

Etude de faisabilité d'un site Internet d'échange de biens et de services



Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Sébastien FANTINO

Conseiller au travail de Bachelor :

(Philippe RUAU, expert diplômé en Finance & Controlling)

Genève, le 16 Août 2013

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière Economie d'entreprise

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre d'économiste d'entreprise. L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seul(e)¹ le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, le 16 août 2013

Sébastien Fantino

¹ Dans mon travail de Bachelor, les professions et les pronoms sont cités au masculin, mais s'appliquent également au genre féminin.

Remerciements

Ce travail de Bachelor n'aurait pas pu être réalisé sans l'aide et le soutien d'un bon nombre de personnes, c'est pourquoi, je leur adresse mes remerciements les plus sincères. Je souhaite ainsi remercier tout particulièrement :

Mesdames Francine Lefebvre, Françoise Gariazzo Dessieux et Carole Jeanclaude membres du comité d'animation du SEL de Begnins, pour leur accueil chaleureux, leur soutien et leur temps pour les discussions très intéressantes sur le thème des plateformes en ligne.

Monsieur Christophe Place, assistant HES à la Haute Ecole de Gestion de Genève, pour m'avoir aidé et conseillé dans la recherche de ma problématique pour le travail de Bachelor.

Monsieur Jonathan Rochat, fondateur de la plateforme lausannoise *easyswap*, pour son temps accordé, pour l'entretien ainsi que pour son partage d'expériences et de connaissances.

Monsieur Jean-Michel Servet, professeur d'études du développement à l'Institut de Hautes Etudes Internationales et du Développement (IHEID) à Genève et auteur de différents livres, pour m'avoir mis en relation avec Monsieur Tim Anderson et m'avoir fait part de son soutien.

Monsieur Tim Anderson, co-fondateur de « CommunityForge.net », pour son aide et pour avoir répondu à mes questions.

Madame Diana Messina, associée de l'entreprise *Multigraphix Sàrl*, pour l'élaboration du logo *easyEchange*.

Toutes les personnes interrogées qui ont pris le sérieux et le temps nécessaire pour répondre correctement à mon étude de marché.

Je tiens également à remercier mon conseiller pour le travail de Bachelor, Monsieur Philippe Ruau, expert diplômé en Finance & Controlling, pour le temps qu'il a passé à répondre à mes questions et pour son encadrement tout au long de mon travail.

Sommaire

Les mots *crise*, *finance*, *argent* ou encore *parachute doré* paraissent quotidiennement dans les différents journaux d'informations. La Chambre de l'Economie Sociale et Solidaire APRES-GE s'efforce de rendre notre société plus locale, plus humaine, plus juste, cela dans une optique durable.

La comparaison entre le système capitaliste pur et cette forme d'économie alternative est très intéressante et surtout d'actualité dans une société de surconsommation et de surproduction. Au travers de la consommation collaborative, ce travail met en avant des nouvelles (ou anciennes) manières de consommer ou d'échanger. Celles-ci répondant aux valeurs de l'Economie Sociale et Solidaire.

Une fois l'analyse du système capitaliste terminée, j'ai cherché à comprendre l'intérêt de trouver des alternatives de consommation. Par la suite, je me suis tourné vers l'étude de faisabilité d'une plateforme d'échange de biens et de services par le biais d'une monnaie complémentaire. La région de Nyon ne disposant pas de plateforme de ce type, j'ai décidé de concrétiser mon projet dans cette zone en réalisant un « Business Plan ». En accomplissant ce travail, j'ai eu l'occasion de faire des rencontres enthousiasmantes, ainsi que de découvrir les Systèmes d'Echange Local qui soutiennent des valeurs respectables.

Mon étude de marché me permet de mieux cerner les besoins et les attentes des citoyens nyonnais et d'y adapter mon projet. Je relève la méfiance des internautes envers les sites d'échange en ligne, c'est pourquoi j'ai développé quelques stratégies, afin de contrer au maximum cette méfiance et de faire place à la confiance.

La plateforme *easyEchange* intègre les trois pôles du développement durable (économique, social et environnemental) dans ses activités.

Au chapitre 4, le « Business Plan » décrit toutes les actions que nous avons ou allons mener pour que notre projet soit une réussite.

L'association citoyenne *Entropia* porte ce projet, ce qui garantit un soutien financier, ainsi qu'une bonne visibilité dans la région.

Table des matières

Déclaration.....	i
Remerciements	ii
Sommaire.....	iii
Table des matières	1
Liste des Tableaux	3
Liste des Figures.....	3
Introduction	4
1. L'idée.....	5
1.1 Méthodologie adoptée.....	5
2. Le système capitaliste	7
2.1 Définition	7
2.2 Historique.....	7
2.2.1 Le capitalisme familial.....	7
2.2.2 Le capitalisme technocratique.....	8
2.2.3 Le capitalisme financier	8
2.2.4 Le capitalisme capitalistique	8
2.2.5 Le mouvement libéral.....	9
3. L'Economie Sociale et Solidaire.....	11
3.1 Pourquoi rechercher des alternatives ?.....	11
3.2 L'économie sociale et solidaire	12
3.2.1 Définitions et mouvement.....	12
3.2.1.1 Les formes juridiques	13
3.2.1.2 La double qualité	14
3.2.2 L'ESS marginale ?.....	14
3.2.3 La consommation collaborative.....	15
3.2.3.1 Qu'est-ce qu'est la consommation collaborative?.....	15
3.2.3.2 Exemple 1 – le covoiturage	17
3.2.3.3 Exemple 2 – le « couchsurfing »	18
3.2.3.4 La confiance	19
3.2.3.5 Les différents moyens d'échange	22
4. Business Plan de « <i>easyEchange</i> »	24
4.1 Sommaire du Business Plan.....	24
4.2 Le concept.....	25
4.2.1 Pourquoi une nouvelle plateforme ?.....	26
4.2.1.1 L'importance du « côté local »	26
4.3 L'identité visuelle de la plateforme.....	27
4.3.1 Buts et valeurs d'Entropia	28
4.4 Notre équipe et ses porteurs de projet	29
4.5 Arborescence, mise en place et création du site	32
4.6 Le fonctionnement de la plateforme.....	33

4.6.1	<i>Création du compte utilisateur</i>	33
4.6.2	<i>Les offres et les demandes</i>	34
4.6.3	<i>L'unité d'échange</i>	34
4.6.3.1	Les bonus offerts	35
4.6.3.2	Comment inspirer confiance ?	36
4.6.4	<i>Fixation de la valeur en Entropièce de biens et de services</i>	38
4.6.5	<i>Évaluation des utilisateurs</i>	40
4.7	La stratégie marketing	41
4.7.1	<i>Les cibles</i>	41
4.7.2	<i>Concurrence et positionnement</i>	43
4.7.2.1	Les concurrents directs	44
4.7.2.2	Les concurrents indirects	45
4.7.2.3	Le positionnement	46
4.7.3	<i>Mise en place de la stratégie</i>	46
4.7.3.1	Objectifs – cibles - budget	48
4.7.4	<i>Matrice SWOT et son analyse</i>	49
4.8	La fiscalité	50
5.	Partie financière	51
5.1	Les Coûts	51
5.2	Les Revenus	51
5.3	Le lancement de la plateforme	52
	Conclusion	53
	Bibliographie	55
	Annexe 1 Entreprises marchandes selon la forme juridique, 2008	57
	Annexe 2 La charte de l'ESS	58
	Annexe 3 Les formes juridiques de l'ESS	62
	Annexe 4 Formulaire – « Community Forge »	63
	Annexe 5 L'inscription sur la plateforme d'échange	64
	Annexe 6 Le profil	65
	Annexe 7 Nouvelle annonce	66
	Annexe 8 Les catégories	67
	Annexe 9 Les services d'exigence intellectuelle ou physique simple	68
	Annexe 10 Les services d'exigence intellectuelle ou physique poussée	69
	Annexe 11 Exemple : recherche cours de langue d'espagnol?	70
	Annexe 12 Informations sur l'impôt sur le bénéfice	73
	Annexe 13 Devis Flyers promotion	74
	Annexe 14 Devis affiches A3	75
	Annexe 15 Résultats de l'étude de marché	76
	Annexe 16 Questionnaire d'étude de marché	83
	Annexe 17 Statuts de l'association <i>Entropia</i>	88

Liste des Tableaux

Tableau 1	Répartition des tâches.....	31
Tableau 2	Les éléments de confiance sur une plateforme d'échange.....	38
Tableau 3	Les services d'exigence intellectuelle ou physique moyenne.....	39
Tableau 4	Les cibles.....	42
Tableau 5	« Les concurrents ».....	44
Tableau 6	Le SWOT.....	49
Tableau 7	Coûts de la plateforme <i>easyEchange</i>	51
Tableau 8	Revenus de la plateforme <i>easyEchange</i>	52

Liste des Figures

Figure 1	Part des urbains se déclarant intéressés par ces pratiques.....	16
Figure 2	Recherche d'un trajet – covoiturage.....	17
Figure 3	Le D.R.E.A.M.S de Frédéric Mazzella et Nicolas Brusson.....	20
Figure 4	Logo <i>easyEchange</i>	27
Figure 5	Les <i>Entropièces</i>	28
Figure 6	L'équipe.....	30
Figure 7	Processus de création d'un compte utilisateur.....	33
Figure 8	Quelle importance accordez-vous à... ?.....	35
Figure 9	Quelle confiance accordez-vous aux sites de partage ?.....	36
Figure 10	Quelle importance accordez-vous à un profil utilisateur complet ?.....	37
Figure 11	Préférez-vous noter un internaute ou laisser un avis ?.....	40

Introduction

Durant l'année scolaire 2011-2012, j'ai eu la chance de partir en Erasmus dans la ville allemande de Cologne pour y effectuer le troisième et le quatrième semestre de mon cursus de la HEG. Mise à part mes progrès dans la langue allemande et l'expérience personnelle que j'en retire, ce séjour m'a entre autres de découvrir certaines formes de consommations alternatives.

En effet, depuis la ville de Cologne j'ai beaucoup voyagé dans d'autres villes par l'intermédiaire du covoiturage. L'année dernière, j'ai aussi découvert l'existence de sites Internet revenant à des formes d'échange ou de trocs, comme la société fonctionnait par le passé. Notamment, en France, il existe des sites qui proposent de louer des objets pour une durée limitée ou encore d'offrir la possibilité d'utiliser sa chambre d'étudiant pendant les vacances.

Depuis mon retour en Suisse, je souhaitais lancer un projet citoyen dans la région dans laquelle je vis - à savoir la région nyonnaise. En novembre 2012, j'ai eu le plaisir de contribuer à la naissance de l'association *Entropia*² avec cinq autres membres du comité. Un des buts de cette association est de proposer un lieu et cadre permettant la rencontre des citoyens et le partage de projets.

Au fil de mon expérience associative et du suivi des cours de mes options « Management Durable » ainsi qu' « Entrepreneuriat social » qui m'ont permis entre autre de rencontrer des personnes actives dans le domaine de l'économie sociale et solidaire³, mon projet se concrétisa de jours en jours.

En effet, nous avons étudié diverses entreprises avec un fonctionnement, des objectifs et des valeurs différents aux entreprises phares de l'économie de marché. Durant ces cours, nous avons également vu que la maximisation du profit n'est pas nécessaire à la pérennité d'une entreprise et que le management participatif contribue à une gestion plus « humaine » des employés et de la société. En outre, la charte⁴ de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) me parle beaucoup et j'adhère fortement aux principes énoncés. Ces aspects passionnants longuement étudiés m'ont inspiré à travailler sur un projet faisant part de l'Economie Sociale et Solidaire.

² <https://www.facebook.com/AssociationEntropia>

³ <http://www.apres-ge.ch/>

⁴ Se référer à l'annexe 2, La charte de l'ESS

1. L'idée

Mon projet consiste à donner la possibilité aux individus habitant une même zone géographique de se « rencontrer », plus précisément de pouvoir échanger des biens, des services et même des astuces ou divers « bons plans ». La rencontre s'effectue dans un premier temps par le biais d'un site Internet. Dans un second temps, étant une plateforme relativement locale, les individus font connaissance avec leurs voisins et leur entourage.

Sur cette plateforme, les utilisateurs mettent en ligne ce qu'ils souhaitent vendre que ce soit un bien ou un service. Le prix est choisi par l'émetteur de l'annonce et celui-ci n'est pas en franc ni en euro mais bel et bien en « *Entropièces* » qui est la monnaie d'intermédiaire aux échanges.

Pour concrétiser ce projet, je me suis fixé deux objectifs :

- L'analyse du système actuel et des alternatives
- La création d'une plateforme d'échange de biens et services

1.1 Méthodologie adoptée

Pour répondre à mes deux objectifs, j'ai, dans un premier temps, fait des recherches sur ce qui existe en Suisse, ainsi qu'à l'étranger, je suis arrivé sur le site *easyswap.org*. Cette plateforme de la région lausannoise a suscité mon attention et il m'a semblé nécessaire d'implanter un outil du même genre en région nyonnaise.

Dans un second temps, je me suis penché sur les Systèmes d'Echange Local (SEL) au travers de deux livres, ainsi que du site *selidaire.org*. J'ai pris contact avec Tim Anderson, co-fondateur de « CommunityForge.net » qui m'a dirigé vers Jean-Michel Servet, professeur d'études du développement à l'Institut de Hautes Etudes Internationales et du Développement (IHEID) à Genève et auteur de différents livres sur l'Economie Sociale et Solidaire, ainsi que des responsables de SEL.

Ensuite, j'ai étudié de plus près le système actuel afin de comprendre la nécessité de chercher des alternatives ou non. Pour ce faire, j'ai lu et parcouru les ouvrages de deux auteurs en particuliers - Jean-François Draperi et Thierry Jeantet.

En parallèle à mes recherches, j'ai effectué une étude de marché⁵. Une partie des personnes ont été interrogées en face à face, quelques-unes sur les réseaux sociaux et d'autres par e-mail. Je recherchais une proximité avec les gens mais tout de même une certaine significativité. C'est pourquoi, dans le but d'avoir suffisamment de réponses et pour simplifier le recensement des données, j'ai également envoyé le questionnaire par courrier électronique. Au total, l'étude regroupe 348 participants.

En aucun cas j'ai la prétention de changer ou de révolutionner notre système économique. Ce travail a pour but d'étudier si l'Economie Sociale et Solidaire, par le biais de projets tels que le mien, a bel et bien sa place dans notre société.

Etudiant à la Haute Ecole de Gestion, je suis conscient que ces recherches sur le thème de l'Economie Sociale et Solidaire sont légèrement marginales. Par conséquent, je me dois de m'interroger sur les raisons de *chercher des alternatives au système capitaliste alors que son succès signe le gage de la perfection pour le bien-être de l'humanité ?*⁶

En premier lieu, je vais analyser de plus près le système capitaliste et ensuite je vais me renseigner sur l'existence ainsi que le fonctionnement des possibles alternatives à ce système.

⁵ Se référer aux annexes 15 et 16, Résultats et questionnaire de l'étude de marché

⁶ Question posée par Thierry Jeantet dans son livre « *L'économie sociale une alternative au capitalisme* ». Avant-propos.

2. Le système capitaliste

2.1 Définition

Le capitalisme est un concept qui s'appuie sur la propriété privée et les moyens de production. La définition du capitalisme varie en fonction de la période temporelle ainsi que des sensibilités politiques. Toutefois, on retrouve plusieurs composants de base du capitalisme tels que la recherche du profit, la liberté des échanges, le pouvoir des actionnaires ou l'accumulation du capital.⁷

2.2 Historique

Le capitalisme a été théorisé lors de l'ère industrielle au XIX^e siècle. Dès lors, il a connu une ascension fulgurante et s'est imposé comme le moteur de l'économie telle qu'on la connaît. Les banques ont également fait leur apparition à ce moment-là, pour apporter les capitaux nécessaires au développement de projets industriels.

Rapidement, l'accumulation de capital est devenue une priorité pour ses détenteurs. Ceci pointé par Max Weber⁸, a conduit les capitalistes à « *s'organiser méthodiquement dans le seul but de produire, non tant un souci de consommation future ou de sécurité (armement), mais dans une logique de pure croissance.* » Le fait de devoir aller toujours vers l'avant permet à ce système de faire preuve d'imagination et donc de s'installer comme le système en vigueur.

2.2.1 Le capitalisme familial

Ainsi vers la fin du XIX^e siècle, les grandes fortunes ont investi dans l'acier, le textile ou encore les mines et l'automobile, cette vague est appelée « le capitalisme familial »⁹. Ces entreprises gérées de manière humaine sont détenues principalement par le « père » des familles également gestionnaire de l'entreprise. Le développement de leur entreprise se faisant principalement par les recettes liées à la production. Au fil du temps, des catastrophes (dans les mines notamment) ont conduit à des luttes sociales.

⁷ Informations tirée du site internet : toupie.org

⁸ WEBER, Max. Économie et société, Pocket, 1995. Histoire de l'économie générale, Gaillimard, 1991 [cité dans JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008. P.1]

⁹ Informations tirées de l'ouvrage : JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008. P.5

2.2.2 Le capitalisme technocratique

Après la seconde guerre mondiale, ces entreprises ont peiné à trouver les moyens financiers nécessaires en termes de recherche et développement, entre autre technologique. Pour ce faire, ces familles se sont tournées vers d'autres investisseurs et de ce fait ont perdu du contrôle en matière prise de décision et de gestion de l'entreprise. Dès lors, naît ainsi le capitalisme « technocratique »¹⁰.

Ce système introduit au sein de l'entreprise des dirigeants opérationnels autres que les propriétaires, les pouvoirs sont ainsi séparés. De plus, il met progressivement de côté le projet industriel et se tourne vers une rentabilité croissante. Selon José Allouche et Bruno Amann, « les dirigeants profitent de cette marge de manœuvre pour maximiser leur utilité, soit en cherchant la maximisation de leur salaire tout en maximisant le profit des actionnaires, soit en maximisant leur salaire au détriment des actionnaires »¹¹.

2.2.3 Le capitalisme financier

Dans son livre « L'économie sociale une alternative au capitalisme » Thierry Jeantet, nous informe que les technocrates ont détourné les projets initiaux des entreprises de par ce besoin de capitaux et de moyens financiers dû notamment à la maximisation du profit qui subsiste. Les technocrates n'avaient yeux que pour *gonfler* la valeur de l'entreprise (exemple la bulle Internet¹²). Les actionnaires se fiant uniquement à la rentabilité de leurs titres, ils deviennent d'autant plus exigeants et veulent toujours plus.

2.2.4 Le capitalisme capitalistique

Depuis la fin du XX^e siècle, les actionnaires font usage de leur pouvoir décisionnel en assemblée générale et les parachutes dorés font leur apparition lors de licenciements de cadres ou de dirigeants d'entreprise. Les investissements ont un but de profits financiers et non d'élaboration d'un projet. De par la volatilité des investissements, les objectifs des entreprises sont en danger, notamment sur le long terme, étant donné le pouvoir des actionnaires et leur soif de rentabilité rapide. En effet, les actionnaires n'hésitent pas à se séparer des dirigeants ou même de fermer des entreprises.

¹⁰ Informations tirées de l'ouvrage : JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008. P. 6

¹¹ ALLOUCHE José et AMANN Bruno. *Le retour triomphant du capitalisme familial. L'Expansion Management Review*, 1997 [cité dans JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008. P.7]

¹² Forte apparition des entreprises de télécommunication en bourse et augmentation significative de leur valeur : <http://www.marketingeek.fr/bulle-internet-le-guide-complet/>

Ces effets mettent sous pression permanentes directeurs, cadres et autres salariés car ceux-ci se préoccupent de la stabilité de leur poste. Cette vision de l'entreprise conduit à de véritables casses sociales et les salariés commencent à se révolter.

2.2.5 Le mouvement libéral

Très tôt, les entrepreneurs capitalistes ont eu besoin d'alliés, ils ont même conclu entre concurrents des alliances d'intérêts. Ils ont aussi cherché des alliés du côté de la politique afin de s'assurer que la législation aille dans la direction favorable à leurs affaires. Le capitalisme évolue dans le temps et a une capacité d'adaptation étonnante. L'intervention américaine en Irak en 2003 est un bon exemple d'alliance politique. Ici on s'aperçoit que l'Etat est allié aux grandes multinationales pétrolières. En effet, lors d'alliance politique chacun a besoin l'un de l'autre. Les entreprises ont des intérêts au niveau de la législation et des politiques en vigueur, alors que l'Etat en « s'alliant » aux multinationales s'assure de rentrées d'argent, notamment, par les impôts. De plus, en favorisant la croissance des entreprises, on permet une augmentation des richesses.

Cependant, le travail des employés n'est plus autant considéré qu'auparavant, de ce fait des licenciements (abusifs et en grande quantité) se produisent. A l'époque du « Fordisme¹³ » pendant les « 30 glorieuses¹⁴ », les salariés étaient rémunérés suffisamment dans le but que ces derniers puissent acheter les voitures produites.

