

PARTIE I

Chapitre 3

Des politiques propices à l'économie collaborative dans le tourisme

Le présent chapitre examine ce que la croissance de l'économie collaborative signifie pour le secteur du tourisme et en évalue les principales conséquences pour l'action des pouvoirs publics. L'essor des plateformes collaboratives et d'échange entre pairs crée de nouveaux marchés dans des domaines aussi divers que les transports, l'hébergement, le voyage et la restauration. Ces évolutions offrent aux autorités l'occasion d'engager une réflexion sur la façon dont les touristes perçoivent leur pays et dont la population peut tirer profit d'une participation à l'économie collaborative, mais posent également des problèmes épineux aux opérateurs existants et soulèvent des questions d'ordre plus général dans des domaines tels que la protection des consommateurs, la fiscalité et la réglementation. Dans un environnement complexe en mutation rapide, les responsables des politiques du tourisme doivent absolument appréhender au plus vite les principaux enjeux liés à l'économie collaborative et donner aux autorités les moyens de réussir. Ce chapitre a pour ambition de fournir un point de départ à cette réflexion et d'offrir aux autorités des orientations quant aux mesures à prendre.

Les données statistiques concernant Israël sont fournies par et sous la responsabilité des autorités israéliennes compétentes. L'utilisation de ces données par l'OCDE est sans préjudice du statut des hauteurs du Golan, de Jérusalem-Est et des colonies de peuplement israéliennes en Cisjordanie aux termes du droit international.

Les nouvelles technologies et les modèles économiques inédits collectivement désignés sous le nom d'économie collaborative sont en train de métamorphoser la physionomie du tourisme en proposant aux individus de nouvelles formules d'hébergement, de déplacement et d'activité. Ils offrent des possibilités pour élargir le choix des consommateurs et développer l'économie touristique, mais créent des difficultés pour les opérateurs existants et soulèvent des questions plus générales dans des domaines tels que la protection des consommateurs, la fiscalité et la réglementation. Que doivent faire les responsables de l'action gouvernementale pour s'adapter au développement de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme et répondre à ces préoccupations tout en faisant place à l'innovation ?

Bien qu'il n'existe pas de définition rigoureuse de l'économie collaborative (également connue sous le nom de consommation collaborative ou d'économie participative), cette expression est généralement employée pour désigner les nouveaux marchés qui permettent de fournir des services dans le cadre d'échanges entre pairs ou d'un partage. Cela comprend les services touristiques entre particuliers, qui proposent des variantes aux activités touristiques habituelles – par exemple louer sa résidence en partie ou en totalité à des visiteurs de courte durée, ou offrir des services de transport privés dans un véhicule particulier – et des biens collectifs auxquels les consommateurs peuvent, en tant que membres, obtenir un accès temporaire au lieu d'en devenir propriétaires. Si les services d'information (comme TripAdvisor) et les services de réservation assurés par des intermédiaires pour les entreprises de tourisme classiques (agences de voyages en ligne comprises) sont complémentaires de l'économie collaborative, ils remplissent des fonctions autres et n'entrent donc pas dans son champ.

Les prestataires informels, à temps partiel et indépendants de services touristiques parallèles jouent depuis longtemps un rôle de premier plan dans le tourisme mondial. Au cours des cinq dernières années, l'engouement croissant pour l'économie collaborative, favorisé par les innovations techniques, a rapidement fait de ce segment de l'économie un concurrent sérieux pour les prestataires de services touristiques traditionnels qui, dans de nombreux pays, opèrent dans un cadre très réglementé. L'économie collaborative occupe une place plus importante dans certaines branches (l'hébergement plus que la restauration, par exemple), mais sa croissance et son évolution rapides soulèvent diverses questions pour les autorités désireuses de promouvoir un secteur du tourisme prospère, viable et porteur d'avantages économiques et sociaux substantiels pour la population.

Compte tenu de ce contexte en mutation, il faut absolument que les autorités comprennent mieux en quoi l'économie collaborative transforme le tourisme, afin de tirer profit de cette innovation tout en remédiant en connaissance de cause aux problèmes qu'elle soulève. Ce chapitre s'appuie sur les réponses à une enquête conduite auprès des pays membres et partenaires de l'OCDE pour esquisser les contours de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme et en évaluer les conséquences pour l'action publique. Il se referme sur une voie à suivre proposée aux responsables des politiques.

Développement de l'économie collaborative dans le tourisme

Le marché de l'économie collaborative aurait représenté quelque 26 milliards USD en 2013, et a connu depuis un développement rapide (Economist, 2013). Cette croissance exceptionnelle devrait se poursuivre et atteindre un montant global de 335 milliards USD à l'horizon 2025 (PwC, 2014). Elle concerne en grande partie le secteur du tourisme, où les services touristiques entre pairs offrent une alternative aux services touristiques professionnels à une échelle inédite (tableau 3.1). De ce fait, certains services de voyage et de tourisme, comme les services de réservation hôtelière et de location de véhicules, risquent de voir de nouveaux modèles perturber et transformer, voire remplacer, des pans entiers du secteur (Forbes, 2015a).

Tableau 3.1. **L'économie touristique collaborative en chiffres**

Plateforme	Description	Nombre d'utilisateurs	Chiffre d'affaire annuel	Valorisation	Champ d'action
Hébergement					
Airbnb	Plateforme de location de logements de courte durée – les recettes proviennent essentiellement des commissions versées par les bailleurs et les voyageurs au titre des services. Fondée en 2008	Près de 2 millions de logements proposés. Plus de 60 millions de clients depuis le début des opérations. Au cours d'une nuit « de pointe » en 2015, près d'un million de personnes ont séjourné dans un hébergement Airbnb.	Les recettes se sont montées à 250 millions USD en 2013. Elles devraient atteindre 900 millions USD en 2015.	25.5 milliards USD (juin 2015).	Mondial – plus de 190 pays, 34 000 villes
HomeAway	Plateforme de location de vacances – les recettes proviennent essentiellement des frais d'abonnement versés par les propriétaires. Également propriétaire de Bookabach et VRBO. Fondée en 2005	Plus d'un million d'annonces payantes.	HomeAway signale que ses recettes totales ont progressé de 28.9%, passant de 346.5 millions USD en 2013 à 446.8 millions USD en 2014. Près de 2 000 salariés.	3 milliards USD (février 2015).	Mondial – 190 pays
Couchsurfing	Plateforme d'échange d'hospitalité et réseau social – initialement à but non lucratif, a été restructurée sous forme d'organisme commercial. Fondée en 2004	Environ 10 millions de membres.	Données non communiquées. L'inscription et la participation sont gratuites. La plateforme ne dégage de revenus que d'un service optionnel de vérification.		Mondial – 200 000 villes
Transports					
Uber	Plateforme technologique et de covoiturage, qui comprend les services pair-à-pair UberX ou Uber POP – les chauffeurs partenaires payent à la compagnie une commission pour émettre ou recevoir des paiements. Fondée en 2009	Plus de 1 million de chauffeurs partenaires en activité définis comme effectuant au moins 4 courses par mois. Plus de 3 millions de courses par jour en moyenne.	Recettes estimées à 1.5-2 milliards USD en 2014. Devraient atteindre 10 milliards USD en 2015.	62.5 milliards USD (janvier 2016).	Mondial – environ 400 villes dans 68 pays
Lyft	Plateforme de covoiturage – le chauffeur est payé à la course, l'entreprise perçoit une commission de 20 %. Fondée en 2012	Environ 100 000 usagers inscrits. Moyenne de 2.5 millions de trajets par mois.	Recettes brutes estimées à 1.2 milliard USD en 2015. Devraient atteindre 2.7 milliards USD en 2016.	Environ 2.5 milliards USD (mars 2015).	National – 60 villes dans 29 États des États-Unis
BlaBlaCar	Société de covoiturage fondée sur la fibre communautaire – les prix sont plafonnés de sorte que les conducteurs ne dégagent pas de bénéfices et que les passagers paient uniquement les frais de fonctionnement. Fondée en 2006	Plus de 20 millions d'usagers inscrits. Environ 3 millions de trajets par mois. Croissance de 200 % en glissement annuel.	<i>Business Insider</i> estime les recettes annuelles à 72 millions USD (d'après les coûts et le trajet moyen).	A levé plus de 100 millions USD de fonds pour son expansion à l'international. À l'aune d'entreprises similaires, cela valorise l'entreprise à environ 1.2 milliard USD (septembre 2015).	Fondée en France. Opère dans 19 pays : Allemagne, Benelux, Croatie, Espagne, France, Hongrie, Inde, Italie, Mexique, Pologne, Portugal, Royaume-Uni, Serbie, Roumanie, Russie, Turquie, Ukraine

Tableau 3.1. **L'économie touristique collaborative en chiffres** (suite)

Plateforme	Description	Nombre d'utilisateurs	Chiffre d'affaire annuel	Valorisation	Champ d'action
Restauration					
VizEat	Plateforme de repas chez l'habitant qui met en contact hôtes et invités – les hôtes fixent un prix pour le repas, la plateforme perçoit une commission de 15 %. Fondée en 2013	Plus de 20 000 inscrits.			International – 50 pays
EatWith	Plateforme de repas chez l'habitant pour organiser des dîners avec des hôtes cuisiniers – l'entreprise perçoit une commission de 15 %. Fondée en 2012	500 hôtes en 2014.		Chiffre non disponible. A mobilisé 8 millions USD lors de récentes levées de fonds.	International – 160 villes dans 30 pays
BonAppetour	Plateforme internet destinée aux touristes - elle permet aux utilisateurs d'organiser des repas et des cours de cuisine chez un habitant de la région. Fondée en 2013	Plus de 500 hôtes inscrits en ligne.			International – 80 villes, présence la plus forte en Italie et en France
Expérience touristique					
Vayable	Marché en ligne pour des expériences touristiques et circuits personnels. Fondée en 2011	Ne divulgue pas le nombre total d'inscrits.	En juin 2013, les recettes s'élevaient à environ 350 000 USD, chiffre passé à 1.4 million USD en juillet.	A mobilisé 2.1 millions USD de financements.	International
ToursByLocals	Plateforme en ligne qui relie les voyageurs à des autochtones pour des circuits privés. Fondée en 2008	1 645 guides et 350 000 voyageurs inscrits en ligne.			International – 134 pays

Source : OCDE, d'après www.Airbnb.com, www.HomeAway.com, www.Couchsurfing.com, www.Uber.com, www.Lyft.com, www.Blablacar.com, www.VizEat.com, www.EatWith.com, www.BonAppetour.com, www.Vayable.com, www.ToursByLocals.com et des sources sectorielles, dont *Business Insider*, *CNBC*, *CNN*, *Financial Times*, *Forbes*, *Fortune*, *Guardian*, *Reuters*, *Telegraph*, *Wall Street Journal* et le *Washington Post*.

Plusieurs facteurs expliquent ce succès grandissant. La technologie en est l'un des principaux, car la numérisation de l'économie a donné aux consommateurs et aux prestataires de nouveaux moyens de communiquer, et a ainsi créé de nouveaux modes de consommation et de production. Si les opérations entre particuliers ne sont pas un phénomène nouveau dans le tourisme, les plateformes numériques en ont accentué la visibilité, amélioré l'accessibilité et généralisé l'utilisation. Les téléphones intelligents dotés de services de localisation et de systèmes de paiement sécurisés sont désormais abordables et universels, puisque le taux de pénétration du haut débit mobile atteint 78.2 % dans les pays de l'OCDE – les services de données en itinérance demeurant toutefois onéreux dans de nombreux pays (OCDE, 2015a). Les avancées techniques, comme le stockage et l'analyse des données aux fins de mise en correspondance, ont également permis à des applications collaboratives innovantes d'entrer sur le marché et d'accélérer la croissance de l'économie collaborative (Rauch et Schleicher, 2015).

L'évolution culturelle fait que les individus sont de plus en plus réceptifs à l'idée de mettre des ressources en commun et à de nouvelles formes de travail souples qui créent une offre de services de la part de prestataires faisant appel à ces applications. Les consommateurs de produits touristiques maîtrisent mieux le numérique et comptent désormais sur cet outil pour effectuer bon nombre de leurs transactions. Des moyens de

plus en plus nombreux s'offrent à eux pour se procurer un même produit ou service, ce qui permet de leur proposer des expériences plus personnalisées ou diversifiées et de satisfaire un éventail plus large de goûts, de besoins et de prix.

L'économie collaborative désorganise les marchés existants et modifie la façon dont les consommateurs considèrent les services traditionnels et les utilisent. L'arrivée d'entreprises nouvelles et innovantes sur ces marchés intensifie la concurrence. Les entreprises en place sont obligées de réagir et, souvent, abaissent leurs prix et améliorent la qualité de leurs services pour demeurer compétitives – deux mesures très favorables aux consommateurs. Une étude des plaintes à l'encontre des taxis à New York et à Chicago confirme cette idée reçue – l'arrivée d'Uber (www.uber.com) et d'autres entreprises de transport en réseau qui font appel à des plateformes en ligne pour mettre les passagers en contact avec les chauffeurs s'est accompagnée d'une diminution du taux de plaintes, ce qui a contraint les opérateurs existants à améliorer leurs services (*Technology Policy Institute*, 2015).

L'influence qu'exercent les entreprises de covoiturage sur le prix des licences de taxi, dont le nombre a toujours été restreint, offre un autre exemple frappant de la façon dont l'économie collaborative transforme et ouvre rapidement des marchés. L'arrivée de ces entreprises a créé un marché secondaire pour la vente et l'achat de licences, et suscité chez les titulaires de licences désireux de voir leur investissement conserver sa valeur une forte détermination à maintenir le statu quo. À New York, le prix des licences de taxi a chuté de près de 25 % entre 2013 et 2015 sous l'effet de la concurrence nouvelle des entreprises de covoiturage, des retombées similaires étant observées dans d'autres villes (*New York Times*, 2015a).

Le partage dans le cadre de l'expérience touristique

La nature de ses services fait du tourisme un marché de choix pour l'expansion des modèles économiques de consommation collaborative. Les consommateurs de voyages sont de plus en plus avides d'inédit et désireux de tenter les expériences touristiques novatrices et originales que l'économie collaborative peut offrir. Cet appétit croissant pour des expériences authentiques et stimulantes se traduit par la fragmentation des marchés touristiques et l'apparition de nouveaux créneaux spécialisés, que favorisent les plateformes technologiques.

Les retombées de l'économie collaborative et le degré de pénétration des services touristiques par les différentes plateformes varient selon les pays et les sous-secteurs. Le marché est plus développé dans les pays d'Amérique du Nord et d'Europe occidentale, où les plateformes de l'économie collaborative opèrent depuis plusieurs années, mais il connaît une expansion rapide partout dans le monde, notamment en Asie et dans la région Pacifique. Les États-Unis, où la création et le développement d'entreprises dans ce secteur ont été rapides, ont été le fer de lance de ces évolutions. L'économie collaborative dans le secteur du tourisme est moins développée dans d'autres pays, mais son potentiel de croissance élevé et la nécessité de mieux en comprendre les implications pour le tourisme sont amplement reconnus (encadré 3.1).

L'expansion rapide des entreprises collaboratives dans le secteur du tourisme est essentiellement intervenue dans quatre grands sous-secteurs : l'hébergement, les transports, la restauration et l'expérience touristique.

