa mission principale</b> : représentation politique, concertation et structuration du champ des musiques actuelles / amplifiées en Ile-de-France	Membre du CA  + Co-direction du RIF, Animation territoriale Pôle Essonne
5	<b>CHABADA</b> <b>Membre fondateur</b>	- <b>Association, SMAC</b> - Diffusion musicale et production, soutien initiative culturelle/ écosystème locale, soutien des artistes, mutualisation des salles, médiation/sensibilisation des publics etc	Chargée communication et de la billetterie
6	<b>Les lendemains qui chantent</b> <b>Membre fondateur</b>	- <b>Association, SMAC</b> - Éducation artistique, accompagnement des musiciens et diffusion, coopération sur le territoire etc	Directeur des Lendemains qui chantent
7	<b>La tannerie</b> <b>Membre fondateur</b>	- <b>Association, SMAC</b> - Promotion et diffusion, aide à la pratique amateur et professionnelle, organisation de rencontres, d'échanges et de formations etc	Directeur de la Tannerie - Membre fondateur
8	<b>Superforma</b> <b>Bénéficiaire en 2017</b>	- <b>Association, SMAC</b> - Travail de proximité et ancrage local, accompagnement des artistes, pôle médiation envers les musiciens et le public scolaire, lieu de ressource etc	Chargée de la billetterie et de la communication
9	<b>Le 106</b> <b>Bénéficiaire en 2018</b>	- <b>Régie de personnalisé</b> (mode d'exploitation directe d'un service public par une collectivité territoriale), <b>SMAC</b> - Aide au développement des artistes, production de contenu numérique, festival, diffusion etc	Responsable de la billetterie et de la communication
10	<b>FUZZ'ON</b> <b>Bénéficiaire en 2019</b>	- <b>Association, SMAC</b> - Diffusion d'artistes amateurs ou professionnels, dispositif d'accompagnement et de création, formation, démocratisation des usages numériques,	Chargée de la billetterie et des relations publiques
11	<b>Société Supersonik</b> <b>Prestataire</b>	- <b>SARL</b> - Agence de communication qui gère la billetterie	Responsable de la billetterie

- *Retranscription des entretiens*

Pour pouvoir analyser le corpus, les entretiens ont été retranscrits dans leur quasi-totalité (hors échange : introduction, autorisation à l'enregistrement, etc). Un tableau excel de pré-analyse, découpé en plusieurs thématiques (histoire de la plateforme, gouvernance, communs etc) a été créé, afin d'y reporter les verbatims et croiser les résultats. Pour cela c'est la méthode Highligh Tool<sup>63</sup> qui a été utilisée afin d'exporter les éléments des entretiens selon le code couleur et le type d'information définie.

<sup>63</sup> Méthode Highligh Tool : Outil de gain de productivité qui permet un surlignage des mots/phrases clés avec des codes couleurs selon des thèmes prédéfinis.

## II. ANALYSE DU CADRE DE L'ENVIRONNEMENT

---

“Dans nos sociétés qui se transforment, la question culturelle revient surtout au premier plan comme ce qui permet de faire cohérence et signification minimales pour continuer à vivre et travailler, à rêver et aimer.” (Phillipe Henri, 2014)<sup>64</sup>

Cette partie sert à poser un cadre théorique et analytique en lien avec le secteur des musiques actuelles. Elle vise à éclairer comment la numérisation a transformé la culture, le spectacle vivant et entraîné des phénomènes de concentration, en lien avec les problèmes d’institutionnalisation et la baisse des financements publiques. Elle permet aussi de comprendre l’importance de la billetterie dans l’économie du spectacle vivant et des musiques actuelles. Cela permettra de mieux comprendre pourquoi et comment, la coopérative Socoop que nous allons analyser par la suite, s’est positionnée comme une réponse innovante à ces problèmes émergents.

### 2.1 Industrialisation de la culture sous l’influence du développement numérique

« L’émergence explosive d’Internet a changé de manière irréversible la manière dont les biens et services culturels sont créés, distribués et consommés. En effet, les vagues successives d’innovations du monde numérique ont ébranlé les bases de l’édition, de la musique et du cinéma dans les pays développés comme dans les pays du Sud », introduit Octavio Kulesz<sup>65</sup>, lors de la Convention 2013 de l’UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, dans le cadre d’une analyse des enjeux et des tendances numériques dans le secteur de la culture.

La notion d’industrie culturelle a été introduit par T. Adorno et M. Horkheimer dès 1947 et est née d’une analyse critique de la standardisation et de la reproduction de masse des produits de contenu (télévision, radio, cinéma).

L’UNESCO la définit ainsi : “l’ensemble en constante évolution des activités de production et d’échanges culturels soumises aux règles de la marchandisation, où les

---

<sup>64</sup> Henry P. (2014) *Un nouveau référentiel pour la culture ? Pour une économie coopérative de la diversité culturelle*. Édition de l'Attribut, coll. « La culture en questions », 256 p., ISBN : 978-2-916002-28-6.

<sup>65</sup>Kulesz O. (2013) *Analyse des rapports périodiques des Parties et des tendances numériques contemporaines*. Convention de l’UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l’Éducation, la Science et la Culture) pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles [https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8%20IGC-INF%205\\_Digital\\_FR.pdf](https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8%20IGC-INF%205_Digital_FR.pdf)

techniques de production industrielle sont plus ou moins développées, mais où le travail s'organise de plus en plus sur le mode capitaliste d'une double séparation entre le producteur et son produit, entre les tâches de création et d'exécution".<sup>66</sup>

Le rapport de l'UNESCO met notamment en exergue l'apparition de nouveaux géants du marché culturel, provenant pour la plupart de pays nord-américain, et qui menacent la diversité culturelle. Le processus de concentration du marché culturel et la création de ces écosystèmes clos se construit à travers une même logique : « *une plateforme commence par occuper un espace, qui, grâce à la convergence numérique est commune à toutes les industries culturelles et finit invariablement par s'étendre et à prendre la place d'autres maillons de la chaîne* ». Le cas d'Amazon en est un exemple, il est, à la fois, libraire en ligne, éditeur, vendeur d'appareil comme Kindle...etc. Nous observons donc une captation de l'intégralité de la chaîne de valeur culturelle par les grandes plateformes. La co-directrice du RIF confirme ce mécanisme : « *Ces dernières années, on voit une concentration sur toute la chaîne du spectacle et y compris la billetterie.* »

Pierre-Jean Benghozi, (2005) chercheur français, a porté ses recherches sur les mutations dans le champ des industries culturelles et les effets de la numérisation dans ce secteur. La numérisation transforme, d'une part, l'accès, la production et la diffusion dans le marché des produits culturels, d'autre part la participation et la création. Ce secteur est donc davantage fragmenté mais aussi marqué par la surproduction. On assiste à une mondialisation des acteurs et des intermédiaires entre les créateurs et leurs publics et une multiplication des flux. L'offre des produits culturels sur les plateformes ne cesse donc de croître, ce qui modifie la demande (rapport de l'UNESCO). En effet, dans la logique de « Start System », les plateformes numériques amplifient la concentration de la consommation sur les produits « à la mode » ou encore « populaire », à travers des calculs algorithmiques. De ce fait, cela ne favorise pas la diversité de la demande des produits culturels.

La numérisation de l'économie et cette multiplication des flux génèrent une masse de données importantes sur les produits culturels numériques. Ces données sont alors

---

<sup>66</sup> Définition sur le site internet de l'UNESCO : *Politique pour la créativité. Guide pour le développement des industries culturelles et créatives* <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural%20expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>

recueillies, traitées et détenues par de grands opérateurs privés internationaux le plus souvent. Ces données ne sont pas partagées car elles présentent un avantage concurrentiel important. Elles sont souvent collectées à l'insu des individus donc cela pose des problèmes éthiques.

A l'ère du numérique, du décloisonnement et de la dématérialisation, maintenir la diversité des expressions culturelles est un véritable défi. Les politiques culturelles et publiques ont alors un rôle à jouer afin de soutenir les créateurs et d'offrir une offre variée.

## 2.2. Transformation de la billetterie du spectacle vivant

- *Évolution de la billetterie*

La situation de la billetterie est soumise à des évolutions, notamment technologiques, importantes et rapides (Renard, 2011). L'émission de billets<sup>67</sup> de spectacles, ainsi que leur commercialisation obéit à des règles juridiques, fiscales et contractuelles. La billetterie peut être matérielle ou dématérialisée (billet électronique). Légalisé en 2007, le billet dématérialisé remplace peu à peu le billet papier. Ces mutations nécessitent des investissements en matériel de la part des producteurs et des salles de spectacle (logiciels de billetterie, matériel de contrôle d'accès...).

Traditionnellement, la billetterie s'effectuait sur site, généralement sur le lieu du spectacle et gérée en interne. Depuis l'essor d'internet, elle s'est en partie délocalisée et externalisée avec des opérateurs spécialisés (Réseau France Billet, Ticketnet...), dont certains ont pris le monopole de ce marché. La billetterie occupe une place stratégique dans la filière économique du spectacle vivant. En effet, elle est à l'interface entre l'offre de spectacles et la demande du spectateur donc un outil important de communication et de fidélisation auprès des publics.

---

<sup>67</sup> Définition : « le billet est un contrat conclu entre le spectateur et le producteur/diffuseur : contrat de location, et contrat de prestation de services. Le spectateur, en achetant le billet, loue une place pour assister à la représentation, et est bénéficiaire d'une prestation de services de la part de l'organisateur du spectacle, qui lui présente le spectacle, et ce dans les conditions annoncées au programme et sur les affiches. »  
Cité par Renard, J (2011) *La situation de la billetterie du spectacle vivant en France, physique et dématérialisée*, Ministère de la Culture et de la Communication.

- *L'obligation d'adapter une stratégie commerciale*

*« La numérisation de la billetterie amène la communication à s'intéresser à ce volet là puisque y'a tout le volet relation client qui est apparu. Avec la collecte des données, y' a quelques années, on ne s'interrogeait pas là-dessus ». (Chargée de la billetterie, Superforma)*

Les lieux de diffusion doivent donc pour perdurer, développer des stratégies commerciales en matière de réservation et de ventes de billets et avoir recours à des opérateurs spécialisés. Ces lieux de diffusion ont des profils variés : festivals, lieux labellisés par le Ministère de la Culture : SMAC, le plus souvent sous un statut associatif et aidés par les pouvoirs publics (subvention). Ces choix stratégiques sont essentiels car ils influent sur l'économie du spectacle vivant toute entière, au vu du contexte concurrentielle de l'offre de spectacle<sup>68</sup>

La mise en vente des billets et la communication sont liées. La profession des responsables de la billetterie a donc évolué.

*« Cela fait 10 ans que je travaille ici, c'était d'abord un poste d'accueil physique et de ventes de billet, répondre au téléphone, accueillir les gens et puis, au fur et à mesure, il y a des missions qui se sont ajoutées. Maintenant, j'ai en charge la billetterie, la mise en vente des concerts, la gestion des réseaux, du service après-vente aussi ». (Chargée de la billetterie, Chabada)*

Les données recueillies lors de la vente des billets deviennent un outil de gestion permettant une meilleure connaissance des publics et donc de mieux adapter la programmation proposée. Chaque lieu de spectacle doit alors réfléchir à sa propre stratégie de billetterie et aux canaux de vente de billets à utiliser, notamment en interne et en externe.

- *Un système technique complexe*

Cette nouvelle économie de la billetterie oblige les acteurs à penser une nouvelle logistique mais celle-ci devient de plus en plus complexe. Par exemple, elle nécessite des moyens financiers souvent élevés et des compétences numériques spécifiques. Cette complexité technologique fait partie des facteurs d'externalisation de la billetterie. De

---

<sup>68</sup> Vaclare C., Pussier M. (2004), *L'économie de la billetterie du spectacle vivant*. N°146. Étude commandé par le Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture et de la communication.

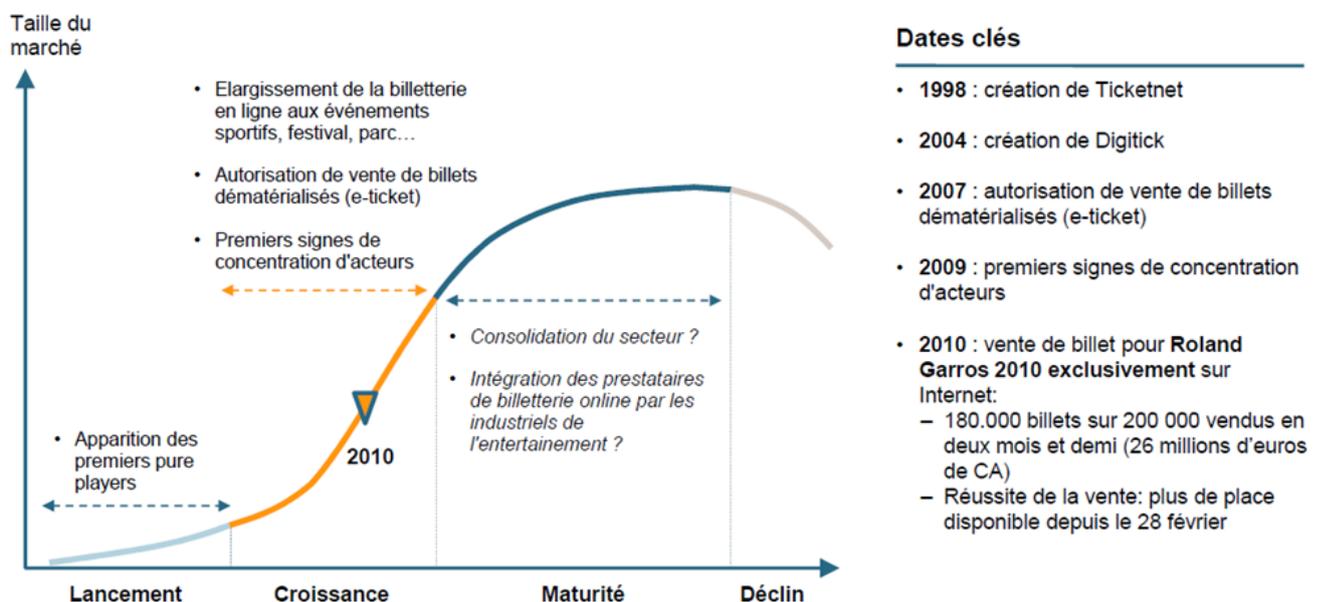
même, que le coût de développement. En effet, la billetterie du spectacle est une activité à faible rentabilité économique, c'est-à-dire que le nombre de billets vendus doit être important pour amortir le coût élevé des investissements techniques nécessaires. Ceci explique en partie la concentration des entreprises spécialisées dans ce secteur autour des quelques « gros opérateurs », rémunérés via le biais d'une commission que paie les spectateurs. De plus, les plus petits acteurs peinent à se rendre visible sur internet et sont contraints de passer par ces opérateurs pour être référencés et davantage visibles.

- *Concentration par une poignée d'acteur*

Une étude réalisée par BERGER Rolland en 2010 : Panorama du marché de la billetterie en ligne, met en exergue cette forte concentration de la billetterie.

## Le marché est en phase de croissance ; les premiers signes d'une concentration du marché sont apparus en 2009

### Maturité du marché de la billetterie en ligne



*\*Pure Player : L'expression fut utilisée à l'origine pour désigner une entreprise dont l'activité était exclusivement menée sur Internet. Par extension, elle permet de désigner une entreprise qui concentre ses activités sur un seul secteur d'activité (définition sur [www.ecommercemag.fr](http://www.ecommercemag.fr))*

## Le marché commence à se concentrer : rapprochement d'acteurs ou intégration verticale par des industriels de l'entertainment

### Concentration du marché – Cas récents



- 2009 : Acquisition de Zepass.com par Digitick.com
- Digitick : historiquement spécialisé dans la vente de billets dématérialisés
- zePASS : spécialiste de la revente "légale" de billets entre internautes
- "Nous avons une demande forte de la part de certains de nos clients pour des outils leur permettant de lutter efficacement contre le marché noir, fléau de la billetterie. Nous pouvons désormais leur proposer une solution sécurisée, efficace et éprouvée, au travers de la plate-forme d'échanges opérée par zePASS."

Emmanuel Guyot, PDG de Digitick

- 2010 : Acquisition de Satori Billetterie par Digitick.com
- Digitick : spécialiste de la vente de billets dématérialisés
- Satori : éditeurs de logiciels de gestion du public et de billetterie pour les établissements culturels, lieux de visite et de loisirs (métier de back-office)
- "L'alliance du savoir-faire des deux spécialistes de la billetterie va permettre au nouveau groupe de conquérir de nouveaux marchés, en France et en Europe, en unissant ressources et technologies"

Communiqué de presse

- 2010 : Fusion de Live Nation avec Ticketmaster
- Live Nation :
  - Géant de l'industrie du spectacle au Etats Unis : 30 000 événements par an (concerts, sports mécaniques, théâtres...) réunissant plus de 60 m de personnes
  - Possède 120 lieux de spectacles (amphithéâtres, arenas...)
- Ticketmaster :
  - Désormais Live Nation Entertainment
  - Vente et distribution de billets pour le compte de ses clients
  - Vente physique et vente en ligne

Rapprochement d'acteurs de la billetterie en ligne

Rapprochement d'acteurs de la billetterie en ligne aux compétences complémentaires

Intégration verticale par un industriel de l'entertainment

Comme nous le constatons, l'informatisation des systèmes a permis à certains réseaux de peser sur la distribution, au travers de grandes enseignes de distribution comme Live Nation, Ticketmaster etc. Pour certains spectacles, la totalité de la billetterie s'écoule donc via ces canaux. Ces grandes multinationales ont été pointées du doigt lors des entretiens par l'ensemble des acteurs interviewés, qualifiés souvent de « prédateurs » ou encore de « parasites ».

*« France Billet, Digitick, TicketMaster, on a vraiment des gens, qu'on pourrait appeler des "parasites". D'un autre côté, c'est un peu comme ça qu'on les voit, c'est-à-dire, ils viennent se greffer parce qu'ils mettent en place un système assez brillant de ventes, mais bon finalement ils viennent se greffer dessus et prendre une commission qui est importante et qui n'est pas supportée par les acteurs mais par le public en fait. »* (Vice-président du SMA et directeur du Chabada)

- *Des techniques marketing agressives*

En effet, les ventes occasionnent des commissions, parfois en cascade, pouvant atteindre jusqu'à 15% de la valeur initiale du billet et sont « captées » par des opérateurs étrangers à la filière du spectacle. Les commissions en cascade sont mises en place par le système marketing de gestion tarifaire, le Yield management (variation du prix du billet, qui peut augmenter si des places d'un concert se vendent très rapidement en raison de son succès). En évoquant cette technique marketing, le vice-président du SMA ajoute :

« Du coup, ça devient un peu du n'importe quoi. Les billets, ils en vendent quatre fois plus chers, du coup, ils ont encore une commission qui est quatre fois plus importante que la première et c'est toujours eux qui les touchent donc c'est un vrai bonheur. En tout cas, c'est un peu tout ça qui finissait par nous agacer ».

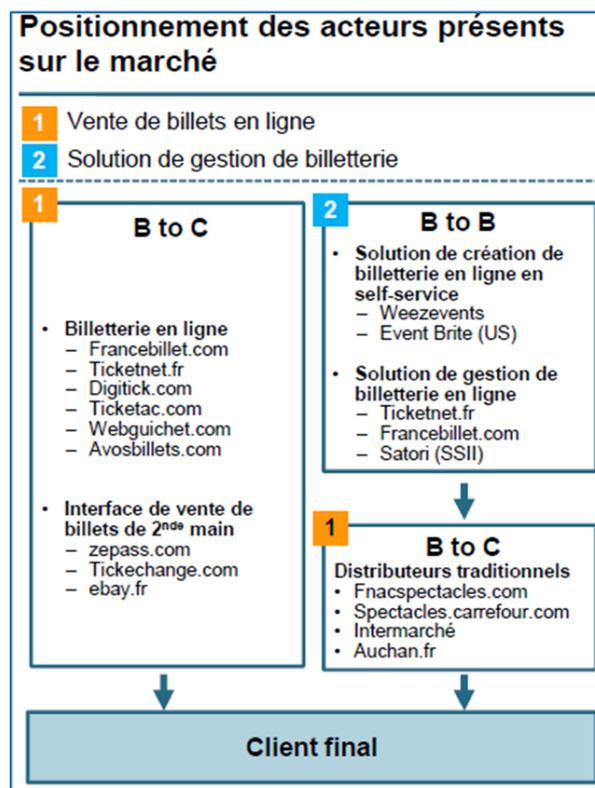
L'objectif de ces grands opérateurs est donc d'optimiser au maximum le chiffre d'affaire et le remplissage des salles, par l'utilisation de techniques de commercialisation parfois agressives et intrusives. Il est apparu des sites promotionnels et agrégateurs de contenus qui redirigent les acheteurs vers les grosses plateformes de ventes. De même, les pratiques d'achat des publics sont analysées afin de mieux cibler les promotions ou les publicités sur les réseaux sociaux.