Selon Thierry Jeantet¹⁵, « *le capitalisme du XXI^e siècle est malade de lui-même parce qu'il ne profite qu'à quelques-uns sans véhiculer de progrès social. Ses réussites ne sont pas partagées du fait de la survalorisation du capital.* »

Les effets positifs de la croissance mondiale qu'on a connue durant cette période sont réservés pour une partie de la population déterminée géographiquement mais aussi sociologiquement. Effectivement, ce système permet aux *forts* de se renforcer encore plus, par contre les plus *faibles* deviennent encore plus faibles.

¹³ Se référer au site : <http://www.henryford.fr/fordisme/>

¹⁴ 1945-1975 : période de capitalisme industriel où les entreprises augmentaient le salaire des employés et faisaient leur bénéfice sur des marges faibles mais en misant sur la quantité produite

¹⁵ Informations tirées de l'ouvrage : JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008. P.20

Les écarts entre les classes sociales ne cessent de s'accroître avec des politiques qui s'appuient sur le libéralisme individuel - *la plus haute tâche de l'État est d'assurer et de défendre la liberté individuelle qui est considérée comme imprescriptible.*¹⁶

Mona Chollet dans son livre *La tyrannie de la réalité*, pointe le triomphe de l'espoir sur l'intérêt propre des individus. En résumé, chacun espère accéder à la richesse et de ce fait tolère les motivations des plus riches, pensant un jour pouvoir se compter parmi eux. Ces propos intéressants illustrent un état d'esprit que possède une certaine quantité de citoyens de notre planète. Cela explique en partie leur tolérance et leur attrait pour l'argent et surtout le fait de croire que tout est possible également dans leur situation personnelle.

Par soucis de délimitation du sujet de mon travail, ainsi que l'ampleur de celui-ci, je suis conscient que je suis passé de manière rapide sur le thème du capitalisme qui est relativement complexe. Toutefois, ces éléments nous permettent de comprendre l'intérêt de chercher des alternatives ou améliorations à notre système économique. Dans le chapitre suivant je vais aborder le thème de l'Economie Sociale et Solidaire. Est-ce une alternative utopiste ou a-t-elle réellement sa place et son utilité ?

¹⁶ Informations tirées du site : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Lib%C3%A9ralisme>

3. L'Économie Sociale et Solidaire

3.1 Pourquoi rechercher des alternatives ?

« Une alternative peut être comprise comme une réaction par rapport à une situation donnée [...]. Elle se positionne donc en opposition à un passé encore actuel, pensé désormais comme inacceptable [...] » (Servet, 2010¹⁷)

Comme l'énonce Jean-François Draperi¹⁸, nos sociétés se heurtent à un ensemble de problèmes qui les mettent en périls. Il faut se rendre compte que partout sur la planète dans des domaines et proportions bien différentes les êtres humains rencontrent des problèmes de pauvreté, de malnutrition, de chômage et de mal-être. La considération de l'environnement ainsi que de l'aspect social dans notre économie devient primordiale afin de ne pas aller au-delà des limites tolérées par la nature et par l'Homme. Ces considérations sont d'autant plus importantes afin de ne pas compromettre le quotidien des générations futures

Ce constat nous amène à chercher et trouver des alternatives qui allient les trois pôles du développement durable¹⁹ - à savoir Économie, Social, Environnemental.

De plus, les périodes de crises notamment financières, sont propices à la remise en question de notre société donc beaucoup d'alternatives de consommations voient le jour, et la consommation collaborative²⁰ en fait partie. Un nombre croissant de personnes recherche une alternative qui soit moins inégalitaire du système actuel et qui intègre l'humain au centre du projet et non comme simple outil. L'économie sociale et solidaire fait partie des alternative plausible et même que la chambre de l'économie sociale et solidaire d'APRÈS GE, la considère comme un secteur économique à part entière.

¹⁷ Informations tirées de l'ouvrage : SERVET Jean-Michel, *Le grand renversement, de la crise au renouveau solidaire*, Desclée de Brouwer, Paris, 2010. P.195

¹⁸ Informations tirées de l'ouvrage : DRAPERI, Jean-François. *L'économie sociale et solidaire : une réponse à la crise ?* Dunod, Paris, 2011. P.1

¹⁹ <http://www.are.admin.ch/themen/nachhaltig/00260/index.html?lang=fr>

²⁰ http://www.ted.com/talks/lang/fr/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption.html

3.2 L'économie sociale et solidaire

3.2.1 Définitions et mouvement

Jean-François Draperi nous propose une des nombreuses définitions possibles pour l'économie sociale et solidaire (ESS) comme suit :

« L'économie sociale et solidaire se fonde sur une idée et une pratique simple et courante : plutôt que de réunir et de servir des capitaux, l'économie peut réunir et servir des personnes. L'économie sociale et solidaire ce sont en effet des personnes qui se regroupent pour réaliser un projet social, culturel, économique en vue de répondre à des besoins collectif. »²¹ (Draperi, 2011)

Le site de la chambre d'APRÈS-GE a également sa propre définition de l'ESS :

« L'ESS est un **secteur économique privé à but non lucratif ou à lucrativité limitée** distinct de l'économie publique et de l'économie privée à but lucratif. Ancrée sur un territoire donné, l'ESS appuie son action sur le respect de critères éthiques, sociaux et écologiques, en mettant l'accent sur **la personne avant le profit**. Elle s'appuie également sur un réseau d'échange et de partage des expériences grâce aux nombreuses initiatives qui se développent sur tous les continents depuis plusieurs années [...] »²² (<http://www.apres-ge.ch>)

La Chambre de l'économie sociale et solidaire APRÈS-GE regroupe les différents acteurs et travaille pour la reconnaissance ainsi que la promotion de ce secteur économique en région genevoise. Elle offre à ses membres l'opportunité de travailler en réseautage, de plus, par l'intermédiaire de l'incubateur Essaim²³, elle aide à la création et gestion d'entreprise.

Les entreprises désirant rejoindre ce mouvement doivent signer la charte²⁴ dont émane un certain nombre de principes, tels que le respect :

- du bien-être social
- de la démocratie et responsabilité
- de l'environnement
- de la cohérence

²¹ Informations tirées de l'ouvrage : DRAPERI, Jean-François. *L'économie sociale et solidaire : une réponse à la crise ?* Dunod, Paris, 2011. P.2

²² Définition tirée du site Internet : <http://www.apres-ge.ch>

²³ Plus d'information sur l'incubateur Essaim : <http://www.apres-ge.ch/node/31752>

²⁴ Se référer à l'annexe 2, La charte de l'ESS

L'ESS de manière générale se base sur trois valeurs²⁵ : L'égalité entre les membres, l'engagement volontaire et la solidarité.

L'engagement volontaire est le fait de pouvoir entrer ou sortir librement du groupement de personnes. L'égalité entre les membres se traduit par le principe « une personne, une voix »²⁶. La solidarité se retrouve dans le partage du bénéfice, celui-ci étant en partie réinjecté dans l'entreprise dans le but de la fortifier et le reste est réparti de manière égale entre les associés. Par solidarité on entend également le fait de travailler avec des acteurs locaux et on privilégie l'intérêt collectif.

Notons que la définition de la chambre APRÈS-GE et celle de Jean-François Draperi ont des points communs. Outre les critères sociaux, environnementaux et économiques, la solidarité entre les personnes et la place qu'ont ceux-ci dans le système – à savoir une place centrale, se retrouve dans les valeurs de l'ESS. L'égalité des salaires ainsi que l'égalité des chances occupent également une place centrale dans les politiques managériales de l'ESS. Il est vrai qu'à compétences égales les hommes et femmes disposent des mêmes conditions salariales et sociales.

3.2.1.1 Les formes juridiques

En Suisse, il existe différentes formes juridiques et chacune possède des avantages et inconvénients en fonction du secteur d'activité, des objectifs et de la taille de l'entreprise et d'autres facteurs également.

Dans le système visant à maximiser les profits, les raisons sociales les plus fréquemment utilisées sont : la raison individuelle, la société anonyme et la Sàrl²⁷. Les capitaux réunis à la fondation de ces entreprises sont rémunérés et proviennent de sources multiples.

²⁵ Informations tirées de l'ouvrage : DRAPERI, Jean-François. *L'économie sociale et solidaire : une réponse à la crise ?* Dunod, Paris, 2011. P.14

²⁶ Principe qui donne le même poids lors de votations à toutes personnes que ce soit le président, le propriétaire ou le simple ouvrier. Ce principe est en opposition au système capitaliste qui donne plus ou moins de poids en fonction du nombre d'actions détenue par le votant.

²⁷ Informations tirées du site Internet :
<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/06/02/blank/key/01/rechtsnorm.html>

Dans l'ESS, on choisit un statut juridique tel que la coopérative, l'association ou la mutuelle (pour la France) ou également la Société Anonyme, la Société à responsabilité limitée ainsi que la raison individuelle. Ces formes d'entreprises ont pour but de regrouper des personnes et non des capitaux et poursuivent ainsi des objectifs différents.

Une des valeurs de l'ESS est la non-lucrativité ou la lucrativité limitée, c'est pourquoi l'association fait partie des formes juridiques les plus choisies. Celle-ci, ayant obligatoirement un but non-lucratif.

La société coopérative a tout de même un but économique mais celui-ci étant idéalisé, c'est-à-dire qu'il est dans l'intérêt des membres de la coopérative²⁸.

3.2.1.2 La double qualité

Que ce soit des sociétaires, des associés ou des mutualistes, tous ces individus sont « *bénéficiaires de l'action économique entreprise et sont également les décideurs du projet politique de l'entreprise* »²⁹. Cet aspect s'appelle la « double qualité ». Effectivement les membres ont le droit de bénéficier de l'action économique de la société et le devoir de participer à l'action politique par le biais de l'assemblée générale ou le conseil d'administration.

3.2.2 L'ESS marginale ?

Le mouvement de l'ESS est loin d'être marginal, en effet, en France, cette dernière représente environ 12% des emplois salariés et contribue entre 9 et 15% au PIB³⁰. L'économie sociale et solidaire est présente dans tous les secteurs d'activités et fait son apparition dans le monde entier. Comme on l'a vu à Genève, l'ESS est régie et organisée à l'échelon régional par des chambres.

²⁸ Pour plus d'informations sur les formes juridiques de l'ESS veuillez-vous référer à l'annexe 3

²⁹ Informations tirées de l'ouvrage : DRAPERI, Jean-François. *L'économie sociale et solidaire : une réponse à la crise ?* Dunod, Paris, 2011. P.13

³⁰ Informations tirées de l'ouvrage : DRAPERI, Jean-François. *L'économie sociale et solidaire : une réponse à la crise ?* Dunod, Paris, 2011. P.12

3.2.3 La consommation collaborative

Nous sommes aujourd'hui confrontés à un environnement global, lui-même en plein bouleversement, qui nous conduit à redéfinir intégralement notre rapport à la consommation. Notre mode de vie est centré sur la consommation, dans une société où l'abondance matérielle et le besoin de propriété prédomine. Ceci ne peut perdurer dans le temps, notamment avec la période de crise économique que le monde traverse et aussi du fait des limites naturelles de notre planète. Des limites entre autres environnementales tels que « les poubelles du monde ³¹ » ou les changements climatiques³². C'est pourquoi certaines personnes proposent de changer la manière dont nous avons l'habitude de consommer en promouvant la consommation collaborative.

3.2.3.1 Qu'est-ce qu'est la consommation collaborative?

La consommation collaborative a pu voir le jour par le biais d'Internet. La britannique Rachel Botsman³³ est la fondatrice du mouvement « collaborative consumption »³⁴ qui apparaît seulement en 2011. Cependant, il faut savoir que la consommation collaborative est née bien plus tôt, dès les premiers sites de partage tels que « Kaza » « Emule » ou « Edonkey » au début des années 2000.

Cette alternative met en avant des nouvelles formes de consommation. Parmi les plus connues on retrouve le covoiturage, le « couchsurfing », les achats groupés, la location d'objets entre particuliers, le « colunching » et bien d'autres encore. Il est évident que la notion de confiance est la base de tout échange ou accord faisant partie de la consommation collaborative.

Une étude d'«Iligo », société d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, montre l'intérêt des urbains français pour diverses formes de la consommation collaborative.

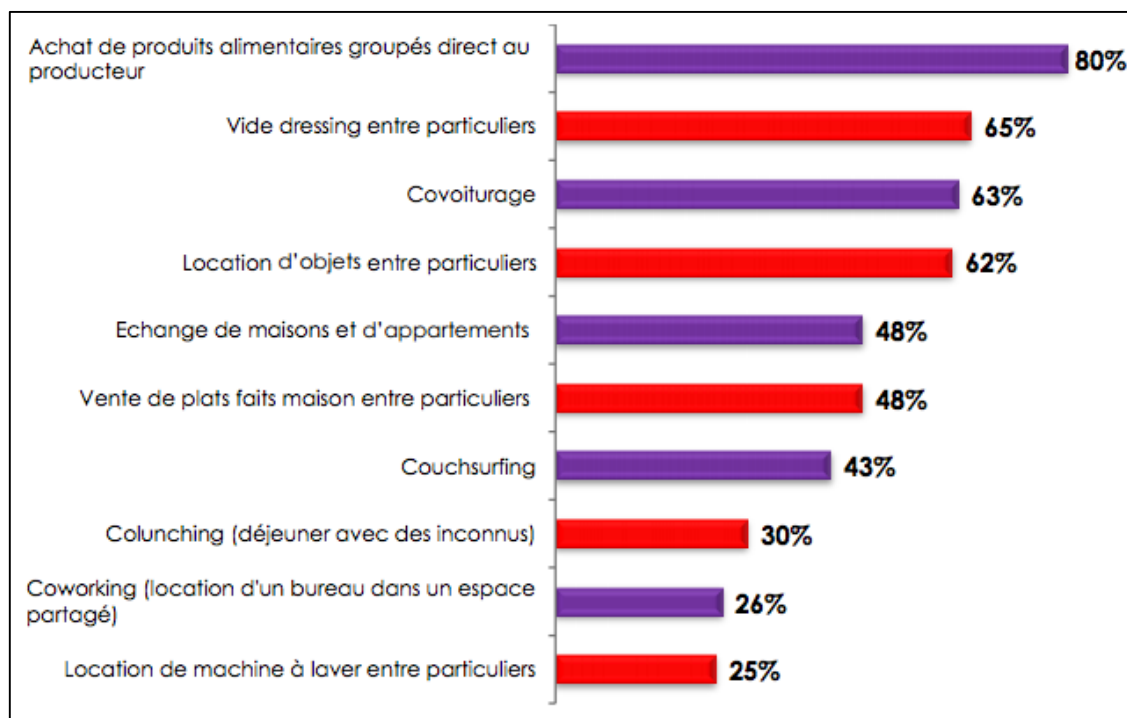
³¹ Pour de plus amples informations visionnez la page Internet suivante plus le petit reportage : <http://www.arte.tv/fr/maldives-l-le-poubelle/3071996,CmC=3071998.html>

³² Pour de plus amples informations consultez le site Internet : http://www.ipcc.ch/publications_and_data/ar4/wg2/fr/spmsd.html

³³ Rachel Botsman est également la co-auteur de « What's mine is yours, The rise of Collaborative Consumption »

³⁴ La conférence vidéo « TEDX » de Rachel Botsman est particulièrement intéressante, pour la visionner: http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption.html.

Figure 1
Part des urbains se déclarant intéressés par ces pratiques



Source : <http://www.iligo.fr>³⁵

Ce graphique fait ressortir un certain intérêt des « urbains » français pour la consommation collaborative. En effet, 80% des sondés affirment être favorables aux achats alimentaires groupés dans le but de bénéficier de produits frais à prix intéressants. Cette situation est « win-win » : d'une part le consommateur s'y retrouve avec des aliments de qualité et un prix avantageux, d'autre part, le producteur avec une assurance d'écoulement de sa marchandise. De plus, les achats groupés directs au producteur permettent aussi de véhiculer une image positive de son domaine (effet du bouche à oreille). Le covoiturage (63%) et le « couchsurfing » (43%) respectivement, troisième et septième rang sont deux exemple de consommation collaborative que je vais développer postérieurement.

³⁵ *Iligo* est une (société d'études et de conseil spécialisée dans les nouveaux comportements des individus, notamment en liaison avec les nouvelles technologies

3.2.3.2 Exemple 1 – le covoiturage

Le covoiturage est un moyen de déplacement pratique, économique et convivial. Le principe est simple, il consiste à se regrouper avec d'autres personnes dans un véhicule pour parcourir un trajet commun, de manière occasionnelle ou régulière.

Cette pratique déjà bien avancée dans des pays comme l'Allemagne, la Belgique ou les Pays-Bas, fait son apparition également en Suisse. Effectivement, plusieurs entreprises ont vu le jour ces dernières années, récemment « Tooxme » en partenariat avec le TCS ou le site : <http://www.e-covoiturage.ch>.

Il suffit d'avoir un accès à Internet pour se connecter sur la page. Ensuite, on choisit son lieu de départ ainsi que le lieu d'arrivée.

Figure 2
Recherche d'un trajet - covoiturage

The screenshot displays a trip profile on the website 'e-covoiturage.ch'. The profile is for a trip from Geneva, Switzerland to Zurich, Switzerland, dated 24.06.2013. The trip details include a distance of 279 km, 471 liters of fuel, and an emission of 47.45 kg of CO2 (for a trip with 1 passenger). The trip is occasional and scheduled for 28.06.2013, with a departure time of 16:30 and no return time. The driver's status is 'Occasionnel'. The car is a Peugeot 307 (Gris) with 3 seats available and an emission of 0 kg / 1000km. The driver speaks French, English, and German. They accept passengers of both genders, do not accept smoking, and do not accept animals. They also offer to share the costs. A note mentions a stopover in Fribourg, Bern, or Neuchâtel/Bienne. The right side of the page shows a map of Switzerland with a route from Geneva to Zurich, and a section for contacting the driver via email.

Informations sur le trajet	
Départ:	Genève, Suisse
Arrivée:	Zurich, Suisse
Distance:	279 km
Essence:	471
Emission de CO ₂ :	47.45kg (trajet avec 1 passager)
Type de trajet:	Occasionnel
Date du trajet:	28.06.2013
Heure aller / retour:	16:30 / Pas de retour
Statut de l'annonceur:	Occasionnel

Informations personnelles	
	Peugeot 307 (Gris) Places disponibles: 3 Emission de CO ₂ : 0 kg / 1000km
	Langue(s) parlée(s): Français Anglais Allemand
	Accepte de voyager avec: femme ou homme
	N'accepte pas la fumée
	N'accepte pas les animaux
	Souhaite partager les frais
	je passe soit par Fribourg ,Berne, soit par Neuchâtel, Bienne, possibilité de prendre des passagers dans ces villes pour aller à Zurich. Prix en fonction du trajet

Contactez le covoitreur

Pour contacter le covoitreur par E-MAIL, veuillez vous identifier auparavant (en haut des pages du site)

Source : <http://www.e-covoiturage.ch/index.php/fr/recherchetrajet>

Sur cette photo tirée directement du site Internet de « e-covoiturage », après l'étape de sélection du trajet, nous sommes sur le profil du chauffeur pour notre parcours choisi. Des informations concernant le trajet telles que la consommation, la route empruntée ou l'heure de départ sont à notre disposition de même que le type de voiture, ainsi que l'autorisation de fumer ou non.

3.2.3.2.1 Avantages pour les parties prenantes

Le partage d'une voiture pour se rendre au travail, en vacances ou autres, présente de nombreux avantages qu'ils soient sociaux, environnementaux ou économiques.

1. Aspect social

De par le voyage avec un chauffeur et d'autres passagers inconnus, l'usager rencontre de nouvelles personnes. Certes, il faut avoir une certaine ouverture d'esprit en fonction des passagers, mais cela étant la plupart du temps une expérience très enrichissante. Malgré la possible barrière linguistique, on trouve toujours un moyen de communiquer et cela permet d'avoir des échanges intéressants et de parfaire sa culture. De plus, le prestataire du service, à savoir le conducteur ou la conductrice bénéficie de la compagnie des passagers pendant trajet.

2. Aspect environnemental

Au niveau de l'environnement, le covoiturage diminue et fluidifie le trafic, par conséquent le besoin des villes en places de parking. Cette pratique reste du moins pour le moment relativement marginale, surtout en Suisse.

3. Aspect économique

Du point de vue économique, chacun y trouve son compte, les frais de transport étant la plupart du temps partagés (se référer à l'offre pour en être sûr) ce qui diminue drastiquement le coût par personne.

En résumé, le covoiturage est une alternative où chacun est gagnant que ce soit l'environnement, le conducteur ou les passagers.

3.2.3.3 Exemple 2 – le « couchsurfing »

Le « couchsurfing » met en relation des particuliers ayant pour but d'héberger ou d'être hébergé chez quelqu'un, pour une nuit ou quelques jours, et ceci gratuitement. Plus de 40 % des personnes interrogées se disent « intéressées » par cette pratique.

Il ne faut pas confondre le « couchsurfing » avec « l'échange d'hospitalité » ou « l'échange non simultané », puisque l'échange se fait par rapport à une communauté entière et pas seulement entre deux personnes. Ainsi, un hôte hébergeant quelqu'un ne s'attend pas spécialement à être hébergé à son tour par son invité, mais peut-être par un autre membre de la communauté.