Les dispositifs de cohébergement sont les mieux établis, des plateformes comme Airbnb (www.airbnb.com) et HomeAway (www.homeaway.com) s'inscrivant en tête de ce mouvement. Ils consistent en ce qu'un particulier offre une partie ou l'intégralité de son

Encadré 3.1. Le nouveau visage de l'hébergement touristique dans l'économie collaborative : données factuelles

Les données permettant de mesurer l'ampleur et les conséquences du phénomène relativement nouveau et en plein essor connu sous le nom d'économie collaborative sont peu nombreuses. Celles dont on dispose sont en grande partie constituées d'estimations fondées sur les annonces et les informations issues des principales plateformes du secteur. Ainsi, l'association professionnelle qui représente le secteur européen de l'hôtellerie et de la restauration, HOTREC (2014), estime d'après les annonces publiées sur ces plateformes que l'économie collaborative est deux fois plus importante que le secteur touristique conventionnel dans le domaine de l'hébergement en Europe. Le nombre de logements proposés sur les plateformes collaboratives et son augmentation rapide, comparés aux lits disponibles dans les lieux d'hébergement traditionnels, montrent l'ampleur de ces évolutions. Les informations relatives aux nuitées donnent peut-être une idée plus précise du taux de pénétration, car bon nombre de ces lits ne sont sur le marché qu'une partie de l'année, et figurent parfois sur plusieurs plateformes. Les transactions et échanges effectués dans le cadre de l'économie collaborative ne sont généralement pas pris en compte par les systèmes actuels de collecte et de compilation des statistiques du tourisme. La Colombie a engagé des travaux en vue de mesurer l'incidence de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme au moyen du compte satellite du tourisme. Il faut obtenir davantage de données sur les services collaboratifs dans le secteur pour mieux en appréhender les retombées et éclairer l'action des pouvoirs publics. En l'absence de données robustes, plusieurs études portant sur l'économie collaborative dans le secteur du tourisme permettent d'établir une base factuelle. On citera notamment les éléments suivants :

- Dans une étude visant à évaluer l'offre d'hébergement privé en France, le ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique (2015) estime que sur une offre totale de 8.8 millions de lits, 3.8 millions relèvent de l'offre collaborative. Les locations de vacances représenteraient 183 millions de nuitées, les chambres d'hôtes près de 8 millions, les échanges d'appartement près de 2.5 millions et le *couchsurfing* 2 millions.
- D'après une étude de la Chambre hellénique des hôtels (2015), HomeAway proposait en octobre 2014 plus de 6 500 logements dans les régions touristiques de Grèce, dont 53 % étaient situés en Crète et dans les archipels des Cyclades et du Dodécanèse. À titre de comparaison, 9 677 hôtels comptant 401 332 chambres, dont 46 % étaient implantés dans ces zones touristiques, offraient 773 445 lits.
- Une étude d'Exceltur (2015), qui représente les entreprises touristiques en Espagne, met en évidence la croissance exponentielle, en volume et en concentration, des locations entre particuliers ces dernières années. L'analyse signale une hausse de 59.7 % du nombre de touristes internationaux séjournant dans des résidences de location entre 2010 et 2014, les résidences de vacances offrant 2.7 millions de lits, chiffre supérieur à celui du marché réglementé (2.4 millions), notamment dans les zones touristiques de premier plan comme Barcelone et Malaga. Deux tiers (65 %) de cette offre se concentrent sur trois plateformes – Airbnb, HomeAway et Niumba. Selon Exceltur, la contribution totale de cette activité à l'économie et à l'emploi serait sensiblement inférieure à celle du secteur structuré - les retombées économiques estimées seraient inférieures de 84.8 %, l'hébergement locatif touristique créant 9.8 emplois pour 100 lits, alors que les entreprises réglementées en créent 53.3.
- Une étude réalisée par l'Université Bocconi et Assolombarda-Confindustria (2015) à Milan en préparation à l'Expo 2015 a recensé environ 8 500 annonces sur les plateformes en ligne les plus prisées, dans une ville qui compte 455 hôtels et 398 hébergements non

Encadré 3.1. Le nouveau visage de l'hébergement touristique dans l'économie collaborative : données factuelles (suite)

hôtelières officiels. L'analyse des annonces d'Airbnb (échantillon de 505 logements, soit 60 % du total) a permis de constater que la majorité (84 %) portait sur la location privée d'un logement complet, que 40 % des hôtes mettaient plus d'un logement en location sur Airbnb, et que 20 % proposaient aussi des logements à louer dans d'autres destinations.

Source : Exceltur (2015), ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique (2015), Chambre hellénique des hôtels (2014), HOTREC (2014), Université Bocconi (2015).

logement à la location de courte durée, les visiteurs intéressés pouvant alors le réserver en ligne sur ces sites. Airbnb, par exemple, proposait plus d'un million de logements dans près de 200 pays en 2014, alors que la chaîne mondiale Hilton Worldwide proposait 215 000 chambres dans 76 pays (*Federal Reserve Bank of Richmond*, 2014). Airbnb se classe au troisième rang mondial des entreprises financées par du capital-risque ; sa valeur était estimée à 25.5 milliards USD en juin 2015. À titre de comparaison, la valeur boursière de Hyatt Hotels Corp se situe aux alentours de 6.7 milliards USD (Reuters, 2015).

Des plateformes locales ou spécialisées moins importantes opèrent parallèlement aux grands acteurs mondiaux dans de nombreux pays. En Nouvelle-Zélande, par exemple, Bookabach (www.bookabach.co.nz) met en relation les propriétaires de résidences de vacances (connues sous le nom de « *baches* ») avec des personnes, essentiellement des touristes internes, désireuses de louer un logement pour les vacances. En activité depuis 2000, Bookabach propose plus de 50 000 *baches* ; la société a récemment été achetée par HomeAway.

Les formules d'hébergement non conventionnelles connaissent une vogue croissante depuis quelques années, depuis le *glamping* (camping haut de gamme) et le *couchsurfing* jusqu'aux séjours dans des lieux exceptionnels et insolites. On peut voir dans le développement des modes de cohébergement un prolongement de ce phénomène, favorisé par les plateformes collaboratives. Dans des pays comme la France, on peut également y voir une réaction à l'absence d'investissement dans de nouveaux hôtels (ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, 2015).

Un autre domaine bien établi est celui des transports, qui comprend le covoiturage, l'autopartage et le vélopartage. Uber, Lyft (www.lyft.com) et Blablacar (www.blablacar.com) sont parmi les principaux modèles porteurs de changement dans le secteur du tourisme. La plateforme d'autopartage Uber opère dans plus de 400 villes dans le monde, et a été évaluée à quelques 62.5 milliards USD en janvier 2016, ce qui en fait l'une des jeunes pousses les plus lucratives ayant jamais existé (*Wall Street Journal*, 2015a). Uber s'est imposée chez les voyageurs d'affaires, la plateforme de covoiturage Blablacar s'adressant pour sa part au marché des loisirs et aux voyageurs interurbains. Ces services facilitent le déplacement des personnes et offrent une solution de substitution aux taxis et autres services de transport, chez lesquels ils peuvent susciter des améliorations, surtout lorsque l'offre ou la qualité sont insuffisantes.

Il convient de noter que les plateformes ont adopté des modèles économiques très distincts, même au sein d'un même secteur. Ainsi, UberX ou UberPOP font appel à des particuliers ordinaires qui offrent des services de transport dans des véhicules privés ; il s'agit d'entreprises à but fondamentalement lucratif, pour les chauffeurs comme pour la

plateforme. À l'inverse, les conducteurs de Blablacar ne dégagent aucun bénéfice puisque les passagers participent uniquement aux dépenses, de carburant notamment, la plateforme percevant toutefois des frais de transaction. Ces différentes méthodes mettent en évidence la diversité au sein du large éventail de plateformes collaboratives, donc certaines s'inspirent fortement des valeurs et de la culture des entreprises commerciales classiques, tandis que d'autres font appel à la fibre communautaire des usagers.

Deux autres sous-secteurs touristiques dans lesquels l'économie collaborative gagne en popularité sont la restauration et l'expérience touristique. La gastronomie collaborative permet aux touristes d'acheter des plats faits-maison plutôt que des plats à emporter, ou de participer à des dîners organisés chez l'habitant. Des entreprises comme EatWith (www.eatwith.com), BonAppetour (www.bonappetour.com), Feastly (www.eatfeastly.com) et VizEat (www.vizeat.com) sont les principaux promoteurs de cette formule dans le monde, et offrent à des particuliers la possibilité d'être reçus à dîner chez un hôte. Pour les touristes, c'est là une occasion exceptionnelle de participer à une expérience culturelle authentique, de goûter la cuisine locale et de faire la connaissance de résidents dans un cadre détendu et convivial. Un autre exemple est celui de Restaurant Day (www.restaurantday.org), une manifestation mondiale née en Finlande. Organisé quatre fois par an, ce festival donne à quiconque le souhaite la possibilité de créer un restaurant pour une journée. Quelque 2 000 restaurants éphémères sont ainsi montés à chaque édition, et 72 pays différents ont participé au festival depuis son lancement en 2011.

Diverses entreprises de l'économie collaborative interviennent également dans l'organisation de voyages. Des entreprises comme Vayable (www.vayable.com) et Sidetour (qui fait maintenant partie de Groupon), ainsi que ToursByLocals (www.toursbylocals.com), WithLocals (www.withlocals.com) et VoomaGo (www.voomago.com) permettent aux habitants d'exploiter leur connaissance de la région pour offrir des expériences individuelles et personnalisées aux touristes. Ces plateformes donnent à ces derniers la possibilité de contacter directement des gens du cru capables d'organiser des circuits, complets ou partiels, individuels ou en groupe, plutôt que de recourir aux voyagistes conventionnels, généralement pour un coût inférieur.

Si les repas participatifs offrent l'occasion unique de dîner chez un particulier, les plateformes spécialisées dans l'organisation des voyages facilitent le contact avec les habitants qui organisent des circuits ou proposent une aide à l'établissement d'itinéraires. Ce sont là deux exemples de la façon dont l'économie collaborative peut transcender d'importantes différences régionales pour proposer une expérience locale authentique au touriste lambda. Israël et la Corée (encadré 3.2) ont pris conscience du potentiel de ces initiatives où « le mondial rencontre le local », et s'emploient activement à promouvoir leur développement.

La maturation de l'économie collaborative va de pair avec celle des modèles économiques et des services proposés. Les voyageurs d'affaires font de plus en plus appel aux systèmes de type Airbnb et Uber, et les marques de l'économie collaborative adaptent leur offre au marché des voyages organisés (Carlson Wagonlit Travel, 2015). Airbnb a ainsi fait évoluer son modèle économique de manière à satisfaire aussi bien le marché des loisirs que celui des entreprises. La plateforme a lancé un service spécialement conçu pour les entreprises, *Airbnb for Business*, pour s'introduire sur le segment des voyages d'affaires ; ce service prévoit un système de facturation et un tableau de bord centralisés pour permettre aux responsables des voyages de suivre les dépenses des salariés.

Encadré 3.2. Le projet *Sharing City Seoul* en Corée

En Corée, Séoul a réussi à s'imposer comme une véritable ville collaborative. Dans le cadre de son projet *Sharing City Seoul* lancé en 2012, l'administration municipale a adopté une approche plurielle de l'économie collaborative. Avec sa population dense, son infrastructure informatique évoluée et le taux de pénétration extrêmement élevé du haut débit, la ville est bien placée pour assumer un rôle de leader dans ce domaine. Un élément central du projet a été la plateforme en ligne *ShareHub*, administrée par *Creative Commons Korea*, qui sensibilise le public aux différents services et projets collaboratifs et lui fournit des nouvelles et des informations à leur sujet (*ShareHub*, 2015).

Par l'intermédiaire du *Seoul Innovation Bureau*, les autorités apportent un appui financier et structurel à certaines entreprises collaboratives, dont *Zipbob* (www.zipbob.net), une plateforme de dîners collectifs, et des services de guides touristiques locaux comme *My Real Trip* (www.myrealtrip.com) et *Play Planet* (www.letsplayplanet.com). L'agrément d'entreprise collaborative officielle décerné par l'administration locale incite les entreprises à participer au projet. Les autorités mettent également à la disposition des habitants des bâtiments publics et des parcs de stationnement inoccupés qu'ils peuvent louer pour diverses activités collectives. Le projet a également créé dans le cadre de son réseau de transport un service de covoiturage dénommé *Nanum-Car*, qui se compose de *SoCar* (www.socar.kr) et de *Green Car* (www.greencar.co.kr), dans l'objectif d'encourager les citoyens à privilégier les transports publics, et à faire appel au covoiturage à titre d'alternative. Les personnes qui dépensent plus de 40 000 KRW par mois en transports publics bénéficient d'une ristourne de 5 % sur *SoCar*, et les ménages à faible revenu reçoivent chaque mois un bon de 10 000 KRW (Kojects, 2013). Le service est disponible en 292 endroits de la ville, et propose à la location 492 véhicules qui peuvent être réservés et payés par carte de crédit sur internet ou un téléphone intelligent.

Il existe aussi des cas d'intégration entre acteurs de l'économie collaborative, et avec les prestataires de services touristiques conventionnels. On citera pour exemple le partenariat entre Hilton et Uber, grâce auquel il est possible de réserver directement des courses Uber par l'intermédiaire de l'application *HHonors* du Hilton, qui a accès aux informations concernant les passagers d'Uber. Il s'agit également d'utiliser les données d'Uber pour orienter les clients vers les restaurants locaux et d'autres lieux en vogue. Le projet a pour ambition d'offrir aux voyageurs des services intégrés et d'améliorer leur expérience touristique.

Sous sa forme la plus pure, l'économie collaborative porte sur des services fournis entre pairs ou sur la base du partage, mais la nature de ces échanges continue d'évoluer à mesure que les entrepreneurs perçoivent les possibilités d'en exploiter les principes pour dégager des bénéfices et améliorer la prestation de services. Les véritables échanges entre pairs interviennent de plus en plus souvent en parallèle à des échanges plus commerciaux (CREDOC, 2014). Uber offre peut-être le meilleur exemple d'une entreprise qui mobilise les techniques de l'économie collaborative, comme la mise à profit d'actifs sous-utilisés, pour créer des créneaux commerciaux dignes d'intérêt pour la plateforme et ses investisseurs.

Avec la professionnalisation et la diffusion des services collaboratifs, on peut s'attendre à une amplification et une diversification de l'économie collaborative, des entreprises à vocation plus commerciale intervenant dans ce nouvel espace. La dynamique des marchés permet aussi de penser que les plateformes plus importantes et plus animées,

qui comptent davantage d'usagers, pourraient évincer les plus petites, moins fréquentées. Cela dit, compte tenu de l'évolution constante des préférences et des comportements des consommateurs et de la nature profondément locale de nombreux services collaboratifs, les petites entreprises pair-à-pair devraient continuer de jouer un rôle déterminant dans l'avenir de l'économie collaborative.

Innovation et développement touristique

L'économie collaborative modifie la façon dont les gens voyagent sous des formes qui peuvent à la fois bénéficier au tourisme et créer des difficultés.

En diversifiant l'offre, cette économie du partage peut susciter ou développer la consommation de catégories nouvelles et différentes de touristes. Certains seront séduits par son caractère collaboratif et les expériences locales originales qu'elle offre, tandis que son accessibilité numérique et ses prix inférieurs intéresseront les jeunes et les voyageurs disposant de budgets serrés. L'attrait exercé sur les jeunes touristes est un facteur qui entre en ligne de compte pour les responsables des politiques touristiques car il permet d'établir aujourd'hui des relations à long terme avec les voyageurs de demain.

Les données d'une enquête réalisée en Espagne montrent que le budget et le choix d'hébergements en fonction de la taille et des besoins du groupe de voyageurs sont les facteurs qui déterminent le choix d'un séjour dans une location touristique (Exceltur, 2015). Une étude conduite en France souligne pour sa part la possibilité qu'offre l'économie collaborative de fournir aux touristes les expériences locales authentiques dont ils sont de plus en plus friands (ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, 2015). Au Japon, par exemple, les services de cohébergement devraient offrir une formule innovante aux visiteurs internationaux désireux de découvrir le quotidien des Japonais, en complément des hôtels et auberges traditionnels existants. Les ministères compétents travaillent en coopération pour analyser leurs retombées et les conditions-cadres nécessaires.