- *Une nouvelle fracture numérique*

Cette marchandisation du spectacle est croissante ces dernières années. Elle a aussi engendré une fracture « numérique ». D'une part, pour le public, qui a de moins en moins le choix de se passer d'Internet et qui n'a pas de moyens d'accès ou les compétences nécessaires pour commander en ligne. D'autre part, entre les producteurs, avec ceux qui disposent de faibles moyens face aux grandes entreprises de production.

- *Logique de plateforme d'intermédiation*

Il est intéressant de constater la logique utilisée par les plateformes de vente, autour de la notion B to C, B to B. Afin de savoir comment se positionne Soticket dans ce système.



## 2.3. Les musiques actuelles : une filiale impactée

### 2.3.1. Qu'est-ce que les musiques actuelles ?

- *Appellation « musiques actuelles »*

Sur le site de l'OPALE<sup>69</sup>, Organismes d'information, de soutien et de ressources :

« L'appellation « musiques actuelles » désignent un secteur de la culture recouvrant aussi bien le rock que le jazz, les musiques électroniques, les musiques traditionnelles, la chanson, le rap ou les musiques du monde. En bref, tout ce qui ne relève pas des musiques académiques classique et lyrique, mais plutôt des musiques populaires. »

L'appellation des musiques actuelles est un terme institutionnel assez récent et officialisé par le Ministère de la Culture. Il a vu le jour au début des années 90 dans une logique de reconnaissance, notamment avec la création de l'association IRMA<sup>70</sup> (centre d'Information et de Ressources pour les Musiques Actuelles) en 1994. En 1996, il est mis en place le label ministériel SMAC « Scènes des musiques actuelles » afin de soutenir financièrement des lieux de musiques actuelles et favoriser la création, l'enseignement et la diffusion de ces musiques. La construction de ce label a donc permis de reconnaître un certain nombre de projets, de se structurer et de se développer. Ainsi, les acteurs ont pris place dans la construction des politiques publiques de la culture pour les musiques actuelles. C'est un terme débattu dans ce milieu. Lors de l'entretien réalisé avec la co-directrice du RIF, Réseau des musiques actuelles d'Ile-de-France, elle préfère employer le terme de « pratiques actuelles de la musique » :

*« Aujourd'hui, ce terme, on le trouve un peu galvaudé car cela veut tout et rien dire car nous, on a des acteurs qui travaillent beaucoup sur le champ des musiques traditionnelles par exemple, on est moins sur des musiques amplifiées et musiques actuelles. On a l'impression que ces des musiques ne peuvent être pratiquées que maintenant alors qu'elles sont vieilles de 75 ans maintenant ! On ne peut donc pas dire qu'elles sont actuelles. Et avant, c'était même Rock, donc cela excluait toutes les autres. Cela a évolué comme terme. Nous, aujourd'hui, on préfère parler de pratiques actuelles de la musique ».*

---

<sup>69</sup> OPALE est une association nationale qui, depuis 1988, intervient auprès des porteurs de projets artistiques et culturels, notamment les associations, ainsi qu'auprès des acteurs qui les accompagnent : État, collectivités locales, réseaux, fédérations, etc. Depuis 2004, elle porte une mission de ressources pour le Dispositif locale d'accompagnement, un dispositif public national de soutien à l'emploi dans l'économie sociale et solidaire.

<sup>70</sup> IRMA est une association, un centre national de ressources pour les musiques actuelles, financé principalement par le ministère de la Culture.

- *Institutionnalisation*

Dans la définition qu'elle propose lors de notre entretien, elle insiste sur le terme « institutionnalisation » :

*« Le terme des musiques actuelles a été créé dans le cadre de l'institutionnalisation. Pour l'institution. Par l'institution. La création du label SMAC date de l'époque où les musiques actuelles étaient complètement exclues du Ministère de la Culture et assez peu reconnues. Tout un secteur qui s'est battu dans les années 90 pour une meilleure reconnaissance des « musiques dites amplifiées » à l'époque, par l'institution, vis-à-vis d'autres disciplines artistiques qui étaient alors mieux reconnues ». (Co-directrice du RIF)*

Il est intéressant de relever le terme « d'institutionnalisation », source lui-même de contradiction dans la filière du spectacle vivant. En effet, à travers la labellisation des structures, il y a un risque de rendre des structures plus semblables et d'impacter le cœur des projets, l'autonomie des structures et donc d'influer la diversité culturelle.

*« A la fois, on a envie d'être reconnu et à la fois, l'institutionnalisation est un risque de nous fondre un peu et d'uniformiser les projets culturels, et pour nous une scène ne peut pas fonctionner comme une scène nationale et en partie car on a des structures associatives avec une gouvernance citoyenne et qui peut entrer en conflit avec une idée de labellisation. Et l'évolution des politiques publiques est un peu là. » (Co-directrice du RIF)*

- *Défendre la diversité culturelle*

La question de la diversité culturelle a été évoquée plusieurs fois lors des entretiens. C'est un enjeu fondamental pour les acteurs culturels. Le milieu des musiques actuelles est essentiellement associatif, composés par de nombreux militants passionnés et de bénévoles qui se battent pour proposer des projets variés. Nous trouvons aussi des coopératives et des SARL à but non lucratif. Toutes les initiatives interviewées défendaient de fortes valeurs de solidarité et la mixité esthétique des artistes. C'est un secteur qui s'est construit dans des logiques d'initiatives citoyennes et dans une volonté forte d'ancrage territorial. Elles se positionnent dans le champ de l'ESS, de l'éducation populaire, avec des missions d'utilité sociale. De même le secteur est parti-prenante de l'intérêt général.

*« Pourquoi on se dit être partie-prenante de l'intérêt général ? Parce que justement le champ musical à vocation à construire les personnes, à construire leurs capacités d'expression et d'échanges, à construire leur capacité de dire quelque chose du monde. La pratique musicale est directement ancrée dans la dignité de ces personnes, dans leur capacité de se connaître, dans la capacité d'échanger et de partager. C'est en partant de la participation des personnes en tant que partie-prenante à la vie culturelle, pas seulement comme spectateurs, que ces*

*initiatives s'inscrivent dans l'intérêt général : leur pluridisciplinarité qui articule diffusion de spectacle, organisation de pratiques amateur, etc., permet une ouverture nécessaire à la participation du plus grand nombre ».* (Laura Aufrère)

La diversité est aussi omniprésente dans le secteur des musiques actuelles, notamment à travers la pluralité de fonction : lieux pratiques professionnels ou amateurs, lieux de ressources, lieu de production ou d'accompagnement des artistes etc.

### **2.3.2 Les phénomènes de concentrations dans le secteur des Musiques Actuelles**

- *Impact de la numérisation dans ce secteur*

Le principe « de création d'écosystème clos » expliqué précédemment s'applique dans le secteur des musiques actuelles et les acteurs interviewés ont pleinement conscience de cet engrenage. Lors de l'entretien avec la directrice de La Nef et membre du bureau exécutif de la FEDELIMA, elle explique clairement les conséquences de la numérisation dans le secteur du spectacle vivant :

*« Le premier impact n'a pas été sur le spectacle vivant mais il est arrivé sur le spectacle-vivant par la suite. Il y a eu une crise importante dans l'industrie du disque qui s'est effondré avec la numérisation. Tout ce qui était support physique s'était évidemment effondré parce que contrairement à l'industrie du livre, celle du disque n'a pas bénéficié d'une politique publique. La réglementation du prix unique du livre a contribué à sauver pas mal de librairie. Y'a pas de prix unique du disque donc tous les disquaires ont fermé et puis derrière, de toute façon, les gens sont passés sur une consommation dématérialisée. Les gros industriels n'ont eu aucun intérêt à travailler sur ce secteur du coup, et c'est là où ça nous a impacté, ils se sont mis à arriver sur le secteur du Live, du spectacle vivant. On est arrivé sur un système à 360° où les industriels produisent des artistes, éditent leurs musiques, détiennent en plus éventuellement des plateformes de diffusion numérique, détiennent les festivals, et détiennent aussi les billetteries. C'est-à-dire qu'ils sont sur l'ensemble de la filière économique du secteur du spectacle vivant »* (Directrice de la NEF et membre exécutif de la FEDELIMA)

- *Une diversité culturelle impactée*

Ce système à 360°C a de lourdes conséquences sur la diversité culturelle sur les territoires et sur l'ensemble des écosystèmes déjà existants qui s'en trouvent ébranlés. La co-directrice du RIF illustre cela avec deux exemples de festival en Ile-de-France, à travers les deux géants américains, leaders mondiales d'organisation de spectacle et propriétaires de nombreuses billetteries : Live Nation et AEG.

*« On observe des phénomènes de prédation, notamment avec l'exemple des festivals, ces 3 années, on a des gros festivals qui débarquent sur des territoires et qui bouleversent complètement un écosystème sur un territoire ».*

Elle explique que le festival Rock Download, porté par le mastodonte Live Nation, nouvellement arrivé à Brétigny-Sur-Orge (91), a bouleversé tout l'écosystème local, ne se souciant pas des autres organisateurs qui étaient là avant eux, dont beaucoup sont adhérents au RIF. Ils sont « moins rayonnants » pour les collectivités, précise-t-elle, car ces grands groupes proposent des projets clés en main et cela séduit les collectivités locales car la musique est au service du marketing territorial. Le festival Rock en Seine, qui existe depuis 2003 a été racheté en 2017, par le banquier Mathieu Pigasse, associé à AEG. L'acquisition de ce festival par des hommes d'affaires avec des objectifs de rentabilité a des risques pour l'indépendance et la programmation. Elle conclut alors : « On regrette aussi pour la diversité culturelle, que nous, on n'y soit pas ». Un secteur, qui a donc été mis à l'écart par ces géants américains.

- *Un positionnement à trouver*

La directrice de la Nef et membre exécutif de la FEDELIMA explique les difficultés que rencontre le secteur à travers la diminution des aides assorties d'une obligation de résultat. Elle témoigne :

*« La labellisation SMAC peut être une riposte des services publics face à la libéralisation. On a un cahier des charges nous obligeant à mettre en œuvre des mesures facilitant l'accompagnement d'artiste, l'action culturelle, à faire attention aux droits culturels, qui est une notion importante dans le secteur. À diffuser les artistes qui ne seraient pas forcément diffusés sur des grandes salles ou des grands festivals. La labellisation, c'est un peu une protection quant à la position indépendante du secteur. J'emploie le terme indépendant mais c'est compliqué en fait. A la FEDELIMA, on travaille sur cette notion d'indépendance. C'est un terme qu'on emploie beaucoup et qui veut dire beaucoup de choses pour nous et qui en même temps est un peu galvaudé dans le sens où on est indépendant de rien du tout, nous sommes dépendants de plein de choses notamment des pouvoirs publics... Ce que je veux dire par-là, c'est que nous ne sommes pas dans une structure capitaliste ».*

De fait, le secteur doit composer avec une pluralité d'acteurs aux fonctionnements variés. « Le secteur de la musique a toujours été à mi-chemin entre un secteur industriel et commercial assez puissant et l'idée de tiers secteur que nous, on représente », souligne la co-directrice du RIF. Le prestataire Supersoniks mentionne la difficulté au sein même de Socoop :

*« Y a quand même toujours un certain écueil entre le monde associatif et les sociétés. Nous, en tant que société, y a toujours un a priori. Je représente le grand capital quand je suis au CA, parce que nous sommes une SARL. Ce n'est pas si simple que ça de collaborer de manière simple et sereine, il y a toujours des à priori je trouve ».*

La problématique que rencontre ces acteurs, est alors de se positionner dans ce secteur en maintenant leurs missions d'utilité sociale, d'une part, par rapport au modèle marchand et d'autre part, par rapport à la baisse des financements publics. Un équilibre est à trouver. Cela les oblige donc à chercher de nouvelles formes de travail en commun, à développer des méthodes de concertations et de co-construction. Travailler en commun permet alors de conserver des valeurs d'intérêt général et d'être au plus près des besoins sur les territoires. « L'équation pouvant aller jusqu'à 'coopérer ou disparaître' »<sup>71</sup>

#### **2.4. Coopération pour lutter contre les phénomènes de concentration économique et institutionnelle**

Phillipe Henry<sup>72</sup> plaide pour une économie coopérative dans le champ de la culture et l'affirmation d'une gouvernance participative. Il s'agit de repenser les modèles d'organisations sous un prisme autre que l'économie de marché et mettre au cœur des actions la diversité culturelle, les singularités de chacun et les biens communs en se rapprochant de l'économie plurielle et de proximité.

- *Les musiques actuelles : un secteur structuré*

Le secteur des musiques actuelles est très structuré et les acteurs se sont fédérés entre eux pour trouver des réponses de solidarité et de complémentarité en créant des coopérations.

*« Ce qui est surtout intéressant, c'est de voir comment, on a un écosystème des musiques actuelles qui a appris à se connaître, à dialoguer et qui s'est petit à petit et progressivement construit » (Patricia Coler)*

Une richesse partagée entre tous les acteurs interrogés qui mettent en avant la solidarité et l'entre-aide existante à travers cet écosystème, facilité par la présence des réseaux

---

<sup>71</sup> Collectif, (2016), *La coopération entre projets de musiques actuelles*. Enquête menée par le réseau FEDELIMA.

<sup>72</sup> Institut de la Coopération pour la culture (2015), *Investir en urgence dans des modèles économiques de la création artistique plus coopératifs et solidaires*. Rencontre thématique et échange avec Philippe Henri [https://www.institut-culture.eu/wp-content/uploads/2015/05/ICC\\_Contribution7\\_mai-2015.pdf](https://www.institut-culture.eu/wp-content/uploads/2015/05/ICC_Contribution7_mai-2015.pdf)

professionnels, comme le SMA, le RIF et la FEDELIMA. La plupart des lieux de musiques actuelles sont adhérentes à des réseaux professionnels.

- *Logique d'initiative citoyenne*

Les entretiens menés mettent en exergue que le secteur des musiques actuelles s'est construit à travers des logiques d'initiatives citoyennes, avec une ambition affichée de ne pas hiérarchiser les pratiques professionnelles des pratiques amateurs. La question est plutôt portée sur le parcours des personnes et donc sur cette singularité qui contribue à la diversité. La participation citoyenne est à préserver.

*« Chaque personne est un être de culture et qu'il n'y a pas un lieu de bonne culture mais il y a un lieu de diversité culturelle qui doit pouvoir s'agencer dans des relations apaisées. D'où le fait que directement associé à la notion de diversité culturelle, y'a la notion de l'espace démocratique qui organise le débat sur cette diversité de ressources culturelles qu'il y a à construire sur un vivre-ensemble ». (Patricia Coler)*

Le directeur de la tannerie est sur la même ligne : *« Il y avait derrière cela une vraie volonté de travailler ensemble avec des gens qui n'avait pas forcément la même sensibilité esthétique ».*

- *Penser la non-lucrativité*

*« Comment on fait pour être dans un espace, dans un champ musical qui est en parti adossé au marché ? [...] Comment est-ce qu'on se réfléchit à côté d'une industrie qui a été rapidement très concentrée ? »* questionne Patricia Coler

Patricia Coler introduit alors le travail effectué ces dernières décennies par le secteur des musiques actuelles, qui cherche à affirmer un mode de gestion basée sur des valeurs de l'ESS et de non-lucrativité. Pour l'ensemble des acteurs interviewés, ces réflexions étaient dans l'esprit de tous, au sein de leur initiative : comment penser une commercialité non lucrative ?

La question de l'économie hybride est alors omniprésente auprès des acteurs culturels. Les lieux des musiques actuelles ont une économie hybride, tel que présenté précédemment à travers K. Polanyi. Les structures ont majoritairement un statut associatif. Elles reçoivent des subventions par les pouvoirs publics, elles ont des sources de revenus propres à travers la billetterie des concerts et ont aussi des bénévoles donc un

apport non monétaire. De même, elles sont ancrées sur leur territoire et impliquées dans des actions culturelles. Cette pluralité économique peut d'une part, les aider à se développer et d'autre part, leur permettre de se pérenniser. L'hybridation des ressources ne concerne pas uniquement Les ressources financières, c'est-à-dire la recherche d'une mixité de financements, mais aussi de l'économie non monétaire. Jean-Louis Laville, invité du ForuMA (Forum national des musiques actuelles) <sup>73</sup> sur le thème de l'économie plurielle l'explique ainsi : « Une impulsion réciprocaire fondée sur la recherche de sens et les dynamiques de socialisation au sein d'espaces publics de proximité ». Cela fait référence à un engagement citoyen et le désir de s'associer librement pour mettre en commun des actions. L'investissement des bénévoles est indispensable dans les lieux des musiques actuelles, ils font partie-intégrantes de ces structures.

- *Économie coopérative et de solidarité*

Les logiques de coopération et de concertations territoriales sont des questions de plus en plus travaillées dans le champ des musiques actuelles. Ces modalités de collaboration sont prônées par l'ensemble des organisations interviewées.

L'enjeu de ces écosystèmes est de taille. Il permet de pouvoir lutter contre les phénomènes de concentration et la forte concurrence dans ce secteur. Des alternatives, à travers les coopératives se sont ainsi construites face aux différentes formes de marchandisation du spectacle vivant. En cela, Soticket prend place au sein même de ces alternatives à travers la SCIC Socoop.

*« L'envie de s'investir sur Soticket, sur une mission sur la structuration du secteur et l'idée de pouvoir accompagner les structures adhérentes dans la structuration de leurs activités mais aussi dans une réflexion plus solidaire et plus coopérative et qui est en accord avec notre socle d'enjeux qui a été voté cette année à l'AG, autour d'une volonté de contribuer au développement des musiques actuelles mais un développement équitable et solidaire ».*  
(Co-directrice du RIF)

Maintenant que nous avons présenté l'environnement dans lequel a évolué le secteur des Musiques Actuelles et dans lequel se positionne la Socoop, nous allons analyser plus spécifiquement sa structuration et son fonctionnement.

---

<sup>73</sup> Colin B., Opale, (2005), *Économie plurielle, économie solidaire : Deux ou trois choses que je ne sais pas d'elle*. <https://www.opale.asso.fr/IMG/pdf/ecopluriellebruno.pdf>

### III. ANALYSE DE LA PLATEFORME ET DE LA SCIC

---

#### 1. Pourquoi une billetterie collaborative ?

##### 1.1. Identification de l'initiative

**NOM DE LA PLATEFORME** : Soticket

**NOM DE LA SCIC** : Socoop

**SIGLES**



**COORDONNÉES**

- Adresse : La Pépinière de Mai<sup>74</sup>, place du 1er Mai, 63100 Clermont-Ferrand
- Site Web: <http://www.socoop.fr>

**STATUTS**

Soticket est gérée par la coopérative Socoop qui a été créée en mars 2016, sous le statut de SCIC, Société Collective d'Intérêt Collectif, qui prend la forme de société anonyme (SA) à conseil d'administration, à capital variable. Elle est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés et elle est soumise aux impératifs de bonne gestion et d'innovation. Le capital constitué est variable, ce qui permet l'entrée et la sortie de sociétaires. Le coût de la part sociale est de 1000 euros.

**SOCIÉTAIRES**

La Socoop réunit 1/ Les bénéficiaires : des lieux de diffusion et festivals 2/ Les organisations fédératrices : un syndicat - le SMA, un réseau – le RIF, une fédération - la Fédélima 3/ Un prestataire informatique : Supersoniks, 4 / Une collectivité territoriale : Clermont Auvergne Métropole.

---

<sup>74</sup> La pépinière de mai est un pôle appartenant à la Coopérative de Mai. Elle a pour mission d'apporter son soutien à la production et au montage de spectacles, de louer des bureaux équipés, domicilier le siège social des associations, etc. La Coopérative de Mai fait partie des membres fondateurs, l'un de ses administrateurs est l'actuel président du conseil d'administration de la Socoop.

Il y a 10 fondateurs historiques dont les 3 organisations : le RIF, la FEDELIMA et le SMA. La coopérative s'est agrandie et à partir du mois d'octobre 2019, 40 sociétaires sera à son actif.