Pour s'inscrire, il est nécessaire d'aller sur la page : <https://www.couchsurfing.org/> ou l'on retrouve des places d'hébergement dans plus de 100'000 villes du monde.

3.2.3.3.1 Avantages pour les parties prenantes

1. Social

Le « couchsurfing » par définition, est la rencontre avec des personnes locales. Ceci amenant des individus issus de milieux totalement différents à se croiser, il faut donc là encore faire preuve d'ouverture d'esprit. Le cas échéant, ces rencontres permettent réellement de découvrir une ville et une culture de l'intérieur.

2. Environnemental

Du côté de l'environnement, rien de particulier n'est à signaler.

3. Économique

Le « couchsurfing » étant le fait d'héberger des membres de la communauté gratuitement. Cet aspect non-négligeable offre la possibilité à des millions de personnes de voyager à travers le monde, le logement ne coûtant rien. De plus, les hôtels étant de manière générale situés au centre-ville, les offres de logement des membres du « couchsurfing » se situent dans toute la ville, ce qui permet au commerce locaux d'augmenter leurs parts de marchés.

3.2.3.4 La confiance

Comme énoncé précédemment, la solidarité est une des principales valeurs de l'ESS ainsi que de la consommation collaborative. Pour s'assurer le bon déroulement des échanges, locations ou services entre particuliers la notion de confiance réciproque est indispensable. Alors comment garantir aux utilisateurs que le site ainsi que les autres partenaires soient fiables ?

Le site Internet « OuiShare » par le biais des fondateurs de « BlaBlacar » Frédéric Mazzella et Nicolas Brusson apporte quelques pistes pour améliorer cet aspect.

Ces deux personnalités sont à l'origine du « framework » D.R.E.A.M.S, une boîte à outils à destination des entrepreneurs de l'économie collaborative. Leur but est de comprendre comment construire et valider les piliers de la confiance que leurs utilisateurs vont bénéficier les uns envers les autres. A la page suivante, la figure 3 expliquant l'acronyme en question.

Figure 3
Le D.R.E.A.M.S de Frédéric Mazzella et Nicolas Brusson

D pour « Declared »

Les usagers déclarent leurs informations de façon relativement basique. Ils donnent leur nom, ajoutent une photo, et en fonction du service ajoutent parfois leurs préférences (fumeurs ou pas, acceptent les chiens ou pas, bavard ou pas, etc.).

R pour « Rated »

C'est la possibilité pour les membres d'un réseau de se laisser des avis les uns aux autres. La note par les autres utilisateurs d'un service (par la communauté) augmente considérablement le niveau de confiance et de crédibilité. Elle est la garantie qu'une personne a fait l'expérience avant vous et qu'elle vous la recommande.

E pour « Engaged »

Il s'agit là de donner une preuve que les parties prenantes d'un échange veulent vraiment aller au bout de la transaction. C'est plus qu'un simple accord oral. La plupart du temps, l'engagement passe par le paiement en amont, rendu simple, et sécurisé par les technologies actuelles.

A pour « Activity-based »

L'activité a ici une double signification :

- **Le contexte** : Les avis n'ont de valeur que s'ils sont liés à une activité. Un bon vendeur sur *eBay* qui envoie un colis rapidement n'est pas forcément un bon conducteur ou un bon baby-sitter. Ainsi l'information à laquelle on accède sur le réseau « peer-to-peer »³⁶ doit être contextuelle.

- **L'activité du membre lui-même** : Répond-il bien à tous ses interlocuteurs ? Publie-t-il beaucoup de contenu sur le réseau etc... Le site tiers de confiance doit, par exemple, pouvoir afficher sur chaque profil la dernière date de connexion et le temps de réponse du membre. Ainsi un membre actif qui répond vite donne davantage confiance qu'un autre... C'est ce qu'on voit sur Couchsurfing, par exemple.

³⁶ Le « peer-to-peer » : relation d'échanges réciproques qui unit directement deux acteurs de même statut.

M pour « Moderated »

La modération sur un réseau « peer-to-peer » comporte principalement 2 axes :

- La vérification des informations déclarées par les membres : est-ce bien le bon email, le bon numéro de téléphone, la bonne adresse postale, le bon compte bancaire etc...
- L'acceptation des contenus textes et visuels par l'équipe qui gère le réseau, afin de garantir un bon niveau de qualité de l'information disponible sur le site.

Par exemple, BlaBlaCar vérifie pour ses membres l'email, le RIB, le numéro de téléphone et l'adresse postale.

S pour « Social »

En se connectant avec tous les autres réseaux sociaux, vous créez ce que « Cup of teach » appelait un « tiers de confiance automatisé ». L'existence digitale d'un individu sur *Facebook*, *Twitter*, *Linkedin* etc. est une preuve supplémentaire de son existence dans la vie réelle.

Source : <http://ouishare.net/fr/2013/06/cles-de-la-confiance-entre-particuliers/>

BlaBlaCar pour soutenir le *framework* « DREAMS » a réalisé un sondage auprès des utilisateurs.

« Cela nous permet d'évaluer l'importance d'un profil DREAMS, et le degré de confiance que l'on peut réellement construire « à distance » dans une communauté de consommation collaborative, avec les outils dont nous disposons aujourd'hui ». (BlaBlacar, 2012)

Les utilisateurs ont été questionnés sur la confiance que leur inspiraient leurs voisins, familles, collègues, amis *Facebook* ainsi que les personnes inconnues, l'échelle allant de 1 à 5 (1 = pas de confiance et 5 = très grande confiance).

Voici les résultats :

- Amis et famille : 4,7
- Collègues : 3,8
- Amis *Facebook* : 3,6
- Voisins : 3,5
- Inconnus : 2,2
- Profil « DREAMS » : 4,2

Cette étude intéressante met en avant le fait que les profils « DREAMS » ont reçu une bonne note en termes de confiance perçue (4.2). Les utilisateurs font, en effet, en moyenne plus confiance à un profil « DREAMS » qu'à leurs collègues ou voisins.

Pour le lancement d'un nouveau site de partage il n'est, cependant, pas nécessaire d'intégrer directement tous les aspects des profils « DREAMS ». D'après les initiateurs du « framework » ceci est « *un frein au développement technique et cela implique une lourde gestion au quotidien.* »

3.2.3.5 Les différents moyens d'échange

Le troc, premier moyen d'échange entre les gens, a lieu comme le dit Frédéric BASTIAT lorsque « *deux personnes, dont chacune éprouve un désir et possède l'objet qui peut satisfaire le désir de l'autre, se font cession réciproque* ». ³⁷

Pour contourner les limites du troc à savoir le besoin de posséder un objet qui intéresse le propriétaire de l'objet souhaité, la monnaie fit son apparition.

La monnaie éliminerait ces frictions en réglant trois contraintes majeures : la double coïncidence des besoins, l'absence de mesure homogène de la valeur et l'absence d'un moyen de subdivision. Deux monnaies principales sont recensées dans notre société ; la monnaie fiduciaire composée de pièces et de billets et la monnaie scripturale comprenant les virements bancaires ainsi que les chèques.

3.2.3.5.1 Les monnaies complémentaires

Dans cette partie, nous allons chercher à comprendre d'où viennent les monnaies complémentaires et quelles sont leurs utilités.

« Partir de l'idée de ce qui manque plutôt que de ce qui est disponible crée un sentiment de rareté même chez les riches, qui induit un système économique conçu pour transférer la majorité des ressources à un groupe socio-économique relativement restreint. » (Blanc, 2005-2006) ³⁸

En faisant ce constat les personnes moins aisées se retrouvent mises de côté et bénéficient naturellement de moins d'accès aux ressources.

³⁷ Frédéric BASTIAT, *Les Harmonies Économiques*, Chapitre IV, Oeuvre VI, Paris Guillaumin 1860

³⁸ Informations tirées du rapport : BLANC, Jérôme. *Exclusion et liens financiers : Monnaies sociales*, Economica, Paris, 2005-2006, p.229

Selon Jérôme Blanc, « *les systèmes de monnaies complémentaires sont des méthodes permettant d'identifier l'abondance et de mobiliser les ressources au profit de tous ceux qui contribuent à les générer* »³⁹. Avec ces systèmes, on limite la marginalisation des individus du système que l'on connaît actuellement. En d'autres termes, on leur permet de faire partie intégrante d'une communauté et de prendre part à son développement quotidien.

Contrairement à ce que l'on pense, les monnaies complémentaires ne sont pas récentes, mais datent de l'Égypte ancienne. Presque toutes les crises monétaires ont conduit à la naissance d'une monnaie complémentaire « adaptée à la situation »⁴⁰. Le but était de « soulager la situation, mais non celui d'effectuer des changements structurels du système économique. »⁴¹ Depuis une quarantaine d'année, est apparue l'idée que les monnaies complémentaires pourraient changer la structure du système actuel, lorsque nous nous sommes rendu compte qu'avec le progrès technologique et les ressources de notre Terre nous pouvions mettre un terme à la pénurie.

Dans ce travail, je vais seulement parler de la monnaie complémentaire garantie par la confiance et laisser de côté les systèmes de substituts monétaires garantis par des ressources. Ayant pour objectifs « *la mobilisation des ressources et l'insertion des individus marginalisés* »,⁴² ce système de monnaie vit uniquement si les communautaires ont une totale confiance en lui.

³⁹ Informations tirées du rapport : BLANC, Jérôme. *Exclusion et liens financiers : Monnaies sociales*, Économica, Paris, 2005-2006, p.230

⁴⁰ *ibid.*

⁴¹ *ibid.*

⁴² Informations tirées du rapport : BLANC, Jérôme. *Exclusion et liens financiers : Monnaies sociales*, Économica, Paris, 2005-2006, p.231

4. Business Plan de « *easyExchange* »

4.1 Sommaire du Business Plan

Le XX^e siècle, dont les effets se prolongent et s'amplifient dans le XXI^e siècle, est synonyme de liberté individuelle et de consommation non plus dans le but d'assurer sa subsistance, mais bien dans la production de superflu. On parle souvent de surproduction et donc de surconsommation⁴³, sujet que la consommation collaborative limite.

De plus, dans une période de crise financière, les individus cherchent des alternatives de consommation, afin de pouvoir garder un certain niveau de vie. Comme vu au chapitre 3.2.3, la consommation collaborative va dans ce sens et au-delà de l'aspect financier, on y retrouve autant un aspect social qu'environnemental.

Afin d'étendre ce mouvement à ma région, j'ai l'ambition d'étudier la faisabilité de la création d'un site Internet permettant aux individus d'une même zone géographique de se « rencontrer », plus précisément de pouvoir échanger des biens, des services et même des astuces ou diverses expériences.

L'association *Entropia* est déjà active dans la région nyonnaise dans le domaine du partage et propose des discussions sur le thème des *utopies réalisables*. C'est pourquoi, après avoir discuté de mon projet avec les autres membres du comité - Julie Dumartheray ainsi que Fabien Jaccard - nous sommes arrivés à la conclusion que cette plateforme apporterait une réelle plus-value dans la région de Nyon. En effet, la vision et les valeurs sont en adéquation avec les idées de l'association, ainsi nous avons pris la décision qu'*Entropia* serait le parfait porteur de ce projet.

Le fait que l'association soit partie prenante du projet est bénéfique pour le site d'un point de vue de la visibilité, de la communication et du marketing. *Entropia* finance entièrement le lancement de la plateforme par les recettes générées par les cotisations des membres.

L'association entretient de très bonnes relations avec les autorités régionales, dont la ville de Nyon, ce qui est positif pour d'éventuelles demandes de fonds ou futurs partenariats.

⁴³ Pour plus d'information sur la surconsommation : Hutchinson Marlène, *Vice caché. Les effets sournois de notre surconsommation sur notre santé et l'environnement*. Multimondes. Québec, 2012, ou le site : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Surconsommation>

Pourquoi faire un Business Plan ?

Ce Business Plan aura la double fonction de déterminer la viabilité ainsi que la faisabilité du projet et de permettre aux membres du comité d'*Entropia* de prendre des décisions pour le rendre opérationnel sur long terme. De plus, un dossier de cette ampleur nous apporte plus de crédibilité, notamment lors d'éventuelles négociations avec la ville ou autres organismes tels que des fondations privées ou les écoles nyonnaises.

4.2 Le concept

La plateforme *easyEchange* gérée par l'association *Entropia*, propose un espace sein et convivial où l'on peut échanger des biens et des services avec une communauté locale. En fonction de l'offre et de la demande, l'internaute sera peut-être amené à faire de nouvelles connaissances ou à traiter avec ses voisins que l'on côtoie trop peu de nos jours.

Cette plateforme a pour double objectif principal de permettre la valorisation de compétences et de savoirs sous forme de services, mais également le rehaussement de l'usage de nos biens.

En effet, *easyEchange* permet aux utilisateurs de mettre en ligne ce qu'ils souhaitent proposer à la communauté que ce soit un bien ou un service. L'annonceur fixe le prix (en *Entropièce*) de son bien ou de son service de manière autonome et les internautes choisissent ou pas d'accepter l'offre de ce dernier.

Réseaux « privés »

Le site comprend une partie payante destinée aux communes, associations régionales, écoles ou autres groupes de personnes. Pour pouvoir bénéficier d'un réseau « privé », c'est-à-dire d'avoir un filtre permettant d'échanger uniquement avec les membres du groupe, une cotisation de 100 CHF/an est de mise. Evidemment, les filtres peuvent être levés, cela offre la possibilité d'échanger avec l'entier du site, par conséquent d'augmenter les offres en ligne. Le fait de pouvoir filtrer les internautes a pour but de limiter les échanges entre certaines personnes d'un même réseau. Cela permet d'échanger uniquement avec des internautes préalablement choisies et d'augmenter le niveau de confiance étant donné que les membres du groupe se connaissent.

***easyExchange*, plateforme durable ?**

Les trois pôles du développement durable – économique, social et environnemental – sont présents dans ce projet. En effet, il est possible de s'offrir des biens ou services auxquels on n'a pas forcément accès, dans l'économie réelle, pour raison de budget (cours de langues ou de guitare par exemple). De plus, le côté communautaire, partage d'expérience et échange de services intègre pleinement l'aspect social. L'aspect environnemental fait également partie de ce projet de par les échanges (majoritairement locaux) de biens dont nous n'en avons plus l'utilité. Ce processus leurs donnent une seconde vie.

D'ailleurs, comme illustré sur le graphique de mon étude de marché (annexe 15, graphique 6), on constate clairement que les raisons économiques et pratiques dominent largement le classement des internautes. Ensuite, vient la raison écologique et finalement sociale.

4.2.1 Pourquoi une nouvelle plateforme ?

En Suisse, notamment en Romandie, plusieurs mouvements prônant les valeurs humaines ainsi que des réseaux de partage ont vu le jour. Un des meilleurs, à mes yeux, est le site lausannois *easyswap.org*. Par ailleurs, dans la région de Nyon, il existe des pages *Facebook* sur lesquelles il est possible de mettre des petites annonces. Par conséquent, il manque dans cette zone une réelle plateforme permettant d'échanger biens et services avec toute la région.

Ce projet a pour but de simplifier et de regrouper les mouvements locaux, afin d'augmenter la visibilité et les membres au sein d'une même plateforme. En réunissant les offres et les demandes, le site sera plus attractif que si chacun proposait des alternatives de son côté.

4.2.1.1 L'importance du « côté local »

Le périmètre doit être défini en amont. Il est évident que ce genre de plateforme est plus attractif au sein d'une région déterminée de par les interactions entre les citoyens. Par exemple, un internaute propose des cours de langue, les intéressés ne vont pas parcourir plus d'une trentaine de kilomètre pour y assister. Ceci est valable pour les services nécessitant un déplacement. Par contre, dans les transactions concernant les biens, la zone géographique a une importance moindre. Le projet de plateforme est évidemment ouvert à tous les internautes désirant s'inscrire, mais celui-ci vise plus précisément la région nyonnaise.

4.3 L'identité visuelle de la plateforme

L'association *Entropia* portant le projet, il est évident que nous devons lier la plateforme avec l'association. C'est pourquoi, nous avons édité le logo de départ pour atteindre notre objectif ; avoir un logo et une identité rejoignant celle d'*Entropia*.

Le nom « easyEchange » parle de lui-même, ce qui est intéressant pour le référencement dans les moteurs de recherches, les internautes savent directement sur quel genre de site ils se trouvent. De plus, on retrouve le « E » rappelant celui d'*Entropia* ainsi que le logo ci-dessous, aspect primordial afin de bénéficier d'une bonne visibilité et que les sujets s'y identifient.

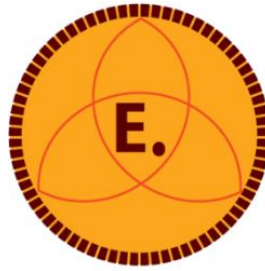
Figure 4
Logo easyEchange



Source : Messina Diana, août 2013, modification du logo original de Bertinotti Lucas

Le logo de la plateforme reprend ainsi les bulles du logo d'*Entropia*. Les deux bulles supérieures représentent les discussions, souhaits ou pensées des citoyens. La bulle venant se mêler aux deux autres symbolise *easyEchange*, une sorte de support au bon déroulement des interactions entre citoyens.

Figure 5
Les *Entropièces*



Source : Messina Diana, août 2013

Entropièce est le nom de la monnaie virtuelle, elle symbolise l'unité d'échange pour se procurer des biens et/ou service sur *easyEchange*.

4.3.1 Buts et valeurs d'*Entropia*⁴⁴

La plateforme *easyEchange* répond totalement au premier but fixé par *Entropia* qui est d'encourager de nouvelles formes d'échange et de consommation entre citoyens telle que la consommation collaborative.

Le deuxième but d'*Entropia* est de faciliter l'engagement dans la région nyonnaise en créant une base permettant de rassembler des porteurs de projets et des citoyens désireux de s'engager.

Nos valeurs sont le partage et l'esprit constructif, l'égalité et la solidarité, et surtout le respect de la dignité humaine comme pierre angulaire de notre action.

⁴⁴ Se référer aux statuts de l'association à l'annexe 1

4.4 Notre équipe et ses porteurs de projet

L'association *Entropia* a été fondée le 6 novembre 2012 à Nyon par six membres fondateurs. Aujourd'hui, le comité est composé de trois personnes - Julie Dumartheray, Fabien Jaccard et Sébastien Fantino.

Nous nous connaissons bien et partageons des valeurs essentielles pour mener à bien l'association ainsi que ce projet de plateforme d'échanges. Des séances du comité sont organisées deux à trois fois par mois. Durant celles-ci, outre les activités quotidiennes d'*Entropia*, une plage de temps est réservée pour discuter de l'avancée de ce projet.

Les trois membres du comité sont soutenus par les trois autres fondateurs, notamment, dans les discussions et les prises de décisions importantes.

La richesse de notre association provient des membres-fondateurs ainsi que des membres qui entourent et soutiennent notre vision. En effet, chacun avec son propre caractère, ses idées ainsi que son expérience de vie apporte une certaine diversité au groupe. Grâce à ce mélange de compétences, nous sommes convaincus de la réussite de notre projet commun.

Nous sommes prêts à nous engager dans ce nouveau tournant de notre association citoyenne. Voici la présentation du comité :

Figure 6
L'équipe

Julie Dumartheray

Titulaire d'un Bachelor en économie d'entreprise de la HEG de Genève, Julie occupe un poste au sein du département *développement durable* de la ville de Nyon. Son expérience ainsi que ses contacts en région nyonnaise sont bénéfiques pour l'association.

Fabien Jaccard

Terminant son diplôme à la HEG, Fabien est de nature très ouverte et ses années passées au conseil communal de la commune d'Arzier-Le Muids lui apportent une grande sérénité ainsi qu'un bon bagage au niveau de la confrontation d'opinions. Chaque année, il participe à l'organisation de camps pour enfants, ce qui le dote d'une certaine méthodologie dans l'organisation d'événements.

Sébastien Fantino

Egalement en train de terminer ses études à la HEG, Sébastien est passionné par le sport en général mais d'autant plus par les sports d'équipe, ce qui lui vaut d'avoir des valeurs de partage et de collaboration. Ayant une expérience dans le domaine de la vente, il est parfaitement à son aise dans les relations sociales.

Source : Fantino Sébastien, juin 2013

Ainsi cette équipe de passionnés possède toutes les qualités requises pour mener à bien ce projet.

Les tâches principales de l'association sont réparties entre les membres du comité. Pour la plateforme *easyEchange*, c'est également le comité qui s'occupe de la gestion, des e-mails ainsi que de vérifier les annonces. Ci-dessous, une liste plus exhaustive de la répartition des tâches :

Tableau 1
Répartition des tâches

Tâches	Membres
Répondre aux e-mails	Fabien Jaccard
Gérer la plateforme en ligne	Sébastien Fantino
Contrôler et suivre les nouveaux inscrits	Julie Dumartheray
Contrôler les annonces émises	Julie Dumartheray
Développer le projet	Le comité
Communiquer et promouvoir la plateforme	Sébastien Fantino et Valerian Renaud
Gérer le marketing	Sébastien Fantino et Valerian Renaud
Rechercher des sponsors/partenaires	Anthony Hauser et Valerian Renaud
Gérer la comptabilité/finance	Fabien Jaccard

Source : Fantino Sébastien, août 2013

Ce tableau représente les devoirs principaux des membres envers *easyEchange* afin d'y assurer un bon fonctionnement. Cependant, nous travaillons la plupart du temps en collaboration. Ce récapitulatif sert à exprimer et clarifier qui doit faire quoi, après chacun peut apporter son aide aux autres le cas échéant.