Ces nouveaux produits et services peuvent s'adresser à des segments négligés du marché et mieux satisfaire leurs besoins, et créer par ailleurs de nouveaux créneaux spécialisés. Les nouvelles filières de l'économie collaborative peuvent faire appel à des actifs et ressources sous-utilisés pour produire de la valeur et élargir le marché sans avoir à effectuer de gros investissements. Elles peuvent fournir des services sous d'autres formes et une capacité supplémentaire de prise en compte de la demande, et ainsi atténuer les tensions sur les prix dans le secteur, comme cela a été le cas dans des villes comme Dublin et Paris, où les services d'hébergement classiques sont à saturation. En Finlande, l'hébergement privé chez des particuliers en milieu rural permet aux collectivités d'augmenter l'offre durant les festivals et autres manifestations, et ouvre par ailleurs des possibilités de passer la nuit dans des régions dépourvues de services touristiques, comme c'est le cas le long de la piste cyclable du Rideau de fer. Les services de transport partagé, comme Uber, peuvent de leur côté favoriser la mobilité des voyageurs dans la mesure où les touristes coutumiers de ces services n'ont pas à affronter les réseaux de transports publics locaux ou à trouver des stations de taxis.

Dans le même temps, ces plateformes peuvent attirer les touristes vers de nouvelles destinations auparavant peu prisées, surtout celles qui manquent de solides infrastructures touristiques. Il peut s'agir de destinations reculées comme de grandes villes. Ainsi, une étude de l'Observatoire valaisan du tourisme (2014) portant sur l'incidence d'Airbnb sur le secteur du tourisme en Suisse a constaté que les services offerts par l'intermédiaire de la plateforme sont des formules très appréciées dans des villes

comme Genève et Zurich, de même que dans les régions alpines. Le coût élevé des séjours hôteliers dans les centres urbains est un problème en Suisse, et l'hébergement collaboratif a largement ouvert un créneau spécialisé qui n'existait pas auparavant. Les services touristiques sont généralement concentrés dans les stations de ski et les activités dans les régions alpines et rurales, alors que le marché des escapades urbaines a été en grande partie négligé. Airbnb représente 8 % environ de la capacité d'hébergement en Suisse.

Selon certaines observations, l'innovation et l'expansion des services touristiques engendrées par l'économie collaborative se solderaient par un accroissement net de la taille du secteur. Aux États-Unis par exemple, un développement substantiel du marché d'Airbnb (10 %) au Texas est allé de pair avec un léger recul des recettes hôtelières (0.4 %) (Zerbas, Prosperio et Byers, 2015). Ailleurs, un rebond des projets de construction hôtelière serait intervenu dans les zones de croissance les plus dynamiques d'Airbnb, dont San Francisco, ce qui témoigne de la possibilité d'une croissance complémentaire (Slate, 2015). Une étude d'impact réalisée par Airbnb (2015) à Montréal (Canada) a constaté que ses clients y passent en moyenne 5 nuits et y dépensent 909 CAD, contre 2.7 nuits et 760 CAD pour les touristes séjournant dans des structures d'accueil conventionnelles. Ce résultat correspond à ceux d'études conduites par l'entreprise dans d'autres villes, ce qui indique que les dépenses quotidiennes des adeptes du tourisme collaboratif sont peut-être inférieures, mais que leurs séjours sont plus longs et peuvent compléter, plutôt que remplacer, les marchés existants. L'expansion des services touristiques en ce sens peut faire progresser l'économie d'un pays moyennant des investissements modiques, voire nuls.

En attirant de nouveaux touristes et en créant de nouvelles expériences touristiques, l'économie collaborative apporte au secteur du tourisme des innovations susceptibles d'ouvrir des perspectives aux intervenants traditionnels, ainsi qu'à d'autres segments de l'économie qui ne tirent actuellement guère d'avantages du tourisme. Un enrichissement de l'offre et de la diversité des services et expériences touristiques peut élargir l'éventail de choix des consommateurs et compléter les formules touristiques classiques. Cette démarche risque certes de détourner une partie de la demande des entreprises conventionnelles, mais peut également développer le tourisme en général. L'économie collaborative incite également les prestataires de services conventionnels à être plus innovants et à repenser leurs offres et leurs modèles économiques face à de nouvelles approches et pressions concurrentielles.

Pour l'heure, les services collaboratifs apparus dans le secteur du tourisme sont en grande partie venus d'autres filières que celle du secteur touristique conventionnel et devraient exercer une influence grandissante sur les choix des consommateurs à l'avenir. Les acteurs traditionnels doivent prendre les devants et se montrer innovants pour répondre à ces évolutions. Les agences de tourisme aussi doivent engager une coopération avec les acteurs de l'économie collaborative à l'heure où ceux-ci gagnent en puissance dans le secteur.

De nombreux ministères du tourisme des pays de l'OCDE ont insisté dans leurs objectifs stratégiques sur la nécessité de réduire la saisonnalité et de répartir les bénéfices économiques du tourisme sur l'ensemble de l'année et du territoire. Dans cette optique, les autorités mettent davantage l'accent sur le tourisme thématique ou de niche, par opposition à des modèles touristiques de masse plus saisonniers axés sur les stations balnéaires. Elles cherchent aussi des moyens de stimuler la compétitivité de l'offre touristique dans leur pays. Les expériences authentiques que proposent les plateformes collaboratives peuvent jouer un

rôle particulièrement important dans le développement du tourisme culturel et l'attrait exercé sur de jeunes voyageurs. En parallèle, ces plateformes peuvent venir compléter les stratégies visant à favoriser le développement d'un tourisme durable qui se trouvent à différents stades de leur mise en œuvre dans de nombreux pays.

Cela dit, si la croissance de l'économie collaborative ouvre des perspectives au tourisme, elle crée des enjeux pour les acteurs traditionnels du secteur et soulève des questions d'ordre plus général pour l'action publique. Les autorités doivent trouver le moyen d'exploiter la possibilité de stimuler l'innovation et de favoriser l'expansion et le développement du tourisme global tout en répondant à ces problèmes.

Enjeux et implications pour la politique du tourisme

Lorsque l'on analyse la croissance appréciable de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme, il convient de se souvenir qu'elle agit différemment sur ses différents participants. Pour définir des cadres d'action publique efficaces dans ce domaine, il faut savoir concilier ces intérêts divers (Johal et Zon, 2015). Le tableau 3.2 identifie les principaux

Tableau 3.2. **Principaux acteurs de l'économie touristique collaborative**

Principaux acteurs	Intérêts
Touristes	<p>L'innovation et l'intensification de la concurrence que la croissance de l'économie collaborative a rendues possibles bénéficient aux touristes. L'économie collaborative permet aussi d'accéder à un plus large éventail d'expériences et améliore le vécu touristique et culturel local des touristes. Les progrès ont permis à l'économie collaborative de mettre en place de nouveaux dispositifs de confiance et de vérification pour renforcer la sécurité et améliorer les pratiques, notamment des systèmes de remontée d'informations et de notoriété, et la possibilité d'utiliser des plateformes reconnues au plan mondial lorsque l'on voyage dans différents pays. Bon nombre de ces nouveaux services touristiques remettent cependant en cause les méthodes existantes de protection des consommateurs, de sécurité et d'assurance qualité dans la mesure où ils ne sont pas toujours assujettis à des règles et des normes sur ces marchés déprofessionnalisés.</p> <p>Les consommateurs ont généralement bien accueilli ces nouveaux services. Le rapport <i>World Travel Market (WTM) 2014 Industry Report</i> indique qu'au Royaume-Uni, un vacancier sur dix a réservé son voyage par l'intermédiaire d'une plateforme pair-à-pair, et que 86 % de ceux qui l'ont fait ont jugé leur expérience positive et feront à nouveau appel au service.</p>
Entreprises touristiques classiques	<p>Les opérateurs touristiques traditionnels (hôtels, restaurants, taxis, voyagistes) comptent parmi les participants les plus visibles et les plus actifs au débat sur l'économie collaborative. Dans de nombreux cas, ces entreprises sont agréées par les gouvernements ou, à défaut, soumises à des cadres réglementaires prescriptifs, ce qui pèse sur leur souplesse opérationnelle et leurs coûts. Généralement organisées sous forme d'associations professionnelles, elles s'inquiètent du risque de concurrence déloyale que présentent les nouveaux rivaux de l'économie collaborative qui soit ne sont pas assujettis aux mêmes réglementations, soit ne les respectent pas. Elles mettent aussi en avant leurs effets potentiellement négatifs sur la qualité de l'expérience touristique en général. Les responsables publics doivent distinguer ces demandes de règles équitables des pressions exercées par les opérateurs historiques pour préserver leurs avantages face aux nouveaux arrivants sur le marché.</p> <p>Les opérateurs n'ont en règle générale pas bien accueilli ces nouveaux services, et ont mis du temps à y voir des perspectives d'innovation. Selon le rapport <i>WTM 2014 Industry Report</i>, un cinquième des entreprises interrogées ont déclaré avoir ressenti les effets de l'économie collaborative, 68 % d'entre elles les jugeant négatifs. Ces effets ne paraissent pas équitablement répartis – une étude du ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique de la France (2015), par exemple, a constaté que les hôtels de bas de gamme et de gamme moyenne étaient plus touchés par cette nouvelle concurrence que les hôtels hauts de gamme.</p>
Plateformes	<p>Les plateformes technologiques de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme comprennent à la fois des entreprises mondiales, comme Airbnb et Uber, et des entreprises locales de plus petite taille. Certaines se définissent comme relevant de l'économie touristique collaborative, d'autres se voient uniquement comme des entreprises technologiques.</p> <p>L'intérêt des plateformes consiste à donner à leurs marchés les moyens de fonctionner, que ce soit par l'instauration de nouvelles règles ou par l'opposition pure et simple à l'application de règlements. Si, souvent, l'économie collaborative reconnaît qu'un certain degré de réglementation est nécessaire, les plateformes ont de manière générale demandé à être assujetties à des règles différentes de celles appliquées aux acteurs traditionnels du secteur.</p>
Prestataires de services	<p>Les particuliers qui fournissent des services dans le cadre de l'économie collaborative ont des intérêts distincts de ceux des plateformes – ainsi, les intérêts du conducteur Uber ne sont pas les mêmes que ceux de l'entreprise Uber. Les intérêts de ces prestataires sont complexes et souvent mal formulés dans le débat politique étant donné l'ampleur et le caractère diffus de ce groupe.</p> <p>Le développement de l'économie collaborative offre aux prestataires de services de nouveaux débouchés et de nouvelles sources de revenus, et leur permet d'utiliser des actifs existants pour tirer parti de l'activité touristique sous de nouvelles formes. Néanmoins, ces nouveaux arrivants sur le marché ignorent parfois les obligations et implications juridiques liées à la conduite de ces activités. Il se peut aussi que les prestataires ne soient pas couverts par les dispositifs de protection en place pour empêcher leur exploitation par les plateformes ou les consommateurs. La nature des opérations risque de mener au remplacement des relations d'emploi traditionnelles par des contrats précaires de fournisseur indépendant sans prestations sociales par exemple.</p>

Tableau 3.2. **Principaux acteurs de l'économie touristique collaborative (suite)**

Principaux acteurs	Intérêts
Localités de destination	<p>Les autorités nationales, infranationales et locales jouent un rôle essentiel dans la mise en place du contexte opérationnel de l'économie collaborative dans les localités de destination. Elles doivent concilier les intérêts de ces parties et en examiner l'incidence sur d'autres objectifs d'action publique, notamment sur le plan des recettes, de l'accessibilité et de la sécurité publique.</p> <p>Dans certains cas, l'économie collaborative permet aux communautés de destination d'attirer davantage de touristes conventionnels dans les endroits où les capacités infrastructurelles traditionnelles sont limitées – c'est depuis longtemps le cas de Cuba, par exemple, où il existe une longue tradition de location chez l'habitant. L'économie collaborative peut également donner à une plus forte proportion de la population locale la possibilité de tirer profit du tourisme.</p>

acteurs de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme et leurs intérêts respectifs – touristes, entreprises touristiques traditionnelles (encadré 3.3), plateformes collaboratives, prestataires de services et localités de destination.

Encadré 3.3. **Charte de l'HOTREC pour une économie collaborative durable et responsable dans le secteur hôtelier**

Selon l'association professionnelle qui représente le secteur hôtelier européen, HOTREC, le développement des locations de courte durée de logements privés par l'intermédiaire des plateformes pair-à-pair crée une concurrence déloyale pour ses membres, ainsi que des risques pour la protection et la sécurité des consommateurs. HOTREC a appelé les pouvoirs publics en Europe à évaluer l'incidence réelle de ces nouveaux modèles économiques sur les petites entreprises, les collectivités locales et la cohésion sociale et économique. Elle a également appelé les plateformes qui servent d'intermédiaires à ces transactions à coopérer avec les instances de réglementation par la diffusion de données et à soutenir l'application des lois en vigueur. HOTREC a établi une liste de recommandations et de mesures à l'intention des autorités et des plateformes collaboratives :

- Intégrer les locations de logements privés de courte durée dans la législation en tant qu'hébergements touristiques.
- Mettre en place une procédure d'enregistrement et de permis.
- Intégrer les locations de logements privés de courte durée dans les statistiques touristiques.
- Mettre en place des dispositions et des contrôles en matière de sûreté et sécurité.
- Respecter la réglementation fiscale.
- Vérifier l'identité des visiteurs selon les dispositions de l'accord de Schengen.
- Protéger les droits et prestations des salariés.
- Protéger la qualité de vie du voisinage.
- Établir et assurer une nette distinction entre les locaux résidentiels et commerciaux.
- Mettre un frein à l'expansion de la location de logements privés de courte durée.

Source : HOTREC (2015).

L'expansion rapide de l'économie collaborative met à rude épreuve les cadres d'action publique existants, ce qui amène les responsables des politiques touristiques à s'interroger sur la façon dont ils doivent aborder cette économie dans des domaines tels que la réglementation, la fiscalité, la croissance économique et même la conception des dispositifs de protection sociale. Le manque de données fiables et crédibles fait sérieusement obstacle à l'élaboration de politiques prospectives dans bon nombre de ces domaines. L'économie collaborative est un phénomène nouveau, et une grande partie des informations relatives à

son développement provient des plateformes elles-mêmes ; il est donc difficile de dégager des tendances pertinentes à partir de sources de données impartiales.

Protection des consommateurs, sécurité et qualité des services

Les cadres qui régissent actuellement la protection des consommateurs, la sécurité et l'assurance de la qualité sont parfois difficiles à appliquer au modèle de l'économie collaborative compte tenu du caractère beaucoup plus diffus et fractionné du marché et de la nature plus informelle des transactions. D'un côté, les règles conçues pour protéger les consommateurs pourraient, en limitant le développement de l'économie collaborative, aller à l'encontre de leur objectif principal, car la concurrence profite aux consommateurs. De l'autre, le modèle de l'économie collaborative soulève de nouvelles questions en matière de protection du consommateur, en termes de confidentialité des données et d'accessibilité financière par exemple, étant donné l'utilisation prépondérante des cartes de crédit et des téléphones intelligents sur ces plateformes.

Les prestataires de services conventionnels sont assujettis à des règles et des normes qui visent à promouvoir la fourniture de services touristiques de qualité dans un environnement sûr et sécurisé. Dans de nombreux cas, ces règles sont devenues pesantes et appellent une modernisation. Les services collaboratifs, qui en sont dispensés ou qui fonctionnent en dehors de ce système, peuvent constituer une concurrence déloyale parce qu'ils sont assujettis à des normes réglementaires moins rigoureuses, ou inexistantes. D'aucuns feront valoir qu'à long terme, si des problèmes de sécurité ou de qualité des services surgissent, certains services seront perçus comme étant moins sûrs ou de qualité inférieure, ce qui aura des retombées sur la gestion des marques et le positionnement de la destination. Il convient de souligner que les pouvoirs publics sont responsables de la protection des consommateurs, et notamment de leur sécurité.

La plupart des mesures de protection des consommateurs se fondent sur l'hypothèse que les consommateurs se trouvent en position de faiblesse face à des entreprises puissantes et ont besoin d'être protégés. Dans un marché pair-à-pair, cette dynamique est renversée, et toute politique visant à corriger les défaillances sur ces marchés plus équitables doit également prendre en considération les petits prestataires de services touristiques collaboratifs (Commission européenne, 2013).