*Noms des sociétaires identifiés sur leur site internet :*

**FEDELIMA** - Fédération des Lieux de Musiques Actuelles / **RIF** - Réseaux en Ile-de-France / **SMA** - Syndicat des Musiques Actuelles / Café Charbon / Festival Le Chainon Manquant / Chato'do - Blois / Le Confort Moderne / Des Lendemain Qui Chantent / Festival EUROPAVOX / Jazzdor / La Bobine / La Citrouille - Scène des Musiques Actuelles de Saint-Brieuc / La Coopérative de Mai / La Tannerie / La Vapeur @ Dijon / Le Bijou / Le Chabada - Angers (club et salle de concerts) / Le Moulin / Le Novomax / Le Rio Grande / Rocher de Palmer / Le VIP / MAPL / Le Manège / Les Studios - Lorient / Noumatrouff Mulhouse / Paul B. / Plages Magnétiques / Superforma / CD1D.com / Clermont Métropole / illusion & macadam / LaClef Stgermain / SUPERSONIKS / Ville de Paris\*

\*La ville de Paris n'est pas sociétaire mais a participé au financement de Soticket lors de sa création avec une subvention accordée de 10 000 euros. La collectivité Clermont Métropole est sociétaire (collège partenaire économique) et a aussi participé à hauteur de 15 000 euros à sa création.

## **ACTIVITES**

Soticket est une billetterie mutualisée et solidaire. Elle est gérée par la plateforme technique « la billetterie collaborative » de Supersoniks qui a pour mission d'assister les acteurs des musiques actuelles dans la mise en œuvre de leurs outils numériques et offrir un outil autonome de gestion complète de billetterie et de communication (promotion, fidélisation...). Les quatre grandes fonctionnalités : 1/ Paramétrer (tarif, évènement, jauge, paiement en ligne) 2/ Vendre (Invitations, billets, pass, abonnements / en ligne, au guichet, chez les partenaires) 3/ Contrôler (Scan, listing, Billets distributeurs) 4 /Gérer : Historisation, comptabilité, publics, statistiques. Il s'agit d'une solution dématérialisée, accessible en ligne. Le code source est mutualisé, la base de données est autonome par billetterie et chaque structure perçoit directement les recettes. Les interfaces et les paramétrages sont personnalisables et évolutifs.

## **VALEURS**

Les initiateurs du projet ont inscrit la Socoop dans le champ de l'économie sociale et solidaire. Dans les statuts, leurs valeurs affichées sont les suivantes :

- La non-lucrativité : réinvestir l'intégralité des excédents dans le développement du projet,
- La gouvernance démocratique : respecter la règle « une personne / une voix »,
- L'intérêt général : agir pour l'intérêt de tous et non pour celui de quelques-uns,
- Le respect des droits : respecter la réglementation ainsi que la confidentialité des données,
- L'indépendance et la liberté de choix : refuser les logiques de concentration verticale et les oligopoles, devenir propriétaire des applications web qu'elle développe,
- La solidarité : définir des règles et des tarifs qui sont modulés en fonction des moyens de chacun.

## **FINANCEMENT DE LA PLATEFORME**

La contribution financière des bénéficiaires se déroule comme suit :

Type de bénéficiaires	Non sociétaires SoCoop	Non adhérents des réseaux FEDELIMA / SMA / RIF et sociétaires SoCoop	Adhérents des réseaux FEDELIMA / SMA / RIF et sociétaires SoCoop
Abonnement annuel : % CA billetterie	3,5%	3,15%	2,5%
Abonnement annuel : mini / maxi	750€ / 5 000€	675€ / 4 500€	525€ / 3 500€
Droit d'entrée / frais d'installation	1 500€	1 500€	800€

Hors abonnement à la plateforme de paiement en ligne et frais bancaires / Hors matériel (imprimantes et consommables, scanners de contrôle d'accès)

### **1.2. Contexte et histoire du projet**

- *Un constat et un besoin partagé*

Comme nous l'avons vu précédemment, sous l'effet couplé de la reconnaissance institutionnelle du secteur, ainsi que du développement du numérique, la filière des musiques actuelles s'est à la fois transformée et structurée. La FEDELIMA a joué un rôle important dans cette structuration, relayée par des réseaux régionaux comme le RIF, et

appuyée par l'action d'un syndicat de filière, le SMA. C'est donc au sein de ces regroupements qu'est né le besoin d'avancer collectivement sur le sujet de la billetterie pour une gestion maîtrisée de celle-ci. En effet, au vu des comptes-rendus transmis par Socoop, nous identifions plusieurs temps d'échange autour de la question de la billetterie. Citons parmi plusieurs rencontres, en juin 2012 : les Journées Professionnelles Européennes des Lieux de Musiques Actuelles (JPELMA) de Belfort-Montbéliard 2012 sur le thème « Vers un outil de billetterie mutualisé, solidaire et participatif ».

Depuis plusieurs années, les réflexions engagées dans ces réseaux mettaient en exergue des constats partagés, que les acteurs des musiques actuelles ne parvenaient plus à tolérer : sommes prélevées par les intermédiaires en hausse, pratiques commerciales opaques, utilisation abusive des données. De même, ils rencontraient des difficultés à trouver un prestataire étant donné leur multiplicité et étaient dans l'obligation de s'adapter aux changements des usages de consommations des spectateurs. La gestion directe de la billetterie par les producteurs et lieux de spectacles est alors devenue un enjeu de démocratie culturelle. Il était donc indispensable de travailler ensemble à la construction d'une solution de billetterie, tout en respectant des principes éthiques. En effet, les adhérents à ces réseaux partagent des valeurs communes telles que la solidarité entre les membres, la diversité culturelle, l'accessibilité à la culture, la transparence ou la lucrativité limitée. Ils estimaient alors, qu'aucune des offres proposées actuellement sur le marché ne respectaient ces principes. De ce besoin, Soticket est né pour permettre à l'ensemble des membres de ces réseaux d'accéder à un service respectueux de ces valeurs.

Cette idée est affichée dans leur plaquette de présentation professionnelle : « *Avec SoTicket, la billetterie n'est pas un business, mais un outil au service du développement de projets artistiques et des publics.* »

Le projet a d'abord donné lieu à la création d'un groupement informel de préfiguration. En 2013, la FEDELIMA, le RIF et le SMA ont cofinancé une première étude d'opportunité et un comité de pilotage fut créé afin de suivre et valider les différentes étapes de travail. 1/ Effectuer un état des lieux des usages et recueillir les attentes des membres de ces organisations. 2/ Réaliser une analyse approfondie des différentes solutions informatiques et services de billetteries existants et une étude de faisabilité sur la création d'un outil mutualisé. Pour ce faire, quatre structures, parmi les dix membres fondateurs, ont participé au financement de celle-ci (la Coopérative de Mai, Chato'do,

Chabada et Des Lendemain qui Chantent). Ces fonds ont permis d'embaucher un chargé de mission et un consultant web, via la Coopérative de Mai, pendant la période de recherche des différents prestataires.

Suite à des négociations avec les prestataires entre mars et juillet 2015, le Comité de pilotage a retenu la Société Supersoniks et ils ont choisi le modèle économique sous forme de SCIC, avec le projet de faire démarrer la plateforme en 2016.

*« C'était le modèle coopératif qui nous semblait le plus adapté en termes de philosophie. Et puis l'association ne nous convenait pas tout à fait, on pensait vraiment que le meilleur modèle pour ces activités, malgré tout commerciale, était la coopérative et puis surtout c'est l'idée de la coopérative où chaque structure à une voix et peut s'exprimer. Et donc l'idée c'était vraiment : "on mutualise, on mutualise ». (Vice-président du SMA et directeur du Chabada)*

## 2. Outil de billetterie mutualisé

### 2.1. Supersoniks, un prestataire proche de leurs valeurs

« Avec Soticket, on a retrouvé quelque chose qui était cohérent avec notre ADN », raconte la responsable billetterie du 106, bénéficiaire depuis quelques mois.

L'agence de communication qui a été retenue est la SARL Supersoniks, considéré par les fondateurs comme la plus proche des besoins et des valeurs de la majorité des salles. L'étude de marché s'est basée sur un comparatif des fonctionnalités et sur des développements possibles. L'agence offrait un outil souple et adaptable. Les valeurs affichées ont également été déterminantes dans la décision retenue. Le choix du prestataire s'est effectué à travers une volonté de travailler, d'imaginer et de construire une solution avec l'ensemble des acteurs.

*« Supersoniks, c'est une petite entreprise de Tours et pour en avoir discuté longuement avec eux, on est plus proche en termes d'état d'esprit, clairement. Pour la petite anecdote, ils ont cherché longtemps quel statut, ils sont partis sur un statut commercial mais ils ont vraiment exploré la piste de la coopérative pendant longtemps pour leur structure. Ils étaient vraiment sur un modèle un peu moins lucratif dans l'esprit ». (Vice-président du SMA, directeur du Chabada)*

La plus-value de cette agence est que les données appartiennent aux salles (il y a un serveur dédié par structures). Chaque utilisateur reste autonome, dispose de sa propre base de données et est libre de faire ses propres paramétrages. La billetterie par

Supersoniks est une solution logicielle en ligne basée sur le framework open source DRUPAL<sup>75</sup> et cela offre un véritable avantage pour l'utilisateur. Au-delà de 3 ans de contrat avec le prestataire, il peut donc devenir totalement indépendant. Il lui suffit de gérer directement l'hébergement de son application qui est open source et qu'il peut exploiter lui-même sans aucune redevance, ni droit à payer. De plus, la solution ne se limite pas qu'à une billetterie en ligne et propose une palette d'outil complémentaire : outil de promotion, de statistique et de marketing, de gestion et de transmission, point de vente physique.

## 2.2. Un outil créé ensemble par des professionnels : la force de la coopération

L'originalité du projet Socoop est liée au fait que ce sont des acteurs et des organisations professionnelles qui se sont réunis et ont construit un outil collectif en sociétariat. Laura Aufrère évoque cette force : « *Socoop a créé un outil intéressant, fait par des professionnels qui savent ce qu'est un plaidoyer* »

L'UFISC, en tant que confédération, regroupe des fédérations dont les adhérents sont issus de disciplines très diverses mais avec un fort ancrage dans les musiques actuelles. Elle a donc participé à de nombreuses réflexions autour de la billetterie mais elle n'est pas sociétaire de la Socoop. « *Comme c'étaient plusieurs de nos membres, et que cela touchait à des enjeux de concentration et de coopérations, on a suivi les travaux* », explique Patricia Coler, déléguée générale de l'UFISC. Par exemple, l'Union a œuvré sur la notion de la gouvernance collective à travers les coopérations territoriales de types artistiques ou de type PTCE (Pôles territoriaux de coopération économique). De même, elle travaille sur l'enjeu des données et la maîtrise de l'information depuis une quinzaine d'années, avec l'initiative de l'Observation Participante et Partagée (OPP), en collaboration avec la FEDELIMA et l'association OPALE. Ce travail effectué a donc nourri le projet de la Socoop. La richesse de Soticket réside donc dans cette réflexion collective, ce partage de savoir-être et de savoir-faire.

La solution s'est construite sur un socle de réflexion, notamment concernant le contrôle :

---

<sup>75</sup> Drupal est un système de gestion de contenu (abrégé CMS en anglais) libre et open source. Un CMS est un logiciel qui permet de gérer le contenu d'un site Web. Ceci permet aux utilisateurs de faire évoluer le site sans recourir systématiquement à un programmeur. (Définition sur le site [www.drupal.fr](http://www.drupal.fr))

*« Est-ce que c'est la même chose que de l'évaluation, du contrôle ? Dans quelle mesure, il faut fournir des données, à qui, comment les partager ? Quel tronc commun, de quelles données avons-nous besoin ? Comment on laisse la maîtrise à ceux qui la produisent ? ».*  
(Patricia Coler)

Mais aussi sur une expérimentation de l'outil plateforme :

*« C'est vrai que c'est aussi les leçons que nous avons apprises des précédentes plateformes, notamment GIMIC qui existe sur l'OPP, et qui avait au tout début de son histoire, une volonté de devenir une logique de CRM, Customer Relationship Management, donc en tout cas, d'avoir plusieurs outils de gestion qui permettent de remonter de la donnée, mais le projet était tellement gros qu'il n'a pas réussi à aboutir ».* (Patricia Coler)

D'où, l'idée d'assimiler progressivement l'outil Soticket et de ne pas être dans un emballage de fonctionnalité. En effet, les utilisateurs ne sont pas des spécialistes du numérique mais ils bénéficient d'un accompagnement mutualisé et d'une entraide propre à la communauté. Ainsi, par la force de la coopération et du travail en réseau, la billetterie a pu voir le jour et évoluer sur la même base de proposition collective. De plus, cela a permis de professionnaliser et renforcer la structuration des membres des réseaux. Le vice-président du SMA et directeur du Chadada évoque avec satisfaction cette réussite :

*« C'était aussi un acte au-delà des mots, c'est-à-dire parler de solidarité, de mutualisation, là, au moins, c'était la preuve que c'était possible. Y a beaucoup de lieux qui sont en fait attachés à ça et à vouloir utiliser la solution, prendre des parts sociales, parce que c'est vraiment un exemple concret, c'est une belle réussite de 'Comment on peut s'accaparer quelque chose, partir de rien et développer quelque chose pour notre secteur !' ».*

### **2.3. Un outil géré en commun**

Cette billetterie a été conçue et réfléchi par et pour des acteurs des musiques actuelles. Il fallait donc développer un outil efficace et simple en matière de pratiques d'usage. Patricia Coler évoque le côté pragmatique et efficient indispensable à l'outil :

*« Est-ce qu'on est capable au sein d'un réseau de proposer une solution qui soit à la fois suffisamment outillée et efficace en termes de réalité des usages ? Sachant que c'est un point important de l'économie solidaire, c'est-à-dire qu'on est dans de la pratique réelle, dans de la pratique concrète. Y'a une volonté politique, un sens politique, une vision presque utopique mais aussi une pratique très concrète de l'outil qui est proposé ».*

De plus, cette plateforme commune devait correspondre à la réalité d'un maillage de structures hétéroclites, différentes dans leurs tailles, leurs fonctionnements ou encore leurs budgets. L'ensemble des frais et des coûts de développement sont partagés par les

acteurs. En termes de fonctionnalité et d'évolution techniques, les utilisateurs décident collectivement et co-construisent ensemble les fonctionnalités de la plateforme. Un certain nombre de modules complémentaires a donc vu le jour depuis la création de la plateforme.

*« Par exemple, les fonds de billets, on peut créer un joli visuel au lieu d'un fond blanc, mettre de la pub pour un autre concert. C'était une demande provenant des salles et cela a été mis en place. Il y a plusieurs choses comme ça ». (Chargée de la billetterie du Chabada)*

Un mécanisme d'entre-aide et d'auto-formation entre bénéficiaires est mis en place. Depuis peu, une communauté d'utilisateurs s'est formée, à travers une mailing List SoticketUsers (type « FAQ », Foire À Questions), afin qu'ils puissent s'aider mutuellement à régler des problèmes techniques basiques, sans passer par la hotline du service de maintenance de Supersoniks. Les plus expérimentés peuvent accompagner les nouveaux venus. C'est un gain de temps pour le prestataire et pour les utilisateurs qui peuvent avoir une réponse plus rapidement. Mais le fait d'accepter de co-construire et de s'adapter à la collectivité n'est pas facile pour tout le monde.

*« C'est un peu le frein quand on présente la solution à des structures, c'est-à-dire, des structures qui ne veulent pas s'embêter à co-construire la solution et qui souhaitent une solution efficace et fonctionnelle, donc une grande billetterie tout de suite. Ce sont des développements que de créer des solutions et cela demande du temps et cela coûte de l'argent, et que cela soit fait au fur et à mesure. Ce n'est pas évident pour toutes les structures ». (co-directrice du RIF)*

Comme nous pouvons le constater, les sociétaires de Socoop se trouvent donc être au centre de la gestion de l'outil.

### **3. Objectif et enjeux d'une billetterie solidaire**

#### **3.1. Se réappropriier le secteur : un enjeu économique**

L'objectif est de permettre aux membres des réseaux de s'affranchir d'intermédiaires qui prélèvent à leur profit une partie générée par le secteur des musiques actuelles.

*« Les vendeurs tiers, finalement étaient tous des opérateurs qui n'étaient clairement pas dans la culture, qui étaient plutôt des opérateurs financiers [...] Donc l'idée, c'était de se dire, arrêtons de faire fuir de l'argent comme ça du secteur, gardons-le ». (Vice-président du SMA et directeur du Chabada)*

Nous retrouvons donc la forte capacité de domination des industries financiarisées et la puissance des entreprises-plateformes<sup>76</sup>. Il y a donc une captation d'une partie du prix des billets qui part vers des acteurs qui n'apportent aucune valeur ajoutée à la culture. Il s'agissait d'apporter une alternative à ce passage d'intermédiation obligée avec des grosses multinationales et d'éviter cette dépendance des structures à un circuit monopolistique très industrialisé.

*« Elles ont une capacité “d'écrasement”, c'est le terme qui me vient, elles ont une capacité d'organiser les règles de la profession et d'être dans des formes de dépendances et de dominations économiques ».* (Patricia Coler)

Il s'agit donc de gagner en autonomie et de lutter contre la marchandisation de la culture. D'un point de vue plus pratique, la solution Soticket permet aussi de disposer de la trésorerie de manière immédiate et donc de mieux pouvoir anticiper les dépenses et gérer son budget. Ce qui n'est pas le cas avec les autres billetteries (versement des fonds à la date du spectacle). De même, cela permet d'ouvrir le compte à des vendeurs extérieurs comme des offices de tourisme et de connaître en temps réel le nombre de billets vendus. L'enjeu est donc de reprendre la main sur le montant des commissions et éviter des majorations importantes effectuées par les autres groupes.

*« Dans les lieux, c'est un sujet qui préoccupe tout le monde parce qu'on pratique tous des tarifs les plus bas possible et on a un prix du billet qui doit être aux alentours de 14/15 euros en moyenne. Et si vous rajoutez 1,80euros, on est à plus de 10% du prix du billet donc c'est intolérable ».* (Vice-président du SMA et directeur du Chabada)

Chaque structure est libre de mettre une commission. La plupart des structures interviewées absorbaient les 50 centimes de frais de fonctionnement dans leur budget et ne les impactaient pas sur les prix des billets. C'est donc le spectateur qui va bénéficier immédiatement de cet impact positif.

Néanmoins, par souci de visibilité et de communication, l'ensemble des salles utilisent plusieurs canaux de distribution (FNAC, France Billet, Ticketmaster).<sup>77</sup> Pour elles, c'est un impératif de référencement, si elles ne proposent pas ces autres canaux, elles toucheront un public moins large. Il aurait été intéressant de connaître les statistiques de vente en fonction des différents canaux de vente, mais Socoop n'avait pas de chiffres sur ce point.

---

<sup>76</sup> Cf Chapitre 1

<sup>77</sup> Observation faite lors de l'analyse de l'ensemble des billetteries.

*« Superforma est assez récent et peu connu du public, on n'a pas souhaité tout de suite couper ces points de distribution. Idéalement, on aimerait bien arriver à une grande part d'acheteurs sur notre billetterie mais on n'est encore pas là. Nous, l'objectif c'est d'inciter les gens à utiliser notre billetterie mais il y'a un travail d'identification de la part du public. »* (Chargée de billetterie de Superforma)

Le directeur de la Tannerie aussi le confirme : *« Il y a encore pas mal de travail à faire pour que les gens comprennent qu'ils peuvent acheter leur place ailleurs que sur ces grands réseaux ».*

Cela interroge donc sur la communication qui peut être faite via les structures ? Comment gérer cette identification ?

### **3.2. La solidarité entre les acteurs**

Un autre enjeu de Socoop est la mutualisation des ressources et la solidarité entre ses membres, c'est-à-dire rendre accessible à tous les acteurs des musiques actuelles des outils numériques et des compétences, quels que soient leurs moyens, leur taille ou leurs projets. Des mécanismes de solidarité financière sont mis en place, notamment via la taxation sur le chiffre d'affaire *« Donc le principe c'est que les gros paient pour les petits »* explique le vice-président du SMA et directeur du Chabada. De plus, certaines salles prêtent sans frais, leur canal de billetterie à d'autres structures de musiques actuelles de leur territoire lorsqu'ils organisent un évènement.