4.5 Arborescence, mise en place et création du site

« Community Forge » est une association à but non lucratif qui conçoit, développe et distribue des outils autour des monnaies complémentaires. Cette association fournit des sites Internet hébergés afin d'aider d'autres associations à construire et gérer leur site. Ce service est gratuit, facile à mettre en place, adaptable et évolutif.

Pour le travail de mise en place de la plateforme, la communauté « CommunityForge.net » demande deux heures en « Beads », monnaie d'échange du site. Ils fonctionnent de la même manière que des milliers de réseaux d'échanges, c'est à dire par la réciprocité.

Pour bénéficier de l'outil de gestion il suffit de suivre trois étapes :

- Remplir le formulaire (annexe 4)
- Préparer le nouveau site en ajoutant des informations et documents
- Lancer le site

Un document⁴⁵ en ligne est mis à disposition des internautes pour les accompagner dans la mise en place de leur plateforme. Beaucoup d'éléments sont personnalisables afin de donner à la plateforme sa propre identité. Pour vous donner une idée plus représentative de sites créés par l'association « Community Forge », je vous invite à visiter les sites suivants :

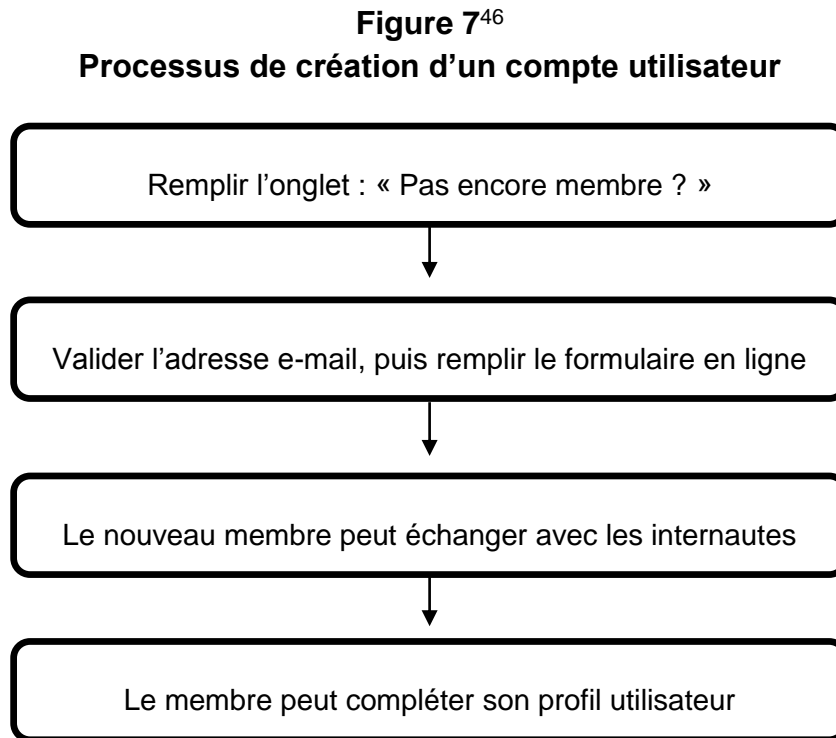
- <http://seldulac.ch/>
- <http://seljogne.ch/>
- <http://enlien.ch/portal.php>

Il faut compter environ 48 heures entre la demande du site et sa finalisation du moment que tous les documents sont fournis. Ensuite, nous choisissons la date de lancement du site, dans notre cas, <http://easyexchange.ch>

⁴⁵ Pour plus d'informations sur la marche à suivre et la mise en place d'un site « Community Forge » : http://communityforge.net/fr/marche_a_suivre_mise_en_place_site

4.6 Le fonctionnement de la plateforme

4.6.1 Création du compte utilisateur



Source : Fantino Sébastien - Juin 2013

Sur la figure ci-dessus, on constate qu'il suffit de trois étapes afin de pouvoir « surfer » sur la plateforme. La quatrième étape - le fait de compléter son profil - permet de mieux se positionner vis-à-vis des autres utilisateurs. Comme stipulé dans le chapitre de la confiance (3.2.3.4), un compte utilisateur avec une photo ainsi que les informations de base telles que le genre, l'âge ou encore l'adresse augmentent de manière considérable la confiance perçue⁴⁷.

⁴⁶ Se référer aux annexes 5 et 6, L'inscription sur la plateforme et le profil

⁴⁷ Se référer à la figure 3, lettre « D » du *framework* DREAM (p.20-21) du travail

4.6.2 Les offres et les demandes

Chaque internaute peut publier des offres et des demandes selon son envie. Pour cela, il suffit de cliquer sur l'onglet « nouvelle annonce »⁴⁸ et d'indiquer les précisions concernant ce que l'on propose ou ce que l'on recherche, y compris les conditions et le prix en monnaie virtuelle (*Entropièce*).

Lorsque l'on consulte les annonces de la plateforme pour simplifier la recherche, on peut y insérer des filtres tels que :

- Famille (offre/demande)
- Type (achat/vente/service/location)
- Distance (en km)
- Valeur (en « *Entropièce* »)
- Réseau

En plus de ces filtres, pour que l'utilisateur s'y retrouve facilement et bénéficie de la plateforme au maximum, il peut sélectionner les annonces en fonction de la catégorie choisie (art, musique, audio, bricolage, immobilier, informatique etc...)⁴⁹.

4.6.3 L'unité d'échange

La monnaie en vigueur sur le site est un système de « points » qui sert de monnaie intermédiaire aux échanges. Une *Entropièce* équivaut approximativement à un franc suisse. Il est important de savoir qu'il n'est pas possible de changer les *Entropièces* en francs suisses et vice-versa. Sur cette plateforme, l'argent n'intervient à aucun moment. Les personnes souhaitant utiliser ce service devront forcément alimenter leur compte en proposant des biens et services à la communauté. Des *Entropièces* sont offerts en guise de bienvenue et lors de parrainage d'amis ou de connaissances, dans le but d'augmenter la masse monétaire du site.

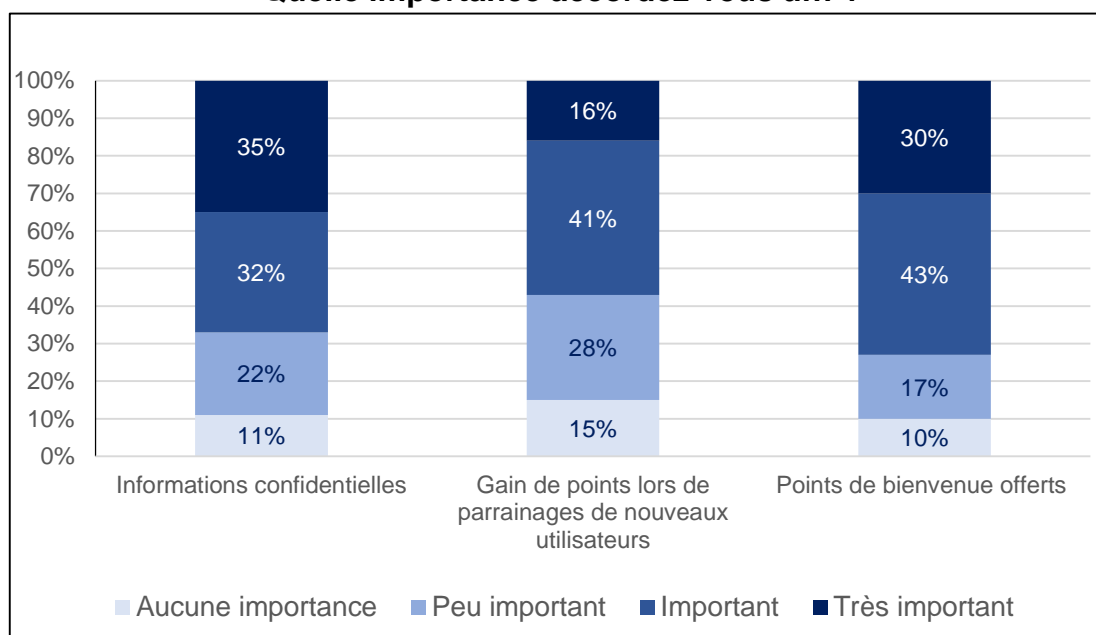
⁴⁸ Se référer à l'annexe 7, Nouvelle annonce

⁴⁹ Se référer à l'annexe 8, Les catégories

4.6.3.1 Les bonus offerts

Mon étude de marché me sert notamment dans l'attribution d'éventuel bonus. Comme pour le profil utilisateur complet ou encore les *Entropièces* offertes lors de parrainages ou en guise de bienvenue aux nouveaux utilisateurs.

Figure 8
Quelle importance accordez-vous à... ?



Source : Fantino Sébastien, étude de marché 2013

Suite aux résultats significatifs du sondage, on envisage de rétribuer le nouvel inscrit de 40 *Entropièces* comme cadeau de bienvenue. En effet, le graphique stipule que 73% des interviewés estiment important ou très important que les nouveaux utilisateurs reçoivent des *Entropièces* en bonus de bienvenue. A noter que seul 10% n'accordent aucune importance à ce cadeau.

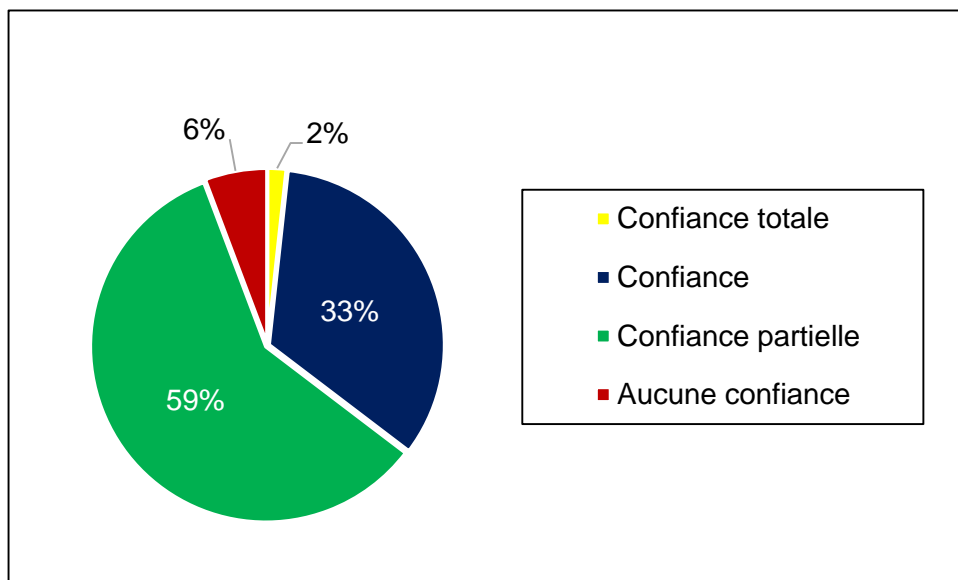
Sur cette figure, on observe également que 57% des sondés accordent une certaine importance aux parrainages de nouveaux membres récompensés. De ce fait, lorsqu'un utilisateur amène un de ces contacts à s'inscrire sur *easyEchange*, le parrainage de ce dernier lui rapporte 40 *Entropièces*. Cette action a pour objectif d'augmenter la taille du réseau et par la même occasion le nombre d'annonces sur la plateforme (ce qui a un rôle important pour l'attractivité ainsi que la diversité des annonces). De plus, la première annonce publiée rapporte 10 *Entropièces*. Le but de ces bonus est de dynamiser, dès le début, les échanges sur la plateforme et d'encourager le nouveau membre à être actif en participant aux interactions.

Il faut impérativement noter que toutes les informations personnelles des utilisateurs sont strictement confidentielles, en aucun cas elles seront utilisées à des fins de marketing ou autres.

4.6.3.2 Comment inspirer confiance ?

Comme déjà abordé précédemment, la confiance est un aspect non-négligeable dans le domaine des sites d'échange. Pour en savoir plus sur la perception de confiance des habitants de la région de Nyon, je les ai interrogés sur le sujet comme le démontre le graphique ci-dessous.

Figure 9
Quelle confiance accordez-vous aux sites de partage ?



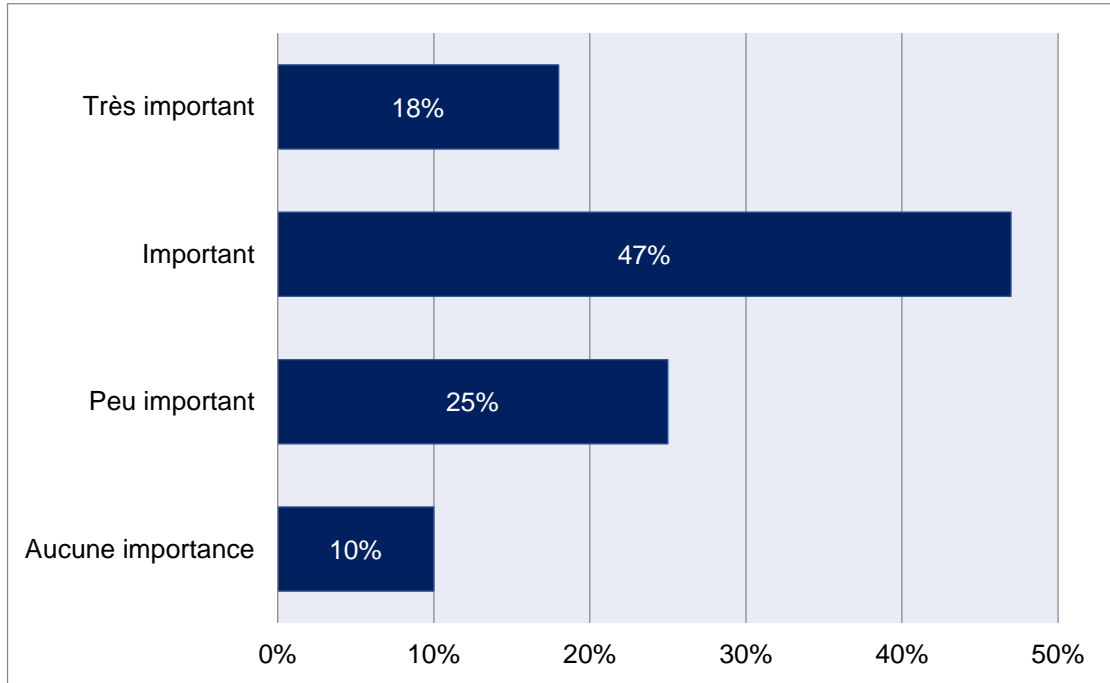
Source : Fantino Sébastien, étude de marché 2013 - graphique 7, annexe 15

Ce graphique indique que 59% des répondants ont « une confiance partielle » et 6% « aucune confiance » en ce type de sites. Seule une minorité (35%) témoigne de leur confiance, c'est pourquoi, la plateforme *easyEchange* doit faire le maximum pour apporter des garanties aux utilisateurs.

Dans un premier temps, avec les bonus accordés aux profils réunissant les informations de base (photo profil, adresse, numéro de téléphone, pseudo), puis en mettant en avant le fait qu'une annonce claire et précise avec une photo de l'article aura plus de succès auprès des utilisateurs. De plus, je vous invite à consulter le chapitre 4.6.5 sur le système d'évaluation des utilisateurs, un moyen pour tendre à évincer les « mauvais » internautes.

Figure 10

**Quelle importance accordez-vous à un profil utilisateur complet ?
(adresse, pseudo, photo de profil, numéro de portable)**



Source : Fantino Sébastien, étude de marché 2013

La figure 10, nous informe que plus 65% des personnes interrogées trouvent important voire très important que le profil des utilisateurs soit complet. Nous tenons fortement à ce qu'*easyExchange* soit une plateforme fiable où les utilisateurs ont confiance les uns en les autres. C'est pourquoi, lorsque le profil sera complété à 100% (adresse, pseudo, photo, numéro de portable), chaque utilisateur recevra 40 *Entropièces* en bonus. En effet, les profils complets (66%), la possibilité de donner son avis (87%) ou les témoignages d'utilisateurs (92%) sont des éléments amenant confiance comme le rapporte l'étude de marché (annexe 15, graphique 11) ainsi que la figure 3 (lettre D, p.20).

Tableau 2
Les éléments de confiance sur une plateforme d'échange

Une annonce claire et précise	30 %
Photo du produit	29 %
Avis et commentaires positifs	27 %
Note positive	9 %

Source : Fantino Sébastien, étude de marché 2013

Dans un second temps, comme le révèle le tableau 1, une annonce claire et précise, une photo du produit ainsi qu'un avis ou commentaire positif⁵⁰ sont des éléments inspirant confiance sur une plateforme d'échange. Dans ce domaine, nous nous devons d'informer les nouveaux utilisateurs du site sur l'importance de ces points car ceux-ci sont bénéfiques pour l'entier de la communauté.

4.6.4 Fixation de la valeur en *Entropièce* de biens et de services

Dans notre économie, c'est le marché qui fixe le prix d'un bien ou d'un service. Si personne ne souhaite acheter un bien, c'est certainement que son prix n'est pas adapté à la perception de valeur des acheteurs potentiels. La règle de fixation de la valeur en *Entropièce* d'un bien et d'un service sur le site *easyEchange* est également celle de l'offre et de la demande. Les annonces déjà existantes servent de modèles et de références pour les nouvelles publications.

Alors comment définir la valeur en *Entropièce* des annonces proposées ? Il faut analyser les autres annonces proposées sur la plateforme et s'y adapter. La flexibilité est de mise, si on constate que le prix est trop élevé ou trop bas il faut réagir et le modifier.

⁵⁰ Les avis, commentaires et notations des utilisateurs sont traités dans le chapitre 4.6.5

La plateforme *easyEchange* contient une page hiérarchisant les trois types de services⁵¹
 - exigences intellectuelles/physiques simples, moyennes ou poussées.

Tableau 3

Les services d'exigence intellectuelle ou physique moyenne

20 Entropièces/heure	
	Courses et achats
	Repassage délicat
	Cours de cuisine
	Divers massages
	Déménagement
	Coupe de bois
	Cours de langue (débutant)
	Soutien scolaire
	Comptabilité simple
	Coaching personnel
	Cours de sport
	Cours artistiques (débutant)
	Traductions
40 Entropièces /heure	

Source : Fantino Sébastien, juillet 2013

Inspiré de sites de partage dont <https://www.easyswap.org/fr>

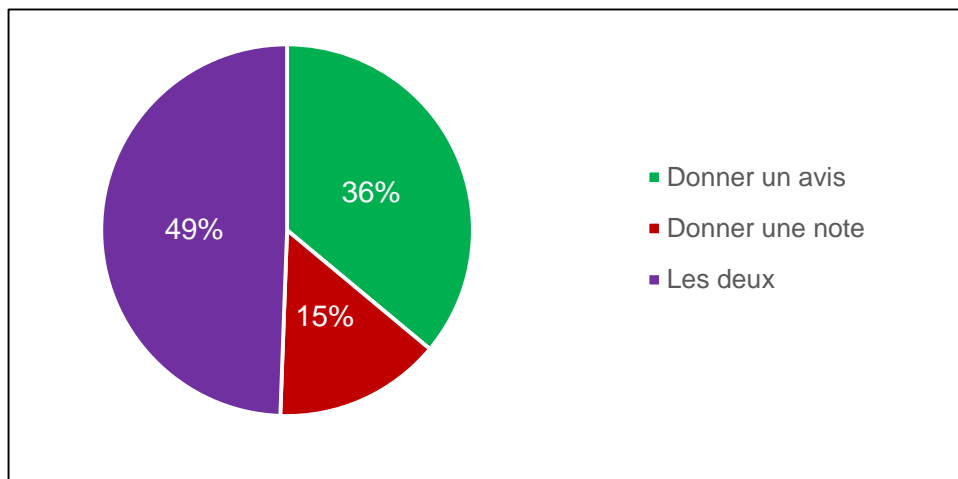
Ce tableau indicatif représente la valeur en *Entropièce* pour les services nécessitant un niveau d'exigence moyen. Le but de cette démarche est d'harmoniser le prix des services ainsi qu'aider les internautes à trouver la juste valeur. Par exemple, une heure de cours artistique pour débutant (environ 30-40 *Entropièces*) sera plus coûteux qu'une heure de cours de cuisine (20-25 *Entropièces*). Le choix final revient à l'annonceur, il est évidemment libre de fixer le prix qu'il désire.

⁵¹ Se référer aux annexes 9 et 10, Les services pour les exigences simples et poussées

4.6.5 Évaluation des utilisateurs

Comme l'explique la lettre « R » du *DREAM* (figure 3), « *se laisser des avis les uns aux autres [...] augmente considérablement le niveau de confiance et de crédibilité* ». J'ai voulu savoir ce que la population en région nyonnaise avait comme idée sur ce sujet.

Figure 11
Préférez-vous noter un internaute ou laisser un avis ?