Si les participants à l'économie collaborative n'ont pas forcément besoin de protection vis-à-vis de grandes entreprises puissantes disposant d'un pouvoir de négociation inégal, d'autres questions plus générales de sécurité publique, susceptibles d'appeler de nouvelles interventions, devront éventuellement être examinées. Sous l'effet de la nouvelle dynamique de désintermédiation de la chaîne de valeur, des problèmes de responsabilité surgissent quand les consommateurs se livrent à des activités économiques qui ne sont pas toujours couvertes par les instruments juridiques en vigueur, et qu'il y a moins d'intermédiaires à tenir pour responsables. Il est également possible que certains règlements de protection des consommateurs tombent en désuétude compte tenu des systèmes de recueil d'appréciations qui établissent la réputation des entreprises (Bracy, 2015).

La confiance, ou le capital de réputation, joue un rôle central dans les échanges entre pairs, et les dispositifs de commentaires et de notation ont été utiles pour stimuler la croissance de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme. Le facteur confiance revêt une importance particulière dans ce domaine. Le voyage est un produit reposant sur une expérience, dont la valeur est très difficile à évaluer avant l'achat et qui exige des

consommateurs des recherches approfondies pour diminuer les coûts liés à l'échange commercial. Ces derniers comprennent les coûts liés à la sécurité et au risque en termes financiers, personnels et temporels (Sigala, 2015). Une dynamique majeure de l'économie collaborative est l'effet de la consommation désagrégée sur la réduction des coûts de transaction. Dans de nombreux cas, le coût des échanges entre deux individus dans le cadre de l'économie collaborative est relativement inférieur à celui de la coordination d'un échange avec une entreprise (*Australian Institute of Public Affairs*, 2014).

De nombreuses plateformes collaboratives permettent aux acheteurs et aux vendeurs de produits et services de noter leur degré de satisfaction vis-à-vis de la transaction dans l'intérêt des futurs usagers. Ces systèmes de notation réduisent l'incertitude et l'asymétrie de l'information entre les parties à l'échange. Ils peuvent également renforcer la disposition des consommateurs à payer, et inciter les vendeurs à fournir des biens et des services de qualité. Les évaluations des utilisateurs et les examens par les pairs permettent aux consommateurs de s'informer mutuellement de l'utilité de ces services et, dans l'idéal, d'éliminer les comportements fâcheux. Ces dispositifs peuvent ainsi faire fonction de « main invisible » secondaire pour guider les individus vers des choix commerciaux qui sont fondés sur des normes sociales et vont souvent à l'encontre des seuls intérêts personnels (Thierer et al., 2015).

L'utilité de ces systèmes est toutefois restreinte dans certaines circonstances, par exemple lorsqu'il s'agit de déterminer si un véhicule est en bon état mécanique ou si un hôte a des antécédents judiciaires inquiétants, ou d'évaluer des retombées plus générales sur la sûreté et la sécurité publiques. Les systèmes d'évaluation et de critique par les utilisateurs, fondés sur des opinions et préférences personnelles subjectives, présentent des défauts de précision et des biais. Les plateformes elles-mêmes en sont conscientes, qui ont une responsabilité vis-à-vis des usagers finaux comme des prestataires de services. Les chauffeurs d'Uber, par exemple, sont soumis à des vérifications de leurs antécédents routiers et judiciaires.

En outre, ces mécanismes s'appuient sur une collecte intensive de données. Celles-ci sont certes utiles, mais soulèvent des inquiétudes plus générales quant à leur sécurité et leur utilisation. Elles posent également des problèmes de confidentialité lorsque les plateformes peuvent user de leur pouvoir de marché pour obtenir davantage d'informations que les consommateurs ne sont disposés à fournir. Cela risque de se traduire par une discrimination par les prix, et par le ciblage ou l'exclusion d'utilisateurs marginalisés (Bracy, 2015).

Les plateformes peuvent se servir de ces systèmes de notation et de notoriété pour repérer et exclure les prestataires de services et les utilisateurs douteux ou indécents. Pour cela, il faut que leurs intérêts recoupent ceux des consommateurs et du grand public, ce qui n'est pas toujours le cas. Même si elles écartent ces prestataires et utilisateurs, ceux-ci peuvent migrer sur d'autres plateformes. La fonction et les responsabilités des plateformes en matière de protection de l'intérêt public méritent donc aussi réflexion.

Il convient de garder à l'esprit que ces mécanismes de réputation ne constituent pas intrinsèquement un cadre de protection des consommateurs, même s'ils offrent un moyen important d'établir la confiance sur le marché. Les pouvoirs publics sont vivement encouragés à faire le nécessaire pour mieux appréhender les principaux problèmes et la situation globale, et à prendre le cas échéant les mesures qui s'imposent pour y remédier, par exemple l'adaptation des règlements existants ou l'adoption de nouvelles règles pour protéger les consommateurs et les tiers susceptibles d'être lésés.

Obligations réglementaires

Dans de nombreux pays, l'offre de services touristiques est très réglementée. Cette réglementation peut revêtir la forme de licences ou de normes pour les prestataires de services d'hébergement, de transport, de voyage et autres, et de normes de fonctionnement liées à la santé et à la sécurité, à l'accessibilité, à l'hygiène et à la propreté, à la lutte contre le bruit et aux conditions d'emploi. Les services réglementés couvrent souvent la majeure partie du secteur du tourisme même s'il existe dans certains pays, comme l'Autriche et l'Irlande, un segment bien établi de services de substitution, privés ou non enregistrés. Dans l'économie collaborative, les transactions touristiques interviennent souvent en dehors de la plupart de ces dispositifs réglementaires – sinon tous. La coexistence de prestataires très réglementés et de concurrents non réglementés crée un risque élevé de concurrence déloyale et d'arbitrage réglementaire, comme le montre le recours de certaines entreprises à des plateformes collaboratives pour contourner les règlements.

Les autorités sont appelées à engager une réflexion sur la législation en vigueur de manière à y intégrer les activités collaboratives qui ne s'inscrivent pas parfaitement dans les cadres réglementaires existants. Plusieurs mesures ont récemment été prises pour rattacher les responsabilités des acteurs de l'économie collaborative aux règlements en vigueur et préciser en quoi ces derniers s'appliquent, comme en Autriche (encadré 3.4). Les règles et réglementations régissant les services que les particuliers proposent par l'intermédiaire de plateformes collaboratives, ou les conséquences plus générales d'une participation à ces activités, sur les baux de location par exemple, sont peut-être mal connues ou comprises. Tout en reconnaissant la nécessité d'intégrer les activités de l'économie collaborative à l'économie structurée, les plateformes mettent pour leur part l'accent sur la nature fondamentalement distincte de ces nouveaux modèles économiques.

Encadré 3.4. Examen du cadre juridique de l'hébergement collaboratif en Autriche

En 2015, le ministère autrichien de la Science, de la Recherche et de l'Économie a commandité une étude afin d'analyser les aspects juridiques de la location de logements privés dans le cadre de la législation en vigueur. L'étude contient une description des différents contrats possibles, du contexte juridique et des règlements régissant les formalités d'inscription et l'aménagement local/régional, notamment les caractéristiques particulières aux différents États de la Fédération, ainsi que les impôts, droits et frais. Il s'agissait d'informer les particuliers qui louent à titre privé des lits, des chambres ou des appartements sur les règles et règlements applicables et de les sensibiliser à l'environnement juridique relativement complexe de ces opérations. Dans cette optique, le ministère a publié un bref document d'information qui présente les principales lois et dispositions à respecter. Celles-ci concernent notamment les obligations pour le locataire de vérifier les conditions de son bail et de consulter son propriétaire, d'obtenir l'accord écrit des autres résidents de l'immeuble et de vérifier si d'autres restrictions s'appliquent à l'échelon de l'État. La location d'hébergements privés comportant plus de dix lits est assujettie au code de l'industrie et requiert une licence d'exploitation.

Source : Ministère autrichien de la Science, de la Recherche et de l'Économie, www.bmwfjw.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Seiten/default.aspx.

Le tourisme est un secteur particulièrement fragmenté, composé de nombreux produits et services qui sont supervisés par plusieurs ministères à l'échelon national et infranational. Cela complique la tâche des autorités chargées de coordonner et d'appliquer

les règlements afin d'instaurer des conditions équitables pour tous les participants à l'économie. Les cadres réglementaires ne doivent pas avoir pour conséquence indésirable de brider la croissance du tourisme en freinant l'innovation, en étouffant la création de nouvelles entreprises ou en protégeant les opérateurs historiques, mais doivent favoriser une concurrence transparente et ouverte, ainsi que l'intérêt général. Ce résultat est particulièrement difficile à obtenir lorsque les mesures réglementaires ne sont pas coordonnées au niveau régional ou national, les entreprises se trouvant alors parfois confrontées à des obligations réglementaires et à des coûts de mise en conformité extrêmement variables sur un même marché national, ce qui déprime l'investissement et la croissance et est source de confusion pour les touristes et utilisateurs des services.

Le développement de l'économie collaborative peut donc offrir une occasion de réévaluer le cadre réglementaire global applicable au tourisme de sorte qu'il réponde au mieux aux réalités actuelles du secteur et optimise ses perspectives. Il ressort d'une consultation publique conduite par la Commission européenne (2014) que le cadre gouvernant les transactions fondées sur les technologies n'est pas toujours suffisant en termes de clarté, de champ d'application et d'approche face aux réalités modernes du tourisme électronique et mobile.

Un aspect important de la réglementation applicable au tourisme a trait aux obligations relatives aux assurances pour protéger les acheteurs et les vendeurs, de même que les tiers susceptibles de subir des conséquences défavorables de leur échange. Jusqu'à présent, les prestataires de services collaboratifs ont éprouvé beaucoup de difficultés à assurer leur responsabilité civile en raison du caractère novateur et particulier de leurs opérations. Cela peut créer des dysfonctionnements du marché lorsque les offres individuelles sont inadaptées et les offres commerciales inabordables.

Dans certains cas, de nouvelles initiatives surgissent sur le marché pour remédier à ces lacunes, à l'initiative des plateformes – comme la *Garantie hôte* d'Airbnb, qui couvre les pertes et dommages causés aux biens à hauteur d'un million USD en sus du contrat d'assurance des propriétaires – ou des compagnies d'assurance, sous forme de nouvelles offres visant à satisfaire aux besoins des prestataires de services collaboratifs (Queensland Tourism Industry Council, 2014 ; British Insurance Brokers Association, 2014 ; Insurance Business America, 2015).

Malgré ces mesures, les insuffisances du marché de l'assurance demeurent l'un des principaux obstacles à la croissance de l'économie collaborative. Des procédures judiciaires efficaces et aisément accessibles s'imposent pour résoudre les différends et les problèmes à mesure qu'ils apparaissent. Certains observateurs estiment toutefois que les organismes publics de réglementation ne doivent pas intervenir trop rapidement, pour laisser aux normes juridiques et assurantielles le temps de s'adapter aux nouveaux schémas comportementaux (Koopman et al., 2015). L'évolution du cadre réglementaire, régimes d'assurance compris, favorisera la croissance et le développement de l'économie collaborative à plus long terme.

Conséquences fiscales

Outre la réglementation, l'économie collaborative dans le secteur du tourisme a aussi une incidence sur le plan fiscal. Celle-ci peut aussi bien revêtir la forme de taxes spécifiques au tourisme, comme les taxes hôtelières ou de nuitée, que d'un traitement plus général des activités à temps partiel et informelles aux fins de taxe sur la valeur ajoutée, d'impôt sur le revenu et de cotisations sociales. Les décisions et mesures d'application prises par les autorités risquent soit d'exercer des pressions sur l'assiette fiscale, si les

services évoluent vers le secteur non structuré où le taux de civisme fiscal est moindre, soit d'augmenter l'assiette fiscale, par exemple si les taxes hôtelières ou touristiques sont perçues sur les séjours effectués dans le cadre d'un hébergement entre particuliers. L'économie collaborative, si elle favorise l'activité des microentrepreneurs, ne développe pas forcément l'économie informelle car son recours intensif aux données et aux paiements numériques facilite le suivi des transactions.

La classification des activités collaboratives n'est pas forcément complexe, mais le mode opératoire des plateformes accentue les problèmes de définition, par exemple en ce qui concerne les biens immobiliers à usage mixte (personnel et commercial) et la distinction employé/entrepreneur indépendant (Oei et Ring, 2015). Il se peut toutefois que les particuliers qui offrent des services collaboratifs ne se considèrent pas comme des entreprises, ou ne soient pas toujours informés des obligations fiscales liées à ces activités et aux processus de paiement qui leur sont associés. Les autorités s'efforcent également de suivre l'évolution rapide de la situation et de préciser en quoi ces activités s'inscrivent dans les règles et règlements en vigueur.

Dans la mesure du possible, les obligations de conformité doivent être adaptées aux modèles économiques des prestataires de services de l'économie collaborative, et l'administration fiscale doit fournir une formation et une assistance efficaces. Par ailleurs, étant donné l'utilisation massive des services numériques dans ces entreprises, surtout en ce qui concerne les modes de réservation et de paiement, l'administration fiscale et les tiers qui appuient ces activités disposent d'une marge de manœuvre considérable pour concevoir des processus efficaces sur le plan fiscal.

Toute action en matière fiscale doit s'attacher à simplifier les règles et à les diffuser le plus clairement possible pour mieux les faire connaître et diminuer le coût du temps consacré à assurer leur respect ; le régime fiscal en soi ne doit pas être un obstacle à la conformité (OCDE, 2015b). L'administration fiscale australienne, par exemple, fournit des directives claires et précises aux participants à l'économie collaborative par le biais d'un site internet concis qui explique dans un langage simple l'incidence fiscale des revenus dégagés dans le cadre de différentes entreprises collaboratives (encadré 3.5).

Encadré 3.5. Conformité de l'économie collaborative aux règles fiscales en Australie

En mai 2015, l'administration fiscale australienne a publié une déclaration indiquant que les lois fiscales applicables aux activités conduites de manière conventionnelle s'appliquent de la même façon à celles conduites dans le cadre de l'économie collaborative. Une taxe sur les produits et services (TPS) peut s'appliquer aux personnes qui exploitent une entreprise et dégagent un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 75 000 AUD. Ces personnes doivent s'enregistrer pour obtenir un numéro d'entreprise australienne (*Australian Business Number*) et leur assujettissement fiscal. Celles qui fournissent des services d'hébergement dans le cadre de l'économie collaborative ne sont pas toujours tenues de s'immatriculer, indépendamment de leur chiffre d'affaires, parce que la majeure partie de leur offre consiste en locations résidentielles taxées en amont, qui ne sont pas prises en compte dans le chiffre d'affaires. On peut comparer ce statut avec celui d'un hôtel, d'une auberge, de chambres d'hôtes ou d'autres établissements similaires, qui sont normalement assujettis à la TPS. Cette activité aura aussi une incidence sur l'impôt sur le revenu si la personne est concernée par ce dernier.

Source : Australian Tax Office, www.ato.gov.au.

Les plateformes peuvent aussi intervenir pour expliquer clairement les obligations fiscales et favoriser leur respect, soit en fournissant les informations appropriées aux prestataires et aux autorités, soit directement – ainsi, dans certains pays comme la France, Airbnb collecte les taxes de séjour et les verse aux services fiscaux au nom des propriétaires, ou fournit des informations sur le respect des obligations fiscales, et des relevés pour faciliter l'établissement des déclarations d'impôt. La France a récemment modifié le régime fiscal appliqué au tourisme pour exiger des plateformes qu'elles assument cette fonction et pour simplifier la procédure, pour les particuliers comme pour les plateformes. Elle a invoqué à cet égard sa volonté d'établir des conditions de concurrence loyales et de remédier au manque à gagner pour l'État.