*« On aide les structures sur le département à se développer en utilisant notre outil ».* (Chargée de la billetterie de Superforma)

*« J'ai toujours milité pour des solutions multi-utilisateurs pour qu'on puisse faire bénéficier des petits utilisateurs qui n'auront pas les moyens de mettre 1000 euros annuel dans la solution. (...) Par rapport à la solution d'avant, ça nous coûte un peu plus cher mais c'est le prix de la solidarité. Ça nous coûte plus cher pour que d'autres puissent l'utiliser. On a accepté de mettre un peu plus cher parce qu'on est raccord avec l'éthique et qu'on a notre mot à dire sur la gouvernance du projet ».* (Directeur des Lendemain qui Chantent)

Cette augmentation de coût ne concerne pas toutes les salles, comme le 106 qui vient récemment de changer de billetterie précise :

*« On était très étonné du prix pas cher du tout, donc on n'a pas honoré le marché en utilisant l'argument de l'économie financière de la dépense publique, puisque pour le coup, on est sous le seuil donc plus besoin de rentrer dans une logique de marché »* (Fonctionnement en régie personnalisée).

L'objectif de cette solidarité tend donc à réduire la fracture numérique, en faisant face aux problèmes de compétences numériques et/ou de moyens matériels que tous les acteurs n'ont pas. Cela permet d'assurer la pérennité de certaines salles et par conséquent, de maintenir la diversité culturelle.

Récemment, un nouveau mécanisme de solidarité a été mis en place, envers des associations qui ne sont pas dans le domaine des musiques actuelles, via le système de paiement en ligne. En effet, ils viennent de passer chez Paygreen, une solution de paiement en ligne plus éthique. Paygreen propose l'arrondi, c'est-à-dire, qu'il est proposé aux spectateurs de faire un micro-don et d'arrondir leur panier au profit d'une association au moment de régler leur billet. De même, « Tree », leur algorithme de compensation carbone, calcule les émissions de gaz à effet de serre émises par les commandes en ligne et leur offre la possibilité de compenser leur empreinte carbone en versant une somme équivalente, pour financer le projet Madre de Dios qui œuvre pour l'exploitation durable du bois au Pérou. En échangeant avec les sociétaires de Socoop, ils étaient peu nombreux à savoir qu'il s'agissait d'une plateforme plus éthique avec un désir de transformer l'engagement des acheteurs en une action positive, solidaire et durable. Cela questionne donc la communication chez Socoop qui semble concentrée uniquement sur l'aspect technique de l'outil.

### **3.3. Se réappropriier les données**

Ici, l'enjeu est double, il s'agit de reprendre la main sur les données, de plus en plus concentrée par une poignée d'acteurs, et de respecter la vie privée des spectateurs en s'inscrivant dans une éthique plus proche de leurs valeurs. De plus, il est nécessaire pour le secteur de pouvoir communiquer afin d'être visible et de fédérer une communauté de spectateur.

*« Comment fait-on quand on est un secteur où des initiatives, des pratiques souhaitent se rendre visible alors qu'on est condamné à l'invisibilité : le champ associatif, le champ de l'économie sociale et solidaire ? Comment fait-on pour se doter de matériels qui nous permettent d'être valorisés ? ». (Patricia Coler)*

Le secteur des musiques actuelles fait face à un manque de données et donc la nécessité de les récolter. Supersoniks n'a aucunement accès à ces données, elles ne sont détenues que par les structures et leurs appartiennent. Elles ne sont ni revendues, ni utilisées de

manière commerciale par d'autres. Pourtant, de manière générale, celles-ci sont peu utilisées par les acteurs des musiques actuelles interviewés :

*« Pour l'instant, on les exploite assez peu. De temps en temps pour faire un petit point sur les fréquentations en fonction des types de concerts. Ça reste assez rudimentaire comme analyse ». (Directeur de la Tannerie)*

*« On ne fait quasiment pas de traitement derrière » (Directeur des Lendemain qui chantent)*

Lorsqu'elles sont exploitées, elles le sont pour cibler la communication.

*« On a un système d'Up/in qui permet de savoir si les gens veulent recevoir de la newsletter, des mailings papiers. Ou des emailings de manière ponctuelle sur des concerts qui ne marchent pas très bien, on va aller chercher sur plusieurs concerts un peu similaires sur les dernières années et on va envoyer un email en disant 'Vous êtes venus à ce concert, vous pourrez apprécier celui-ci ». (Chargée de la billetterie du Chadaba).*

« Les données », un terme en tension et qui met parfois mal à l'aise. Lors des entretiens effectués, dès que la question de l'usage des données est abordée, nous sentons des hésitations, des interrogations. « *Les données clients, 'pour dire le gros mot'* », rapporte la chargée de la billetterie de Superforma. Quand, il est demandé s'ils ont le projet de les exploiter davantage, la plupart ne savent pas vraiment s'ils ont droit de le faire.

*« C'est un peu problématique parce que c'est vrai qu'on a tous envie de conserver toutes les données pour faire des stats, pour faire de la politique commerciale, politique commerciale entre guillemets, parce que nous, ce n'est pas pour emmerder les gens, c'est plutôt pour cibler au mieux la communication et de pas les noyer de mails ». (Vice-président du SMA et directeur du Chabada)*

La plupart se heurte à la question de l'éthique et craignent d'être dans un mimétisme commercial. Reprenons les propos du directeur de la Tannerie qui illustre parfaitement ce tiraillement partagé de tous :

*« Il y a un côté qui est tentant, de recontacter les gens qui sont venus sur une ou plusieurs soirées, qu'on a identifié et tenté de les mobiliser sur une autre soirée. Sauf, que ça se heurte à un travail de traiter les données, les analyser et pouvoir les réutiliser derrière. Et de vouloir être dans cette logique de re-solliciter les gens sur la base de ce qu'ils ont déjà fait. Et ça, ça se heurte à notre vision. C'est tentant mais on n'est même pas sûr que ce soit efficace au final, et on met le doigt dans un engrenage qui est d'utiliser en permanence ce que les gens ont déjà fait pour utiliser ces informations. Au final, c'est des logiques qui sont hyper commerciales derrière. On est toujours partagé sur ce qui est acceptable de faire ou pas ».*

L'utilisation des données questionne donc, notamment en cette période de transition avec la mise en place du RGPD, Règlement Général sur la Protection des Données.

*« On s'interroge beaucoup avec les RGPD et on se pose des questions. Ces données-là qui sont récupérées par pleins d'opérateurs différents, qu'est-ce qu'elles deviennent ? Cela nous a aussi obligés à nous de nous interroger, comment les gens qui viennent voir leur spectacle, comment leurs données sont protégées ? [...] y'a 10 ans, on ne se posait pas du tout la question. La billetterie, c'était juste de vendre des places de concert ». (Chargée de la billetterie de Superforma)*

Chaque salle a sa propre politique de données, ne serait-ce qu'en matière d'informations obligatoires à communiquer lors de l'achat d'un billet (nom, prénom, code postal etc). Quelle exploitation des données dans le respect des principes éthiques ? Comment ne pas reproduire les techniques commerciales ? Ces interrogations sont communes à chaque salle mais ne semble pas être évoquées collectivement au sein de Socoop. Comment redescendre les informations échangées auprès des chargés des billetteries ? Comment cette réflexion peut être collective et partagée ? Comment donc les accompagner dans ces nouvelles pratiques ? Comment les aider à répondre à leur question et rassurer les équipes ? Une chargée de la billetterie évoque ce besoin :

*« Avant que Soticket voit le jour, on en entendait parler sur ces réseaux-là [...] mais je pense qu'il y aurait besoin de plus d'échanges » (chargé de la billetterie, Superforma)*

Pour l'instant, les données sont peu, voire pas exploitées par les salles et ne sont pas mises en commun. Cela interroge cette notion « d'invisibilité » dont parlait Patricia Coler. Est-ce qu'une exploitation efficiente et partagée leur permettrait de justement gagner en visibilité ? Quel partenariat à mener et à développer sur les territoires ? Est-ce qu'une exploitation des données, leur permettrait d'éviter de passer par ces autres canaux de distribution pour être mieux référencé ?

## **4. Modalité d'organisation**

### **4.1. Gouvernance et participation**

Le mode de gouvernance est coopératif, du fait du modèle d'organisation du statut de la SCIC, qui induit donc un écosystème d'acteurs diversifiés. Ce qui est le cas chez Socoop

car elle est composée de plusieurs collègues : les bénéficiaires, les organisations fédératrices, le prestataire, les collectivités. Actuellement, il n'y a pas de salarié mais il y en a eu un, au début du projet, lors de la recherche du prestataire et de la mise en place de l'outil. L'ensemble des parties-prenantes est associé à la gouvernance. Socoop dispose d'un Conseil d'Administration, principalement constitué des membres fondateurs et de directeurs, dans lequel sont prises les décisions stratégiques quant aux orientations de la SCIC. Au vu de l'analyse des comptes-rendus des PV d'AG ou des CA, les thèmes principalement abordés concernent l'outil technique (problématiques des fonctionnalités de la solution, demande de modules complémentaires), les nouveautés réglementaires, les installations de la billetterie et les nouveaux usagers. Les décisions sont collectives et horizontales :

*« La façon dont se rémunère le service chez Socoop, la façon dont se déploie de nouvelles fonctionnalités, tout cela est décidé par nous, les collaborateurs ». (Directeur des Lendemains qui Chantent)*

*« C'est à dire qu'il y a des AG, chacun peut y venir, s'exprimer, c'est même ce qu'il se passe, on fait des développements, implicitement les gens s'expriment et on voit vers quoi on veut aller ». (Vice-président du SMA et directeur du Chabada)*

Il y a une volonté de co-décider, de faire et de choisir ensemble. La question de la gouvernance est principale dans une démarche de l'économie sociale et solidaire, comme nous l'avons évoqué à l'égard de la loi 2014<sup>78</sup>. Elle se veut démocratique. D'ailleurs, la question de la gouvernance démocratique et participative est prédominante au sein de chaque lieu de musiques actuelles, sous forme associative principalement. La directrice de la Nef le spécifie :

*« C'est vrai que dans les structures, on essaie de développer des projets sous un format plutôt horizontale, cette notion de coopérative et de communauté d'utilisateurs, d'entre-aide, de réflexion sur le sujet nous intéressait dans la démarche par rapports à juste être un client d'un prestataire ».*

Néanmoins, nous pouvons observer que les orientations stratégiques et organisationnelles de la SCIC ne semblent être prises que par un petit groupe constitué des membres fondateurs. En effet, le vice-président du SMA mentionne : *« en AG les gens ne viennent pas en fait, pour l'instant en tout cas. On a très peu de gens, hormis les membres fondateurs qui viennent en AG. »*. Cela interroge la participation de chacun dans la

---

<sup>78</sup> Cf Chapitre I. Partie 2. 2.2.4

gouvernance. De même, il apparaît un manque de participation des chargées de la billetterie aux réflexions globales. Globalement, ce constat a été partagé par tous ceux qui gèrent la billetterie au quotidien, ils n'ont pas eu accès aux comptes-rendus des AG.

*« Je n'ai pas participé aux réflexions, cela m'a été amené une fois que c'était bouclé, tout calé et que cela a été installé, je n'ai pas été intégrée à la réflexion, j'ai tout de suite été dans le concret [...] Ça, c'est quelque chose que j'aimerai bien mais qui est un peu compliqué. C'est un peu hermétique, dans certaines salles, pas toutes les salles. J'ai des collègues qui sont un peu dans les mêmes situations, qui sont totalement en dehors de ces considérations-là. On est juste dans l'opérationnel, on n'est pas inclus dans les réflexions globales »* (Chargée de la billetterie du Chabada)

Le CA n'est actuellement constitué que de directeurs de lieux de musiques actuelles, ce qui ne fut pas toujours le cas, rappelle le directeur des Lendemains qui Chantent. Il s'agissait alors de la chargée de la billetterie qui est partie en congé parental.

*« Pendant longtemps on a été la seule structure à ne pas envoyer un directeur ou directrice au conseil d'administration, c'est aussi une des valeurs. Ce n'est pas seulement un directeur ou directrice qui peut gérer ce genre de chose ».* (Directeur des Lendemains qui Chantent)

Une participation plus active des chargées de billetterie pourrait être profitable au projet, apporterait une notion plus pratique de l'utilisation tout en renforçant l'aspect démocratique de la gouvernance. Quand nous échangeons avec les acteurs sur le mode de gouvernance et la participation des sociétaires, les rôles de chacun ne sont pas clairement identifiés.

A ce stade, la question du développement de la SCIC est centrale, notamment le besoin en salarié et la nécessité de repréciser l'organisation et spécifier les rôles de tous. En effet, la gouvernance peut s'effriter car elle ne tient qu'à quelques fondateurs très investis.

*« Pour l'instant, il n'y a pas de salarié, donc c'est pour ça que j'y passe un peu de temps. Enfin, j'y passe un peu de temps, je ne suis pas tout seul d'ailleurs. On est quelques-uns à passer un peu de temps dessus. On doit gérer, moi je m'occupe plus de la partie facturation et les comptes de fin d'année, la clôture d'exercice, la formalisation des congrès, résultats, bilan etc... et puis la compta elle est faite et est saisie à Clermont. Puis là, je fais un peu le suivi tous les jours au fil de l'eau, c'est ça qui est un peu usant. Donc les renseignements, les trucs, à droite, à gauche... Non mais c'est vrai que ça commence à être un petit souci ».* (Vice-président du SMA et directeur du Chabada)

Nous interrogeons donc l'organisation et l'animation durable du multi-sociétariat. Comment assurer la participation de toutes les parties-prenantes ? Comme tout projet partenarial, cela demande du temps et une exigence de rigueur pour assurer sa pérennité. Il est important de poser, avec l'ensemble des parties-prenantes la question de la

gouvernance, de la construction du projet et de la place que chacun peut prendre. L'intérêt du sociétaire dans une coopérative doit dépasser son seul intérêt économique, à savoir bénéficier d'une billetterie à moindre frais.

## 4.2. Communication

- **En interne**

La communication en interne regroupe l'ensemble des actions par l'intermédiaire desquelles chacun des membres de Socoop est informé des décisions, du fonctionnement, des évolutions etc. On observe deux formes de communication, une davantage formelle (temps de réunion, échange par mail via SoticketUser, temps de formation Soticket et les journées réseaux professionnels) et une plus informelle (bouche à oreille, communication entre les chargés de billetterie). Comme souligné précédemment, les chargés de billetterie ne reçoivent pas les comptes rendus des AG et des CA. Ce manque de communication est en partie lié au manque de structuration que nous avons évoqué et à l'absence de salarié. Le vice-président du SMA évoque cette difficulté, notamment à travers la liste de diffusion :

*« Alors, faut la mettre à jour à chaque fois qu'il y a un nouveau et faut pas oublier de mettre la personne. Et ça rejoint, le gros problème de Socoop aujourd'hui, c'est qu'il n'y a pas de salariés dans Socoop ».*

Récemment, deux chargées de billetterie (106 et Fuzz'yon) qui utilisent la solution depuis peu, n'en étaient pas informées et elles ne faisaient pas parties de la communauté SoticketUsers.

La communication descendante (CA vers les membres/chargés de la billetterie) n'est pas formalisée. Dans la pratique donc, ceux qui utilisent la billetterie au quotidien ne peuvent pas réagir sur des décisions qui les concernent directement.

La communication ascendante (utilisateurs vers le prestataire Supersoniks) marche assez bien à travers la messagerie interne à Soticket, il s'agit la plupart du temps d'idées concernant des fonctionnalités supplémentaires. La communication transversale entre les différentes salles fonctionne très bien, souvent de manière informelle. Les interconnexions des différentes structures représentent la richesse du secteur des musiques actuelles. Il s'agit d'ailleurs du premier moyen de recruter de nouvelles structures, comme le précise la directrice de la NEF :

*« On a été abordé à plusieurs reprises ces deux dernières années par des adhérents de Soticket qu'on connaît et qui nous en ont fait la promo en disant que c'était vraiment bien »*

La communication interne est indispensable pour construire un projet commun. Ne serait-il pas intéressant de la structurer davantage afin de développer le sentiment d'appartenance, le sens du collectif et de renforcer les relations entre tous ?

- **En externe**

La communication externe regroupe toutes les actions de communication de Socoop vis-à-vis de l'extérieur. L'étude de chaque page billetterie des salles a permis de mettre en exergue qu'aucune salle ne communique sur les valeurs de Soticket. Il est seulement précisé qu'il s'agit d'une billetterie directe qui permet de ne pas payer de commission. Il n'est pas indiqué qu'il s'agit d'une billetterie solidaire, plus éthique et qui respecte les données clients.

*« On communique sur le fait que de passer sur notre billetterie c'est éviter de passer par des frais de locations supplémentaires et sur notre politique de confidentialité, on précise que les données sont gardées par Superforma et ne sont pas revendues si les billets sont achetés sur notre billetterie mais c'est vrai que l'aspect coopératif de la billetterie sur laquelle on ne communique pas ». (Chargée de la billetterie de Superforma)*

*« En soi pour les spectateurs, ça ne change rien immédiatement ». (Directrice de La Nef)*

Il en est de même pour la Tannerie : *« Il n'y a pas sur notre site Internet de communication ciblée sur Soticket pour expliquer pourquoi on utilise cette billetterie en particulier. Je pense qu'effectivement c'est un manque, c'est quelque chose qu'on a fait sur les réseaux sociaux au début mais qu'on n'a pas refait depuis quelques temps. ».*

Pourtant, cela permettrait de valoriser leur investissement dans les valeurs de l'ESS.

*« Je ne pense pas qu'on mette l'accent sur l'éthique et sur la réflexion qu'il y a derrière. C'est des éléments qu'on ne communique pas forcément au public, sauf à dire, c'est moins cher. Contrairement à d'autres secteurs ESS, qui mettent beaucoup l'accent sur la question de la valeur et de l'éthique, chez nous c'est assez peu mis en avant ». (Directrice de la Nef)*

Les spectateurs n'ont donc pas conscience de passer par une plateforme solidaire. En effet, pour eux, ils imaginent juste passer par la billetterie directe de la salle et méconnaissent les enjeux de celle-ci. Il serait donc important que les membres prennent le temps d'en discuter entre eux pour remédier à ce problème.

*« Cela serait très intéressant qu'on se retrouve à certaines occasions les uns et les autres pour évoquer ces questions-là. Je pense que les gens, le public est à des millions de km de savoir comment ça fonctionne le marché de la billetterie [...] et, c'est quand même un gros rouleau compresseur ». (Responsable de la billetterie du 106)*

Communiquer sur cet aspect pourrait donc être un moyen de présenter les valeurs. Cela pourrait-il être un outil pour faire connaître la solution à de nouveaux partenaires et obtenir de nouveaux des financements ?

### **4.3. Évolution envisagée, partenariat**

Depuis sa création, Soticket s'est considérablement développé. L'ensemble des personnes interviewées est satisfait de cette solution et s'attache aux valeurs que représente cette billetterie : non-lucrativité, solidarité et éthique. En 3 ans, le nombre de sociétaires n'a cessé d'augmenter et l'objectif est d'agrandir encore ce cercle de bénéficiaires. Le développement est un sujet important au sein de Socoop. La question de l'évolution implique alors de nouvelles réflexions. L'objectif de maintenir les valeurs sur le long terme est indispensable, il doit dépasser l'ambition économique.

*« L'enjeu est là, celui de convaincre les structures de passer à la solution. Plus de structures on a, plus c'est partagé. C'est toujours pareil, y'a un équilibre à trouver, un développement qui doit rester proche des valeurs. Est-ce que les utilisateurs de cette billetterie sont censés respecter les valeurs qu'on défend ou pas, je n'en sais rien si la question s'est posée mais à un moment, j'imagine que oui. Est-ce qu'à un moment si Live Nation vient et dit : je veux devenir sociétaire, on répondra non ! j'imagine ce type de réflexion dans le réseau ». (Co-directrice du RIF)*

Un développement rapide signifie néanmoins de repenser l'organisation et la structuration. Les sociétaires et le prestataire ont conscience de ce travail à effectuer en interne. Actuellement, la Socoop gérée par un petit noyau très investi et les tâches sont réalisées par un petit nombre de personnes.