Source : Fantino Sébastien, étude de marché 2013

Selon mon étude de marché, les personnes questionnées préfèrent à 49% pouvoir à la fois laisser un avis/commentaire et noter l'annonceur. 36% estiment que de donner son avis est préférable et 15% privilégient la notation.

Un système de notation reste trop lié au monde scolaire et est incompatible avec la qualification d'une expérience humaine. De plus les critères, ne sont pas toujours les mêmes d'une personne à l'autre ce qui rend les moyennes peu significatives par rapport aux commentaires. Par exemple, mettre une mauvaise note à une personne sans la justifier est inutile pour la communauté car elle ne pourra pas savoir ce à quoi elle doit faire attention si elle échange avec cette personne.

Dans l'ensemble, les avis permettent de mieux expliquer et de nuancer les sentiments qui se dégagent de l'expérience vécue ; ils sont plus explicites et mettent en valeur les qualités et les défauts des utilisateurs. En étant plus précis, les détails servent aux autres utilisateurs de la communauté qui pourront se baser sur ces observations antérieures pour effectuer leurs jugements.

Pour la plateforme *easyEchange*, les internautes ont l'obligation de noter le vendeur après la transaction en fonction de la qualité de l'échange. De plus, si celui-ci désire mettre un commentaire dans le but de justifier la note donnée cela est possible, même recommandé. Ainsi, pour encourager les internautes de justifier leur note, leur compte sera crédité de 5 *Entropièces* lors de chaque commentaire laissé.

L'annexe 11 contient un exemple complet allant du processus de recherche jusqu'à l'acceptation de l'offre pour un individu souhaitant améliorer son niveau de langue espagnole. Ces figures apportent un nombre d'informations considérables sur l'annonceur telles que :

- le message personnalisé
- le tarif
- les informations personnelles (adresse, pseudo etc...)
- les évaluations reçues des autres utilisateurs

4.7 La stratégie marketing

4.7.1 Les cibles

Nombreuses sont les personnes effectuant des achats/ventes en ligne, par conséquent, il est difficile de dégager une cible spécifique. Evidemment, toutes personnes ayant un ordinateur et une connexion à Internet sont des cibles potentielles pour notre plateforme. Cependant, nous devons focaliser nos efforts et notre communication sur des cibles plus précises qui nous permettront de garantir une grande satisfaction des internautes et ainsi de prétendre à la pérennité de la plateforme.

Voici ci-dessous les caractéristiques de chaque cible et de quelle manière nous allons les atteindre :

Tableau 4
Les cibles

	Cible 1	Cible 2
Qui ?	Les personnes désirant se débarrasser d'objets dont ils n'en ont plus l'utilité, rendre des services dans leur région ou qui souhaitent simplement se procurer des nouveaux biens	Les villes, les associations ou autres groupes qui souhaitent offrir à leurs membres un réseau « fermé » pour échanger biens et services entre eux
Les attentes	Une plateforme de confiance et attractive leur permettant d'offrir et de demander divers objets ou services de manière direct afin de faire partie de la communauté d'échange. L'accessibilité et la simplicité est importante pour ces individus car ils ne souhaitent pas y consacrer trop de temps pour trouver ce dont ils recherchent. Ces échanges permettent soit de se procurer quelque chose hors budget soit de libérer du budget pour s'offrir un bien ou service en dehors du site.	Une plateforme « privée » sur laquelle les membres d'un groupe peuvent échanger biens et services avec le groupe et à choix avec le site entier. Les associations ou autres communautés attendent d' <i>easyEchange</i> une certaine fiabilité ainsi qu'une proximité au niveau des échanges. La plateforme doit être relativement simple d'utilisation.
Comment ?	Pour atteindre la cible 1, nous allons dans un premier temps distribuer des flyers au centre-ville de Nyon. Ensuite sur la page <i>Facebook</i> d' <i>Entropia</i> on communiquera fortement pour le lancement du site.	Pour toucher les associations, écoles ou commune de la région, nous avons un flyer ⁵² que nous allons leur présenter lors d'une rencontre. En outre, ils trouveront toutes les informations concernant l'inscription ainsi que les caractéristiques de la plateforme « privée » sur le site Internet

⁵² Se référer à l'annexe 13, Devis de flyers

4.7.2 Concurrence et positionnement

Pour mon travail, j'ai identifié deux concurrents directs et trois indirects. La plateforme étant virtuelle, la zone géographique est difficilement délimitable. L'aspect local a son importance, surtout en ce qui concerne les services. En effet, il est difficilement imaginable de faire 70 kilomètres pour faire une heure de cours de peinture par exemple. J'ai tout de même répertorié le site *easyswap* plutôt basé sur la région lausannoise car celui-ci est selon moi un très bon exemple de site de partage. Dans le tableau ci-dessous on retrouve aussi le *Système d'Echange Local de Begnins* qui fait partie du mouvement SEL⁵³. Les concurrents indirects sont les sites tels qu'*anibis*, *adjuger* ou *ebay*.

Afin de pouvoir se faire une idée plus précise de l'importance de ces différents sites ou réseaux de partage, j'ai analysé le nombre d'annonces en ligne, le nombre de membres inscrits, les offres (biens et/ou services) ainsi que le moyen de paiement.

⁵³ Pour plus d'informations : <http://www.selidaire.org/spip/> ou <http://communityforge.net/>

Tableau 5
« Les concurrents »

	Nb de membres	Nb d'annonces	Moyen de paiement	Offre de biens et/ou services
Concurrents directs				
<i>easyswap</i>	4'217	224	Swap	Biens et services
<i>SEL de Begnins</i>	43	130	Grain de sel	Biens et services
Concurrents indirects				
<i>Anibis</i>	NC	445'158	CHF	Biens
<i>Adjuger.ch</i>	1'865	225	CHF	Biens
<i>Le RDV des bonnes affaires à Nyon et environs</i>	274	NC	CHF	Biens

Source : Fantino Sébastien, chiffres au 31 juillet 2013

Les plateformes spécifiques telles que les sites de covoiturage ou de « couchsurfing » ne sont pas pris en considération, étant donné qu'ils proposent uniquement un service unique et de ce fait ne représentent pas une réelle alternative.

4.7.2.1 Les concurrents directs

easyswap

Ce site de partage lausannois est créé en 2009 et depuis il a subi des hauts et des bas. Dernièrement, un partenariat a été trouvé avec une fondation, ce qui leur a permis de poursuivre leurs activités. Son interface (souvent citée comme exemple dans mon travail) est claire, agréable et accessible à tous. Les personnes âgées sont les internautes cibles, le but d'*easyswap* est de leur faciliter la vie quotidienne ainsi que de leur permettre de faire des bonnes affaires. Ces personnes ont du temps à disposition pour rendre des services et disposent également de biens dont ils n'en ont plus l'usage. En contrepartie, ils ont besoin d'aide pour des « petites banalités » de tous les jours comme tondre le gazon ou se faire aider pour utiliser Internet.

SEL de Begnins

Le *Système d'Echange Local de Begnins* est relativement jeune, il a effectivement vu le jour le 5 novembre 2011. Il comprend 43 membres et plus de 130 annonces en date du 31.07.2013. Une grande majorité de femmes font partie de ce groupement et la tranche moyenne est de 40-60 ans. Dans ce SEL, on compte environ trois, quatre annonces en moyenne par membre, chiffre le plus élevé du tableau.

Les SELs de manière générale rejettent toute forme de monnaie. A Begnins leur unité d'échange est le « grain de sel » : 60 grains équivalent à une heure de travail peu importe le type de service. Effectivement, les SELs ne différencient pas les besoins physiques ou intellectuels nécessaires à la réalisation d'un service.

4.7.2.2 Les concurrents indirects

Adjuger.ch

Adjuger.ch créé en 2009 est un site suisse de vente en ligne. Il ne compte pas moins de 1865 membres et 225 annonces. La zone géographique des « concurrents indirects » est plus large, voire illimitée étant donné que ces derniers ne fournissent aucune prestation de service mais uniquement des biens.

Anibis.ch

D'après le site *Anibis.ch*, ce dernier est *le plus grand marché des petites annonces en Suisse*. Il recouvre, en effet, tout le territoire et sur cette plateforme, on y retrouve uniquement des biens payables en francs suisses.

Pourquoi sont-ils des concurrents indirects ?

Premièrement, du fait que le moyen de paiement des annonces en ligne est uniquement avec la monnaie nationale (CHF pour la Suisse). A contrario, les usagers sont libres de mettre en vente ce qu'ils veulent et là on se rapproche du marché de la plateforme *easyEchange*. De plus ces deux sites offrent, uniquement des biens et le marché des services ou l'on valorise un savoir n'est pas pris en considération.

Finalement, sur la plateforme *easyEchange*, les échanges sont plus sociaux et on se sent plus proche des internautes du fait de la proximité et du côté local de la plateforme.

Le site d'enchères en ligne *ebay.ch* est également un concurrent indirect, mais je ne dispose d'aucune information concernant le nombre de membres ou d'annonces.

Le RDV des bonnes affaires à Nyon et environs

Sur le réseau social *Facebook*, une page est dédiée à la publication d'annonces en région nyonnaise. Ce mouvement n'est pas vraiment considéré comme concurrent du fait que celui-ci ne possède qu'une page *Facebook* et qu'on y retrouve principalement des biens. Suite à un échange d'e-mails, cette communauté nous a fait part de son enthousiasme pour le projet *easyEchange* et se réjouit d'avance qu'un site voit le jour dans la région, plutôt de bon augure pour une future collaboration. Madame Patricia Carvalho, administratrice de la page, a également évoqué son intérêt pour le réseau « privé ».

4.7.2.3 Le positionnement

easyEchange constitue une application de l'économie de fonctionnalité destinée aux particuliers ainsi qu'à tout groupe de personnes. La plateforme répond à la fois à des impératifs économiques, sociaux et environnementaux. La gratuité est à notre sens un élément fondamental dans l'optique de création d'une telle plateforme.

4.7.3 Mise en place de la stratégie

Il faut distinguer la stratégie marketing de la plateforme *easyEchange* de celle de l'association *Entropia*, celles-ci étant toutefois liées. Il est évident que lors des événements organisés par *Entropia*, le site d'échange sera également mis sur le devant de la scène mais ce ne sera pas à chaque fois une finalité en soi.

Le facteur temps, lors du lancement du site, est très important. En effet, il faut assurer un nombre d'annonces et de membres le plus rapidement possible, afin que le site soit attractif. Ainsi, nous avons prévu de lancer la campagne trois semaines précédant l'ouverture du site et la promotion sera réalisée grâce à quatre différents canaux. Le lancement d'*easyEchange* est daté pour début janvier 2014, ceci nous laisse le temps de mettre en place les différents canaux ainsi que de fournir le contenu du site en ligne.

Ces quatre canaux étant :

- L'association *Entropia*
- Le web
- Les partenariats
- Le « street marketing »

Chacun des canaux vise à bénéficier de la meilleure exposition ainsi qu'à compléter et à croiser les autres moyens de communication mis en place.

Nous souhaitons tout d'abord communiquer nos actions lors de certains événements qu'*Entropia* organise. Les *Buffets Utopistes* organisés approximativement une à deux fois par mois ont pour but de se rencontrer et de discuter de divers sujets. C'est à ce moment-là que nous promouvons la plateforme pour commencer. A ces événements, chacun des membres a la possibilité d'amener des amis, collègues ou autres connaissances afin d'enrichir les discussions.

Toujours pour conduire *easyEchange* sur le devant de la scène, nous ne manquerons pas d'en exprimer les avantages lors de nos participations régulières aux événements organisés par la ville de Nyon tels que « *la journée nature en ville* ». Ce type de journée compte entre 500 et 1000 participants, c'est également une bonne visibilité dont nous disposons afin de faire connaître cette nouvelle plateforme.

Tout au long du développement de notre site, nous posterons régulièrement sur notre page *Facebook* des articles ou annonces parlant de l'ouverture prochaine d'une plateforme d'échange et aussi de divers sujets liés à la consommation collaborative.

Une campagne d'affichage mettra en avant le lancement de la plateforme accompagné d'une distribution de flyers promotionnels en masse dans les lieux clés de Nyon, ceci dans le but d'avoir le plus rapidement un nombre conséquent de personnes inscrites et prêtes à échanger.

Actuellement, nous sommes en discussion avec différents partenaires éventuels comme le Gymnase et l'École Professionnelle Commerciale de Nyon. L'idée serait que ces institutions intègrent notre communauté de réseaux « privés ». Cela permettrait aux étudiants de ces écoles d'échanger toutes sortes de choses dont ils n'ont plus l'utilité tels que des livres ou autres affaires scolaires.

Lors du lancement du site, les cinquante premiers inscrits se verront attribuer un bonus de 20 *Entropièces* supplémentaires pour débiter de manière optimale leurs premiers échanges sur le site. Lorsqu'une annonce est publiée en ligne, nous la partageons également sur *Facebook* pour lui donner plus de visibilité.

L'ensemble de ces différentes campagnes promotionnelles cherche à viser et atteindre nos différentes cibles.

4.7.3.1 Objectifs – cibles - budget

Le coût principal est l'impression des flyers promouvant l'ouverture de la plateforme. A cela s'ajoute les flyers distribués lors de rencontres avec les associations, communes et groupes de personnes intéressées par le réseau « privé » de la plateforme. Nous allons également procéder à de l'affichage, notamment près de la gare de Nyon ainsi que diverses zones prévues à cet effet. L'annexe 13 comprend un devis pour l'impression des flyers ainsi que pour les affiches.

Flyers promotion

Budget : Impression de 975 flyers = 326.45 CHF.

Objectif : Faire connaître le site.

Cibles visées : Les personnes désirant se débarrasser d'objets dont ils n'en ont plus l'utilité, rendre des services dans leur région ou qui souhaitent simplement se procurer des nouveaux biens.

Il est difficile de chiffrer le nombre de nouveaux membres à partir des flyers, cependant nous tablons sur 40% d'adhésion ce qui représente environ 400 personnes.

Affiches publicitaires A3

Budget : Impression de 100 affiches = 210.60 CHF.

Objectif : Grande visibilité pour promouvoir le lancement du site.

Cibles visées : Les personnes désirant se débarrasser d'objets dont ils n'en ont plus l'utilité, rendre des services dans leur région ou qui souhaitent simplement se procurer des nouveaux biens.

Flyers réseau « privé »

Budget : Impression de 25 flyers = 8.35 CHF.

Objectif : Promouvoir la partie réseau « privé » du site.

Cibles visées : Les communes, les associations régionales, les clubs, les groupes de personnes.

La campagne marketing à un coût pour la première année de 545.40 CHF. Ensuite chaque année nous prévoyons environ 400 CHF pour des flyers ou campagnes promotionnelles.

4.7.4 Matrice SWOT et son analyse

La matrice SWOT que vous retrouvez ci-dessous met en évidence l'analyse interne et externe de la plateforme et permet l'évaluation du projet et de ses implications.

Tableau 6
Le SWOT

Strengths	Opportunities
Seul site d'échange en région nyonnaise	Augmentation de la population sensible au développement durable
Gratuité totale	Développement de partenariats avec la ville de Nyon, associations, écoles...
Qualité du site Internet	Cibles (1 et 2) se trouvant à proximité
Weaknesses	Threats
Manque de notoriété	Manque d'annonces sur la plateforme (attention à l'attractivité)
Peu d'expérience dans le domaine	Manque de confiance vis-à-vis des sites d'échange en ligne
	Peu d'intérêt pour ce genre de site

Source : Fantino Sébastien, juillet 2013

Dans les années à suivre, les individus seront de plus en plus sensibilisés aux valeurs du développement durable et la plateforme *easyExchange* en profitera, étant donné qu'à l'heure actuelle aucun autre site d'échange n'existe dans la région de Nyon. De plus, les internautes cibles se trouvent partout, il suffit qu'ils désirent vivre l'expérience régionale unique que nous proposons, à savoir échanger des biens et des services par l'intermédiaire d'une monnaie complémentaire.

Nous devons être extrêmement vigilants à l'attractivité du site Internet et cela passe principalement par la fiabilité, la qualité et le nombre d'annonces publiées. En effet, nous ne pouvons pas survivre longtemps, si trop peu de contenu est présent sur la plateforme, puisque cela aurait des conséquences fâcheuses sur notre image et les internautes ne verraient aucun intérêt à visiter le site. Le fait d'attribuer des bonus, ainsi que de sensibiliser les internautes sur l'importance de compléter leur profil et d'évaluer les autres membres après un échange augmente considérablement les garanties et la fiabilité de la plateforme.

Le fait que l'accès au site Internet soit entièrement gratuit nous est cher. C'est pourquoi il nous est important, voire primordial d'établir des partenariats avec la ville de Nyon ainsi qu'avec les communautés locales. Ceux-ci augmenteraient considérablement la visibilité et par conséquent le nombre d'annonces donc l'attractivité de la plateforme.

Nous sommes conscients qu'au début, avec le manque de notoriété, nous rencontrerons des difficultés la plateforme étant nouvelle. Il est important que nous construisions une image forte et positive auprès de nos membres. Pour ce faire, nous devons être particulièrement attentifs à toutes les menaces qui pourraient péjorer notre réputation.

4.8 La fiscalité

Il est important pour *easyEchange* de respecter la législation suisse en matière fiscale.

Dans ce cadre, les autorités fiscales suisses considèrent que les *Entropièces* offertes aux utilisateurs ne doivent pas faire l'objet d'une déclaration, pour autant que le montant remis par année ne soit supérieur à 500 *Entropièces*.

Pour être en règle avec la législation, la rémunération du parrainage, des annonces, des échanges et de l'affiliation à des réseaux « privés » (par exemple associatifs) sera dans tous les cas bloquée à 500 *Entropièces* par année. Ce montant permet à tout utilisateur d'avoir une trésorerie suffisante pour procéder à de nombreux échanges. Une fois cette somme atteinte, les *Entropièces* supplémentaires sont versées sur un pot commun à disposition de l'association. Ce surplus pourrait faire l'objet d'actions particulières en cas de besoin d'injection d'*Entropièces*.

5. Partie financière

5.1 Les Coûts

Pour le lancement de la plateforme *easyExchange*, on répertorie comme coût uniquement les frais liés à la campagne marketing, c'est-à-dire la création et l'impression des flyers et des affiches. Il faut noter que les coûts liés à la création du site tels que pour l'hébergement sont nuls comme nous passons par le biais de l'association « Community Forge »⁵⁴.

Tableau 7
Coûts de la plateforme *easyExchange*

	2014	2015	2016
Coût marketing	545.40	400	400

Source : Fantino Sébastien, août 2013

La première année est très importante en termes de communication, pour cette raison nous nous octroyons passablement de moyens afin d'assurer un bon lancement de la plateforme. Pour les années suivantes, nous estimons environ 400 CHF de frais d'impression et communication.

5.2 Les Revenus

Pour débiter, le revenu d'*easyExchange* est uniquement composé des cotisations des groupes sur le réseau « privé ». La ville de Nyon compte plus de 180 sociétés locales sportives, culturelles, de services ou professionnelles. Notre tâche est de séduire celles qui seraient intéressées par notre réseau. Dès la deuxième année, nous prévoyons de doubler les revenus en prospectant auprès des autres associations régionales.

Le tableau suivant illustre comment nous envisageons les trois premières années d'activité en termes de revenus liés au nombre de membres du réseau « privé ».

⁵⁴ Se référer au chapitre 4.5, Arborescence, mise en place et création du site

Tableau 8
Revenus de la plateforme *easyEchange*

	2014	2015	2016
Nombre de sociétés locales membres du réseau "privé"	4	8	9
Chiffre d'affaires	400	800	900

Source : Fantino Sébastien, juillet 2013

A la fin de l'année 2014, nous espérons compter quatre groupes sur notre réseau « privé » et, par la suite, augmenter ce chiffre pour arriver en 2016 avec neuf réseaux ouverts destinés aux sociétés de la région nyonnaise. Les estimations sont basées sur des discussions avec plusieurs groupes de la région tels que l' « Association Portugaise de Nyon » et la « Fondation Compétences Bénévoles » qui pour leur part ont manifesté l'intérêt de rejoindre ce réseau. Ces revenus seront réinjectés notamment dans la communication et dans la maintenance du site Internet.

5.3 Le lancement de la plateforme

Pour le lancement du site nous allons utiliser, dans un premier temps, les ressources financières de l'association en provenance des cotisations de ces membres. Certes, le montant des cotisations est laissé libre, nous estimons, toutefois, le montant moyen à 40 CHF par membre.

En 2013, l'association *Entropia* compte 49 membres, ce qui assure suffisamment de liquidités pour financer la campagne marketing pour le lancement en 2014. Pour les années à venir, nous avons pour objectif d'augmenter continuellement le nombre de membres ce qui aura également une influence positive sur les cotisations.

Conclusion

La problématique initiale de ce travail de Bachelor est d'étudier la faisabilité d'une plateforme d'échanges en région nyonnaise. Depuis quelques années, bon nombre d'initiatives de ce type ont vu le jour que ce soit dans notre pays ou au-delà de ses frontières.