Une croissance économique inclusive

L'économie collaborative peut aiguillonner la croissance économique et la création d'emplois en stimulant l'innovation et le développement de nouvelles expériences, en offrant de nouvelles possibilités d'entrepreneuriat, et en permettant au plus grand nombre de profiter de la prospérité économique apportée par le tourisme.

Elle influe aussi sur la répartition des bienfaits économiques qu'amène un secteur du tourisme florissant. Elle peut produire une valeur ajoutée en orientant les flux touristiques ailleurs que dans les zones très fréquentées et encourager les visiteurs à se déployer sur des destinations moins connues. Cette démarche peut amener des touristes dans des régions mal équipées en infrastructures touristiques classiques, et ainsi profiter à leur économie et favoriser le développement de leurs entreprises de services et du secteur culturel. Elle peut également offrir de nouveaux débouchés économiques à des segments de la population qui n'en tireraient autrement pas directement profit. Une étude conduite par PwC (2015) aux États-Unis a constaté que les prestataires étaient bien répartis sur l'ensemble des fourchettes d'âge et de revenu des ménages. Dans la plupart des cas, cette activité complète plutôt qu'elle ne remplace leurs revenus.

Cela dit, comme le statut d'entrepreneur indépendant ne bénéficie pas des mêmes protections juridiques que celui de salarié, les hôtes, chauffeurs et autres particuliers qui offrent ces services sont parfois confrontés à un facteur d'incertitude et à un risque d'exploitation. Ces classifications du travail ont déjà fait l'objet de batailles juridiques dans différents champs de l'économie collaborative, notamment en ce qui concerne les conditions d'emploi des conducteurs d'Uber. Cela a une incidence sur les responsabilités des plateformes envers les prestataires de services en termes de droits des salariés et d'assurance sociale, et influe sur la nature et la qualité de l'emploi. Les autorités devront éventuellement réexaminer les dispositifs de prestations sociales, surtout ceux qui sont liés aux relations d'emploi traditionnelles (*Financial Times*, 2015b).

Le développement de l'économie collaborative dans le secteur touristique peut avoir des retombées favorables, en réduisant l'empreinte écologique des voyages et en renforçant la compréhension et l'échange de valeurs culturelles. Il peut contribuer à démocratiser les voyages, et profiter ainsi aux personnes qui n'ont pas les moyens, financiers ou autres, d'accéder au tourisme traditionnel (Sigala, 2015). Une étude de l'université de New York a constaté que l'offre de services collaboratifs, compte tenu de son coût inférieur, profite de manière disproportionnée aux voyageurs moins aisés car elle élargit leur éventail de choix et met les expériences touristiques à leur portée (Fraiberger et Sundararajan, 2015).

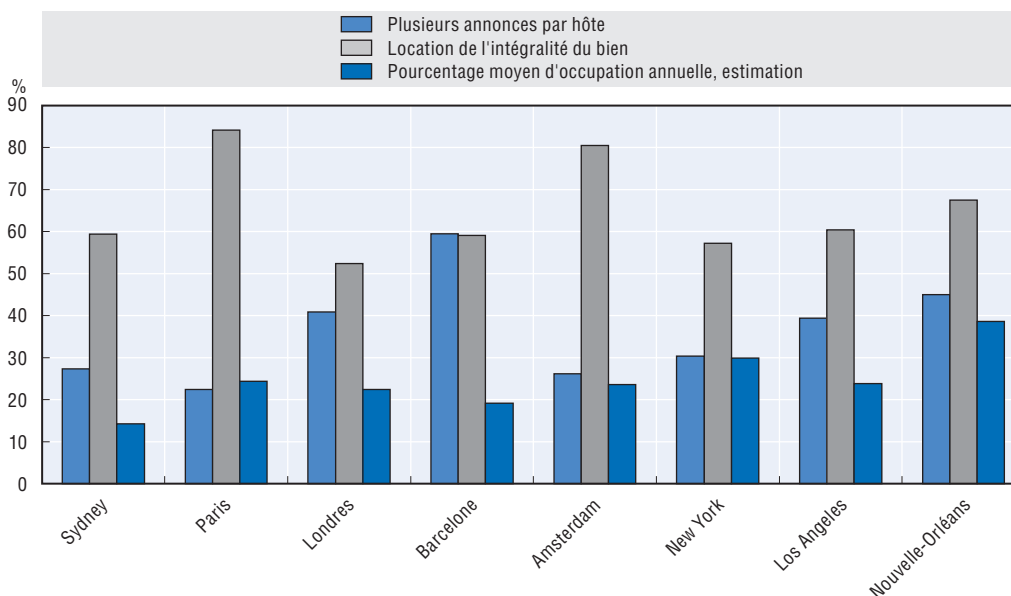
L'économie collaborative peut aussi produire des externalités négatives. Les services de cohabbergement en particulier peuvent avoir des répercussions sur le voisinage et les

habitants, en raison du bruit et d'autres désagréments. Dans le pire des cas, une mauvaise gestion du développement de ces services peut aussi avoir des retombées pernicieuses sur le tissu historique des destinations et diminuer leur attrait en tant que lieux de vie et de tourisme. La pression que la multiplication des locations entre particuliers pourrait exercer sur l'accessibilité économique des logements dans les villes chères a notamment suscité des préoccupations. Les effets à cet égard sont ambigus.

Il ressort d'observations recueillies aux États-Unis que l'utilisation massive d'Airbnb n'exerce pas à ce stade d'influence majeure sur la plupart des principaux marchés du logement, et que le cohabbergement apporte aux résidents un revenu supplémentaire qui leur permet de payer des loyers coûteux (*New York Times*, 2015b). Néanmoins, des données empiriques font état de propriétaires optant pour le modèle économique plus lucratif ou flexible de la location à court terme, ce qui réduit l'offre de logements locatifs (*Los Angeles Times*, 2015). Une étude menée en Espagne indique que l'expansion du cohabbergement est allée de pair avec une augmentation des prix du logement et une baisse de la population résidente dans les zones touristiques centrales, notamment dans la vieille ville de Barcelone et le centre de Madrid (*Exceltur*, 2015). À Paris, première ville de destination sur Airbnb, 70 % des plus de 40 000 biens immobiliers proposés se situent en dehors du principal axe hôtelier. Néanmoins, la croissance explosive de cette activité a à la fois eu des effets économiques positifs et suscité des réactions négatives d'habitants inquiets de l'évolution de leur quartier (*Wall Street Journal*, 2015b).

S'il est difficile d'établir une distinction entre les logements convertis en hébergements touristiques à court terme à des fins commerciales et ceux qui font l'objet d'un partage occasionnel, des données recueillies par *www.insideairbnb.com* montrent le caractère dominant de la location à plein temps d'hébergements de courte durée. Si l'on examine le pourcentage de particuliers qui louent l'intégralité de leur logement et la proportion moyenne de l'année durant laquelle ces logements sont loués par l'intermédiaire d'Airbnb (graphique 3.1), un schéma se dégage selon lequel un pourcentage

Graphique 3.1. Profil des locations d'Airbnb dans certaines villes



Source : Insideairbnb.com, utilisé sous licence de domaine public Creative Commons.

substantiel des unités résidentielles proposées par ce biais de la plateforme fait l'objet d'une exploitation commerciale touristique, et non de transactions occasionnelles entre particuliers. Cette incidence varie toutefois considérablement selon les villes.

Concilier les intérêts des acteurs du tourisme et de l'économie collaborative

Comment les pouvoirs publics ont-ils réagi à l'essor de l'économie collaborative dans le secteur du tourisme ? Jusqu'à présent, les responsables des politiques publiques ont adopté une position que l'on peut globalement qualifier d'attentiste. Les pleines conséquences de l'économie collaborative pour le tourisme ne sont pas encore claires et, de ce fait, les autorités ont adopté une approche relativement prudente face à l'introduction de nouvelles règles ou réformes susceptibles d'exploiter la valeur qu'offre l'économie collaborative ou, à l'inverse, d'assurer une protection contre les risques qu'elle peut présenter pour les opérateurs, les recettes et l'intérêt général. À l'échelon local et national, on peut distinguer trois catégories de réactions, liées à la nature du contexte réglementaire et au poids du principe d'auto-responsabilité dans l'intervention de l'État : volontaristes, réactives et inexistantes (encadré 1.20). Celles-ci vont vraisemblablement évoluer et s'individualiser à mesure que les responsables de l'action publique examineront les solutions dont ils disposent et définiront le degré de surveillance approprié.

Quelques exemples de formules créatives et souples appliquées par des autorités locales et nationales dans certains pays membres et partenaires de l'OCDE sont présentés ci-après. Ces mesures témoignent de la façon dont les responsables peuvent exploiter les possibilités et les innovations qu'offre l'économie collaborative tout en assurant la protection de l'intérêt public.

Les mesures adoptées l'ont été essentiellement à l'échelon local, car les règlements relatifs au zonage des bâtiments, les mesures de santé et de sécurité publiques et les dispositions régissant les transports relèvent souvent des autorités municipales. Les règlements pertinents étant pour une part substantielle établis localement, des approches diverses sont observables au sein d'un même pays (encadré 3.6), ce qui peut se traduire par un manque de cohérence pour les voyageurs qui se rendent dans différentes régions d'un pays de destination.

Encadré 3.6. Mesures locales en matière d'hospitalité collaborative en Espagne et en Allemagne

En **Espagne**, les nouveaux modèles de cohébergement font l'objet d'une réglementation au niveau des régions autonomes. En Catalogne, par exemple, le Plan stratégique du tourisme 2013-16 a clairement établi qu'un contrôle des hébergements de tourisme non agréés s'imposait. Le plan estimait à 500 000 le nombre de lits proposés dans ce cadre, chiffre qui en faisait la première offre d'hébergement sur cette destination. Les autorités régionales ont pris des mesures pour régulariser cette activité et ont pris contact avec les plateformes pour assurer le respect des règlements. Les hébergements locatifs privés doivent désormais être autorisés et enregistrés auprès du Registre du tourisme de Catalogne. Airbnb s'est vu imposer l'amende la plus élevée, d'un montant de 30 000 EUR, pour avoir proposé des biens jugés illégaux, et 1 500 EUR supplémentaires pour avoir omis de les retirer de son site internet (WTM, 2014). Depuis l'instauration de ces mesures, en 2012, le nombre de locations privées non agréées dans la région a fléchi de près de 50 % (Gouvernement de Catalogne, 2015). À Madrid, les autorités municipales ont décidé de réglementer les locations privées au

Encadré 3.6. Mesures locales en matière d'hospitalité collaborative en Espagne et en Allemagne (suite)

moyen d'un dispositif de licences qui oblige les demandeurs à satisfaire à un ensemble de normes minimales. En vertu des règles approuvées en juillet 2014, les locations d'hébergement touristique doivent être enregistrées et louées pour un séjour minimum de cinq nuits ; s'y ajoutent d'autres obligations, comme la communication d'un numéro de téléphone en cas d'urgence et la fourniture d'une connexion Wi-Fi, une politique tarifaire transparente, et l'interdiction d'utiliser le logement comme résidence permanente.

En **Allemagne**, différentes méthodes coexistent. Si la ville de Hambourg a, sous réserve de certaines conditions, légalisé la location de courte durée d'une résidence principale sans obligation d'autorisation, Berlin a interdit les locations de courte durée sans autorisation expresse des autorités locales, afin de garantir une offre raisonnable de logements locatifs pour les résidents. Les villes sont confrontées à des situations différentes – Berlin, par exemple, connaît en matière de stock et de prix des logements des problèmes considérables qui n'ont peut-être pas cours ailleurs.

Services d'hébergement

Face à la croissance explosive d'entreprises comme Airbnb et HomeAway, de nombreuses villes ont pris des mesures pour autoriser les propriétaires à louer leur logement sur de courtes périodes. La municipalité de Portland (2015a), aux États-Unis, a introduit en juillet 2014 une réglementation qui autorise les locations de courte durée si les hôtes résident au moins neuf mois de l'année dans le logement concerné, ceux-ci étant néanmoins tenus de demander une autorisation moyennant le versement de 180 USD, de réussir une inspection de sécurité, et d'informer leurs voisins de leur intention de demander cette autorisation. Le non-respect de ces obligations peut donner lieu à l'imposition d'une amende de 500 USD aux hôtes comme aux plateformes. Airbnb va par ailleurs recouvrer et reverser une taxe de 11.5 % pour le compte des bailleurs de Portland, une part de ces recettes étant destinée à un fonds visant à améliorer l'accessibilité pécuniaire des logements locatifs de la ville (municipalité de Portland, 2015b).

Amsterdam a suivi une voie similaire et adopté en 2014 une politique créant une nouvelle catégorie d'hébergement locatif privé qui autorise les hôtes à louer leur résidence pendant deux mois par an au maximum, sous certaines conditions. Le logement peut être loué à un maximum de quatre personnes à la fois, et doit respecter les règles de sécurité incendie. La location est assujettie à une autorisation de l'association de bailleurs ou de propriétaires-occupants, et une procédure spéciale est en place pour gérer les plaintes des voisins concernant le bruit ou d'autres désagréments (municipalité d'Amsterdam, 2015 ; *Airbnb Policy News*, 2015). Un accord ultérieur conclu entre la ville et Airbnb définit les modalités selon lesquelles la plateforme recouvrira une taxe touristique sur les gains des bailleurs, enverra deux fois par an à ces derniers une mise à jour leur rappelant les lois et obligations locales, et coopérera avec les responsables municipaux pour lutter contre les hôtels illégaux (municipalité d'Amsterdam, 2014). Amsterdam a cherché à se positionner comme chef de file de l'économie collaborative, et a été désignée première ville collaborative d'Europe en 2015.

San Francisco, Londres et Paris comptent parmi les autres villes de premier plan qui, ces deux dernières années, ont aussi adopté des amendements législatifs et réglementaires pour légaliser la location de courte durée de logements par leur propriétaire. Fin 2015, les

habitants de San Francisco ont voté contre une proposition visant à limiter la location privée de courte durée à 75 nuits par an, au lieu des 90 nuits en vigueur. La proposition aurait également exigé des bailleurs et des plateformes d'accueil qu'ils soumettent tous les trois mois un relevé des locataires et des revenus, et prévoyait des mesures pour vérifier que ces locations versent des taxes hôtelières et respectent le code municipal.

Dans d'autres cas, toutefois moins courants, ces amendements législatifs sont appliqués à l'échelon national, ce qui garantit au touriste une expérience uniforme. La Grèce, par exemple, a récemment modifié son dispositif d'autorisation pour les locations de vacances par l'intermédiaire du ministère de l'Économie, du Développement et du Tourisme (offices de tourisme régionaux compétents). La location de courte durée de résidences privées est désormais libre, une procédure simplifiée ayant par ailleurs été instaurée en 2013 pour les locations qui satisfont aux critères des « résidences de luxe ». Ces dernières sont assujetties à plusieurs inspections - structurelle, incendie, sanitaire et de sécurité -, et taxées à un taux qui est fonction du revenu produit (encadré 3.7).

Encadré 3.7. **Libéralisation de la location d'hébergements privés en Grèce**

Ces dernières années, la Grèce s'est activement employée à légiférer pour réduire les formalités, simplifier les procédures et favoriser le développement des établissements d'hébergement non hôtelier, notamment les villas et appartements. Jusqu'à 2013, les personnes qui souhaitaient proposer un hébergement de vacances à la location de courte durée devaient s'enregistrer fiscalement en tant qu'entreprise touristique, obtenir une licence auprès de l'autorité locale du tourisme et se conformer à plusieurs autres obligations. En 2013, ces procédures et normes ont été sensiblement simplifiées, et la location de courte durée par des particuliers a été autorisée pour la première fois. Dans certaines circonstances, les particuliers étaient autorisés à louer une maison individuelle privée sans avoir à s'enregistrer en tant qu'entreprise ou à contracter une police d'assurance particulière. Les conditions à remplir concernaient la taille minimum du logement, son emplacement, la conformité à la législation concernant les permis de construire, la sécurité incendie, l'hygiène, la durée de la location de courte durée et l'octroi d'une licence d'exploitation par l'autorité compétente.