*« Oui bah c'est toujours pareil ces histoires-là, ça tient toujours à des personnes qui s'y collent parce que sinon ça n'avance pas. On se regarde et il ne se passe rien. Après moi je le savais, j'avais vraiment compris " bon bah ok, c'est comme ça" et puis tout en disant ça ira mieux demain et effectivement bon, finalement ça ne sera pas demain, mais après demain... L'essentiel c'est que ça fonctionne, ça tourne, on a réussi et maintenant ça avance et on va pouvoir commencer à avoir quelqu'un donc voilà. On va dire que là on est sur les rails, c'est parti ». (Directeur du Chadaba)*

On peut alors s'interroger sur la pérennité de la gouvernance si les sociétaires les plus investis s'en vont ? Comment rééquilibrer celle-ci et consolider la participation de tous les acteurs ? Lors du CA, le prestataire Supersoniks exprime ses difficultés et ses limites quant à la progression rapide du nombre de sociétaires et donc d'installation de billetteries à faire, notamment lors des festivals, qui ont lieu généralement en même temps. De ce fait, il rencontre des difficultés pour encadrer les équipes en charge de la billetterie sur place. Il spécifie alors que la charge de travail devient trop pesante pour son service et qu'il arrive au bout de son investissement personnel possible. Pour solutionner ce problème, il envisage de recruter une nouvelle personne dans son équipe. Cependant, il évoque des problèmes de formation et de communication en interne aux structures, surtout lorsqu'il y a des turn-overs et que les nouveaux chargés de la billetterie n'ont pas été formé :

*« On ne peut pas se permettre de pas faire de tuilage, de ne pas faire d'accompagnement et de suivi [...] Il y a des équipes qui le font très bien en interne, il y a des équipes sur lequel le tuilage ne se fait pas, pour pleins de raisons ou parce qu'ils sont plus ou moins à l'aise mais cela devient une problématique car nous, on a un vrai impact derrière, on doit corriger des bêtises, à faire de l'assistance de premier niveau qu'on ne devrait plus faire ». (Prestataire Supersoniks)*

Il souligne alors l'importance d'engager une réflexion dans ce sens : *“Y'a un niveau d'accompagnement, une prestation à inventer.”* Il soumet alors de repenser la communication en interne en proposant, par exemple des formations de remise à niveau collective à distance en visioconférence et en organisant des temps de rencontre avec l'ensemble des utilisateurs de la billetterie.

Dans les évolutions à venir, il est donc envisagé d'embaucher un salarié à 20% de temps complet à partir de 2020 via la Coopérative de Mai car celle-ci va créer un 80%. Il s'agit de le compléter et de créer un 100% et ce salarié embauché, travaillera une fois par semaine chez Socoop. En effet, l'année de 2019, leur a permis pour la première fois de faire du bénéfice et de rattraper les pertes cumulées des trois premières années (inférieures à 10 000 euros). Cela apaisera le travail de certains sociétaires. Et surtout, cela pourra alléger le prestataire Supersoniks sur le plan administratif, technique et logistique. Pendant le CA, ils réfléchissent alors au profil de celui-ci car la Coopérative de Mai pensait engager un médiateur culturel. Aura-t-il les compétences techniques nécessaires ? Et surtout, est-ce qu'un temps partiel à 20% suffira à combler les manques constatés ?

Un autre projet est envisagé s'ils font davantage de bénéfiques à terme, c'est de baisser les prix de fonctionnement. Les statuts de la Socoop prévoient qu'il n'y aura aucune répartition des dividendes. Le sujet du développement est donc central. Pour l'instant, chacun travaille sur son territoire au déploiement de la solution auprès des structures des musiques actuelles. Ils ne cherchent pas d'autres catégories de sociétaires afin d'apporter de nouvelles contributions. Cette option serait à réfléchir et à travailler.

*« Après les partenaires et les soutiens peuvent se faire sur des appels à projet, l'aide à l'investissement, sur des appels à projets numériques auxquels parfois on a répondu. Cela peut être des pistes de développements. Après d'autres personnes qui investissent au capital, sans être dans salles de spectacles, je ne sais pas ». (Co-directrice du RIF)*

En évoquant la question de la solidarité et de la fracture numérique entre les petites structures et les plus grosses, la co-directrice du RIF aborde le manque d'accompagnement auprès des plus petites associations qui n'ont pas les compétences numériques ou les moyens financiers pour bénéficier de leur propre canal en toute autonomie :

*« Il n'y a pas d'accompagnement, Supersoniks aide à l'installation mais on n'a pas les moyens humains. Cela pourrait être une idée. Manque vraiment à Socoop un salarié et qui se charge du développement de la solution et qui puisse avoir un accompagnement, lever les freins etc ». (Co-directrice du RIF)*

Cela rejoint la proposition du prestataire Supersoniks et la nécessité « d'accompagner ». A long terme, un autre axe de travail serait à considérer. Serait-il envisageable d'étendre la solution à d'autres acteurs que celui des musiques actuelles ? Le concept de la billetterie solidaire plait en effet, à d'autres structures que le secteur des musiques actuelles. La chargée de billetterie du 106 a par exemple précisé qu'une agglomération l'avait contactée, intéressée par la solution et qu'elle avait ce genre de demande environ une fois par mois. Nous avons eu cet échange avec Patricia Coler concernant le partage des outils et le fait, de les mettre en communs avec d'autres structures qui ne sont pas dans le milieu des musiques actuelles. Elle s'interroge :

*« La question de l'enjeu de la taille va se poser, ça c'est la question de toutes les plateformes. Est-ce qu'il vaut mieux avoir une plateforme alternative unique ou plusieurs plateformes pour proposer plusieurs dynamiques alternatives ? Est-ce que y'a une taille critique pour être sur un modèle économique ou est-ce qu'il vaut mieux privilégier la fonction de l'éducation populaire ? Est-ce que cela a un intérêt, à ce que la plateforme est à rester sur le champ des musiques ? Je ne pense pas, je pense qu'elle peut avoir vocation à s'ouvrir à d'autres disciplines artistiques, voire peut-être au-delà. C'est un véritable enjeu ». (Patricia Coler)*

Elle évoque alors la diversité des initiatives et de l'importance de l'ancrage territorial qui offrent de nombreuses possibilités en termes de partenariat, qui dépasse les musiques actuelles et le spectacle vivant :

*« On peut même imaginer d'autres acteurs alternatifs dans le champ du livre car après tout, faire de la billetterie, c'est de la vente de billets donc ce n'est pas très loin non plus des réflexions qui sont menées dans le champ des libraires aujourd'hui sur la numérisation dans les librairies. Et toutes les plateformes qui sont développées pour faire de la vente de livres à distance. Je pense que dans les années à venir, y'a cet enjeu là, sur des initiatives alternatives, indépendantes, plus petites, qui veulent se situer dans des formes de non lucrativité, d'utilité sociale, comment aussi on se met en commun ? » (Patricia Coler)*

La question du développement et du partenariat est donc un axe important de réflexion, d'autant plus que le nombre de sociétaires ne cessent de croître, la pérennité et le bon fonctionnement de la coopérative en dépend.

## 5. Validation et invalidation des hypothèses

Afin de répondre à la problématique posée, la structure a notamment été analysée sous l'angle de sa gouvernance, de son modèle économique et de son enjeu social. Nous avons deux cadres principaux d'analyse : les communs numériques et l'économie sociale et solidaire. Récapitulons les caractéristiques observées de Socoop :

1/ **Répondre à un besoin collectif** : Le projet de Socoop répond à un besoin largement identifié et partagé dans le milieu des musiques actuelles : la réappropriation de la billetterie par ses utilisateurs. Socoop a donc conçu un outil évolutif permettant l'édition et la gestion de billets, de garder le contrôle des données partagées et de sécuriser sa trésorerie avec un tarif au plus juste.

2/ **Un modèle socioéconomique sous forme de SCIC** : Socoop est une coopérative d'acteurs professionnels avec une gouvernance collective. Il s'agit donc d'un écosystème d'acteurs diversifiés où l'ensemble des parties prenantes s'associe à la gouvernance. Le modèle coopératif a souvent été préconisé, comme nous l'avons relevé dans la partie conceptuelle.

3/ **Une relation qui dépasse le principe marchand** : Cela est prôné dans le cadre de l'économie substantive, c'est à dire que la relation n'est pas uniquement basée sur un principe marchand mais sur une relation d'entre-aide. Socoop est basée sur l'échange et

le don (entre-aide entre les utilisateurs et formation technique entre les membres, création de la communauté FAQ Soticket Users, ou encore la création du site internet et la vidéo de présentation qui a été réalisé par une chargée de la billetterie qui avait des compétences en graphisme). A travers cela, les membres ne sont pas rémunérés, il s'agit d'un don de temps et un échange de savoirs et d'expérience à titre gratuit.

**4/ Un principe de non-lucrativité :** L'ensemble des excédents est réinvesti dans le développement donc dans un but poursuivi autre que le seul partage des bénéfices (loi 2014 sur l'ESS)

**5/ Les utilisateurs (structures membres) sont au centre de la gestion de l'outil :** Il y a une mutualisation des ressources, la propriété est collective et le modèle économique est basé sur une multitude de co-proprétaires. Les acteurs de musiques actuelles ont créé l'outil et le co-développent. Remettre les utilisateurs au cœur de l'outil était prôné par Trébor Scholz dans le coopérativisme des plateformes.

**4/ Soticket est porteuse d'un intérêt collectif et d'un intérêt général :** Cela est lié au statut de la SCIC et la finalité d'intérêt collectif. Socoop a une mission de solidarité entre les membres Elle répond à une mission d'intérêt général : agir pour l'intérêt de tous et non pour celui de quelques-uns, comme cela est inscrit dans leur valeur. En cela, à travers la mutualisation des ressources, elle vise la transformation sociale et dépassent l'offre de service.

**5/ Relation à l'outil et à l'innovation sociale :** Socoop se positionne en faveur d'une économie responsable de la culture et la maîtrise des outils technologiques. Elle n'a pas pour objectif de promouvoir l'innovation en elle-même dans le but de gagner des parts de marché et d'en tirer une rentabilité qui ne profiterait qu'à certains. Elle a pour rôle de rationaliser l'usage du numérique, de le maintenir sur un cheminement vertueux permettant de concevoir des outils apportant une meilleure efficacité aux structures qui les utilisent et de partager l'usage de cet outil. De fait, si des données sont exploitées, elles doivent porter sur l'analyse des usages afin de permettre aux structures de poursuivre leur mission d'intérêt général sur leur territoire. En aucun cas, elles sont revendues.

**6/ Enjeu de transformation sociale :** Outil créé pour les acteurs des musiques actuelles dans un intérêt de solidarité économique. En cela, elle équipe des acteurs engagés qui

favorisent la participation du plus grand nombre à la vie culturelle et artistique sur un territoire. Néanmoins, dans les statuts signés et l'inscription des valeurs, les enjeux et les conséquences d'une billetterie à la fois éthique et solidaire n'apparaissent, ainsi que la relation avec le spectateur via l'outil de cette billetterie. Il n'y a pas d'action de sensibilisation sur l'usage des données.

Ces analyses nous permettent donc de valider les hypothèses émises.

⇒ **Validations des hypothèses**

- **Enjeux des réseaux professionnels** : la coopération permet aux acteurs culturels d'augmenter leur pouvoir d'agir, de lutter contre la marchandisation de la culture et contre des logiques de concentration de la filière.

- **Enjeux de l'outil, de la plateforme collaborative** : Les modalités d'encadrement de la plateforme à travers une gouvernance collective, la non-lucrativité détermine si elle est une plateforme collaborative ou une entreprise-plateforme

- **Enjeux des spectateurs utilisant la billetterie** : la plateforme satisfait de prime abord des enjeux économiques des acteurs culturels et promeut une solidarité entre tous les acteurs. Cet outil favorise la diversité des acteurs et donc la mixité sur les territoires. En revanche, il y'a un défaut d'explicitation des enjeux dans la relation entre spectateurs et salles utilisatrices d'une billetterie solidaire et éthique.

⇒ **Soticket : Est-ce donc un commun numérique ? ou une initiative de l'ESS ?**

Suite à l'analyse de ces éléments, nous pouvons répondre qu'il s'agit d'un commun solidaire. Soticket regroupe parfaitement ces deux concepts : les communs et l'économie sociale et solidaire. Dans des valeurs de non-lucrativité, d'équité et de solidarité économique entre les lieux des musiques actuelles, les ressources sont mutualisées par plusieurs acteurs qui ont co-développé pour un usage commun. Rappelons qu'un bien commun est basé sur une communauté qui s'associe pour gérer ensemble la gouvernance. Ici, les règles sont fixées et les biens sont partagés par des usagers dans un groupe fermé. Le fonctionnement est basé sur des droits d'utilisation et d'accès (installation payante/participation financière aux coûts de fonctionnement) et des devoirs liés à l'usage de l'outil (solidarité de prêts de la billetterie aux petites salles, commissions absorbées

par les salles et pas par les utilisateurs...). Il s'agit d'un commun collaboratif et contributif donc une alternative à la propriété privée.

La plupart des acteurs interviewés évoquait ce double ancrage de Soticket. Par exemple, la directrice de la NEF et Fedelima :

*« Soticket correspond à l'ESS dans le sens où c'est une construction collective liée à un besoin identifié sur plusieurs acteurs avec un investissement de structure associative. Aujourd'hui le forum des utilisateurs fonctionne bien, les usagers discute beaucoup entre eux pour améliorer le modèle. Et aussi sur un outil économique puisqu'il y a beaucoup de transfert d'argent. C'est aussi une réponse à un marché qui devient trop libéral. Par rapport aux spectateurs il y a aussi un respect du traitement des données. Il y a également une question paritaire puisque les droits de location sont moins chers. [...] C'est en communauté qu'on travaille sur ce logiciel, qu'on le fait évoluer, et dans un but de bien commun ».*

Le directeur de la Tannerie a aussi pleinement investi cette notion de commun. Ils sont actuellement en train de changer leur statut d'association vers celui de coopérative :

*« Tout le travail qui est fait autour du bien commun et considéré comme des choses qui appartiennent à la collectivité et qui ne sont pas dans le registre du marché. On est en pleine réflexion sur l'association pour basculer sur une logique de coopératives. Les choses évoluent quand même beaucoup quand on est avec une équipe salariée de 14 personnes et que la dynamique associative au bout de 20 ans commence à s'essouffler un peu, en tout cas elle a changé de nature. C'est important de réfléchir à comment on peut rester une structure inclusive qui prend en compte tout le monde avec une gouvernance qui correspond plus à la réalité des choses, au quotidien plutôt que ce qui était la réalité du début ».*

Pour revenir à la question de départ qui a orienté la recherche de ce mémoire : est-ce qu'une plateforme collaborative peut contribuer à rendre une économie plus solidaire ? Nous pouvons répondre que Socoop y participe grandement, notamment dans le secteur de la culture et des musiques actuelles, à travers la force coopérative et la solidarité envers tous les acteurs.

L'analyse de la coopérative Socoop et de la gestion de la plateforme Soticket, a grandement questionné l'enjeu de l'outil de plateforme. Le chapitre suivant est une conclusion qui met en exergue ces réflexions et fait des préconisations, afin qu'elle puisse consolider son développement et se pérenniser dans la conduite des valeurs qui a guidé sa création.

## TROISIEME CHAPITRE : PERSPECTIVE ET PRECONISATION

### I. REFLEXION SUR LES PLATEFORMES D'INTERMEDIATION

L'analyse de cette initiative a suscité un certain nombre de réflexions, notamment sur la relation aux spectateurs et sur les enjeux sociaux sur le reste de la population. L'ESS est axée vers les initiatives de développement local, de réinsertion et de lutte contre l'exclusion. L'un des objectifs visés est la transformation sociale. Cela nous amène à se questionner sur la réalité des plateformes d'intermédiation et leur finalité sociale. La mise en place d'outils numériques notamment à travers les plateformes collaboratives permet en effet aux acteurs associatifs et culturels de mettre en place des structurations sociales intéressantes mais quel est leur enjeu social et solidaire ?

Les principes de fonctionnement de Socoop via la plateforme Soticket sont de garantir une solidarité entre les structures utilisatrices. Cela pose néanmoins la question de savoir si ces principes de solidarité s'étendent aux spectateurs ? En effet, la solution technique permet d'amoindrir les frais intermédiaires et les commissions pour les spectateurs. Cela passe de 1,80/2 euros à 50 centimes pour certaines salles, voire aucune commission pour d'autres mais cela n'est pas significatif pour ceux qui sont éloignés de la culture. La billetterie est un outil complémentaire qui permet à certains acteurs culturels de produire de la culture. En cela, l'impact sur la diversité culturelle est important mais derrière, n'est-ce pas toujours les mêmes personnes qui achèteront ? Quel mécanisme de solidarité financière peut-il être envisagé pour ramener ces gens plus éloignés vers le milieu culturel ? Cela interroge le modèle, son inscription dans les valeurs de l'ESS, sur la notion de solidarité envers les usagers et sur la réalité du lien social. De plus, les sociétaires Socoop ne mènent pas d'action de sensibilisation sur l'éthique des données. Cela permet d'interroger jusqu'où le positionnement éthique et solidaire s'étend au-delà des structures pour interroger le rapport aux spectateurs. Cet outil peut-il être saisi par les structures pour venir équiper leur politique de médiation culturelle et d'accompagnement des publics ? Et, quel accompagnement aux pratiques des professionnels au sein de leur structure ?

Ce sont des sujets qui ne semblent pas avoir été soulevés par les membres de Socoop par rapport à l'échantillon interviewé. Pourtant, ces actions de sensibilisation s'inscriraient dans la continuité de leurs actions habituelles et pourraient même avoir un impact positif sur la communication avec les partenaires. Lorsque nous en parlions en entretien, les sociétaires trouvaient que cela faisait sens avec la démarche.

*« D'un notre côté, ça a un impact, avec des côtés pratiques comme la gestion des déchets, la consommation de plastique, sur la consommation énergétique. On travaille beaucoup là-dessus, on a une notion de développement durable chez nous. Et du coup ça va de pair avec une communication avec nos partenaires et notre public sur cette démarche là et dans laquelle sera cité cette billetterie solidaire (...) Au moins informer sur qu'est-ce que la RGPD, que deviennent vos données, à qui elles appartiennent et comment vous y avez accès ? Il y a tout un travail de transmission et de sensibilisation qui peut être fait par rapport à ça ».* (Directrice de la Nef)

*« D'un point de vue aussi communication, comme j'ai expliqué, ce n'est pas forcément évident la bascule, ça peut expliquer pourquoi on est allé vers un outil qui va peut-être apporter moins d'avantages. Par exemple, là, les personnes se rendent compte qu'on ne peut plus proposer de bons d'achats. Pour l'instant, dans l'état actuel des choses, Soticket ne le permet pas, donc y'a peut-être une impression de régression si les personnes se préoccupent uniquement de la partie technique donc effectivement, on aurait tout intérêt d'argumenter notre choix d'être passé d'un système à l'autre pour le coup et de les sensibiliser sur des facettes de tout ça dont ils n'ont pas connaissances, notamment de les sensibiliser sur cette question des données ». (Responsable de la billetterie du 106 : 1820 places)*

Ces éléments sont importants à relever car ils questionnent la relation au spectateur. Quelle prise de conscience sur l'éthique des données et la solidarité entre structures ? Quelle différence pour lui d'acheter sur cette billetterie ou une autre (autre que l'aspect financier) ? Nous avons eu cet échange avec Patricia Coler :

*« Cela est très intéressant de discuter de toutes ces logiques là car on est sur typiquement sur notre sujet plateforme mais c'est vraiment la question de l'intermédiation et qu'est-ce qui y'a comme ressort et comme enjeu derrière l'intermédiation que crée une plateforme. On va s'enfermer derrière une logique plutôt consommatrice ou est-ce qu'on est capable de créer des relations autres que celle du marché à travers la plateforme. Et quid des contributeurs de la plateforme, et de leurs travaux cachés et tout ça... [...] Est-ce qu'on va être sur une capacité de créer d'autres types de relations, comme cela a pu se faire sur d'autres champs de l'ESS, comme le commerce équitable, le champ social ». (Patricia Coler)*

Nous abordons ici la capacité à créer d'autres relations aux usagers que celles uniquement basées sur l'échange marchand. Or, la logique actuelle par les salles envers leurs spectateurs poursuit plutôt une logique instrumentale : pas d'information est fournie sur cette billetterie solidaire et éthique. Une réflexion est à mener sur cette relation afin d'éviter à terme une forme de mimétisme du marketing marchand. A titre d'exemple, lors

de notre conversation, nous avons échangé sur l'intérêt social de la plateforme. Nous avons illustré la manière de construire des relations dans le champ du travail social à travers les missions des Promeneurs du Net et des Web Walkers<sup>79</sup>, où la notion d'accompagnement est centrale et l'objectif double. Il s'agit d'accompagner, d'une part les travailleurs sociaux dans l'acquisition de nouvelles pratiques et d'autre part d'accompagner les jeunes pour favoriser une meilleure compréhension et une utilisation raisonnée des outils numériques (développement de l'esprit critique, changement de pratiques...). La plateforme n'est qu'un outil de communication qui offre de nouvelles possibilités. Il n'est pas une fin en soi et ne suffit pas. Patricia Coler rebondit alors sur la manière dont le Ministère de la Culture s'est emparé de la question numérique à travers les micros-folies<sup>80</sup> et le Pass Culture<sup>81</sup> :

*« J'ai l'impression que nous, le Pass Culture, c'est de la consommation malheureusement. Les micros-folies est une plateforme censée être au service des territoires et des personnes mais je ne sais pas exactement quelle est la méthodologie adoptée en termes d'animation et de la relation culturelle du numérique ». (Patricia Coler)*

Construire des relations et accompagner est primordial dans tous les domaines, cela favorise l'émancipation des personnes. Ces réflexions sont nécessaires afin de générer une transformation sociale. En informant et en communiquant sur les valeurs prônées par Soticket, celles-ci s'en trouveraient renforcées et cela pourrait même développer un engagement plus fort chez les spectateurs.