J'ai abordé de manière différente que les autres travaux de la HEG. Premièrement, le sujet m'intéressait pleinement et j'avais hâte d'en apprendre davantage sur cette thématique. Le fait que les heures passées à rechercher et analyser des données, questionner des citoyens ou correspondre avec des personnes du domaine aient une utilité pour la concrétisation de ce projet a stimulé ma motivation.

La création d'une plateforme telle qu'*easyExchange* est à mon avis, une réponse appropriée à une consommation plus responsable. C'est une plateforme qui englobe les enjeux actuels des trois pôles du développement durable. Je recommande cette plateforme à toutes personnes souhaitant échanger des biens et services de manière plus proche en incluant l'aspect social, économique et environnemental.

L'étude de marché que j'ai effectuée m'indique que les habitants de la région nyonnaise ont un certain enthousiasme envers ce projet, ce qui me motive d'autant plus à le réaliser.

Certes, durant ce travail j'ai rencontré quelques difficultés comme la revue de littérature, étant donné le nombre de livre sur la thématique. L'analyse du système capitaliste et sa synthèse, vu la complexité du sujet a été une rude épreuve.

Toutefois, je retire une expérience unique de ce travail de Bachelor. En effet, les personnes rencontrées étant de nature très ouverte et accueillante, j'ai éprouvé beaucoup de plaisir à partager avec ces dernières. De plus, l'ampleur du travail nécessite une certaine organisation, opportunité que j'ai saisie pour m'améliorer dans ce domaine.

Finalement, je suis ravi car j'ai appris un nombre de choses considérables sur le thème de l'Economie Sociale et Solidaire. En outre, je peux dire que tout au long de cette aventure j'ai appris et tiré des leçons qui pourront m'aider dans le futur.

La suite ?

Premièrement, je vais présenter ce travail au comité d'*Entropia*. Puis, une fois le projet adopté par tous, nous ferons les démarches auprès de « Community Forge » pour la création du site. En parallèle, nous élaborerons les affiches ainsi que les flyers afin de les imprimer. Notre but est de pouvoir commencer la distribution et l'affichage début décembre 2013 à l'occasion des divers événements pour les fêtes de Noël.

Nous allons également aller à la rencontre du Gymnase et de l'Ecole Professionnelle de Nyon afin de leur présenter notre dossier et de prendre la température pour un éventuel partenariat.

Pour conclure ce dossier, je me permets d'insérer une citation interpellante de François Terris qui est en lien avec le sujet :

« Les richesses des 350 habitants les plus riches de la terre sont égales à la richesse (ou la misère ?) des 2,3 milliards d'habitants les plus pauvres [...]»⁵⁵

⁵⁵ François Terris, fondateur du premier SEL modern de France en 1995

Bibliographie

Livres (monographie)

ALLOUCHE José et AMANN Bruno. *Le retour triomphant du capitalisme familial. L'Expansion Management Review*, 1997 [cité dans JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008]

DRAPERI, Jean-François. *L'économie sociale et solidaire : une réponse à la crise ?* Dunod, Paris, 2011

Frédéric BASTIAT, *Les Harmonies Économiques*, Chapitre IV, Oeuvre VI, Paris Guillaumin 1860

JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008

SERVET Jean-Michel, *Le grand renversement, de la crise au nouveau solidaire*, Desclée de Brouwer, Paris, 2010

WEBER, Max. *Économie et société, Pocket*, 1995. *Histoire de l'économie générale*, Gaillimard, 1991 [cité dans JEANTET, Thierry. *L'économie sociale une alternative au capitalisme*. Economica, 2008]

Rapports

BLANC, Jérôme. *Exclusion et liens financiers : Monnaies sociales*, Rapport, Économica, Paris, 2005-2006

Thèse, mémoire, travail de bachelor

Piclin, Justine. *Le rôle de la confiance dans l'économie du partage*. 2012. 74 p. mémoire de recherche appliquée, groupe Sup de Co Amiens, 2012.

Site Internet

Administration fédérale. *Site de l'administration fédérale, le développement durable*. [en ligne]. <http://www.are.admin.ch/themen/nachhaltig/00260/index.html?lang=fr> (consulté le 27.06.2013)

Administration fédérale. *Site de l'administration fédérale, les formes juridiques*. [en ligne]. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/06/02/blank/key/01/rechtsnorm.html> (consulté le 24.06.2013)

Community Forge. *Site de Community Forge*. [en ligne]. <http://communityforge.net/> (consulté tout au long de mon travail)

Communiqué de presse d'Iligo. *Communiqué de presse d'Iligo* [en ligne]. <http://www.iligo.fr/wp-content/uploads/2013/01/les-urbains-et-la-consommation-collaborative.pdf> (consulté le 20.06.2013)

Couchsurfing. *Site de la plateforme de couchsurfing*. [en ligne]. <https://www.couchsurfing.org/> (consulté plusieurs fois entre le 26.06.2013 et le 05.07.2013)

Easyswap. *Site de la plateforme d'échange Easyswap* [en ligne]. <http://www.easyswap.org> (consulté tout au long de mon travail)

e-covoiturage. *Site de la plateforme de covoiturage*. [en ligne]. <http://www.e-covoiturage.ch> (consulté plusieurs fois entre le 26.06.2013 et le 05.07.2013)

Iligo. *Etude sur la consommation collaborative sur Iligo.fr*. <http://www.iligo.fr> [en ligne]. (consulté le 23.06.2013)

IPCC. *Site IPCC sur les changements climatiques*. [en ligne]. http://www.ipcc.ch/publications_and_data/ar4/wg2/fr/spmsd.html (consulté le 24.06.2013)

La chambre d'économie sociale et solidaire APRES-GE. *Site de la chambre d'économie sociale et solidaire APRES-GE* [en ligne]. <http://www.apres-ge.ch> (consulté tout au long de mon travail)

Le fordisme. *Site sur le fordisme*. [en ligne]. <http://www.henryford.fr/fordisme/> (consulté le 22.06.2013)

Marketingeek. *Guide de la bulle Internet*. [en ligne]. <http://www.marketingeek.fr/bulle-internet-le-guide-complet/> (consulté le 20.06.2013)

Ouishare. *Site internet Ouishare*. [en ligne]. <http://ouishare.net/fr/2013/06/cles-de-la-confiance-entre-particuliers/> (consulté le 29.06.2013)

Toupie, *Site Toupie* [en ligne]. <http://www.toupie.org> (consulté le 12.06.2013)

Socioeco. *Site sur les monnaies complémentaires*. [en ligne]. <http://www.socioeco.org/bdf/fr/dossiers/dossier-20.html> (consulté le 28.06.2013)

Selidaire. *Site SEL'idaire : association d'information et de promotion des SEL* [en ligne]. <http://www.selidaire.org/spip/> (consulté plusieurs fois entre le 26.06.2013 et le 05.07.2013)

Sel du lac. *Site de la plateforme Sel du lac* [en ligne]. <http://seldulac.ch/> (consulté plusieurs fois entre le 20.05.13 et le 06.08.2013)

Wikipédia. *La surconsommation sur le site Wikipédia*. [en ligne]. Dernière modification de cette page le 24 avril 2013 à 00:09. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Surconsommation> (consulté le 22.06.2013)

Wikipédia. *Le libéralisme sur le site Wikipédia*. [en ligne]. Dernière modification de cette page le 30 juin 2013 à 11:27. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Lib%C3%A9ralisme> (consulté le 04.07.2013)

Consommationcollaborative. *Site de la consommation collaborative*. [en ligne]. <http://consocollaborative.com/2865-consommation-collaborative-mutations-consommation.html> (consulté tout au long de mon travail)

Vidéo clips en ligne

Conférence TED. *Conférence TED sur la consommation collaborative de Rachel Botsman*. [en ligne]. http://www.ted.com/talks/lang/fr/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption.html (consulté le 21.06.2013 puis le 29.06.2013)

Arte.tv. *Vidéo sur les poubelles du monde, Arte*. [en ligne]. <http://www.arte.tv/fr/maldives-le-poubelle/3071996.CmC=3071998.html>

Livres consultés

Collectif SEL Terre, *Le guide des S.E.L. et du J.E.U.* JMG, Agnières, 2004

Hutchinson, Marlène. *Vice caché. Les effets sournois de notre surconsommation sur notre santé et l'environnement*. Multimondes. Québec, 2012

PILLET Antoine, *Le marketing social et solidaire*, L'Ami, 2006

SERVET Jean-Michel et al, *Une économie sans argent, Les systèmes d'échange local*, Du seuil, Paris, 1999

Annexe 1

Entreprises marchandes selon la forme juridique, 2008

Formes juridiques	Secteur secondaire	Secteur tertiaire	Total
Raisons individuelles	29'993	112'553	142'546
Sociétés en nom collectif	1'731	6'275	8'006
Sociétés en commandite	298	1'020	1'318
Sociétés anonymes	26'612	60'353	86'965
Sàrl	13'275	44'742	58'017
Sociétés coopératives	236	1'585	1'821
Autres	919	13'269	14'188
Total	73'064	239'797	312'861

Source : Recensement des entreprises 2008

<http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/06/02/blank/key/01/rechtsnorm.html>

Etat des données au 20.03.2010

Annexe 2

La charte de l'ESS

CHARTRE

DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

DE LA RÉGION GENEVOISE

Validée par l'AG d'APRÈS-Genève
27 octobre 2005



« Nous vivons sous un modèle hégémonique de développement qui, au Sud comme au Nord, produit destruction, pauvreté, exclusion sociale et politique, chômage, etc. Ce modèle ne reconnaît pas comme légitimes les activités indispensables à la vie en société et menace l'avenir de la planète. [...] Nous sommes engagés dans un processus de construction d'une économie solidaire qui remet en question la conception selon laquelle les besoins humains pourraient être satisfaits par le seul marché et ses prétendues lois naturelles. »

*Extrait de : Déclaration de Lima, juillet 1997.
Première Rencontre Internationale sur la Globalisation de la Solidarité.*

Préambule

La présente charte trouve ses racines dans les valeurs et pratiques d'acteurs et d'actrices de terrain ancrés dans la région genevoise et réunis à l'initiative de la Chambre de l'Économie Sociale et Solidaire – APRÈS-GE – créée en 2003. L'objectif d'APRÈS-GE est de mettre en relation les différents acteurs et actrices de l'économie sociale et solidaire pour faciliter des réflexions communes, des synergies, développer des prestations et défendre les intérêts de ce type d'économie¹.

Par cette Charte, les acteurs et actrices de l'Économie sociale et solidaire (ESS)² de la région genevoise souhaitent faire connaître et reconnaître les valeurs qui définissent leur identité commune et qui orientent leurs actions, tout en conservant la richesse de leurs spécificités. L'ensemble de ces valeurs génère une « valeur sociale ajoutée » spécifique au secteur de l'ESS.

La signature de la Charte est un acte contractuel. Par sa signature, toute partie prenante s'engage à mettre progressivement en œuvre les termes de la Charte et à déployer tous ses efforts pour les faire partager à ses réseaux et les traduire dans ses activités comme dans ses relations avec le secteur privé et avec l'État.

Toute entité adhérant à cette Charte aura à cœur de fonder des partenariats avec des structures dont la nature des activités ou des objectifs se rapprochent des valeurs ici défendues.

-
- 1 Pour un bref historique, des éléments de définition ainsi que des données de base sur l'ESS, nous renvoyons le lecteur au résumé proposé par APRÈS (« L'ESS, de quoi parlons nous » sur le site Internet www.apres-ge.ch).
 - 2 Les acteurs de l'ESS désignent aussi bien les acteurs collectifs (organisations) qu'individuels (personnes) qui tous peuvent contribuer à l'ESS.

Chambre de l'économie sociale et solidaire, APRÈS-GE
15, rue des Savoises ; 1205 Genève, Suisse
info@apres-ge.ch, www.apres-ge.ch

Les 7 valeurs de l'ESS

1. Bien-être social

être plutôt qu'avoir

Les acteurs et actrices de l'ESS visent à construire une économie qui affirme la primauté de la personne sur le capital. Ils reconnaissent l'importance de dimensions immatérielles (esthétiques, émotionnelles, spirituelles, etc.) nécessaires au fonctionnement de la société et à l'épanouissement de ses membres.

2. Citoyenneté et démocratie participative

chacun a une voix qui compte

Les acteurs et actrices de l'ESS participent de manière libre, égalitaire et responsable à la construction d'une société assurant le développement des personnes et l'intérêt collectif. Ils appliquent la démocratie participative en favorisant le partage de l'information, des responsabilités, de la prise de décision et la reconnaissance du rôle de chacun.

3. Ecologie

produire pour vivre et non vivre pour produire

Les acteurs et actrices de l'ESS reconnaissent l'interdépendance des processus socio-économiques et écologiques. Ils s'engagent à privilégier un système économique qui respecte les processus et équilibres écologiques dans un souci d'équité intra et intergénérationnel.

4. Autonomie

autonomes mais pas individualistes

Les acteurs et actrices de l'ESS valorisent les compétences et renforcent les moyens d'agir des personnes (salariés, bénévoles, membres, usagers, investisseurs) au sein de leur organisation. Ils recherchent une plus grande autonomie de fonctionnement de celle-ci, ainsi que de l'ESS à l'égard du secteur public et des autres acteurs du secteur privé.

5. Solidarité

1 + 1 > 2

Les acteurs et actrices de l'ESS privilégient la recherche de l'intérêt collectif sur le seul profit individuel. Ils valorisent la création de lien social d'interdépendance au plan local, régional et international.

6. Diversité

riches de nos différences

Les acteurs et actrices de l'ESS s'engagent à comprendre, respecter et valoriser les différences entre les personnes et les peuples, à prohiber toute forme de discrimination et à rechercher les complémentarités pour apprendre ensemble.

7. Cohérence

dire ce qu'on fait et faire ce qu'on dit

Les acteurs et actrices de l'ESS s'efforcent d'appliquer de façon cohérente l'ensemble des valeurs ci-dessus à tous les niveaux de leur fonctionnement. La cohérence entre les valeurs prônées et le vécu est essentielle à la crédibilité et au développement de l'ESS.

Chambre de l'économie sociale et solidaire APRÈS-GE
5, rue Liotard - 1202 Genève
info@apres-ge.ch, www.apres-ge.ch

Quelques principes d'action illustrant les valeurs de l'ESS

Rappel

Ce choix non exhaustif de principes d'action doit être lu comme des objectifs vers lesquels tendre. Chaque personne ou organisation les traitera en fonction de sa situation et de ses possibilités. Certains peuvent être atteints, d'autres partiellement et d'autres pas du tout. Ce qui compte, c'est l'esprit d'ensemble dans lequel la personne ou l'organisation agit. Ces valeurs et principes seront, à moyen terme, les repères d'organisations motivées à se reconnaître dans l'ESS.

Respect du BIEN-ÊTRE SOCIAL

Tout acteur ou actrice de l'ESS s'engage à :

- Définir, protéger et développer l'utilité sociale de ses activités et s'écarter de toute organisation qui contribue à la violence, à la destruction et à diverses formes d'asservissement.
- Développer des relations économiques avec des filières de production qui offrent des conditions de travail et de rémunération équitables.
- Poursuivre un but non lucratif ou à lucrativité limitée. Les éventuels profits sont prioritairement réinvestis pour promouvoir le but social de l'activité.
- Soutenir les activités culturelles, éducatives et artistiques, dans le respect des dimensions immatérielles nécessaires aux personnes et à la société.
- Favoriser l'équilibre dans la représentation parmi les collaborateurs, les organes décisionnels et dans toutes les activités quant au genre, à l'âge, à l'origine, (...) des personnes impliquées.
- S'informer et sensibiliser aux problématiques d'équité et de justice sociale.
- Créer des espaces pour accueillir d'autres fonctionnements ou modes de pensée.
- ...

Respect de la DÉMOCRATIE et RESPONSABILITÉ

Tout acteur ou actrice de l'ESS s'engage à :

- Rechercher l'égalité : une personne a une voix.
- Attribuer les responsabilités et les pouvoirs de décision au plus près de l'action et des usagers, en favorisant une structure horizontale.
- S'assurer que pour chaque activité ou projet les parties plus ou moins directement concernées (des collaborateurs, aux usagers, bénéficiaires, clients, jusqu'aux fournisseurs, voire dans certains cas les groupes de citoyens et politiques etc.) sont consultées et que leurs positions sont prises en compte dans la mise en œuvre de ces actions.
- Consulter ses collaborateurs dans le choix et le renouvellement de ses responsables.
- Encourager tout moyen d'expression ouverte et favoriser l'identification et la résolution en commun des tensions et conflits internes.
- Privilégier la création de liens et mutualiser nos moyens, notamment par le travail en équipe et en réseau, l'information et la sensibilisation (au sein de l'entreprise ESS et à l'extérieur).
- Connaître et reconnaître au quotidien les différences, les points de convergence et la multiculturalité.

Chambre de l'économie sociale et solidaire APRES-GE
5, rue Liotard - 1202 Genève
info@apres-ge.ch, www.apres-ge.ch

Respect de L'ENVIRONNEMENT

Limiter son empreinte écologique en tant qu'acteur/actrice de l'ESS c'est :

- S'appliquer à la sobriété et la simplicité volontaire, pour diminuer l'empreinte écologique de son activité et pouvoir redistribuer.
- Connaître, appliquer et transmettre les solutions et pratiques plus respectueuses de l'environnement: tri des déchets, récupération, recyclage, utilisation d'énergies renouvelables, mobilité douce, économies d'énergie (eau, électricité, essence, pétrole, etc.).
- Privilégier la consommation locale et saisonnière.
- Développer des relations d'échange et de consommation avec des filières de production qui respectent notamment les cycles écologiques naturels et une minimisation de l'utilisation des ressources énergétiques fossiles.
- Choisir d'appliquer ces solutions préférentiellement, même si elles coûtent plus cher.
- ...

Respect du TRAVAIL

Tout acteur ou actrice de l'ESS vise à donner à ses collaborateurs la maîtrise de ses tâches et de son cadre de travail :

- Promouvoir une ambiance et des conditions de travail favorables à l'épanouissement des personnes.
- Veiller à la transparence, notamment de l'information, des finances.
- Rendre publique la rémunération des collaborateurs et veiller à limiter les écarts de l'échelle de salaire.
- Offrir un emploi stable et/ou évolutif aux employés.
- Valoriser les compétences et faciliter la formation continue.
- Adapter au cas par cas et de façon réaliste les tâches et horaires contractuels de chacun.
- Tendre vers l'auto-organisation des postes de travail par le(s) collaborateur(s) concerné(s).
- Intégrer des personnes en rupture ou difficulté professionnelle.
- ...

Respect de la COHÉRENCE

Promouvoir nos valeurs de façon crédible, c'est :

- Partager une connaissance claire des valeurs qui guident l'organisation ESS.
- Communiquer et informer de manière transparente et efficace en cohérence avec nos actes.
- Inscrire nos actions dans la durée.
- Privilégier des partenariats avec des acteurs fondant leurs actions sur des valeurs et principes similaires aux nôtres ; renforcer notre concertation.
- Veiller à l'autonomie décisionnelle et financière de l'organisation, ainsi qu'au respect de ses valeurs et missions dans tout contrat avec des tiers.
- Faire connaître et promouvoir l'ESS.
- Anticiper et influencer plutôt qu'attendre et subir.
- Mettre en place et respecter les mesures adéquates permettant l'observation de la Charte et son évaluation régulière, pour gérer les risques d'incohérence.
- Distribuer et faire connaître la Charte au sein de son organisation d'ESS.
- ...

Chambre de l'économie sociale et solidaire APRÈS-GE
5, rue Liotard - 1202 Genève
info@apres-ge.ch, www.apres-ge.ch

Source : Chambre de l'économie sociale et solidaire APRÈS-GE

Annexe 3

Les formes juridiques de l'ESS

↓ L'association

Organisation à but idéal, définie dans les articles 60 à 79 du Code civil (CC), et fondée par deux personnes physiques ou morales au minimum. L'association est obligatoirement à but non lucratif et dispose d'un organe suprême, l'assemblée générale, dans laquelle siègent tous les membres. Chaque membre a une voix.

↓ La coopérative

La société coopérative est une organisation avec un but économique idéalisé, favorisant ou garantissant les intérêts patrimoniaux communs pour ses membres (art. 828 à 926 du CC). Sept personnes au minimum sont nécessaires pour créer une coopérative dont le capital varie selon les entrées et les sorties de ses membres. Une rémunération limitée du capital est admise. La coopérative dispose d'un organe suprême, l'assemblée générale, dans laquelle siègent tous les coopérateurs. Chaque coopérateur a une voix.

↓ La fondation

Masse de biens (une fortune), dotée d'une personnalité juridique et affectée à la poursuite d'un but idéal (80 à 89 bis CC), elle est à but non lucratif. Il suffit d'une personne pour créer une fondation, dont l'organe suprême est le conseil de fondation, qui n'est pas élu mais désigné par le ou les fondateur-s.

↓ La Société Anonyme (SA)

Formellement à but lucratif, la SA est la forme juridique la plus reconnue en Suisse pour développer ses activités économiques. Elle est constituée de personnes physiques et/ou morales. Faute d'un statut adapté aux spécificités des entreprises de l'ESS, et dès lors que l'entreprise n'attend pas de financements publics, le statut de SA peut être utilisé, à condition de définir une limite raisonnable à la lucrativité de l'entreprise.