Si les demeures qui satisfont aux conditions de la catégorie des villas de luxe restent assujetties aux règles de 2013, les autres maisons ou appartements privés peuvent, depuis le 1^{er} novembre 2015, être mis en location de courte durée sans que les propriétaires aient à remplir de conditions particulières et à s'enregistrer comme entreprise touristique. Ce type de location demeure soumis à l'impôt sur le revenu – tout revenu résultant de locations récurrentes de courte durée est considéré comme un revenu produit par une activité commerciale, et de ce fait assujetti au taux d'imposition correspondant en vigueur. Les effets de la réforme de 2013 autorisant la location de villas de luxes privées sont à ce stade prometteurs. Il est trop tôt pour évaluer ceux des réformes de 2015, mais l'instauration de licences est un élément essentiel pour garantir des conditions de concurrence équitables. Une étude réalisée par la Chambre hellénique des hôtels (2015) en préparation aux réformes de 2015 a recensé différents domaines d'intervention : nécessité de mieux appréhender les retombées de l'économie collaborative et leur interaction avec le tourisme, instauration de règles du jeu uniformes, promotion de l'innovation et exploitation des atouts du secteur hôtelier.

Le Portugal a adopté une nouvelle législation pour contrôler la qualité des services et imposer l'offre grandissante de cohébergement dans le pays. Il s'agit de favoriser l'évolution de l'économie collaborative tout en veillant à ce que ces services s'inscrivent dans le secteur

structuré. Depuis 2014, les fournisseurs d'hébergement partagé sont tenus d'informer la municipalité de leur statut et de leurs activités. Ils peuvent pour cela soumettre une déclaration en ligne par l'intermédiaire du site de *Turismo de Portugal* ou de la municipalité concernée. Tout manquement à cette obligation entraînera une amende maximale de 35 000 EUR et deux ans d'interdiction d'offre de services de cohébergement. Suite à l'instauration de cette procédure, le nombre d'hébergements locaux légaux enregistrés dans les bases de données officielles a décuplé en quelques semaines, ce qui a fourni aux autorités toutes les données nécessaires au contrôle et au recouvrement des impôts.

Si les autorités de certains pays procèdent à des réformes législatives pour faire face à ces nouvelles tendances touristiques, d'autres estiment que ces dispositifs ne se distinguent pas des services d'hébergement non hôtelier existants. En Irlande, par exemple, l'hébergement chez l'habitant est une tradition de longue date très semblable aux services proposés par les plateformes collaboratives comme Airbnb. En fait, la législation touristique en vigueur définit déjà les obligations imposées aux établissements protégés (comme les hôtels) et le régime volontaire appliqué à d'autres formes d'hébergement (encadré 3.8).

Encadré 3.8. **Welcome Standard, une norme pour les hébergements non hôteliers en Irlande**

En Irlande, l'hébergement en chambre d'hôtes et chez l'habitant est une tradition bien ancrée. Ces établissements offrent des services très semblables à ceux des plateformes collaboratives proposant des locations privées de courte durée. Dans un environnement réglementaire familier de ces modèles, l'engouement croissant pour le cohébergement pourrait avoir des répercussions très limitées. La loi en vigueur (*Tourist Traffic Acts 1939-2011*) définit les obligations imposées aux hôtels et autres établissements d'hébergement qui utilisent certaines dénominations protégées, notamment l'agrément d'assurance qualité et l'inscription à un fichier d'annonces. La participation volontaire d'autres types d'hébergement touristique à ce fichier est vivement encouragée, car les établissements qui y figurent peuvent bénéficier de projets de formation et de valorisation des compétences professionnelles et sont favorisés par les agences touristiques. L'autorité nationale de développement du tourisme, *Fáilte Ireland*, est consciente de l'évolution des goûts des consommateurs et de l'élargissement considérable de la gamme d'hébergements – pas seulement sous l'effet de l'économie collaborative, mais aussi sous l'influence d'autres formes d'expérience originale réclamées par les touristes, comme les séjours dans une cabane, une yourte ou un phare. En conséquence, l'autorité a mis au point la norme *Welcome Standard*, un code déontologique qui établit des normes minimales pour tous les établissements qui ne s'inscrivent pas dans le système d'assurance qualité en vigueur. Ce nouveau dispositif vise à améliorer l'expérience vécue par les visiteurs tout en préservant l'authenticité, l'individualité et le caractère des sites et en favorisant les idées innovantes dans le domaine du tourisme. La nouvelle norme incitera de nombreux nouveaux opérateurs à rejoindre la famille du tourisme agréé qui complète l'offre d'hébergements touristiques classique.

De même, les locations de vacances de courte durée sont déjà réglementées et imposées à l'échelon municipal en Hongrie car elles relèvent de la réglementation relative aux services d'hébergement commerciaux au titre des « autres établissements d'hébergement ». Ces établissements doivent respecter des normes minimales, et les opérateurs doivent communiquer chaque année aux autorités locales les informations relatives aux séjours qui y sont effectués. Depuis 2014, le Costa Rica conduit une étude visant à identifier la situation

géographique et les propriétaires des biens proposés sur les plateformes collaboratives, et à déterminer s'ils satisfont aux obligations réglementaires et fiscales. L'étude a été lancée avec l'aide des autorités locales et des chambres du tourisme.

Services de transport

Aux États-Unis, plusieurs autorités infranationales ont pris des dispositions réglementaires pour reconnaître l'existence des entreprises dites de transport en réseau comme Uber et Lyft. Divers États, dont la Californie, l'Illinois, le Massachusetts, le Nevada et le Wisconsin, ont adopté des règlements similaires qui imposent aux entreprises d'acheter une licence, de contracter une assurance de responsabilité civile et de vérifier les antécédents des chauffeurs éventuels. Ces règlements reconnaissent dans le covoiturage un service distinct des services de taxi traditionnels.

La municipalité de Boston est allée plus loin et a conclu avec Uber un accord de partage de données en vertu duquel elle recevra des données anonymisées qu'elle pourra utiliser pour vérifier que l'entreprise dessert correctement l'ensemble des quartiers et pour améliorer ses propres services dans des domaines tels que les flux de circulation et les encombrements, les routes de transit dans les quartiers mal desservis et le nombre optimal de places de stationnement (*The Washington Post*, 2015a ; *Uber Newsroom*, 2015).

En Irlande, les pouvoirs publics ont profité d'un réexamen récent de la loi sur la réglementation des taxis pour préciser dans quels cas Uber et les autres entreprises de transport en réseau s'inscrivent dans le cadre réglementaire en vigueur et quelles règles elles sont censées respecter.

En Nouvelle-Zélande également, la *New Zealand Transport Agency*, le ministère des Transports et la police nationale procèdent à un examen du cadre réglementaire applicable aux petits véhicules de transports de passagers, notamment pour définir en quoi il s'applique à Uber. Il s'agit de vérifier que l'environnement réglementaire est adapté à ses objectifs et suffisamment souple pour convenir à toutes les technologies. La procédure a porté sur l'approvisionnement en données, les études et la participation des intervenants aux services de taxi et de location privée, et a mobilisé les administrations publiques, les représentants publics et les services techniques. Tout amendement législatif proposé fera l'objet d'une autre consultation publique. Uber s'est publiquement félicité de cet examen ; la société, qui avait auparavant exprimé ses regrets quant à la façon dont la réglementation en vigueur était interprétée, a indiqué que ses conclusions pourraient rassurer le public quant à la qualité et la sécurité de ses services.

Face à l'essor des plateformes numériques, les Pays-Bas cherchent activement des moyens de faire une place suffisante à l'innovation et à l'entrepreneuriat tout en tenant compte des intérêts du public qui doivent être protégés par une réglementation. Les autorités envisagent d'amender ou d'abolir prochainement certaines règles juridiques gouvernant le marché des taxis de manière à favoriser les nouveaux projets et l'innovation et à réduire la charge administrative. Les débats portent également sur la location de logements privés aux touristes.

La France a adopté des approches réglementaires distinctes pour les différents segments de l'économie collaborative dans le domaine des transports. Blablacar, qui permet de partager un trajet interurbain, est assimilé à une version numérique du covoiturage. En revanche, la version française du service pair-à-pair UberX, UberPOP, a été interdite, et des poursuites pénales ont été engagées contre l'entreprise et ses dirigeants (encadré 3.9).

Encadré 3.9. Distinction entre covoiturage à but lucratif et non lucratif en France

Le service de covoiturage pair-à-pair d'Uber, UberPOP, a été lancé en France en 2014. À son apogée, 10 000 chauffeurs privés offraient des services de transport à des particuliers par l'intermédiaire de la plateforme Uber, à des tarifs inférieurs de 20 % à 40 % à ceux des taxis conventionnels. UberPOP a suscité de vives réactions des chauffeurs de taxi et des services plus récents de voitures de transport avec chauffeur (VTC), qui ont parfois donné lieu à des barrages routiers et à des affrontements avec des chauffeurs UberPOP. Le 3 juillet 2015, suite à une action judiciaire qui mettait en cause la légalité d'UberPOP, Uber a suspendu le service. Le 22 septembre 2015, le Conseil constitutionnel a statué que le service UberPOP était illégal et ses dirigeants passibles d'une peine maximale de deux ans d'emprisonnement et d'une amende de 300 000 EUR en application de la loi Thévenoud de 2014, qui régit la concurrence entre les services de taxi et de VTC. Dans sa décision, le Conseil établit une nette distinction entre les services de covoiturage à but non lucratif entre particuliers, comme ceux proposés par BlaBlaCar, et les services de transport à titre onéreux d'UberPOP. Les services de VTC d'Uber- UberPOOL, UberX, Blackcar et Van – continuent d'opérer en France.

Source : Le Monde, www.lemonde.fr.

Expériences gastronomiques et touristiques

Comme le montre clairement le tableau 3.1, l'économie collaborative est moins développée dans le domaine de la gastronomie et du voyage. Si les activités de restauration collaborative sont généralement assujetties aux règlements de santé et de sécurité locaux, les autorités ne se sont jusqu'ici guère intéressées à ces entreprises, probablement en raison de la zone grise qu'elles occupent entre le secteur réglementé de la restauration et les invitations occasionnelles à partager un repas avec des relations.

Le ministère israélien du Tourisme s'est activement engagé dans ce créneau du tourisme collaboratif, en formant les hôtes de la plateforme EatWith et en assurant la promotion du site, tandis qu'en Espagne, les responsables sanitaires ont conduit des inspections des cuisines familiales (BBC Travel, 2015). Les plateformes Feastly et EatWith ont également mis en place leur propre police d'assurance pour protéger les hôtes contre tous les types d'incident susceptibles de se produire pendant qu'ils reçoivent (TechHive, 2014).

En 2012, la capitale coréenne a lancé le projet *Sharing City Seoul*, qui comporte 20 programmes et politiques destinés à promouvoir l'économie collaborative en offrant directement accès aux établissements publics inutilisés et en apportant un appui aux entreprises collaboratives. Zipbob est l'une des entreprises retenues dans ce cadre. Elle a débuté comme plateforme de restauration collaborative et a par la suite élargi ses opérations à toute une gamme d'activités sociales – des clubs de lecture et des excursions (encadré 3.2).

De la même façon, les autorités ont pris peu de mesures, voire aucune, concernant les activités d'organisation de voyages de l'économie collaborative, peut-être parce qu'elles s'inspirent étroitement des voyagistes existants, mais opèrent à un niveau plus local et sur une échelle nettement plus réduite que d'autres plateformes collaboratives. Ces activités n'ont pas non plus suscité de la part des acteurs traditionnels du tourisme des réactions d'une ampleur analogue à celles observées dans les secteurs de l'hébergement et du transport.

La voie à suivre pour les responsables des politiques du tourisme

Les autorités qui s'interrogent sur l'impact futur de l'économie collaborative sur le secteur du tourisme doivent envisager trois axes d'intervention fondamentaux : renforcer le cadre opérationnel stratégique, repenser les incitations politiques existantes et adopter des modèles réglementaires modernes (Johal et Zon, 2015).

Renforcer le cadre opérationnel stratégique

L'essentiel consiste dans un premier temps à bien cerner les questions associées à l'économie collaborative. La définition d'un cadre opérationnel stratégique formulant les principes fondamentaux et les objectifs stratégiques privilégiés guidera les décisions futures et fournira un cadre de référence pour les problèmes complexes et délicats.

Un exemple pratique de cette approche nous vient du Royaume-Uni qui, en 2014, a commandité un examen indépendant de l'économie collaborative auquel les autorités ont donné suite dans un document qui définit comment le pays peut devenir un leader mondial dans ce domaine (*United Kingdom Department of Business, Innovation and Skills*, 2014, 2015). Le gouvernement français a également publié une étude d'envergure portant sur l'économie collaborative et les principaux enjeux qu'elle crée pour l'action publique (ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, 2015).

Au niveau de l'Union européenne, la Task Force sur l'économie collaborative, nouveaux modèles économiques et PME a été mise en place pour examiner les moyens de mieux capitaliser sur les débouchés qu'offre l'économie collaborative et pour en évaluer les retombées sur les entreprises classiques, l'emploi et les consommateurs. Le tourisme s'inscrit dans la réflexion de ce groupe horizontal, qui est censé articuler les travaux des différentes Directions générales de la Commission européenne portant sur ces questions (encadré 3.10).

Encadré 3.10. Task Force de l'Union Européenne sur l'économie collaborative, les nouveaux modèles économiques et les PME

La Direction générale du marché intérieur, de l'industrie, de l'entrepreneuriat et des PME (DG GROWTH), qui est responsable du tourisme, a établi la Task Force sur l'économie collaborative, nouveaux modèles économiques et PME au début de 2015. La mission principale de ce groupe est d'éclairer le point de vue de la DG GROWTH sur ces questions pour que celle-ci puisse recommander, si nécessaire, d'éventuelles actions stratégiques. Il a pour finalité globale de favoriser les mesures et interventions qui créent de la croissance et des emplois dans l'Union européenne en tirant mieux parti des perspectives ouvertes par les nouveaux modèles économiques de l'économie collaborative. Le groupe reconnaît également que l'économie collaborative a une incidence directe sur l'environnement des entreprises traditionnelles de différents secteurs, sur la qualité des emplois et sur les consommateurs. Ces questions doivent être prises en considération pour élaborer des politiques efficaces fondées sur des données factuelles. Le mandat du groupe pour les deux prochaines années consiste essentiellement à créer et coordonner les synergies entre les activités actuelles de la DG GROWTH, et à instaurer des échanges avec les autres Directions générales de la Commission européenne qui examinent également les questions liées à l'économie collaborative, de manière à intégrer l'ensemble de ces travaux. La DG GROWTH travaille en étroite collaboration avec la Direction générale des réseaux de communication, du contenu et des technologies (CNECT), la Direction générale de la mobilité et des transports

Encadré 3.10. Task Force de l'Union Européenne sur l'économie collaborative, les nouveaux modèles économiques et les PME (suite)

(MOVE), la Direction générale de la justice et des consommateurs (JUST) et la Direction générale de la fiscalité et de l'union douanière (TAXUD), entre autres. Les travaux du groupe enrichiront le débat et apporteront les informations qui manquent pour comprendre les retombées économiques de l'économie collaborative sur les différents secteurs d'activité industrielle et économique de l'Union européenne, tourisme compris.