*« En se développant sur le réseau, Soticket peut former une communauté d'échanges. J'entends par-là les abonnements partagés par exemple, entre différentes structures, je sais qu'il y a des endroits où ça fonctionne bien comme vers Tours où il y a plusieurs structures FEDELIMA qui sont sur Soticket. Du coup, les adhérents circulent d'une salle à l'autre et je pense que ça fonde une communauté (...) avec un sentiment d'appartenance à un cercle de consommateurs de culture alternative ». (Responsable billetterie du 106)*

---

<sup>79</sup> Cités en préambule de ce mémoire

<sup>80</sup> « Le projet Micro-Folie, plateforme culturelle au service des territoires, s'articule autour d'un Musée numérique en collaboration avec 12 établissements culturels nationaux fondateurs. En fonction du lieu choisi pour accueillir la Micro-Folie et du projet conçu pour et avec les habitants, plusieurs modules complémentaires peuvent compléter le Musée numérique : un FabLab, un espace de réalité virtuelle, une scène, une bibliothèque/ludothèque ou encore un espace de convivialité. L'objectif est de créer un espace multiple d'activités accessible et chaleureux. » (Cité sur [https://lavillette.com/page/micro-folie\\_a405/1](https://lavillette.com/page/micro-folie_a405/1))

<sup>81</sup> « Ce projet gouvernemental vise à renforcer et diversifier les pratiques culturelles des jeunes Français, et à apporter à l'ensemble des acteurs culturels du territoire un nouveau canal de communication. L'année de ses 18 ans, jusqu'à la veille de ses 19 ans, chaque jeune résidant en France pourra demander l'octroi d'une enveloppe de 500€ à dépenser sur le pass, parmi un large choix de spectacles, visites, cours, livres, musique, services numériques... » (Cité sur <https://pass.culture.fr>)

C'est une piste de travail qui serait intéressante à développer : la communauté de consommateurs de culture alternative. De même, ne serait-il pas nécessaire de créer un des outils de communication communs ? Des besoins ont été exprimés en ce sens.

*« Il nous faudrait des éléments de langage en fait. Si Soticket, nous proposait ça via une newsletter peut-être, ce serait plus facile à utiliser pour nous, y'a plus qu'à poster [...] Ça prend du temps à faire, il faudrait une communication générale, une affiche, que le message soit lissé sur toute la France et que le spectateur voit, s'il passe d'une salle à une autre la même chose, cela serait aussi plus cohérent ». (Chargée de la billetterie du Fuzz'yon)*

L'outil plateforme ne doit-il donc pas dépasser sa fonction première, c'est-à-dire les possibilités qu'il offre en matière d'innovation technologique ? Les acteurs commencent d'ores et déjà à se saisir de l'outil plateforme comme un espace socioéconomique de mutualisation et de coopération. Patricia Coler l'évoquait lorsqu'elle parlait d'étendre l'outil aux librairies et de mettre en commun les outillages et partager la méthodologie, afin d'être plus efficace dans la création des alternatives. Elle évoquait alors le point commun entre les différentes plateformes : le lien entre la question du numérique, l'ancrage territorial et les partenaires territoriaux, ce qui crée une diversité des initiatives.

*« Et donc l'implication de cette diversité dans une réalité de travail pour ne pas penser l'effet magique de la plateforme. L'effet magique de la plateforme, c'est ce qui est en lien avec les travaux sur la question du travail derrière les plateformes, la réalité des contributions derrière les plateformes. Je pense qu'il y a une réflexion assez forte qui doit être portée là-dessus. Et Socoop a une capacité d'action car elle est issue d'un réseau d'acteurs territorialisés et pas dans une logique de Start Up qui pose une idée. Ce serait intéressant la discussion entre les différentes plateformes, quel développement pour demain ? ». (Patricia Coler)*

Ces objectifs font échos à ceux développés par Plateformes en Communs, qui s'est donné pour mission de réunir des plateformes coopératives qui agissent dans divers domaines d'activités afin d'exploiter les synergies entre elles et de consolider leurs parcours.

Nous allons à présent faire des préconisations afin de pallier aux manquements constatés.

## II. PRECONISATIONS

Thématique	Points forts	Points de vigilance	Préconisations
Gouvernance	Décision horizontale et collective (Sociétaires bénéficiaires, organisations fédératrices)	Elle repose sur les fondateurs et quelques acteurs très investis. Cela questionne sur la pérennité et le bon fonctionnement s'ils quittent Socoop  Le CA n'est composé que de directeurs de salles alors que les chargés de la billetterie sont directement concernés et ils sont en première ligne à l'interface avec le public	Favoriser davantage le principe de démocratie participative (participation de toutes les parties-prenantes)  Poser la question de la gouvernance, se questionner sur la démocratie interne et les bonnes manières de s'organiser  Le CA pourrait être composé avec des responsables billetteries notamment lors des nouveaux sociétaires entrants  Communiquer davantage sur les décisions et réflexion en cours  Organiser l'opérationnalité
Communication	Écosystème au sein des musiques actuelles : Acteurs qui se connaissent bien Bouche à oreille fonctionne bien Hotline par et pour les utilisateurs	Auprès des chargés, il y a manque de lisibilité et de transparence sur ce qu'il se passe au niveau des réseaux et aux CA. Certains directeurs n'étaient non plus informés.  Manque de circulation au niveau des comptes rendus Surtout centrée sur la question d'outillage et de technicité  Pas d'outil de communication actuellement	Développer des outils de partage de circulation d'informations et de coordinations.  Formaliser un outil d'évaluation commun (recenser les difficultés, ce qui fonctionne...)  Envisager un outil de communication de gestion de projet collective (plateforme de travail collaboratif qui permet de regrouper des informations par thème), échange de pratique  Développer une stratégie de communication au-delà de la solution technique efficace mais accentuer aussi « l'esprit », le sens coopératif, un plaidoyer
Formation Accompagnement	Solidarité entre acteurs Climat bienveillant Formation et démonstrations dispensées par les utilisateurs	Actuellement, ils sont uniquement formés sur les outils et l'utilisation de la billetterie Des échanges en réunion sur les RGPD Difficultés à évoquer l'utilisation des données, pas assez familiarisé avec cela	Développer l'accompagnement de pratiques entre pairs autour de l'utilisation de la billetterie et sur la communication autour de la billetterie  Former sur l'environnement numérique  Ouvrir un chantier de travail sur l'utilisation des données avec des informations centralisées et créer une chartre « Guide utilisation des données »

<p>Information Action de sensibilisation</p>	<p>Nombreuses actions menées sur les salles de musiques actuelles sur des thématiques choisies (développement durable etc)</p>	<p>Aucune communication sur les sites expliquant aux spectateurs qu'ils sont sur une billetterie solidaire (uniquement en terme davantage financier) et qui ne revendent pas leurs données à des fins commerciales Spectateurs ne font pas la différence entre cette billetterie et une autre</p> <p>Pas de communication qui peut sensibiliser sur leurs pratiques en tant que consommateurs.</p> <p>Sociétaires ne connaissaient les valeurs prônées par Paygreen</p>	<p>Sur les sites de chaque salle, communiquer sur la billetterie, sur ses valeurs en lien avec l'ESS</p> <p>Créer des outils de communication afin de sensibiliser sur la question des données</p> <p>Créer une communauté de culture alternative, développer un sentiment d'appartenance à un cercle de consommateur</p>
<p>Communauté</p>	<p>Sentiment d'appartenance fort aux secteurs des musiques actuelles et les acteurs sont attachés aux valeurs de l'ESS La solidarité est primordiale Notion d'entre-aide</p>	<p>Une FAQ actuellement uniquement basé sur le « côté technique »</p>	<p>Organiser un évènement où ils peuvent se rencontrer, échanger, se donner des idées</p> <p>Fédérer une communauté engagée sur la question des données</p> <p>Impliquer d'autres acteurs comme des collectivités territoriales (et autres acteurs publics de territoire) afin d'essaimer</p>
<p>Territoire d'implantation Influence</p>	<p>Bon ancrage territorial SCIC qui ne cesse de croître Bon essaimage Solidarité envers les plus petites structures</p>	<p>Billetterie proposée exclusivement à des acteurs des musiques actuelles</p>	<p>Faire connaître l'outil et les pratiques des utilisateurs de Socoop à d'autres acteurs au-delà du secteur des musiques actuelles</p>

### III. CONCLUSION GENERALE

Dans l'imaginaire collectif, les plateformes numériques sous toutes sous la même bannière « d'économie collaborative ». Or, mettre Uber, Airbnb ou Blablacar et des initiatives comme Soticket sous la même étiquette « plateforme collaborative » est un sophisme. En effet, quelle est la valeur sociale et de partage des « entreprises-plateformes » ? Le modèle capitaliste qui dirige ces dernières ne permet pas une redistribution de la richesse captée, qui ne profite qu'à des actionnaires. Pis, ces entreprises s'accaparent les différentes strates d'un secteur, jusqu'à le phagocyter complètement afin d'imposer leurs propres règles. Elles ne portent donc aucune des valeurs de l'Économie Sociale et Solidaire. L'économie collaborative a besoin d'être

mieux définie et surtout, le vocable collaboratif n'est pas synonyme de coopératif. C'est pourquoi, il est important de bien différencier les plateformes collaboratives et les plateformes capitalistes, distinction qu'un certain nombre d'auteurs tente aujourd'hui de clarifier. C'est le modèle économique sous-jacent qui est déterminant et le type de gouvernance. Nous pourrions alors nommer les plateformes collaboratives de plateformes numériques coopératives. Par les valeurs qu'elle prône, l'ESS apporte du sens aux acteurs de l'économie collaborative. Ce système n'est pas binaire, l'ESS peut aussi s'inspirer de certaines méthodes d'organisation, comme les pratiques de pair-à-pair.

Cet écrit visait à éclairer les modalités de gestion et d'organisation d'acteurs professionnels qui s'inscrivent dans les valeurs et les pratiques de l'Économie Sociale et Solidaire et des communs. Un rapprochement de ces deux théories est possible. La révolution des plateformes est bien réelle. Que faire donc, pour que la plateforme numérique respecte les valeurs coopératives ? Comment penser les nouveaux modes de vie induits par le numérique ? Quelle aspiration et revendication des acteurs de la société civile ? Et quels nouveaux modes pour faire en commun ? L'ESS est une alternative qui replace l'économie au cœur des projets d'utilité sociale et au service de l'intérêt général. Elle est au croisement de plusieurs modèles, entre modèle de redistribution et réciprocité, entre initiative citoyenne et dialogue avec la puissance publique.

Le terrain d'étude Socoop est un bel exemple de nouvelles alternatives qui se construisent. Face à des phénomènes de concentrations économiques et institutionnelles et face au constat de marchandisation accrue dans le secteur des musiques actuelles, des nouveaux modes de coopérations et de gouvernance voient le jour. La plateforme solidaire Soticket en est un aboutissement. C'est une billetterie mutualisée et gérée par plusieurs acteurs professionnels, dans le respect des valeurs de l'ESS et dans le principe des communs. Elle est une réponse à des besoins collectifs et satisfait clairement des enjeux économiques et de solidarité auprès des petites structures qui n'ont pas les moyens de se financer une billetterie. En cela, elle est source de diversité culturelle, d'émancipation des personnes à travers l'expression et la pratique de leur culture. En effet, les acteurs des musiques actuelles s'attachent à la mixité de pratiques, à la diversité esthétique donc à la libre participation de tous à la vie artistique et culturelle. Pour Farida Shaheed<sup>82</sup> (2015),

---

<sup>82</sup> Shaheed, F. (2015). *Les droits culturels et les libertés artistiques ne sont pas antinomiques !* Nectart, 1(1), 92-98. doi:10.3917/nect.001.0092.

Rapporteuse Spéciale des Nations Unies dans le domaine des Droits Culturels, ce sont ces libertés d'expression artistiques qui garantissent les droits culturels et donc les droits humains. Les enjeux de cette billetterie qui favorise la solidarité entre les différents acteurs ont donc un impact fort.

L'étude de cette plateforme a néanmoins soulevé un certain nombre de réflexions sur l'outil « plateforme » comme levier d'innovation. Ces questionnements sont apparus en miroir de mes expériences professionnelles dans le domaine du travail social, dans le but de réduire la fracture numérique chez les jeunes. Patricia Coler évoquait le fait de ne pas penser « *l'effet magique de plateforme* ». Evgeny Morozov, lui met en garde contre le « solutionnisme technologique »<sup>83</sup>. Ce qui est essentiel, c'est le travail effectué autour de l'outil par l'ensemble des acteurs, dans l'objectif d'avoir un impact sociétal fort : se questionner sur les valeurs et les moyens de parvenir à les respecter, comment concilier modèle économique pérenne et finalité d'utilité sociale ? Comment accompagner les pratiques des professionnels ?

La plateforme numérique est une solution technique. Innovant, cet outil permet de dépasser les frontières, de fédérer et de s'affranchir de contraintes. Malgré tout, il ne s'agit que d'un outil et il n'est pas une fin en soi. Il doit servir de support aux acteurs associatifs et culturels pour augmenter leur pouvoir d'agir, leurs capacités d'actions et leurs pouvoirs de mobilisation. Le numérique offre une véritable possibilité de mise en réseau mais s'il n'est utilisé que comme un outil de mise en relation, sans travail de fond, sans accompagnement auprès des différents acteurs, l'enjeu social et sociétal peut être réduit. Il est alors indispensable de favoriser la participation citoyenne. Les fondements d'un projet doivent reposer sur des critères sociaux multiples. L'innovation ne doit-elle pas être sociale avant d'être numérique ?

---

<sup>83</sup> Cité en préambule

## Bibliographie

- Al Rubee M. (2015), *Le numérique est-il incontournable ?*, Alternatives économiques, les dossiers N°004
- Acquier A., Carbone V., Masse D. (2016), *L'économie collaborative : fondements théoriques et agenda de recherche*, PICO Working paper, Paris, France.
- Amar N., Viossat J.C, Membres de l'Inspection générale des affaires sociales (2016). *Les plateformes collaboratives, l'emploi et la protection sociale*, Rapport IGAS, RAPPORT N°2015-121R.
- Baron G.L., Bruillard E., *Technologies de l'information et de la communication et indigènes numériques : quelle situation ?*, Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication pour l'Éducation et la Formation, ATIEF, 2008, 15, 12 p. hal-00696420
- Borel S., Demailly D., Masse D. (2015), *Comprendre l'économie collaborative et ses promesses à travers ses fondements théorique*, Institut du développement durable et des relations internationales (IDDRI) Working paper Nouvelle prospérité n° 05/15
- Berthelot P. (2015), *Combats et contributions des acteurs artistiques : des musiques actuelles à l'union fédérales d'intervention des structures culturelles*, Chap.6, pp.263-286. In Anne Salmon et Jean-Louis Laville, *Associations et Action publique*, Desclée De Brouwer.
- Berthier A. (2017), *Pourquoi l'économie collaborative n'est pas de l'économie sociale et solidaire*, Magasine 20 Minutes
- Benghozi J.P. (2006), *Mutations et articulations contemporaines des industries culturelles. Création et diversité au miroir des industries culturelles*, La Documentation Française, pp.129-152.
- Bigay R. (2015), *La billetterie du futur : un marché en croissance pour le spectacle*, focus n°101, IRMA
- Broca S. (2015), *Les deux critiques du capitalisme numérique*, hal-01137521 URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01137521/document>
- Cabinet Roland Berger (2010), *Panorama du marché de la billetterie en ligne*. Paris
- Cadron, D. et Levrel J. (2009), *La vigilance participative. Une interprétation de la gouvernance de Wikipédia*. Réseaux, vol. n° 154, n°2, p. 51-89
- Chanal V., Parent R. (2009), *Quels business models pour les plateformes Web 2.0 : les apports de la théorie des marchés bi-faces*. Conférence de l'AIMS, Grenoble, pp.1-27
- Carballa-Smichowski B., Coriat B. (2017), *Économie collaborative. Jalons pour une définition*, Working paper, programme de recherche en communs. CEPN Université Paris 13
- Chaverou E., El Idrissi A., (2015), *Les biens commun, une réponse à la crise*, article France Culture. <https://www.franceculture.fr/emissions/pixel/les-biens-communs-une-reponse-la-crise>
- Collectif, (2016), *La coopération entre projets de musiques actuelles*, Revue Volume! URL : <http://journals.openedition.org/volume/4914>

- Colin B., Opale, (2005), *Économie plurielle, économie solidaire : Deux ou trois choses que je ne sais pas d'elle*. <https://www.opale.asso.fr/IMG/pdf/ecopluriellebruno.pdf>
- Coriat B., Bauwens M., Bellivier F., Benhamou F., Cornu M., Dusollier, S., Zimmermann J.-B. (2015), *Le retour des communs – La crise de l'idéologie propriétaire*. Les liens qui libèrent
- CNNUM (2014), *Neutralité des plateformes*, Rapport du Conseil national du Numérique [https://cnnumerique.fr/files/2017-09/CNNUM\\_Rapport\\_Neutralite\\_des\\_plateformes.pdf](https://cnnumerique.fr/files/2017-09/CNNUM_Rapport_Neutralite_des_plateformes.pdf)
- Daugideos T., Pasquier V. (2016), *La cartographie des initiatives de l'économie collaborative*. The Conversation
- Degavre F. et Lemaitre A. (2008), *Approches substantives de l'économie : des outils pour l'étude des organisations d'économie sociale*, Revues Intervention Économique
- De Boisdeffre M. (al.), (2017), *Puissance publique et plateformes numériques : accompagner l'«ubérisation»* - Étude annuelle, Conseil d'État
- Demailly, D. et Novel, A.-S. (2014), *Économie du partage : enjeux et opportunités pour la transition écologique*, n°3, IDDRI - Science Po. Paris  
URL : [https://www.iddri.org/sites/default/files/import/publications/st0314\\_dd-asn\\_eco-partage.pdf](https://www.iddri.org/sites/default/files/import/publications/st0314_dd-asn_eco-partage.pdf)
- De Rocquigny T. (2018), *A la recherche du bien commun (3/4) : Le numérique, eldorado des communs ?*, <https://www.franceculture.fr/emissions/entendez-vous-leco/a-la-recherche-du-bien-commun-34-communs-et-numerique>, (consulté le 1 octobre 2019). Podcast
- Eloi L. (2018), *L'impasse collaborative : pour une véritable économie de la coopération*, Éditions les liens qui libèrent
- Étude IGAS, (2015), *Enjeux et perspectives de la consommation collaborative*, Rapport final Pôle Interministériel de Prospective et d'Anticipation des Mutations Économiques
- Eynaud P., & Laurent, A. (2017). *Articuler communs et économie solidaire : une question de gouvernance ?* RECMA (n°345), p. 27 à 41
- Eynaud P. et Guibert G. (2012), *La course à la taille dans le secteur associatif des musiques actuelles. De la crise de sens à la proposition alternative d'une plateforme collaborative*, colloque Addes, RECMA no 326
- E-RSE, *Ubérisation : définition – Qu'est-ce que l'ubérisation ?* consulté le 05 septembre 2020.  
URL : <https://e-rse.net/definitions/uberisation-definition/#gs.89rq3u>
- Helly E. (2017), *Le logiciel libre est-il un Commun ?* Récupéré sur Framasoft: <https://framablog.oqrg/2017/09/29/le-logiciel-libre-est-il-un-commun/>
- Henri P. (2019) Conférence-éclair *ESS et Communs : deux approches complémentaires*, Forum du CNLII (Coordination nationale des lieux intermédiaires et indépendants), *Faire commun(S), comment faire ?*
- Hess C. et Ostrom E. (2006), *Understanding Knowledge as a Commons. From Theory to Practice*, The MIT Press

Hess C. (2011), *Inscrire les communs de la connaissance dans les priorités de recherches*, Titre original: The Knowledge Commons as a Critical New Research Agenda. Traduit de l'anglais par Valérie Peugeot. <https://vecam.org/archives/article1307.html>

Kulesz O. (2013) *Analyse des rapports périodiques des Parties et des tendances numériques contemporaines*. Convention de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles [https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8%20IGC-INF%205\\_Digital\\_FR.pdf](https://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8%20IGC-INF%205_Digital_FR.pdf)

Lambrechet M. (2016), « L'économie des plateformes collaboratives. » *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 2311-2312(26), 5-80. doi:10.3917/cris.2311.0005.