↓ La Société à responsabilité limitée (Sàrl)

Proche du statut de la SA, la Sàrl est un statut juridique en pleine expansion. Société de capitaux, ce statut nécessite un apport de capitaux moindre que la SA. Il est néanmoins soumis aux mêmes restrictions et limites quant à sa pratique de la lucrativité pour pouvoir être considéré comme une structure ESS.

↓ La raison individuelle

La forme juridique de la société en raison individuelle ne coûte presque rien lors de sa création. Cette forme juridique responsabilise son fondateur sur tous ses biens et identifie le chef d'entreprise au statut d'indépendant. L'usage des bénéfices (lucrativité) est lui aussi soumis à une évaluation selon les critères de la lucrativité limitée.

Source : <http://www.apres-ge.ch/node/29851>

Annexe 4

Formulaire – « Community Forge »

Veuillez remplir le formulaire suivant

Nom de domaine : *

Quel nom de domaine allez-vous utiliser pour ce site ? p.ex. www.marinsel.org

Nous vous fournissons un sous-domaine (p.ex. marinsel.communityforge.net) afin de vous permettre de préparer votre site. Toutefois, nous vous demandons ici le nom de domaine ou votre site vas être affiché une fois lancé. Si vous n'avez pas encore réservé un nom de domaine, nous vous encourageons de le faire très rapidement. Nous déconseillons OVH et 1and1. Si vous nous fournissez un nom de domaine après la mise en place de votre site, nous vous demandons de faire un don de €20 ou une heure (bead) à CommunityForge pour le travail supplémentaire engendré.

Vous pouvez dire à votre hébergeur de nom, que votre site se trouve ici :

ns1.communityforge.net (95.142.165.188)

ns2.communityforge.net (78.129.66.154)

Le courriel du site : *

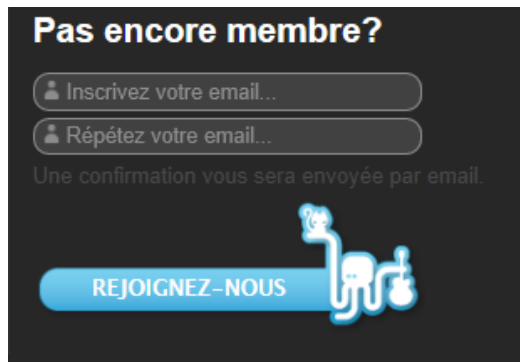
language : *

Pays : *

Source : <http://communityforge.net/fr/request>

Annexe 5

L'inscription sur la plateforme d'échange



Tout est gratuit!

Une même personne ne peut ouvrir ou gérer deux comptes simultanément, que ce soit pour son propre usage ou pour le compte d'un tiers. Par conséquent, les données fournies lors de l'inscription doivent être complètes et véridiques, et resteront privées.

Veillez noter que ce site ne peut pas être utilisé par les personnes de moins de 16 ans.

Votre compte

Votre email

Pseudo désiré

Mot de passe

Confirmez-le

Votre identité

Genre

Votre prénom

Votre nom

Date de naissance

Compléments

Votre parrain


Comment nous avez-vous connus?

Précisez s'il vous plaît

Avez-vous une assurance RC (responsabilité civile privée)?

Votre adresse principale

Vous pouvez cliquer sur la carte pour remplir les champs ci-dessous.



Rue

Rue (complément)

N° Postal ou de région

Ville

Pays

Région

Téléphone fixe à l'adresse

Acceptation

Veillez copier le code ci-dessous

4659

J'ai lu et accepte les conditions générales d'utilisation

Source : <https://www.easyswap.org/fr>


Annexe 6

Le profil

Accueil / Mon compte / Mon profil

Chercher une annonce...

Mon avatar



Mon identité

sebas14

Monsieur Sébastien Fantino Mes réseaux

Né le 23 janv. 1990 ► easyswap

Inscrit depuis le 14 janv. 2013

Me contacter

Inscrit à la newsletter Oui

Mon email sebastienfantino@gmail.com

Téléphone portable 0795346916

Skype

Langue utilisée français

Autres données

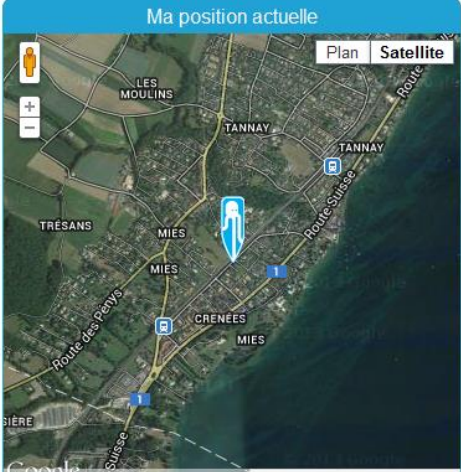
Bio express

Comment nous avez-vous connus? Autres

Précisez, s'il vous plaît

Responsabilité civile privée Non

Ma position actuelle



Plan Satellite

Google Maps Conditions d'utilisation Signaler une erreur cartographique

Ajouter une nouvelle adresse


Position actuelle

chemin sous voie 38
1295 MIES

Complétion du profil

100%

Mon statut



Evaluations

Favorables	11
Neutres	0
Défavorables	0

Points acquis 11

Source : <https://www.easyswap.org/fr>

Annexe 7 Nouvelle annonce

Créer Annonce

J'offre Je demande

Titre *

Détails *

B **I** | | | | |

body p

[Basculer vers l'éditeur de texte brut](#)

Something which could meet a need in the community

Supprimer après

6 mois

Après combien de temps l'annonce va expirer

DIFFUSION

Ce contenu ne peut être diffusé qu'une fois Les images ne peuvent pas être incluses dans l'envoi de l'annonce

Envoyer à

--Choose--

Veillez choisir à qui vous souhaitez diffuser (la diffusion est facultatif)

Appel d'urgence (le message est envoyé aux adhérent(s) sélectionnés ci-dessus !)

Enregistrer

appartient à ces catégories *

Choisissez ici une catégorie (obligatoire) ▼

Types d'annonces *

- bien
- service
- location
- don
- bon plan

Choose one or more types

Image

Les fichiers doivent peser moins de 2 Mo.
Extensions autorisées : png gif jpg jpeg.
Les images doivent faire entre 400x300 et 1024x768 pixels.

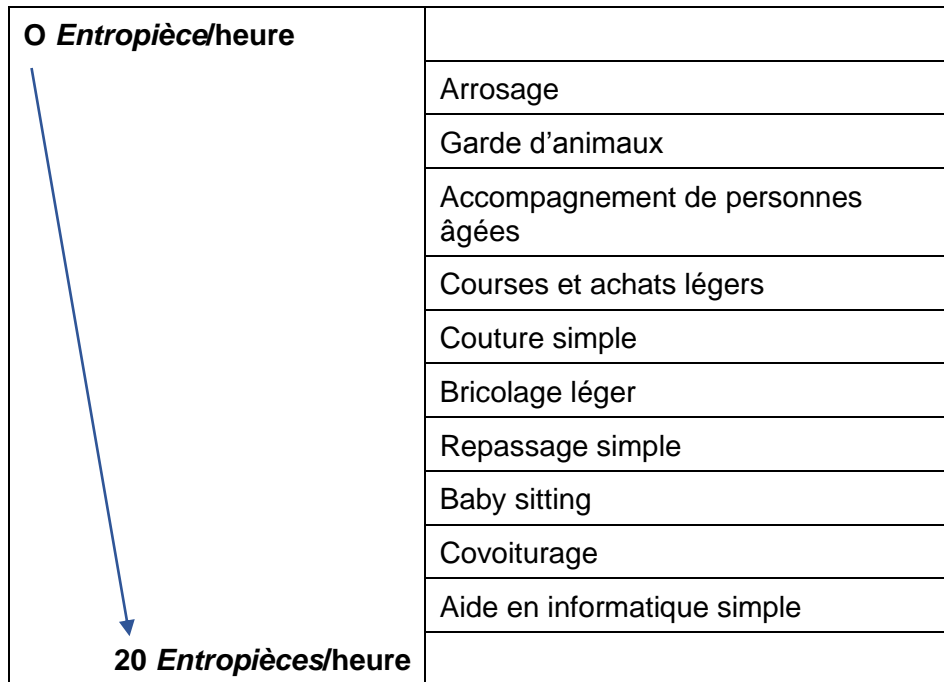
Source : <http://seldulac.ch/node/add/proposition>

Annexe 8 Les catégories

Sélectionnez les annonces par catégorie		
Antiquités & collections (1)	Alpinisme & marche (5)	Autres (0)
Articles de sport (9)	Autres sports (1)	Chaussures (4)
Arts graphiques (2)	Badmington (1)	Eclairage (0)
Audio & Hi-fi (3)	Baseball (0)	GPS & appareils de mesure (1)
Beauté & bien-être (17)	Basket-ball (0)	Raquette à neige (0)
Bijoux & Montres (7)	Bateaux & accessoires (0)	Sacs à dos (0)
Boissons & nourriture (7)	Billard (0)	Vêtements (0)
Bricolage (7)	Camping (0)	
Bureau & papeterie (0)	Cyclisme (0)	
Bureautique & secrétariat (3)	Equitation (0)	
Conseils par type (4)	Fitness & home training (0)	
Cosmétique & soins (3)	Football (0)	
Education & formation (15)	Golf (1)	
Films & documentaires (2)	Hockey sur glace (0)	
Garde d'enfant (0)	Karting (0)	
Immobilier (1)	Luge (0)	
Informatique (9)	Natation (0)	
Initiation & cours de sport (4)	Nautisme (0)	

Source : <https://www.easyswap.org/fr>


Annexe 9 Les services d'exigence intellectuelle ou physique simple



Source : Fantino Sébastien, juillet 2013, inspiré de sites de partage tels que <https://www.easyswap.org/fr>

Annexe 10

Les services d'exigence intellectuelle ou physique poussée

 <p>40 Entropièces/heure</p> <p>60 Entropièces/heure</p>	
	Maintenance informatique complexe
	Webdesign
	Soutien scolaire exigeant
	Cours de langue (avancé)
	Traductions (complexe)
	Comptabilité analytique
	Conseils juridiques
	Coaching personnel intensif
	Cours artistique (avancé)

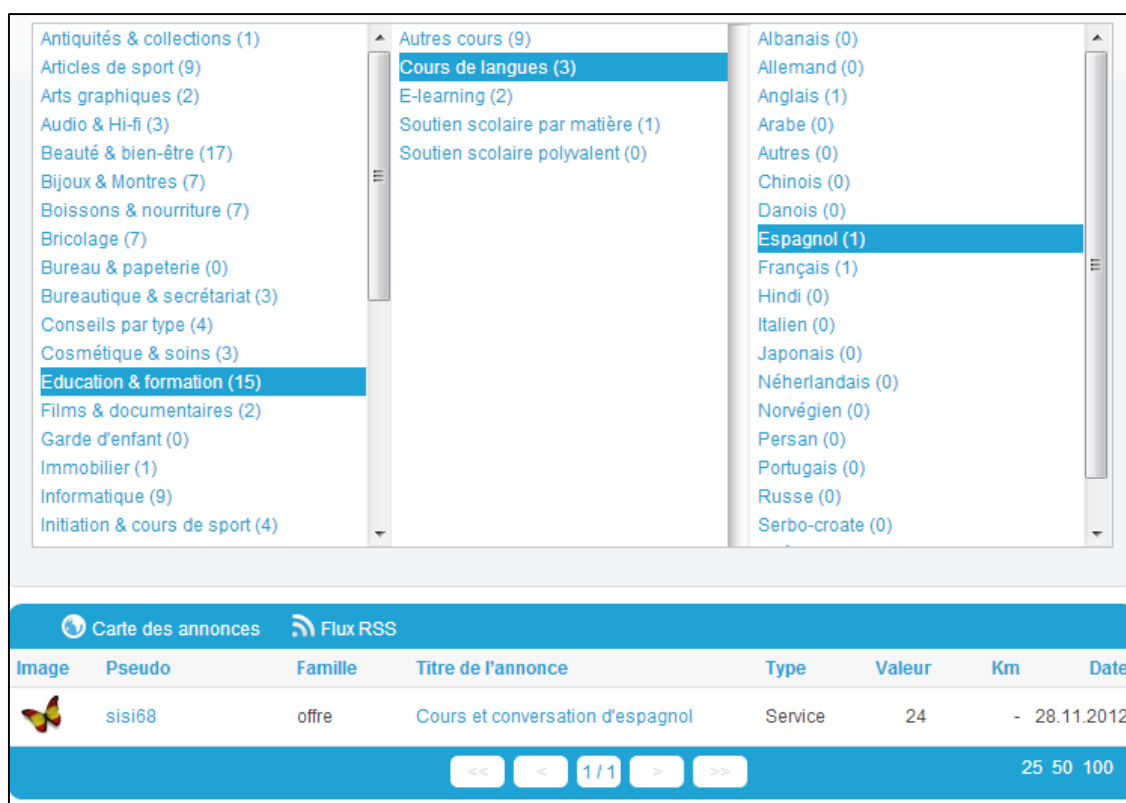
Source : Fantino Sébastien, juillet 2013, inspiré de sites de partage tels que <https://www.easyswap.org/fr>

Annexe 11

Exemple : recherche cours de langue d'espagnol?

Voici l'exemple d'un échange concret tiré du site : <https://www.easyswap.org/fr>, une personne souhaitant exercer son niveau de langue espagnole. Après s'être inscrit sur la plateforme en ligne l'internaute fait une recherche par catégorie afin de simplifier le processus.

Sélectionner une annonce par catégorie



The screenshot shows a web interface for searching and filtering items. It features three vertical lists of categories on the left side, each with a scroll bar. The first list includes categories like 'Antiquités & collections (1)', 'Articles de sport (9)', and 'Education & formation (15)'. The second list includes 'Autres cours (9)', 'Cours de langues (3)', 'E-learning (2)', 'Soutien scolaire par matière (1)', and 'Soutien scolaire polyvalent (0)'. The third list includes 'Albanais (0)', 'Allemand (0)', 'Anglais (1)', 'Arabe (0)', 'Autres (0)', 'Chinois (0)', 'Danois (0)', 'Espagnol (1)', 'Français (1)', 'Hindi (0)', 'Italien (0)', 'Japonais (0)', 'Néerlandais (0)', 'Norvégien (0)', 'Persan (0)', 'Portugais (0)', 'Russe (0)', and 'Serbo-croate (0)'. Below these lists is a blue bar with 'Carte des annonces' and 'Flux RSS' icons. Underneath is a table with columns: 'Image', 'Pseudo', 'Famille', 'Titre de l'annonce', 'Type', 'Valeur', 'Km', and 'Date'. The table contains one row with a butterfly icon, the pseudo 'sisi68', the family 'offre', the title 'Cours et conversation d'espagnol', the type 'Service', the value '24', 'Km' as '-', and the date '28.11.2012'. At the bottom of the table are navigation buttons: '<<', '<', '1 / 1', '>', '>>' and a pagination indicator '25 50 100'.

Source : <https://www.easyswap.org/fr>

Les cases bleues de la figure ci-dessus ont été sélectionnées par l'individu en question. Elles tracent les différents critères sélectionnés pour arriver sur l'annonce finale émise par le pseudonyme « sisi68 ».

L'annonce détaillée




Cours et conversation d'espagnol


Service · 24 swaps pour 1 heure(s), 24 swaps / heure
Frais de livraison · 10 swaps

Bonjour,

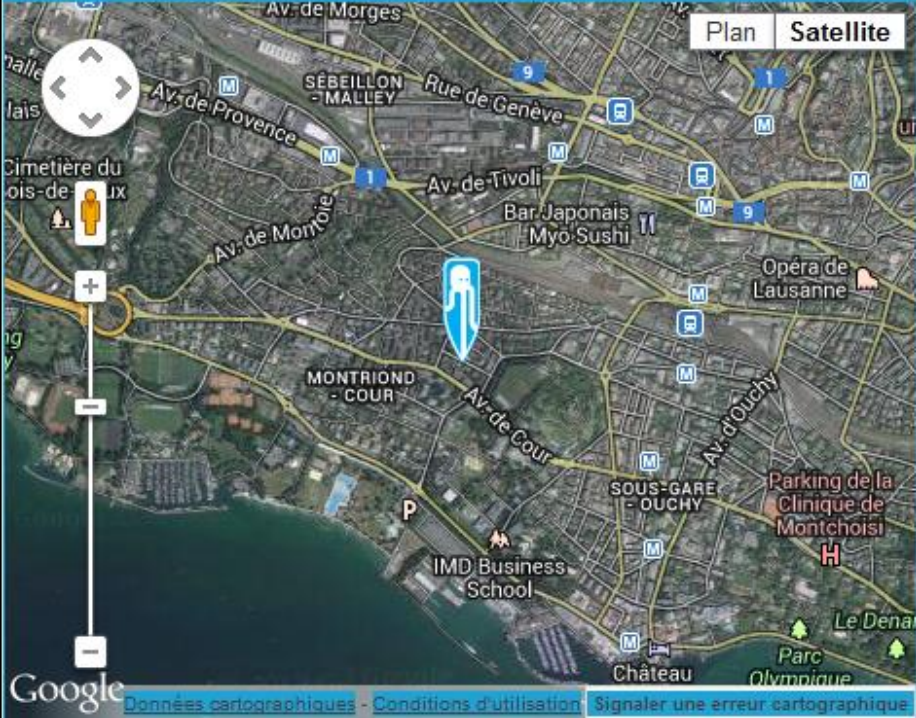
Je parle l'espagnol depuis de très nombreuses années et j'aime beaucoup cette langue. Mon souhait c'est de partager ce plaisir. J'ai aussi de bonnes notions de grammaire espagnole.

A bientôt !

[OUI, JE SWAPE !](#) 

Distance 41.5 Km



Google [Données cartographiques](#) - [Conditions d'utilisation](#) [Signaler une erreur cartographique](#)

Source : <https://www.easyswap.org/fr>

L'annonce détaillée nous informe, dans un premier temps, sur le nombre de swaps (unité d'échange du site) à payer pour une heure de cours d'espagnol. Ensuite, l'émettrice de l'offre adresse un petit message à la communauté *easyswap* pour expliquer les raisons de sa démarche. Enfin on y retrouve également la carte avec le lieu où les cours sont donnés.

Informations sur le profil

Informations sur l'utilisateur



Evaluations

Favorables	85
Neutres	2
Défavorables	0
Points acquis	85

Infos profil

Pseudonyme	sisi68
Réseaux	easyswap Lausanne
Langue préférée	Français
Inscrit le	2 mars 2010

Source : <https://www.easyswap.org/fr>

Sur la capture d'écran ci-dessus, nous avons à disposition toutes les informations nécessaires pour en savoir plus sur la personne offrant le cours d'espagnol. Outre sa langue préférée son pseudonyme et la date d'inscription, on a également accès à son évaluation ainsi qu'à sa photo de profil. Sur 87 échanges 85 personnes ont évalué « sisi68 » favorablement et 2 de manière neutre, ce qui constitue un excellent résultat. Une fois convaincu il reste seulement à l'utilisateur de cliquer sur le « OUI, je swap » de la figure de la page précédente.

Annexe 12



Informations sur l'impôt sur le bénéfice

THÈMES | AUTORITÉS Annuaire | Index A-Z chercher

Etat, Droit, Finances

Impôts

- Impôts individus (personnes physiques)
- Impôt à la source
- VaudTax
- Impôts sociétés (personnes morales)**
 - Bénéfice**
 - Capital
 - Formulaires pour la période fiscale 2013
 - Formulaires pour la période fiscale 2012
 - Formulaires pour la période fiscale 2011
 - Certificat de salaire
 - Autres impôts
 - Espace professionnel
 - Tout sur le fisc
 - Lois et barèmes
 - Formulaires
 - Directives, Circulaires, Notices
 - Evénements
 - Liens utiles
 - Contact

Site officiel ... > Thèmes > Etat, Droit, ... > Impôts > Impôts sociétés ... >  

Bénéfice

Bénéfice

Informations concernant l'impôt sur le bénéfice

(Loi appliquée : LI) ➔ [Loi sur les impôts directs cantonaux \(pdf, 524 Ko\)](#)

L'impôt sur le bénéfice a pour objet le bénéfice net.

Qui est concerné ?

Les personnes morales soumises à l'impôt sont :

- Les sociétés de capitaux (sociétés anonymes, sociétés en commandite par actions, sociétés à responsabilité limitée) et les sociétés coopératives.
- Les associations, fondations et autres personnes morales.
- Les personnes morales sont assujetties à l'impôt en raison de leur rattachement personnel lorsqu'elles ont leur siège ou leur administration effective dans le canton.
- Les personnes morales qui n'ont ni leur siège, ni leur administration effective dans le canton sont assujetties à l'impôt en raison de leur rattachement économique.

A quelle fréquence ?

- L'impôt sur le bénéfice net est fixé et prélevé pour chaque période fiscale.
- La période fiscale correspond à l'exercice commercial.

Quel taux est appliqué ?