Dans de nombreux cas, les règles qui gouvernent les entreprises collaboratives ne s'appliqueront pas au seul secteur du tourisme et doivent donc être envisagées dans un cadre d'action plus large. Les autorités qui cherchent à encadrer l'économie collaborative et le tourisme doivent examiner :

- **L'incidence de l'économie collaborative sur les objectifs plus généraux de l'action publique.** De nombreux pays ont par exemple élaboré des stratégies en matière de tourisme durable qui visent à réduire l'empreinte carbone du tourisme et à assurer la conservation des ressources et la cohésion sociale. Cette priorité s'accorde clairement avec de nombreux aspects de l'économie collaborative, qui est fondée sur l'exploitation de la valeur d'actifs sous-utilisés et la mise en relation des individus. En quoi l'expansion de l'économie collaborative pourrait-elle favoriser des modes de tourisme plus durables ? L'économie collaborative peut avoir une incidence sur de nombreux objectifs de l'action publique, comme la croissance économique, des logements locatifs abordables et des réseaux de transport accessibles, sur lesquels les responsables de l'action gouvernementale doivent engager une réflexion approfondie.
- **L'ampleur de l'économie informelle.** Beaucoup de transactions collaboratives s'inscrivent dans une zone grise et présentent des caractéristiques semblables à celles des opérations non déclarées qui échappent généralement aux réglementations. Néanmoins, grâce à la trace numérique créée par les plateformes collaboratives, les autorités de réglementation sont désormais en mesure de pister des transactions jusqu'ici invisibles. L'informalité dans le secteur du tourisme pose un problème dans toute la zone OCDE, quoiqu'à des degrés très variables selon les pays. Il importera de concilier au mieux les intérêts de l'État lorsqu'il s'agira de parer à l'érosion de l'assiette fiscale, d'assurer une imposition efficiente et équitable des différentes entreprises, de réduire au minimum les coûts de mise en conformité et de favoriser l'innovation sur le marché.
- **Le rôle de l'État sur le marché.** Dans certains cas, les plateformes collaboratives ou d'autres entreprises privées peuvent apporter une réponse aux préoccupations des autorités. TaskRabbit (www.taskrabbit.com) a ainsi récemment institué un salaire minimum sur l'ensemble de son site, et Instacart (www.instacart.com) offre un statut de salarié à temps partiel assorti de prestations à ses clients en magasin. Des entreprises s'emploient à remédier à l'absence d'assurances adaptées aux conducteurs du covoiturage en mettant au point de nouveaux produits qui couvrent à la fois l'utilisation individuelle et commerciale de leur véhicule. Les autorités devront désormais s'attacher en priorité à vérifier que les normes et directives adoptées par les plateformes collaboratives sont suffisantes.
- **Les conséquences pour les politiques sociales et les programmes sociaux.** Une réflexion approfondie s'imposera par ailleurs sur les éventuelles répercussions des modes de

travail à temps partiel non normalisés auxquelles un nombre grandissant de personnes ont recours sur leur bien-être et sur leur admissibilité aux programmes sociaux publics, et sous quelles formes. Dans certains cas, cela pourrait entraîner la création de nouveaux syndicats ou coopératives pour protéger les droits des travailleurs (*Financial Times*, 2015b).

Fondamentalement, les pouvoirs publics doivent déterminer s'ils souhaitent adopter vis-à-vis de l'économie collaborative une démarche de précaution, en vertu de laquelle les préjudices potentiels sont jugés illégaux, ou une démarche « d'innovation libre », selon laquelle l'innovation se poursuit jusqu'à ce que sa nocivité soit prouvée (Thierer, 2014). La méthode appropriée dépendra peut-être de la branche de l'économie collaborative concernée. Les véritables transactions pair-à-pair à petite échelle qui permettent à des particuliers de partager un repas avec des touristes ou de leur louer occasionnellement une chambre sont sans doute moins préoccupantes que les évolutions déstabilisantes modifiant profondément le secteur des transports ou du logement dans une ville, ou désorganisant tout un segment de la population active.

Repenser les incitations politiques et culturelles

Les pouvoirs publics doivent aussi procéder à une auto-évaluation méthodique pour mieux appréhender les éléments pertinents de leur propre cadre de fonctionnement :

- **Détermination politique et transparence.** Avant tout, l'économie collaborative met rapidement et clairement en lumière le conflit d'intérêts entre différents intervenants. Les opérateurs en place ont tout intérêt à préserver le statu quo (le maintien des réglementations applicables aux taxis et aux hôtels par exemple) face à de nouveaux arrivants sur le marché. En conséquence, des manœuvres et pressions politiques, discrètes et moins discrètes, s'exercent sur la classe politique et la sphère publique. Pour garantir des décisions servant l'intérêt général, ces responsables doivent absolument approcher le processus décisionnel de manière transparente et ouverte lorsqu'ils examinent les questions d'entrée et d'obstacles à l'entrée sur le marché.
- **Incitations administratives.** Les fonctionnaires doivent être encouragés à expérimenter et tester les idées et possibilités qu'offrent les nouvelles technologies et qui ne s'insèrent pas toujours aisément dans les modèles réglementaires existants. Il convient de favoriser le recours à des laboratoires de politiques ou d'innovations (comme le *MindLab* [www.mind-lab.dk] danois) qui réunissent des participants aux intérêts divers pour imaginer, expérimenter et évaluer de nouvelles formules dans le secteur touristique.
- **Adopter le point de vue de l'utilisateur final.** Trop souvent, les politiques et programmes gouvernementaux sont conçus du point de vue des pouvoirs publics eux-mêmes, et non de celui du citoyen ou du consommateur. Les cadres réglementaires actuels sont-ils utiles aux touristes et aux opérateurs touristiques ? Dans la négative, comment les améliorer ? Il faut encourager la définition de règles judicieuses et aisément compréhensibles afin qu'elles soient mieux respectées et plus efficaces, pour les participants actuels au marché comme pour les nouveaux venus (OCDE, 2000).

Moderniser les démarches publiques et réglementaires

Comme les plateformes collaboratives misent sur l'exploitation d'actifs existants qu'elles ne possèdent généralement pas en propre, le manque de capitaux n'est pas un frein majeur à leur développement. Ce sont plutôt les cadres d'action et de réglementation qui, dans la plupart des pays, constituent le plus gros obstacle à leur fonctionnement et

leur croissance. Il faut donc définir en quoi les cadres en vigueur font inutilement ou involontairement barrière à l'expansion des entreprises collaboratives, ou gênent l'instauration d'une concurrence équitable entre l'économie collaborative et l'économie classique. À cet égard, il convient d'envisager les méthodes suivantes :

- **Adopter une démarche à l'échelle de l'administration publique.** Bon nombre des questions soulevées par les entreprises collaboratives relèvent de différents ministères ou échelons de l'administration, comme celles qui ont trait aux normes d'emploi, à la concurrence, à la définition des activités imposables et au zonage local. Par conséquent, plus la coordination horizontale et verticale est forte dans un pays, plus il est possible d'élaborer des stratégies réfléchies et prospectives. Pour les responsables des politiques touristiques, les règlements qui abordent les questions de transport, d'hébergement et de restauration appelleront forcément la participation de fonctionnaires de différents ministères, voire de différents échelons administratifs. Un moyen de favoriser cette démarche pourrait consister à mettre sur pied un groupe de travail composé de fonctionnaires compétents des administrations locales, infranationales et nationales pour examiner les problèmes préoccupants à court terme, de même que des questions à plus long terme.
- **Privilégier les stratégies fondées sur les résultats et l'autoréglementation.** Dans certains cas, les modes de réglementation autoritaires sont le meilleur moyen de protéger l'intérêt général. Il est néanmoins de plus en plus admis que, dans de nombreux domaines, l'énumération exhaustive des obligations que les entreprises ou les particuliers doivent respecter ne favorise pas l'innovation, et risque en fait de l'asphyxier (OCDE, 2007). Les autorités doivent réfléchir à la mise au point de formules souples pour assurer la sécurité des chambres ou des voitures à louer. Elles doivent également envisager de travailler directement avec les plateformes collaboratives pour gérer les obligations réglementaires plus complexes, comme l'acquiescement de l'impôt, et éviter d'assujettir les particuliers à de nouvelles conditions astreignantes. C'est là une occasion de définir des formules plus efficaces pour tous les intervenants de la filière du tourisme, qu'ils participent à l'économie collaborative ou pas.

Les approches fondées sur l'autoréglementation se justifient aussi dans les cas où les incitations d'une entreprise correspondent à l'intérêt général et où leurs activités peuvent être surveillées séparément. Par exemple, EatWith a tout intérêt à veiller à ce que les repas cuisinés par les particuliers et proposés sur sa plateforme soient de bonne qualité ; la société affirme en conséquence n'accepter que 4 % des candidats et exige des entretiens et des repas de démonstration pour en vérifier la qualité (BBC News, 2015). Sharetrade (www.sharetradeinternational.org), un nouveau projet qui vise à accréditer les plateformes de confiance au moyen d'une certification commune attestant de la qualité des services, est un autre exemple d'autoréglementation à l'échelle de l'économie collaborative.

- **Utiliser les données et les appréciations recueillies par les plateformes collaboratives.** Dans l'économie collaborative, de nombreuses transactions sont notées par les deux parties à l'échange. Ces systèmes concourent à instaurer la confiance et permettent de penser que les clients bénéficieront des services qu'ils attendaient et qu'ils ont payés. Ils dénoncent aussi les clients qui ne se présentent pas ou laissent une chambre sale ou en mauvais état. Les pouvoirs publics doivent examiner la manière de tirer profit de ces mécanismes pour repérer les prestataires de services peu fiables et orienter les moyens qu'ils consacrent à la vérification de la conformité vers les prestataires de faible qualité présentant des risques élevés, plutôt que sur ceux qui reçoivent des appréciations

unanimentement excellentes de la part des clients. Il sera indispensable, et très difficile, de vérifier l'exactitude et la fiabilité de ces données (en empêchant par exemple les plateformes de ne pas divulguer les informations défavorables) compte tenu de l'asymétrie informationnelle dont souffrent les autorités de réglementation, par rapport aux plateformes, en ce qui concerne les systèmes propriétaires. Étant donné l'importance de l'économie collaborative pour le secteur du tourisme, il importe également de tenir compte des données recueillies par les plateformes dans les évaluations régionales et nationales des résultats et des évolutions du tourisme.

- **Déroptions et exemptions.** En l'absence de données démontrant en quoi les plateformes collaboratives influent sur les marchés existants, la formulation de règles efficaces peut s'avérer difficile. L'octroi de dérogations ou d'exemptions aux nouvelles entreprises peut donner aux autorités de réglementation suffisamment de temps pour observer la dynamique du marché et déterminer les règles qui se justifient (*The Mandarin*, 2015). C'est la démarche que certaines autorités ont appliquée au covoiturage aux États-Unis, notamment à New York, à Detroit et en Pennsylvanie.

Il existe, outre ces méthodes particulières, des stratégies systématiques que les autorités peuvent envisager pour définir les retombées des nouvelles technologies sur le secteur du tourisme. On citera notamment :

- **Des examens réglementaires périodiques.** Les règlements sont généralement rédigés dans un contexte temporel bien précis et, souvent, leur pertinence s'émousse à mesure que les techniques, l'économie et la société progressent. Des examens périodiques ou des clauses de caducité automatique pour les règlements particulièrement susceptibles d'être dépassés par les progrès techniques offrent un moyen de veiller à ce que les règles demeurent adaptées aux réalités du moment.
- **Des consultations plus transparentes.** Lors du réexamen des cadres réglementaires, plus le processus de consultation sera ouvert et transparent, plus le risque sera faible que les règles soient établies au profit d'un groupe d'intervenants ou d'un groupe de pression particulier, au détriment de l'intérêt général. Les questions relatives au bien-être du consommateur et à la concurrence sur le marché privilégient souvent les entreprises existantes, qui savent précisément comment exploiter le système à leur avantage. Les responsables de l'action gouvernementale doivent sciemment s'efforcer de parer à ce risque en organisant des consultations approfondies et d'envergure avec toutes les parties concernées.

Vers un programme empirique d'action publique dans le secteur du tourisme

L'économie collaborative a connu un essor rapide, suscitant à la fois de vives critiques et de nombreuses louanges au cours des cinq dernières années. Partout dans le monde, les autorités s'efforcent de comprendre ce que ces nouvelles formes d'activité représentent en termes de débouchés économiques et de formes d'organisation sociale entre les citoyens, et quelle sera leur influence sur les entreprises en place dans différents secteurs. Très peu d'autorités nationales ou régionales ont proposé une approche stratégique ou réglementaire globale, et les pouvoirs publics et les collectivités ont fait preuve d'une réceptivité très variable. Le corpus d'études portant sur l'économie collaborative croît de manière exponentielle, mais certains thèmes sont à privilégier en ce qui concerne le secteur du tourisme, à savoir :

- Mesurer l'incidence de l'économie collaborative sur le secteur du tourisme, notamment par la collecte d'informations de référence avant l'apparition des plateformes

collaboratives et par leur comparaison avec les données qui en démontrent les retombées économiques (PIB, nombre de transactions, nombre d'emplois équivalent temps plein créés/supprimés/touchés par exemple). Des données infrasectorielles portant sur des questions comme l'hébergement, les transports et les circuits touristiques seraient particulièrement utiles pour évaluer en quoi l'économie collaborative augmente la taille du « gâteau » économique, ou le redistribue différemment.

- Comprendre les pratiques des principaux intervenants qui participent à l'économie collaborative ou en subissent les retombées. Quelles sont les perspectives des chauffeurs de taxis, des guides touristiques et des hôteliers locaux ? Comment les particuliers participent-ils à l'économie collaborative, en tant que prestataires de services ou d'usagers ? Les touristes sont-ils plus susceptibles de procéder à certaines transactions collaboratives lorsqu'ils sont en vacances plutôt que chez eux ? Quel est le rôle et le modèle économique des différentes plateformes et quelles relations entretiennent-elles avec les prestataires de services ? Quelles plateformes et quels prestataires de services assurent-ils la plus grande tranquillité d'esprit aux touristes peu familiers des coutumes ou langues locales ? Quelles sont les implications de l'économie collaborative pour l'accès des entreprises touristiques aux financements ? Cette méthode aidera les autorités à se faire une idée plus nuancée des retombées concrètes de l'économie collaborative sur le secteur du tourisme.
- Mieux comprendre l'incidence des services touristiques collaboratifs – l'hébergement pair-à-pair en particulier – sur les populations locales. Ces effets sont ambigus et peuvent présenter des aspects multiples. L'hébergement pair-à-pair, par exemple, peut pousser les prix du logement à la hausse mais aussi offrir une source supplémentaire et flexible de revenus. Le développement du tourisme dans de nouvelles régions dépourvues d'infrastructures spécialisées risque d'intensifier le bruit et les encombrements, mais peut aussi apporter de nouveaux clients aux entreprises locales.
- Un échange permanent d'expériences et de meilleures pratiques, notamment en termes de dispositions réglementaires, doit intervenir entre tous les échelons de l'administration (national, régional, local), car chaque juridiction peut tirer des enseignements de l'expérience d'autres entités confrontées à des problèmes et des possibilités analogues. Grâce au dialogue et à la collaboration sur les questions entourant l'économie collaborative, l'adoption de modèles optimaux sera plus facile et rapide.