Laville J.-L., & Eynaud P. (2017), *ESS et communs : la coopération au service de l'action publique* ». Récupéré sur Le Saas: le-saas.info

Larousserie D. (2014) *Contre le « solutionnisme » numérique. L'historien des sciences Evgeny déboulonne la vision que porte la Silicon Valley*. Magazine le Monde.

Le Crosnier H. (2012). *Inventivité Sociale et Logique du Partage - Elinor Ostrom ou la réinvention des biens communs*. Le Monde Diplomatique. <https://blog.mondediplo.net/2012-06-15-Elinor-Ostrom-ou-la-reinvention-des-biens-communs>

Le Crosnier H., Ertzscheid O., Peugeot V., Mercier, S., Berthaud, C., Charnay, D., & Maurel, L. (2011), *Vers les communs de la connaissance*. Documentaliste-Sciences de l'Information (vol.48), p. 48 à 59.

Le Labo de l'ESS, *Chartre des circuits courts économiques et solidaires*, récupéré sur le site : <http://www.lelabo-ess.org/-circuits-courts-economiques-et-solidaires-.html>

Le labo ESS. (2016), *Economie collaborative & ESS - Je t'aime moi non plus?*, compte-rendu de la rencontre [http://www.rtes.fr/sites/default/files/IMG/pdf/20160512\\_-\\_CR\\_ProspectivESS\\_Eco\\_coll\\_ESS\\_29mars\\_2016.pdf](http://www.rtes.fr/sites/default/files/IMG/pdf/20160512_-_CR_ProspectivESS_Eco_coll_ESS_29mars_2016.pdf)

Le Labo de l'ESS (2017), *La coopération territoriale des structures culturelles*, <http://www.lelabo-ess.org/la-cooperation-territoriale-des-structures.html>

Lemieux-Couture M.C. (2018), *Monopoly numérique*, Magazine Spirale.

Mauss M. (1923), *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Article originalement publié dans l'Année Sociologique, seconde série, 1923-1924

Maurel L. (2018), *Les communs numériques sont-ils condamnés à devenir des Communs du Capital ?*, Blog S.I.LEX <https://scinfolex.com/2018/06/24/les-communs-numeriques-sont-ils-condamnes-a-devenir-des-communs-du-capital/>

Mousson C. (2015), *Les vrais visages de l'économie collaboratives*. Alternatives économiques, les dossiers N°004.

Novel A.S. (2012), *Bauwens : Le peer-to-peer est le socialisme du XXIème siècle*. Interview avec Michel BAUWENS, l'OBS

Polanyi K., (2007), *Le sophisme économiciste*, Revue du MAUSS, 2007/1 (n° 29), p. 63-79. DOI : 10.3917/rdm.029.0063. URL : <https://www.cairn.info/revue-du-mauss-2007-1-page-63.htm>

Renaissance numérique (2015). *Plateformes et dynamiques concurrentielles*. [https://www.renaissancenumerique.org/system/attach\\_files/files/000/000/136/original/Note\\_decryptage\\_Plateforme\\_RN\\_%281%29.pdf?1508510854n](https://www.renaissancenumerique.org/system/attach_files/files/000/000/136/original/Note_decryptage_Plateforme_RN_%281%29.pdf?1508510854n)

Rifkin J. (2000), *L'âge de l'accès : la révolution de la nouvelle économie*, La Découverte, pp. 9-15

Renard J. (2011), *La situation de la billetterie du spectacle vivant en France, physique et dématérialisée*, Ministère de la Culture et de la Communication

Srnicek J. (2018), *Capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal, Lux, coll. « *Futur proche* », trad. Philippe Blouin, ISBN : 978-2-89596-280-9.

Scholz T. (2017), *Coopérativisme des plateformes*, Socialter  
[http://www.socialter.fr/es/module/99999672/380/cooprativisme\\_de\\_plateforme](http://www.socialter.fr/es/module/99999672/380/cooprativisme_de_plateforme)

TERASSE P., (al.), (2016) *Rapport au premier ministre sur l'économie collaborative*. La documentation française  
<https://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/164000100.pdf>

Reilly M. (2008), *Comment un hacker est devenu un combattant pour la liberté ?*, Entretien avec Stallman <https://framablog.org/tag/stallman/page/12/?print=print-search>

### **Sitographie**

<http://blogfr.p2pfoundation.net>

<https://scinfolex.com/>

<https://www.irma.asso.fr>

<https://www.opale.asso.fr/>

<https://coopdescommuns.org/fr/1439-2/>

<https://plateformes.coopdescommuns.org/>

# LES ANNEXES

**ANNEXE 1 :** Plateformes étudiées dans le cadre du projet TAPAS

**ANNEXE 2 :** Tableau récapitulatif des entretiens et des réunions

**ANNEXE 3 :** Guides des entretiens exploratoires :

- Lionel Maurel
- Laura Aufrère

**ANNEXE 4 :** Guides des entretiens semi-directifs

- Entretien semi-directif à destination des réseaux de professionnels (RIF, FEDELIMA, SMA)
- Entretien semi-directif avec à destination des bénéficiaires et sociétaires Socoop

### *Contexte de la recherche*

---



### Appel à projets de recherche 2018 Formes d'économie collaborative et protection sociale

Le projet s'inscrit dans la continuité et le prolongement de travaux de recherche menés au cours des cinq dernières années au CEPN (Centre d'économie de Paris Nord) dans le cadre de l'ANR PROPICE (Propriété Intellectuelle, Communs et Exclusivité) puis du projet « Entreprendre 'en communs' – Droits de propriété, Communs et Entreprise » portés par Benjamin Coriat (Université Paris 13 – Sorbonne Paris Cité).

Ces deux programmes aboutissent à des définitions précises de la notion des communs (Ostrom, 1990) et de celle d'économie collaborative, permettant d'envisager leur recoupement.

### *Questionnement et Objectif de la recherche*

---

- Lever le flou qui entoure la notion d'économie collaborative
- Focus sur l'économie numérique et le modèle de la Plateforme
- Approfondissement de la distinction entre « plateformes capitalistes » et « plateformes collaboratives »
- Étude des plateformes collaboratives :
  - A la convergence des communs numériques et du modèle coopératif
  - Hypothèse : les innovations et les solutions dont les plateformes collaboratives sont porteuses peuvent préfigurer de nouvelles pratiques et régulations de l'économie numérique.

### ***Objectif de l'étude***

---

- Identifier et cartographier des modèles économiques originaux permettant le développement soutenable des plateformes collaboratives
- Analyser les articulations entre les modèles économiques et les modes d'organisation et de valorisation du travail, de protection et d'émancipation des travailleurs et, de manière connexe, de protection des données

### ***Méthodologie***

---

- Études de cas auprès de plateformes collaboratives
- Partenariat avec La Coop des Communs<sup>84</sup>
- Dispositif d'observation participante auprès de son groupe de travail Plateformes en Communs<sup>85</sup>

### ***Échantillon : les neuf études de cas de plateformes***

---

<b>PLATEFORMES</b>	
<b>Oiseaux de passage</b>	Tourisme Solidaire
<b>RYDIGO</b>	Service de Covoiturage
<b>CoopCycle</b>	Livraison à vélo
<b>Mobicoop</b>	Covoiturage
<b>Open Food France</b>	Circuits courts alimentaires de qualité
<b>1DLAB</b>	Streaming culturel équitable
<b>PWIC</b>	Échanges de services et d'objets entre particuliers
<b>France BATER</b>	Réseau d'échange B to B
<b>FRAMASOFT</b>	Association d'éducation pour la défense et la promotion du logiciel libre

---

<sup>84</sup> Lien URL : <https://coopdescommuns.org/fr/1439-2/>

<sup>85</sup> Lien URL : <https://plateformes.coopdescommuns.org/>

**ANNEXE 2 : Tableau récapitulatif des entretiens/réunions**

	<b>Acteurs</b>	<b>Dates des Entretiens semi-directifs ou réunions</b>	<b>Objectifs</b>
<b>TAPAS The are Platforms as Alternatives</b>	Participant au projet TAPAS  Lionel Maurel	<b>Entretien exploratoire semi-directif</b> 17 mai 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître le contexte, les objectifs et la méthodologie de la recherche TAPAS</li> <li>- Connaître les objectifs de la Coop des Communs</li> <li>- Connaître les avancées de l'étude de terrain et quelles sont les plateformes collaboratives étudiées</li> <li>- Connaître sa vision des communs</li> </ul>
	Equipe TAPAS	<b>Réunion à l'IAE de Paris</b> 13 juin 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir où en est l'avancée du projet, quelles ont été difficultés rencontrées, les axes de travail sur l'étude des plateformes</li> <li>- Identifier les variables de l'étude et saisir leurs relations</li> <li>- Observer leur méthodologie de travail et connaître les diverses méthodes qui peuvent être utilisées dans la recherche</li> <li>- Connaître leurs questionnements quant à l'avancée du projet et leurs problématiques</li> </ul>
	Participant au projet TAPAS  Laura Aufrère	<b>Entretien exploratoire</b> 19 juillet 2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître son parcours/partage d'expériences du secteur artistique et culturel alors qu'elle travaillait à l'UFISC</li> <li>- Découvrir la filière des musiques actuelles, son évolution, sa légitimation</li> <li>- Connaître son avis sur les communs et les droits culturels</li> <li>- Avoir des références littéraires afin d'avoir des connaissances théoriques avant de mener les entretiens</li> <li>- Avoir des contacts pour les entretiens à mener</li> <li>- Préciser et reformuler la question de départ</li> <li>- Pouvoir mieux adapter les guides d'entretien</li> </ul>
<b>Organisation professionnelle du secteur artistique et culturel</b>	<b>UFISC</b> Déléguée générale Patricia COLER	<b>Entretien semi-directif</b> 25 juillet 2019 <b>1h20min13</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître les missions, rôle de l'UFISC</li> <li>- Connaître les enjeux globaux d'une billetterie mutualisée et positionnement politique</li> <li>- Connaître les ancrages ESS, territoriaux, quelle approche par les communs, approche par les droits culturels</li> <li>- Connaître les évolutions possibles, les partenariats envisagés</li> </ul>
<b>Sociétaire Socoop - prestataire</b>	<b>Supersoniks</b> Gestionnaire de la plateforme	<b>Entretien semi-directif</b> 4 octobre <b>47min47</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir comment fonctionne la plateforme : utilisation des données/évolution etc (solution de logicielle basée sur le framework open source DRUPAL)</li> </ul>

<b>Sociétaires Socooop Organisation professionnelle</b>  <b>Membre fondateur + membre du CA</b>	<b>RIF</b> Réseau Francilien Co-directrice, responsable secteur 91	<b>Entretien semi-directif</b> 26 juillet 2019 <b>1h14min08</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître les missions, rôle de ces différentes organisations</li> <li>- Connaître l'environnement dans lequel a évolué le secteur des musiques actuelles</li> <li>- Connaître les effets de la numérisation dans le secteur</li> <li>- Connaître les enjeux de coopérations dans le secteur</li> <li>- Connaître les enjeux d'une telle billetterie, contexte, histoire du projet, modalité organisationnelle</li> <li>- Connaître les évolutions possibles, les partenariats envisagés</li> </ul>
	<b>FEDELIMA</b> Groupement National Membre exécutif du bureau et directrice de la NEF	<b>Entretien semi-directif</b> 23 juillet 2019 <b>52min</b>	
	<b>SMA</b> Organisation Syndicale Directeur du CHABADA et Vice-Président du SMA	<b>Entretien semi-directif</b> 22 juillet 2019 <b>1h04min07</b>	
<b>Sociétaires Socooop Bénéficiaires</b>	<b>Le CHABADA</b> Chargée de la billetterie	<b>Entretien semi-directif</b> 22 juillet 2019 <b>38min14</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir qui gère la plateforme, quelle liberté de gestion, quel lien avec Supersoniks, quelle gestion et quel recueil des données ?</li> <li>- Savoir comment ils prennent part à la gouvernance, quelle communication ?</li> <li>- Connaître la participation des différentes parties prenantes</li> <li>- Connaître l'impact sur l'activité, le secteur des musiques actuelles et l'impact sur les usagers ?</li> <li>- Connaître l'impact financier, existe-il une forme de solidarité entre les différents acteurs ?</li> <li>- Connaître la forme de mutualisation</li> <li>- Savoir si Socooop s'inscrit dans le principe des communs et de l'ESS</li> </ul>
	<b>Les Lendemain qui chantent</b> Directeur	<b>Entretien semi- directif</b> 24 juillet 2019 <b>58min</b>	
	<b>La tannerie</b> Directeur	<b>Entretien semi- directif</b> 30 juillet 2019 <b>1h12min</b>	
	<b>106</b> Responsable de la billetterie et de la communication	<b>Entretien-semi directif</b> 07 septembre 2019 <b>45min04</b>	
	<b>Superforma</b> Chargée de la billetterie et la communication	<b>Entretien-semi directif</b> 09 septembre 2019 <b>36 min 03 sec</b>	
	<b>Fuzz'on</b> Chargée de la billetterie et des relations publiques	<b>Entretien-semi directif</b> 26 septembre 2019 <b>26min 46</b>	
	<b>7 Sociétaires présents</b>	<b>Observation participante Réunion CA</b> 3 octobre 2019 <b>1h24min</b>	

## 1. ENTRETIEN EXPLORATOIRE - Lionel Maurel

### Participant au projet TAPAS

Lionel Maurel<sup>86</sup> est juriste de formation et conservateur de bibliothèques, en poste à l'Institut National des Sciences Humaines et Sociales (INSHS) du CNRS, où il occupe les fonctions de directeur adjoint scientifique en charge des questions d'information scientifique et technique (IST). Auteur du [blog S.I.Lex](#) depuis 2009, il est spécialisé dans les questions de propriété intellectuelle et de droit du numérique. Ses champs de recherche couvrent la propriété intellectuelle (principalement le droit d'auteur), le droit de l'Internet et le droit de l'information, le droit de la culture, les licences libres et la culture libre, l'édition numérique, l'Open Access, l'Open Data, la protection des données personnelles et de la vie privée, la question des Communs. Il est membre du Comité de la prospective de la CNIL, du Comité Scientifique et Technique du CCSD et du Comité pour la Science Ouverte. Co-fondateur du [collectif SavoirsCom1](#) dédié aux politiques publiques des Communs de la connaissance, il est également membre fondateur de [la Quadrature du Net](#), association de défense des libertés dans l'environnement numérique.

#### *Objectifs de cet entretien :*

---

- Connaître le contexte, les objectifs et la méthodologie de la recherche TAPAS
- Connaître les objectifs de la Coop des Communs
- Connaître les avancées de l'étude de terrain et quelles sont les plateformes collaboratives étudiées
- Connaître sa vision des communs

---

<sup>86</sup> <https://cv.archives-ouvertes.fr/maurel-lionel>

## **1. Introduction de l'entretien**

Bonjour, merci de me recevoir. Je travaille dans le secteur médicosocial dans des foyers jeunes travailleurs (explication de mon poste et mission sur l'inclusion numérique). En parallèle, je suis étudiante Master Économie Sociale et Solidaire au CNAM et je réalise un mémoire sur les plateformes collaboratives. Mon directeur de mémoire, Philippe Eynaud, m'a proposé d'intégrer leur équipe de chercheurs universitaires et/ou des acteurs engagés dans l'association La Coop des Communs dans le cadre du projet TAPAS dont vous faites partie. Je souhaiterais que vous me parliez davantage du projet et des plateformes collaboratives qui y sont étudiées et pourquoi ? Quels sont les outils, les acteurs qui y participent et quelle collaboration ?

## **2. Thématiques et questions abordées**

- Parcours professionnel/partages d'expériences
- Cadre du projet de recherche TAPAS/composition de l'équipe/avancée du projet/méthodologie
- Qu'est-ce que la Coop de Communs ? Objectifs/Fonctionnement
- Quelles plateformes collaboratives sont étudiées dans le cadre de la recherche ? Comment ont-elles été identifiées ? Quelle gouvernance ? Quels enjeux ?
- Quels sont les biens communs ? Quels critères on se donne pour les définir ?
- Quels ont été les premiers éléments d'analyses ?
- Quel recueil des données ? quelle éthique des données ?

## 2. ENTRETIEN EXPLORATOIRE - LAURA AUFRERE

### Participante au projet TAPAS

Laura Aufrère<sup>87</sup> a étudié les sciences politiques et a travaillé pendant dix ans dans le secteur culturel, dont cinq ans en tant que coordinatrice de l'union représentant, en France, les initiatives de spectacle vivant/enregistré et des arts visuels se reconnaissant de l'économie sociale et solidaire (UFISC). Elle est maintenant doctorante (CEPN – Paris 13), et travaille sur les dynamiques d'économie sociale et solidaire et des communs dans le secteur culturel (collectifs et initiatives en communs, processus de coopération, gouvernance, protection sociale, modèles sociaux de solidarité, modèles économiques))

#### *Objectifs de cet entretien :*

---

- Connaître son parcours/partage d'expériences du secteur artistique et culturel alors qu'elle travaillait à l'UFISC
- Découvrir la filière des musiques actuelles, son évolution, sa légitimation
- Connaître son avis sur les communs et les droits culturels
- Avoir des références littéraires afin d'avoir des connaissances théoriques avant de mener les entretiens
- Avoir des contacts pour les entretiens à mener
- Préciser et reformuler la question de départ
- Pouvoir mieux préparer mes guides d'entretien

#### **GUIDE D'ENTRETIEN**

---

##### **1. Introduction de l'entretien**

Bonjour, merci de me recevoir. Je travaille dans le secteur médicosocial dans des foyers jeunes travailleurs (explication de mon poste et mission sur l'inclusion numérique). En parallèle, je suis étudiante Master Économie Sociale et Solidaire au CNAM et je réalise un mémoire sur les plateformes collaboratives. Mon directeur de mémoire, Philippe Eynaud, m'a proposé d'intégrer leur équipe de chercheurs universitaires et/ou des acteurs engagés dans l'association La Coop des Communs dans le cadre du projet TAPAS dont vous faites partie. Je voulais vous rencontrer afin de savoir pourquoi vous avez souhaité

---

<sup>87</sup> <https://www.alliance-editeurs.org/laura-aufrere-membre-du-bureau,1225>

choisir l'initiative de Soticket dans le cadre du projet TAPAS, connaître votre expérience quant au secteur artistique et culturel notamment quand vous avez travaillé à l'UFISC. J'ai lu des articles vous concernant et j'ai vu être intéressée aux questions des communs et j'aimerais donc en savoir plus concernant les communs et les acteurs culturels.

## **2. Thématiques et questions abordées**

- Parcours professionnels/partage d'expérience quant aux initiatives de spectacles vivants, musiques actuelles se reconnaissant de l'ESS
- Pourquoi avoir travaillé la question des biens communs ?
- Parlez-moi de l'UFISC, son fonctionnement, ses valeurs
- Comment fonctionne les regroupements RIF, Fédélima, SMA ? Est-ce la première fois qu'ils construisaient un outil commun ?
- Pourquoi avoir choisi le projet SoTicket comme étude dans le projet TAPAS ?
- Pourquoi une billetterie solidaire ? Quels enjeux ? Pourrai-je avoir votre avis par rapport à la marchandisation du spectacle ? Dans vos articles, vous parlez de culture sous l'angle des droits culturels, via le droit à la participation, pouvez-vous m'en dire plus ?
- Parmi tous les sociétaires référencés sur le site de Soticket, que privilégiez-vous ? A votre avis, qui pourrais-je rencontrer ? Avez-vous des noms, des contacts ?
- Quelle littérature me conseillez-vous ? Auteurs ? Avez-vous des références à me communiquer ?

## ANNEXE 4 : Guides d'entretien des entretiens semi-directifs

### 1. GUIDE D'ENTRETIEN à destination des réseaux de professionnels (RIF, FEDELIMA, SMA)

#### Sommaire :

1. Introduction de l'entretien
2. Parcours du répondant et histoire du projet
  - 2.1. Parcours personnel du répondant
  - 2.2. Histoire du projet/plateforme
3. Description de la plateforme : activité, technologie, financement
  - 3.1. L'activité de la plateforme
  - 3.2. Politique technologique
  - 3.3. Financements et revenus de l'activité
4. Mode de gouvernance et participation
  - 4.1. Contributeurs / partenaires à l'activité et organisation du travail
  - 4.2. Répartition du pouvoir et partage des ressources
  - 4.3. Coopérations privilégiées et compétiteurs dans l'environnement
5. Évolution souhaitée : sur le projet, la plateforme, sa gouvernance ?

#### 1. Introduction de l'entretien

Bonjour, merci de me recevoir. Je suis étudiante en Master Économie Sociale et Solidaire au CNAM et je réalise un mémoire sur les plateformes collaboratives. En parallèle, je travaille dans le secteur médicosocial dans une association logement de jeunes travailleurs (explication de mon poste et missions spécifiques sur l'inclusion numérique). Mon directeur de mémoire, Philippe Eynaud, m'a proposé d'intégrer leur équipe de chercheurs universitaires et/ou des acteurs engagés dans l'association La Coop des Communs. Le projet TAPAS, "There are Plateforme as Alternatives" est une étude financée par la DARES, organisme public qui dépend du ministère du travail et qui participe au financement de la recherche scientifique. L'objectif vise à comprendre comment les plateformes collaboratives peuvent se développer et se pérenniser. Qu'est-ce qui marche ? Où sont les obstacles ? Comment les dépasser ?

Soticket semblait intéressant à étudier dans le champ du projet pour la prise en compte des problématiques spécifiques au secteur artistique et culturel en matière de billetterie.

Ces entretiens vont, d'une part, nourrir mon mémoire autour de la question : Pourquoi une billetterie solidaire et collaborative ? Je souhaite en effet comprendre comment a été mise en place cette billetterie et comprendre comment elle est gérée. De même, je souhaite connaître quels sont les enjeux de celles-ci. D'autre part, les données que je vais recueillir vont servir au projet TAPAS. Vous aurez accès aux résultats de l'enquête.

Le projet Socoop est né de vos réflexions avec le RIF/FEDELIMA/SMA, il était donc essentiel de vous rencontrer, afin que nous puissions connaître votre vécu, par rapport aux différentes phases de son développement et celui de sa plateforme numérique. Plus précisément, j'aimerais que vous me parliez de l'origine de Socoop, du rôle que vous avez joué, des choix que vous avez opérés en termes d'activités, de financement, de technologie, d'organisation du travail, de statuts, etc. Quelles ont été les opportunités, les difficultés, les obstacles, les interrogations, les désaccords et les convergences de points de vue, les évolutions ? Comment vous définissez le rôle de votre plateforme, votre communauté, vos partenaires, la manière dont vous envisagez le futur.

## **2. Parcours du répondant et histoire du projet**

### **2.1. Parcours personnel du répondant**

**Pouvez-vous évoquer rapidement votre parcours personnel, votre fonction au sein de votre organisation et du rôle de celle-ci ? (FEDELIMA/RIF/SMA)**

*Relance possible :*

Date de la création ? Missions ? Statuts ? Quel ancrage dans l'ESS en tant qu'organisation professionnelle ? quelles valeurs ? Contexte, historique et définitions des MA ? Évolutions des MA dans le champ des pouvoirs publics ? Légitimation/institutionnalisation des MA ? Quel appui aux structures artistiques et culturelles ? Quel accompagnement aux pratiques ?

### **2.2. Histoire du projet/plateforme Soticket**

**Pouvez-vous nous en dire plus sur les débuts du projet : sur son origine, les grandes étapes que vous identifiez, mais aussi sur les principales difficultés, obstacles rencontrés ? En gros, pourquoi une billetterie collaborative ? Quels objectifs ? Quelles valeurs ? Pourquoi le choix d'une SCIC ? Quelle forme juridique ?**

*Relances possibles :*

Quelles ont été les motivations de la création de Socoop ? A quel besoin répondez-vous ? Quels enjeux d'une billetterie dans les MA ? Comment est né le projet et pourquoi se doter collectivement d'un outil de billetterie ? Quel groupe de travail ? Quelle évaluation ? A quoi souhaitiez-vous contribuer au travers de ce projet-plateforme ? Le projet est-il né en réaction aux pratiques d'autres plateformes déjà existantes ? Si oui, lesquelles ? (GIMIC?) Est-ce que les notions d'intérêt général, d'utilité sociale et/ou de communs ont du sens dans le cadre de votre projet ? Si oui, lequel ? Le projet-a-t-il été nourri ou influencé par des convictions éthique, idéologique et/ou politique particulières ? Si oui,

lesquelles ? Quelles ont été les principales difficultés rencontrées, les sources de tensions, de désaccord depuis que le projet est né ? Comment les avez-vous surmontées ? Seuls ? Avec d'autres ? Qui ? Quelles solutions ont été apportées, expérimentées ? Qu'est ce qui a marché ? Qu'est ce qui n'a pas fonctionné ? Qu'est ce qui a changé depuis le début du projet ?

### **3. Description de la plateforme : activité, technologie, financement**

#### **3.1. L'activité de la plateforme**

**Quelles sont les activités de la plateforme ? Qu'est-ce qu'il vous paraît important d'apporter et à qui ? Comment le fonctionnement de la plateforme est-il organisé ? Est-ce que les choses ont évolué ?**

##### *Relances possibles :*

Quels besoins des utilisateurs ? Quelles fonctionnalités de la plateforme ? Pourquoi avoir choisi la Billetterie de Supersoniks, solution logiciel libre ? Quel tarif et comment s'est décidé la politique de facturation ? (Prix différents si sociétaires ou non, si adhérents ou non aux réseaux FEDELIMA, RIF, SMA) Qui a décidé des règles de fonctionnement de la plateforme ? Quelle solidarité, y a une modulation des tarifs en fonction des moyens de chacun ?

Quel est le nombre de sociétaire actuel ? Comment-a-t-il évolué ?

Quelle gestion des structures ? Chacun peut-il définir sa politique en matière de commission ? Y a t il une possibilité d'utiliser d'autres canaux de distribution de son choix (réseau type FNAC etc) ? Quel suivi des ventes ?

Quel est le nombre d'usager/public qui utilisent ces billetteries ? Pouvez-vous le chiffrer ? Comment faciliter la promotion de cette billetterie, comment la mettre en avant et les faire passer par cette billetterie et pas une autre ?

#### **3.2. Politique technologique**

**Pouvez-vous approfondir les technologies utilisées via Supersoniks ? De politique de recueil et d'utilisation des données ? Quelles ont été les difficultés, les interrogations, les désaccords et les convergences de points de vue ? Y-a-t-il eu des évolutions ?**

##### *Relances possibles :*

Qui héberge la plateforme ? Le code des différentes technologies est-il libre ? (s'il y a des modifications à apporter, est-ce que l'utilisateur doit absolument passer par Supersoniks?) Est-ce que chaque structure gère le service après-vente ? S'il y a un souci technique, qui le gère ? Qui effectue les mises à jour ?

Quel usage des données ? Quelles sont les grandes catégories d'informations nécessaires au fonctionnement de la plateforme ?

Selon les structures ? Et est-ce que chaque structure est propriétaire des données ? Faut-il créer un profil utilisateur ? Quelles informations ?

Quels usages sont faits des données ? (Amélioration des algorithmes, marketing ciblé, usages publicitaires, partage avec les pouvoirs publics). Les données sont-elles partagées avec des tiers ? (Autres entreprises, collectivités, chercheurs, etc.) Où sont stockées les données ? RGPD ?

### **3.3. Financements et revenus de l'activité**

Comment est financé de Soticket ? Est-ce que la billetterie est autonome financièrement ? Comment payez-vous Supersoniks ? Comment êtes-vous facturés par Supersoniks ? En gros, est-ce que l'abonnement annuel, le droit d'entrée couvrent l'ensemble des frais de fonctionnement ou avez-vous recours à des ressources extérieures ? Si oui, lesquelles ? Avez-vous envisagé de nouvelles formes de financements ?

## **4. Mode de gouvernance et participation**

### **4.1. Contributeurs / partenaires à l'activité et organisation du travail**

**Quel rôle de chacun des sociétaires ? Est-ce que les non sociétaires participent à la gouvernance ? Quelle participation des différentes parties prenantes ? Est-ce que le public participe à la gouvernance ? (Questionnaire, public invité ?)**

#### *Relance possible :*

Quelles instances de gouvernance ? Existence-ils des niveaux différents de participation ? Si oui, lesquelles ? quelles modalités de participation (réunion informelles, réunions formelles ?) Vos partenaires sont-ils associés à votre structure ? De quelle façon ? Où votre communauté se retrouve-t-elle ? Comment la démocratie et la participation sont exercées ? Est-ce que les décisions prises sont connues et partagées par le plus grand nombre ? Comment organisez-vous la mise en œuvre des activités ou de nouveaux projets ? Qui participe ? Comment cela prend forme concrètement en amont et en aval ? Envisagez-vous d'avoir des salariés ? Il y a une équipe propre à la gestion de Soticket ?

### **4.2. Répartition du pouvoir et partage des ressources**

Comment caractérisez-vous la gouvernance démocratique et comment la mettez-vous en œuvre ? (SCIC = Respect de la règle "une personne = une voix"?). Par rapport à la non-lucrativité, comment sont gérés les ressources ? Quel capital ? Il y a des excédents ? Si oui, sont-ils réinvestis dans le développement du projet ? Comment ?

### **4.3. Coopération privilégiées (inter-coopération) et compétiteurs dans l'environnement**

- Il existe dans votre environnement des partenaires avec lesquels vous coopérez ou souhaitez coopérer : lesquels, pourquoi faire, comment ?
- Diriez-vous que votre initiative s'inscrit dans le mouvement des communs ? Comment identifiez-vous les communs, et, le cas échéant, comment vous situez-vous par rapport à ces initiatives ?
- Êtes-vous en compétition avec d'autres organisations ? Lesquelles ? Pourquoi ? Quels sont les rapports de force aujourd'hui ? Peuvent-ils évoluer ? à quelles conditions ?

## **5. Evolution souhaitée : sur le projet, la plateforme, sa gouvernance ?**

Quels sont les projets d'évolutions et les partenariats envisagés ?

## **2. GUIDE D'ENTRETIEN**

### **à destination des bénéficiaires et sociétaires Socoop**

#### **(Adhérents ou non des réseaux FEDELIMA/SMA/RIF)**

#### **Sommaire :**

1. Introduction de l'entretien
2. Parcours et motivation du répondant avant et après l'intégration de Socoop
  - 2.1. Parcours personnel du répondant
  - 2.2. Choix d'appartenance à la Socoop
  - 2.3. Intérêt et avantage
3. Le travail - contribution dans la Socoop
  - 3.1. Financement et revenus d'activité
  - 3.2. Activité au sein de la coopérative
  - 3.2. Activité par rapport à la gestion de la plateforme Soticket
4. Utilisation de la billetterie Soticket : Enjeux et changement opéré
  5. Les choix technologiques
6. Mode de gouvernance et participation
  - 6.1. Répartition du pouvoir et partage des ressources
  - 6.2. Partenariats, coopérations et concurrence
7. Difficultés et évolutions
  - 7.1. Difficultés et débats
  - 7.2. Évolutions souhaitées

#### **1. Introduction de l'entretien**

Bonjour, merci de me recevoir. Je suis étudiante en Master Économie Sociale et Solidaire au CNAM et je réalise un mémoire sur les plateformes collaboratives. En parallèle, je travaille dans le secteur médicosocial dans une association logement de jeunes travailleurs (explication de mon poste et missions spécifiques sur l'inclusion numérique). Mon directeur de mémoire, Philippe Eynaud, m'a proposé d'intégrer leur équipe de chercheurs universitaires et/ou des acteurs engagés dans l'association La Coop des Communs. Le projet TAPAS, "There are Plateforme as Alternatives" est une étude financée par la DARES, organisme public qui dépend du ministère du travail et qui participe au financement de la recherche scientifique. L'objectif vise à comprendre comment les plateformes collaboratives peuvent se développer et se pérenniser. Qu'est-ce qui marche ? Où sont les obstacles ? Comment les dépasser ?

Soticket semblait intéressant à étudier dans le champ du projet pour la prise en compte des problématiques spécifiques au secteur artistique et culturel en matière de billetterie. Ces entretiens vont, d'une part, nourrir mon mémoire autour de la question : Pourquoi une billetterie solidaire et collaborative ? Je souhaite en effet comprendre comment a été mise en place cette billetterie et comprendre comment elle est gérée. De même, je souhaite connaître quels sont les enjeux de celles-ci. D'autre part, les données que je vais recueillir vont servir au projet TAPAS. Vous aurez accès aux résultats de l'enquête. Vous êtes sociétaires de la Socoop, il était donc intéressant de vous rencontrer, afin de savoir pourquoi vous avez souhaité le devenir et comment cela s'organise, quel est votre participation et quels sont vos enjeux dans l'utilisation de la billetterie Soticket.

## **2. Parcours et motivation du répondant avant et après l'intégration de Socoop**

### **2.1. Parcours personnel du répondant**

**Pouvez-vous évoquer rapidement votre parcours personnel, votre fonction au sein de votre structure. Avez-vous le label SMAC ? Êtes-vous adhérents à des réseaux (FEDELIMA/RIF/SMA) ?**

*Relance possible :*

Votre statut ? Missions ? Quel ancrage dans l'ESS? quelles valeurs et projet social ? Quel type de MA proposez-vous? Quel est votre ancrage territorial ? Quelle légitimation/institutionnalisation ?

### **2.2. Choix d'appartenance à la Socoop**

**Pouvez-vous nous dire pourquoi vous avez souhaité devenir sociétaire chez Socoop? Quand avez-vous intégré la coopérative ? Avez-vous fait parti des réflexions avant la création de la SCIC ? Pourquoi, le choix d'une billetterie solidaire ? A quel besoin répondez-vous ?**

*Relances possibles :*

Est-ce que les notions d'intérêt général, d'utilité sociale et/ou de communs ont du sens dans le cadre de votre projet ? Si oui, lequel ?

### **2.3. Intérêt et avantage**

**Qu'est-ce que cela vous a apporté d'être sociétaire de SOCOOP ? Quels avantages de faire partie de cette coopérative ? Quel sentiment d'appartenance à un réseau ?**

## **3. Le travail - contribution dans la Socoop, son organisation**

### **3.1. Financement et revenu de l'activité**

**En tant que sociétaire, quel capital avez-vous apporté ? Quel est le tarif de l'abonnement annuel (% CA billetterie) ? Quels sont les droits d'entrée / frais d'installation ? Frais de gestion du paiement en ligne ?**

Par rapport à la non-lucrativité, comment sont gérés les ressources ? Y a-t-il des excédents ? Si oui, sont-ils réinvestis dans le développement du projet ? Comment ?

### **3.2. Votre activité au sein de la coopérative Socoop**

**Pouvez-vous nous décrire votre activité au sein de Socoop et celle des autres membres qui contribuent à la coopérative ? Qui décide de qui fait quoi et comment il le fait ? Est-ce que cela vous convient ? Quels sont les contreparties de votre activité, qu'en tirez ? Êtes-vous satisfait ? Quel impact cela a eu sur votre activité ?**

#### Relances possibles :

Combien de temps vous consacrez à cette activité ? Celles-ci ont-elles évoluées ? Quelle est votre part d'autonomie ? Quels sont vos responsabilités ? Votre activité est-elle évaluée ? Si oui, comment ? Quels savoirs et quelles compétences, mobilisez-vous ? Quelles contributions ? Espaces de dialogue ?

### **3.3. Votre activité par rapport à la gestion de la plateforme Soticket**

**Comment le fonctionnement de la plateforme est-il organisé ? Comment y participez-vous ? Quelle est votre mode de gestion ? Est-ce que les choses ont évolué ? Pouvez-vous utiliser d'autres canaux de distribution (type FNAC) ? Si oui, pourquoi ?**

Relances possibles : Quels sont vos marges de manœuvre ? Quelle liberté de choix ? Pouvez-vous définir votre politique en matière de commission ? Comment s'est décidée la politique de facturation ? Y a-t-il une politique tarifaire préférentielle pour les publics (demandeurs d'emploi ? Étudiants ? Bénévoles chez vous ? etc) Quel est le nombre d'utilisateur/public qui utilisent ces billetteries ? Pouvez-vous le chiffrer ? Savez-vous quel est leur profil ?

Comment faciliter la promotion de cette billetterie, comment la mettre en avant et les faire passer par cette billetterie et pas une autre ? Quels obligations légales et fiscales liées à la billetterie ?

### **4. Billetterie Soticket : Quels enjeux ? Qu'est-ce que cela a changé pour vous ?**

Concrètement, qu'est-ce que cela a changé pour vous ? En termes de gestion des publics ? (Promotion, fidélisation, accessibilité...) Êtes-vous davantage autonome dans la gestion et la commercialisation des billets ?

Est-ce que cela facilite l'accès du public à ces pratiques culturelles ? Quel impact pour eux ? Cela a-t-il amélioré vos moyens de communication ? Cela a-t-il apporté un meilleur équilibre financier ?

## **5. Les choix technologiques**

**Êtes-vous impliqué dans le choix, le développement et la mise en place des technologies utilisées via Supersoniks ? Quelle politique de recueil et d'utilisation des données ? Quelles ont été les difficultés, les interrogations, les désaccords et les convergences de points de vue ? Y-a-t-il eu des évolutions ?**

### *Relances possibles :*

Les données sont-elles partagées avec des tiers ? (Autres entreprises, collectivités, chercheurs, etc.) Où sont stockées les données ? Savez-vous si Supersoniks y a accès et utilise ces données ?

## **6. Mode de gouvernance et participation**

### **6.1. Répartition du pouvoir et partage des ressources**

**Que pensez-vous de la gouvernance et comment participez-vous à la gouvernance ? A votre sens, est-elle démocratique ? Quelle communication ? Quelles informations et quelle transparence ?**

*Relance possible :* Comment participez-vous à la vie coopérative ? Quelles instances de gouvernance ? Existents-ils des niveaux différents de participation ? Si oui, lesquelles ? quelles modalités de participation (réunion informelles, réunions formelles ?) Comment participez-vous aux décisions du CA ? En tant que sociétaire, pouvez-vous influencer les décisions de la stratégie de Socoop ? Etes-vous suffisamment informés de ce qu'il se passe dans la coopérative ?

### **6.2. Partenariats, coopérations et concurrence**

**Avec quels partenaires, publics ou privés, Socoop entretient des relations ? Dans quel but ? Qu'en pensez-vous ? Intervenez-vous dans ces partenariats ? Comment ? Faut-il les développer ?**

## **7. Difficulté et évolution**

### **7.1. Difficultés et débats**

Quels ont été les principales difficultés rencontrées à titre personnel ou collectif, les sources de tensions, de désaccord depuis que vous faites partie du projet ? Comment les avez-vous surmontées ?

### **7.2. Evolution souhaitée**

Quels sont les projets d'évolution souhaités et les partenariats envisagés ?



<b>Etablissement :</b> <b>Conservatoire national des arts et métiers de Paris : Chaire de l'ESS</b>		
<b>Nom :</b> <b>DA SILVA</b>	<b>Prénom :</b> <b>NATHALIE</b>	<b>Année du jury :</b> <b>2018-2019</b>
<b>Titre : Les plateformes collaboratives : vers une économie plus solidaire ?</b>		
<p>Cet écrit tend à expliciter la notion de l'économie collaborative et à éclairer la structuration des plateformes collaboratives, qui à la différence des plateformes capitalistes, s'organisent de manière plus horizontale avec une répartition équitable de la valeur ajoutée. Afin de s'émanciper du modèle marchand, elles créent des articulations entre les initiatives de l'Economie Sociale et Solidaire et les communs numériques. A travers une coopérative nommée Socoop, nous verrons en quoi ces plateformes peuvent proposer des solutions innovantes à des problèmes émergents. En effet, plusieurs lieux de concerts et des réseaux de professionnels de musiques actuelles se sont dotés collectivement d'un outil de billetterie solidaire : Soticket, afin de lutter contre la marchandisation et l'industrialisation de la culture. L'effet de la numérisation a profondément transformé le marché de la billetterie, alors monopolisé par un petit nombre d'acteurs extérieurs qui prélèvent à leur profit une partie générée par le secteur culturel. Ces grands groupes de communications et de distributions captent aussi les données clients qui vont être exploitées et monétisées. La mutualisation entre les acteurs des musiques actuelles autour de la construction d'un outil commun, leur a permis de s'affranchir de ces intermédiaires et de reprendre la main sur les données. Ce mémoire vise à renseigner comment le développement de ce type de plateforme peut tendre vers une économie plus solidaire à travers des pratiques innovantes, inscrites dans des valeurs de l'ESS et des communs.</p>		
<b>Mots clés : biens communs, communs numériques, économie sociale et solidaire, économie collaborative, plateformes collaboratives, coopération, musiques actuelles, plateformes numériques coopératives</b>		
<b>Nombre de pages : 125</b>		