Bibliographie

- Airbnb Inc. (2015), *Economic Impacts in Montreal*, Airbnb Blog, <http://blog.airbnb.com/economic-impacts-montreal/>.
- Airbnb Policy News (13 février 2014), « More good news in Amsterdam », *Airbnb Policy News*, <http://publicpolicy.airbnb.com/good-news-amsterdammeer-goed-nieuws-uit-amsterdam/#english>.
- Australian Institute of Public Affairs (2014), *The sharing economy: How over-regulation could destroy an economic revolution*, Institute of Public Affairs, https://ipa.org.au/portal/uploads/Sharing_Economy_décembre_2014.pdf.
- Australian Taxation Office (2015), « The sharing economy and tax », Australian Taxation Office, www.ato.gov.au/Business/GST/In-detail/Managing-GST-in-your-business/General-guides/The-sharing-economy-and-tax/.
- BBC News (30 avril 2015), « Eat with strangers, make money? », *BBC News*, www.bbc.com/capital/story/20150429-eat-with-strangers-make-money.
- BBC Travel (26 avril 2015), « Would you eat in stranger's home? », *BBC Travel*, www.bbc.com/travel/story/20140422-dine-with-strangers-in-their-home.
- Bracy, J. (10 juin 2015), « In the sharing economy, could reputation replace regulation? », *The Privacy Advisor*, Privacy Association, <https://privacyassociation.org/news/a/in-the-sharing-economy-could-reputation-replace-regulation/>.
- British Insurance Broker's Association (2014), « BIBA Guide to the Sharing Economy », British Insurance Broker's Association, <http://content.yudu.com/Library/A36b3t/BIBASupplement2014Au/resources/index.htm?referrerUrl=http://free.yudu.com/item/details/2414722/BIBA-Supplement-2014---Autumn-2014>.
- Business Insider (16 mars 2015), « Shockingly, Lyft isn't getting demolished by Uber », *Business Insider*, www.businessinsider.com/lyft-internal-growth-numbers-revealed-2015-3.
- Business Insider (5 août 2015), « New revenue figures show \$50 billion Uber is losing a lot of money », www.businessinsider.com/ubers-revenue-profit-and-loss-2015-8.
- Business Insider (8 septembre 2015), « We figured out how much money new European unicorn Blablacar could be making », <http://uk.businessinsider.com/how-much-money-blablacar-could-be-making-2015-9>.
- Carlson Wagonlit Travel (2015), « Faster, Smarter, Better? Emerging technologies and travel trends and their impact on managed travel », CWT Travel Management Institute, www.cwtinsights.com/20150602-FasterSmarterBetter.pdf.
- Chambre hellénique des hôtels (2015), *Sharing Economy and the Tourism and Hospitality Sector in Greece*, Chambre hellénique des hôtels, Athènes.
- City of Portland (2015a), « Accessory short-term rental permits », Development Services, www.portlandoregon.gov/bds/65603.
- City of Portland (2015b), « Frequently asked questions for operators » », Transient Lodging Tax Program, Office of Management and Finance, www.portlandoregon.gov/revenue/article/415034.
- CNBC (12 mars 2015), « Taxi wars heat up: Uber rival Lyft valued at \$2.5 billion », www.cnbc.com/2015/03/12/uber-rival-lyft-valued-at-25b-after-rakuten-investment.html.
- CNBC (16 septembre 2015), « Lyft announces deal with Didi Kuadi the Chinese ride hailing company », www.cnbc.com/2015/09/16/lyft-announces-deal-with-didi-kuadi-the-chinese-ride-hailing-company.html.
- CNN Money (27 juin 2015), « Crazy Money – Airbnb valued at \$25.5 billion », <http://money.cnn.com/2015/06/27/technology/airbnb-funding-valuation-update/>.
- Commission européenne (2013), « The sharing economy: Accessibility based business models for peer-to-peer markets », Commission européenne, Observatoire de l'innovation des entreprises, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/business-innovation-observatory/files/case-studies/12-she-accessibility-based-business-models-for-peer-to-peer-markets_en.pdf.
- Commission européenne (2014), *Results of the Public Consultation: European Tourism of the Future*, www.etag-forum.eu/wp-content/uploads/2015/07/Summary-of-Survey-Tourism-of-the-Future.pdf.
- Corigliano, M.A., S. Bricchi et M. di Salle (2015), *L'ospitalita Alternativa a Milano [L'hospitalité alternative à Milan]*, Université Bocconi, www.collaboriamo.org/media/2015/09/Bocconi_MET_Ospitalit%C3%A0-alternativa_Versione-sintetica.pdf.

- CREDOC (2014), « La société collaborative: mythe et réalité », *Cahier de recherche*, CREDOC, www.credoc.fr/pdf/Rech/C313.pdf.
- Economist (7 mars 2013), « The rise of the sharing economy », *The Economist*, www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy.
- Exceltur (2015), « Impacts of the Exponential Growth of Tourist Accommodation in Rental Houses in Spain, Driven by P2P Models and Marketing Platforms », [www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur %C3 %ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf](http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2015/06/Alojamiento-tur%C3%ADstico-en-viviendas-de-alquiler-Impactos-y-retos-asociados.-Informe-completo.-Exceltur.pdf).
- Federal Reserve Bank of Richmond (2014), « The sharing economy: Are new online markets creating economic value or threatening consumer value? », *Econ Focus Fourth Quarter*, www.richmondfed.org/publications/research/econ_focus/2014/q4/cover_story.
- Financial Times (12 mars 2015), « Workers of the gig economy, unite! », *The Financial Times*, www.ft.com/cms/s/0/1919fc24-c5b0-11e4-bd6b-00144feab7de.html#axzz3g4IgsKWF.
- Financial Times (22 juin 2015), « A safety net fit for the sharing economy », *The Financial Times*, www.ft.com/intl/cms/s/0/b1d854de-169f-11e5-b07f-00144feabdc0.html#axzz3dsX44oLV.
- Forbes (10 février 2015), « The future of the sharing economy depends on trust », *Forbes*, www.forbes.com/sites/theyec/2015/02/10/the-future-of-the-sharing-economy-depends-on-trust/.
- Fortune (17 juin 2015), « Here's how Airbnb justifies its eye-popping \$24 billion valuation », <http://fortune.com/2015/06/17/airbnb-valuation-revenue/>.
- Fortune (20 février 2015), « The true value of HomeAway », <http://fortune.com/2015/02/20/homeaway-airbnb-priceline/>.
- Fraiberger, S. et A. Sundararajan (2015), « Peer-to-peer rental markets in the sharing economy », *New York University Stern School of Business Research Paper*, <http://ssrn.com/abstract=2574337>.
- Guardian (16 novembre 2015), « Uber: why the world's biggest ride-sharing company has no drivers », *The Guardian*, www.theguardian.com/technology/2015/nov/16/uber-worlds-biggest-ride-sharing-company-no-drivers.
- HOTREC (2014), *HOTREC position vis-à-vis the emerging shadow hospitality economy in Europe*, Riga, 17 octobre 2014.
- HOTREC (2015), *Levelling the Playing Field: Policy paper on the sharing economy*, www.hotrec.eu/consult/documentrequest.aspx?UID=f61dafd3-2b31-4183-a0c4-86ddf174344b.
- Insurance Business America (5 juin 2015), « Allstate enters Uber, Lyft insurance market with new product », *Insurance Business America*, www.ibamag.com/news/allstate-enters-uber-lyft-insurance-market-with-new-product-22787.aspx.
- Johal, S. et N. Zon (2015), *Policymaking for the sharing economy: Beyond Whack-a-Mole*, Mowat Centre, http://mowatcentre.ca/wp-content/uploads/publications/106_PolicymakingForTheSharingEconomy.pdf.
- Kojects (20 février 2013), « Seoul operates car-sharing service », <http://kojects.com/2013/02/20/seouls-car-sharing-service-starts/>.
- Koopman, C., M. Mitchell et A. Thierer (2015), *The sharing economy: issues facing platforms, participants and regulators*, Mercatus Centre, <http://mercatus.org/sites/default/files/Koopman-Sharing-Economy-FTC-filing.pdf>.
- Le Monde (22 septembre 2015), « Le Conseil constitutionnel confirme l'illégalité du service UberPOP en France », *Le Monde*, www.lemonde.fr/economie/article/2015/09/22/web-eco-uberpop-decision-conseil-constitutionnel_4767302_3234.html.
- Los Angeles Times (11 mars 2015), « Airbnb and other short-term rentals worsen housing shortage, critics say », *Los Angeles Times*, www.latimes.com/business/realstate/la-fi-airbnb-housing-market-20150311-story.html#page=1.
- Mandarin (29 janvier 2015), « Sharing the benefits of the sharing economy », www.themandarin.com.au/19711-andrew-leigh-sharing-benefits-sharing-economy/.
- Ministère autrichien de la Science, de la Recherche et de l'Économie (2015) *Legal framework for private accommodation rental in Austria*, gouvernement autrichien, [www.bmwfw.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/Endbericht %20Privatvermietung_AirBnB_mit %20Deckblatt.pdf](http://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/Endbericht%20Privatvermietung_AirBnB_mit%20Deckblatt.pdf), Vienne.

- Ministère néo-zélandais des Transports (2015), « Small passenger services review », www.transport.govt.nz/land/small-passenger-services-review/.
- Ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique (2015), *Prospective : Enjeux et perspectives de la consommation collaborative*, Rapport final, ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/prospective/Numerique/2015-07-Consommation-collaborative-Rapport-final.pdf.
- Ministère français des Affaires étrangères et du Développement international (2015), *20 sur 20 en 2020: 40 mesures pour relever le défi*, Rapport, Conseil de promotion du tourisme, ministère français des Affaires étrangères et du Développement international, www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Rapport-CPT-General_cle8c6384-1.pdf.
- Municipalité d'Amsterdam (18 décembre 2014), « Amsterdam and Airbnb sign agreement on home sharing and tourist tax », Communiqués de presse de la mairie, www.iamsterdam.com/en/mediacentre/city-hall/press-releases/2014-press-room/amsterdam-airbnb-agreement.
- Municipalité d'Amsterdam (2015), « Amsterdam short stay policy », www.iamsterdam.com/en/local/live/housing/rental-property/shortstay.
- New York Times (16 juin 2015), « Airbnb is an ally to cities, not an adversary », *New York Times*, www.nytimes.com/roomfordebate/2015/06/16/san-francisco-and-new-york-weigh-airbnbs-effect-on-rent/airbnb-is-an-ally-to-cities-not-an-adversary.
- New York Times (7 janvier 2015), « New York City Taxi Medallion Prices Keep Falling, Now Down About 25 percent », *New York Times*, www.nytimes.com/2015/01/08/upshot/new-york-city-taxi-medallion-prices-keep-falling-now-down-about-25-percent.html.
- Observatoire Valaisan du Tourisme (2014), *Significance of the AirBNB phenomenon in Wallis and in Switzerland*, Observatoire Valaisan du Tourisme, www.tourob.ch/media/302949/Airbnb_FR.pdf.
- OCDE (2000), « Reducing the risk of policy failure: Challenges for regulatory compliance », OCDE, www.oecd.org/gov/regulatory-policy/46466287.pdf.
- OCDE (2007), « Alternatives to traditional regulation », OCDE, www.oecd.org/gov/regulatory-policy/42245468.pdf.
- OCDE (2015a), *Statistiques du haut débit de l'OCDE*, Haut débit et télécoms, www.oecd.org/fr/sti/hautdebit/statistiquesduhautdebitdelocde.htm.
- OCDE (2015b), *Taxation of SMEs in OECD and G20 Countries*, Éditions OCDE, Paris, www.oecd-ilibrary.org/taxation/taxation-of-smes-in-oecd-and-g20-countries_9789264243507-en.
- Oei, Y. et D. Ring (2015), « Can sharing be taxed? », *Boston College Law School Faculty Papers*. <http://lawdigitalcommons.bc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1947&context=lsfp>
- PwC (2014), « The sharing economy – Sizing the revenue opportunity », PricewaterhouseCoopers, United Kingdom, www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharing-economy-sizing-the-revenue-opportunity.jhtml.
- PwC (2015), « The Sharing Economy: Consumer Intelligence Series », PricewaterhouseCoopers, United Kingdom, www.pwc.com/CISsharing.
- Queensland Tourism Industry Council (2014), *The sharing economy: How it will impact the tourism landscape and what businesses can do*, www.qtic.com.au/sites/default/files/140714_draft_sharing_economy_paper.pdf.
- Rauch, D. et D. Schleicher (2015), « Like Uber, but for local government policy: The future of local regulation of the sharing economy », *The Marron Institute Working Paper*, No. 21.
- Reuters (2015), *Airbnb to double bookings to 80 million this year*, www.reuters.com/article/2015/09/28/us-airbnb-growth-idUSKCNORS2QK20150928#T1TVXlXe3LLOzsd5.97.
- ShareHub (2015), « Sharing City Seoul », Creative Commons Corée, <http://english.sharehub.kr/> (consulté le 22 juillet 2015).
- Sigala, M. (2015), « Collaborative commerce in tourism: Implications for research and industry », *Current Issues in Tourism*, www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13683500.2014.982522#.VYREtEYsC8i.
- Slate (6 juillet 2015), « Airbnb is Thriving. Hotels are Thriving », *Slate*, www.slate.com/articles/business/moneybox/2015/07/airbnb_disrupting_hotels_it_hasn_t_happened_yet_and_both_are_thriving_what_single.html.

- TechCrunch (18 septembre 2014), « 'Airbnb for home-cooked meals' startup EatWith raises \$8 million from Greylock », <http://techcrunch.com/2014/09/18/eatwith/>.
- TechHive (11 août 2014), « Move fast and break bread: The strange new world of meal-sharing », Tech Hive, www.techhive.com/article/2462112/move-fast-and-break-bread-the-strange-new-world-of-meal-sharing.html.
- Technical Policy Institute (2015), *The competitive effects of the sharing economy: How is Uber changing taxis?* Technology Policy Institute, http://techpolicyinstitute.org/files/wallsten_the%20competitive%20effects%20of%20uber.pdf.
- Telegraph (12 novembre 2015), Uber drivers to get maps and traffic data from TomTom, www.telegraph.co.uk/technology/uber/11991700/Uber-drivers-to-get-maps-and-traffic-data-from-TomTom.html.
- Thierer, A. (2014), *Permissionless Innovation: the continuing case for comprehensive technological freedom*, Mercatus Center, http://mercatus.org/sites/default/files/Permissionless.Innovation.web_.pdf.
- Thierer, A. et al. (2015), « How the internet, the sharing economy and reputational feedback mechanisms solve the lemons problem », Mercatus Centre, *Document de travail*, <http://mercatus.org/publication/how-internet-sharing-economy-and-reputational-feedback-mechanisms-solve-lemons-problem>.
- Uber Newsroom (13 janvier 2015), « Driving solutions to build smarter cities », Uber Newsroom, <http://newsroom.uber.com/boston/2015/01/driving-solutions-to-build-smarter-cities/>.
- United Kingdom Department for Business, Innovation and Skills (18 mars 2015), « Sharing economy: Government response to the independent review », Department for Business, Innovation and Skills, www.gov.uk/government/publications/sharing-economy-government-response-to-the-independent-review.
- United Kingdom Department for Business, Innovation and Skills (2014), « Unlocking the sharing economy: An independent review », United Kingdom Department for Business, Innovation and Skills, www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/378291/bis-14-1227-unlocking-the-sharing-economy-an-independent-review.pdf.
- Wall Street Journal (9 mai 2015), « Uber eyes \$50 billion valuation in new funding », www.wsj.com/articles/uber-plans-large-new-funding-round-1431137142.
- Wall Street Journal (2 juin 2014), « French company Blablacar raises \$100 million to make ride-sharing easy », <http://blogs.wsj.com/venturecapital/2014/07/02/french-company-blablacar-raises-100m-to-make-ride-sharing-easy/>.
- Wall Street Journal (25 juin 2015), « Paris Confronts Airbnb's Rapid Growth », www.wsj.com/articles/SB12147335600370333763904581058032330315292.
- Washington Post (13 janvier 2015), « Uber offers cities an olive branch: your valuable trip data », www.washingtonpost.com/blogs/wonkblog/wp/2015/01/13/uber-offers-cities-an-olive-branch-its-valuable-trip-data/.
- Washington Post (29 juillet 2015), « I run a university, I'm also an Uber driver », www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/07/29/i-run-a-university-im-also-an-uber-driver/.
- World Travel Market (2014), *Industry Report 2014*, www.wtmlondon.com/RXUK/RXUK_WTMLondon/2015/documents/WTM-Industry-Report-2014.pdf.
- Zervas, G., D. Prosperio et J. Byers (7 mai 2015), « The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry », *Boston University School of Management Research Paper No. 2013-16*, <http://ssrn.com/abstract=2366898>.



Extrait de :
OECD Tourism Trends and Policies 2016

Accéder à cette publication :
<https://doi.org/10.1787/tour-2016-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE (2016), « Des politiques propices à l'économie collaborative dans le tourisme », dans *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/tour-2016-7-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.