- L'impôt sur le bénéfice des sociétés de capitaux et des sociétés coopératives est de 9.5% du bénéfice net.
- L'impôt sur le bénéfice dû par les sociétés de capitaux et les sociétés coopératives, à l'exception des sociétés de participations, est imputé sur l'impôt sur le capital.
- L'impôt sur le bénéfice des associations, fondations, autres personnes morales et fonds de placement est de 4.75% du bénéfice net.
- **Le bénéfice des associations, fondations et autres personnes morales n'est pas imposé lorsqu'il n'atteint pas CHF 12'500.-.**

Source : <http://www.vd.ch/themes/etat-droit-finances/impots/impots-societes-personnes-morales/benefice/>

Annexe 13

Devis Flyers promotion

multigraphix
Connaissez-vous déjà cette impression ?

L'impression d'avoir sonné à la bonne porte!

A l'attention de
Association Entropia
Sébastien Fantino
Chemin Chante-Merle 8
1260 Nyon

Devis

333

Date 9/8/2013

Impression: Flyers A6

Format:	A6 (105x148)
Papier:	Novatech satin demi-mat 135g
Impression:	Digital HD, quadri recto-verso
Aprêt:	Coupe au format et emballage
Tirage	500 exemplaires: 232.20
	1000 exemplaires: 334.80
	2000 exemplaires: 496.80
TVA:	8% incl.

Total HT : Fr. 232.20
(TVA 8% en sus.)

Prix indiqués TTC.

021 550 65 72 | info@multiqraphix.ch | www.multiqraphix.ch | Chemin des Rosiers 5 | 1004 Lausanne

Annexe 14

Devis affiches A3

multigraphix

Connaissez-vous déjà cette impression ?

L'impression d'avoir sonné à la bonne porte!

A l'attention de

Association Entropia
Sébastien Fantino
Chemin Chante-Merle 8
1260 Nyon

Devis

334

Date 9/8/2013

Impression: Affiches A3

Format:	A3 (420x297)
Papier:	Novatech satin demi-mat 135g
Impression:	Digital HD, quadri recto
Apprêt:	Coupe au format et emballage
Tirage	100 exemplaires: 210.60 200 exemplaires: 297.00 500 exemplaires: 496.80
TVA:	8% incl.

Total HT : Fr. 210.60
(TVA 8% en sus.)

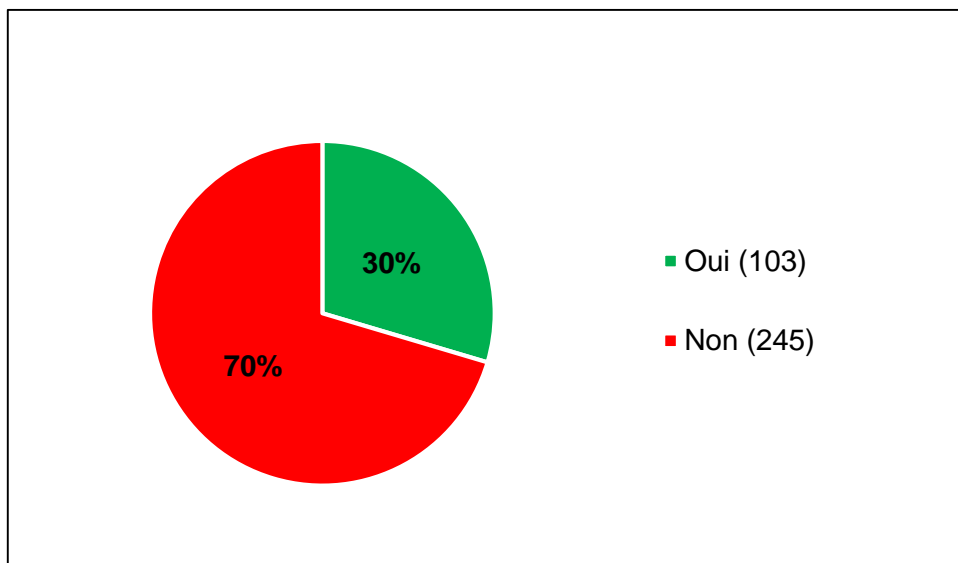
Prix indiqués TTC.

Annexe 15

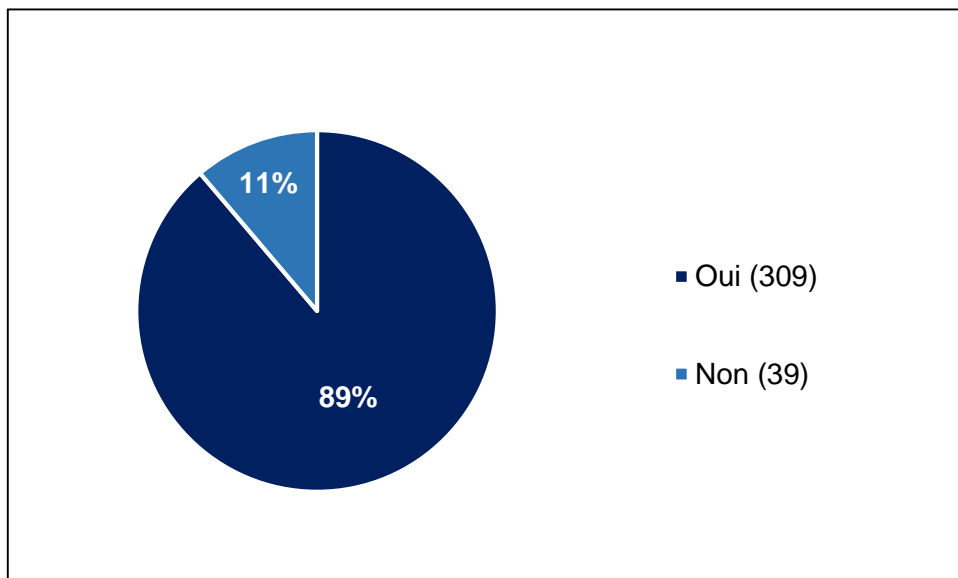
Résultats de l'étude de marché

Méthodologie : Une partie des personnes interrogées en face à face, certains sur les réseaux sociaux et d'autres par e-mail. Au total, l'étude regroupe 348 participants. Cette étude porte sur la faisabilité d'une plateforme d'échanges par le biais d'une monnaie complémentaire.

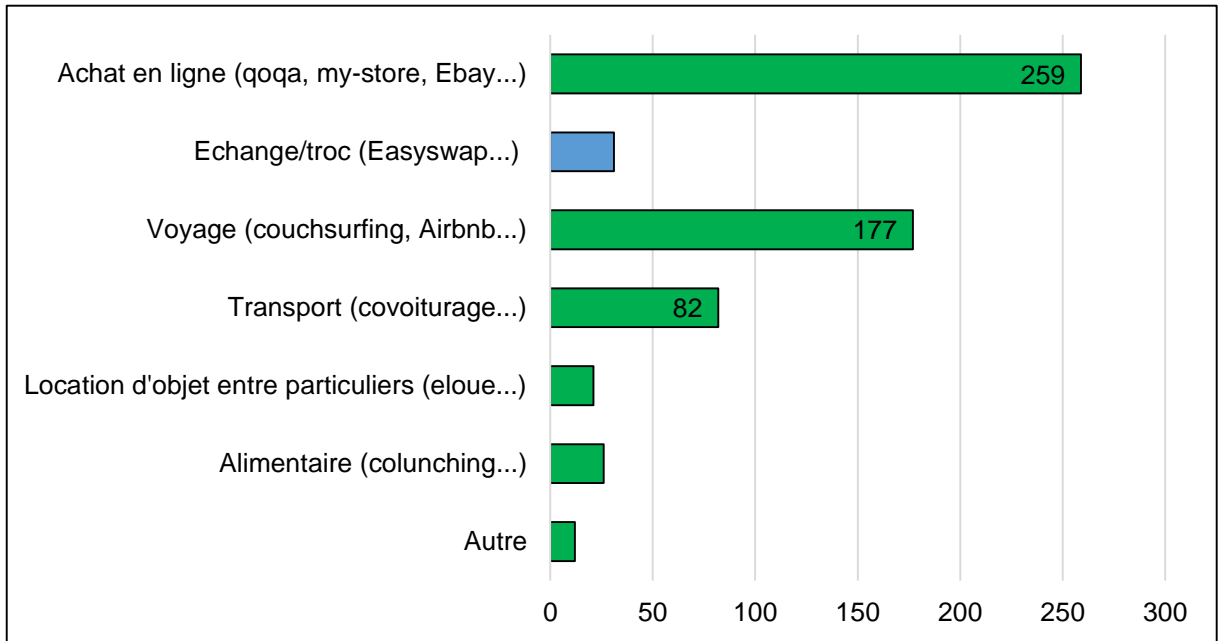
1. Connaissez-vous le concept de la consommation collaborative ?



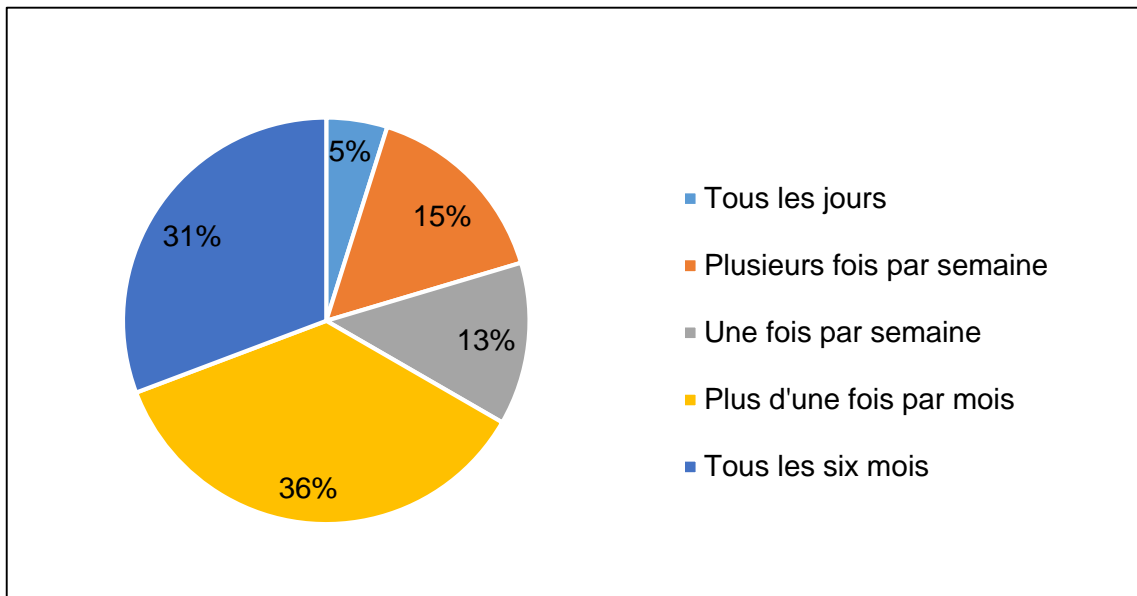
2. Faites-vous des achats ou des réservations sur Internet ?



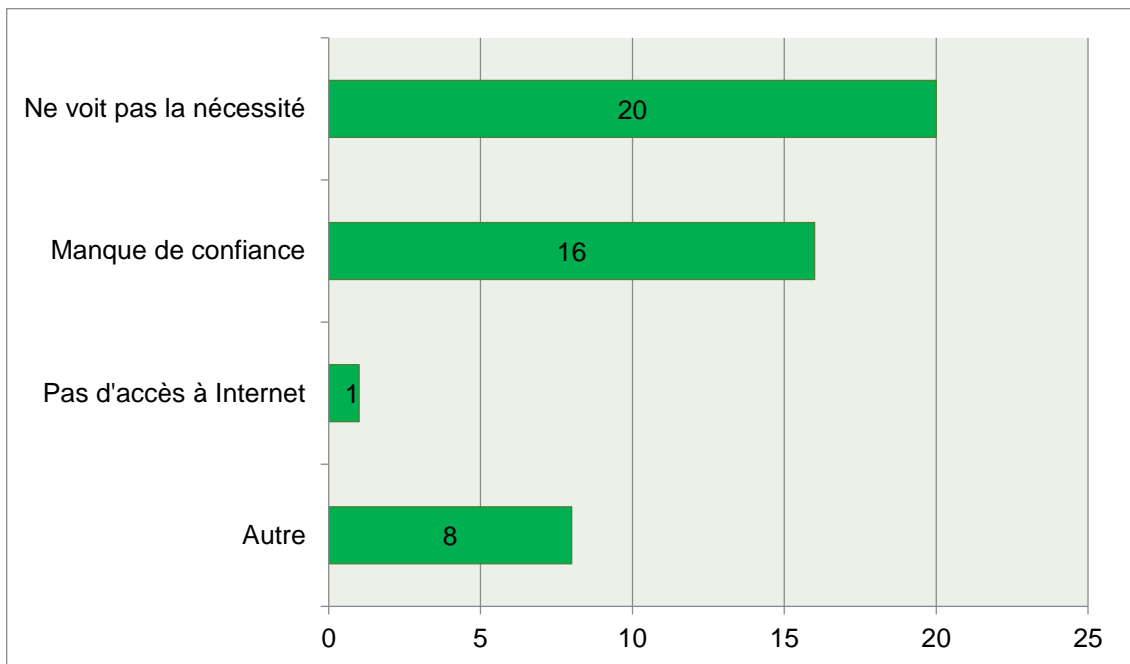
3. Quelle(s) catégorie(s) de site avez-vous visité ?



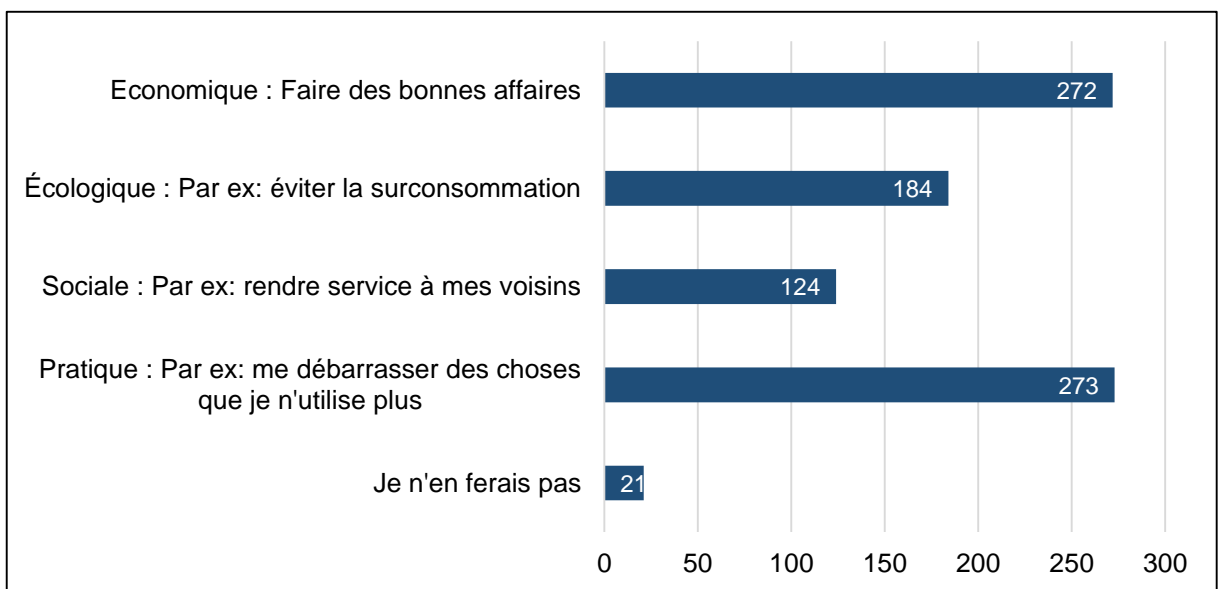
4. A quelle fréquence visitez-vous ce genre de sites ?



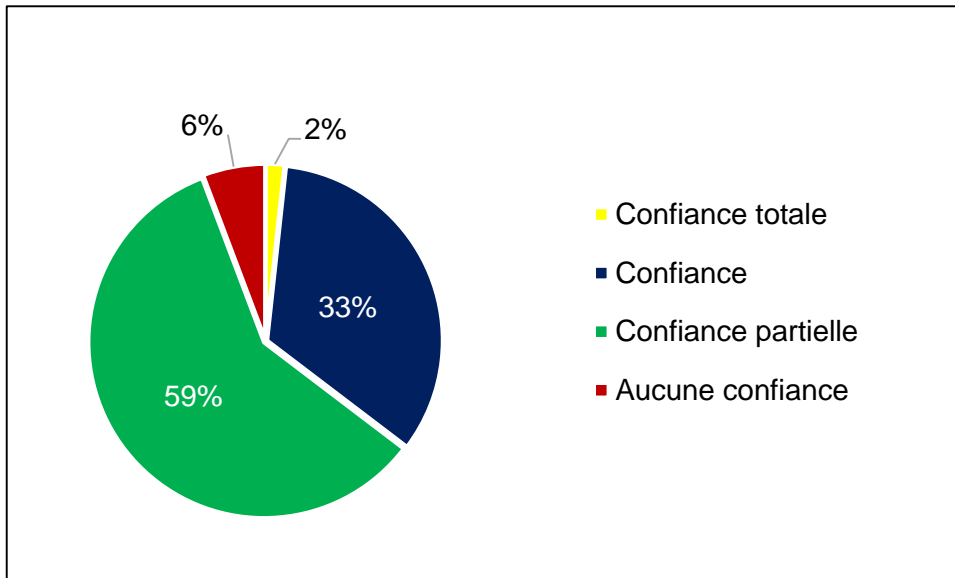
5. Pourquoi ne faites-vous pas d'achat sur Internet ?



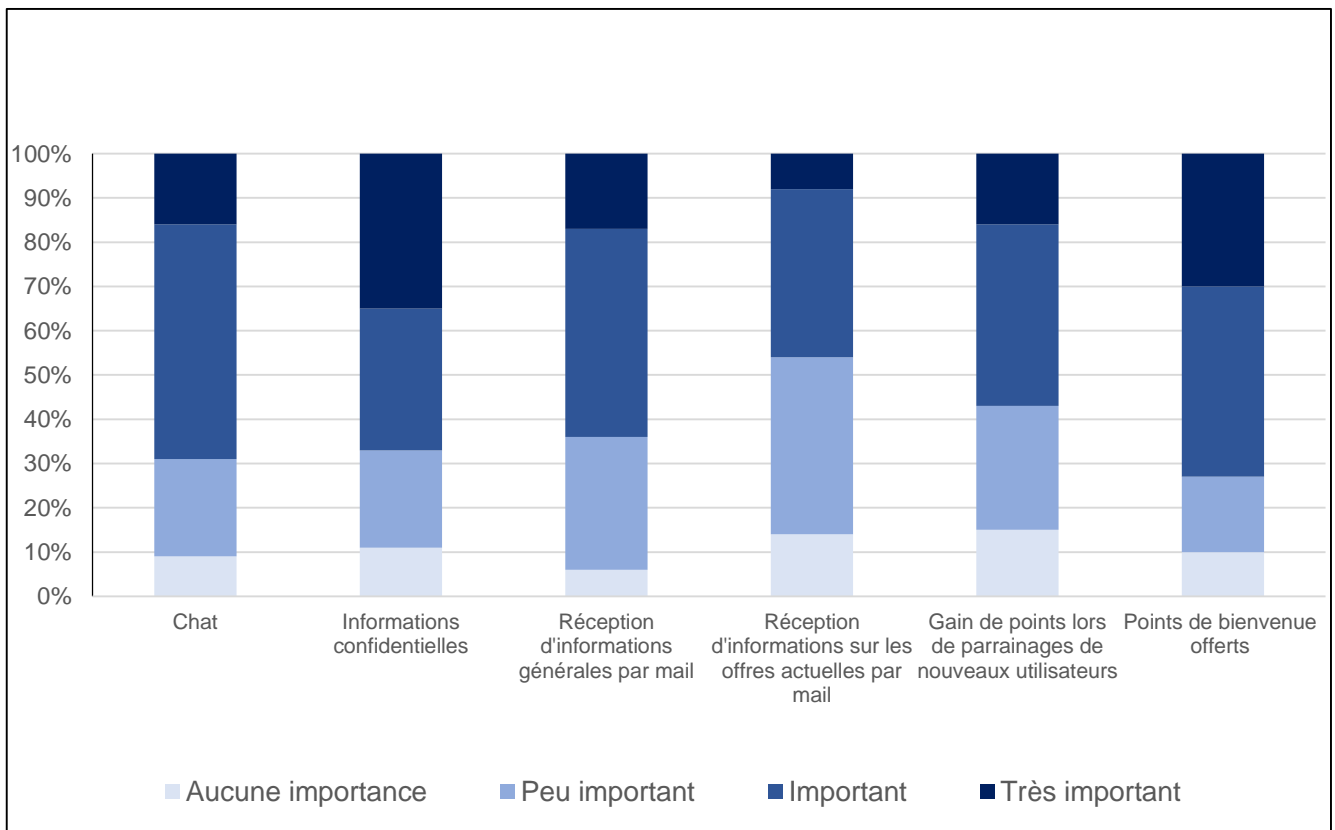
6. Pour quelle(s) raison(s) feriez-vous des achats sur cette nouvelle plateforme ?



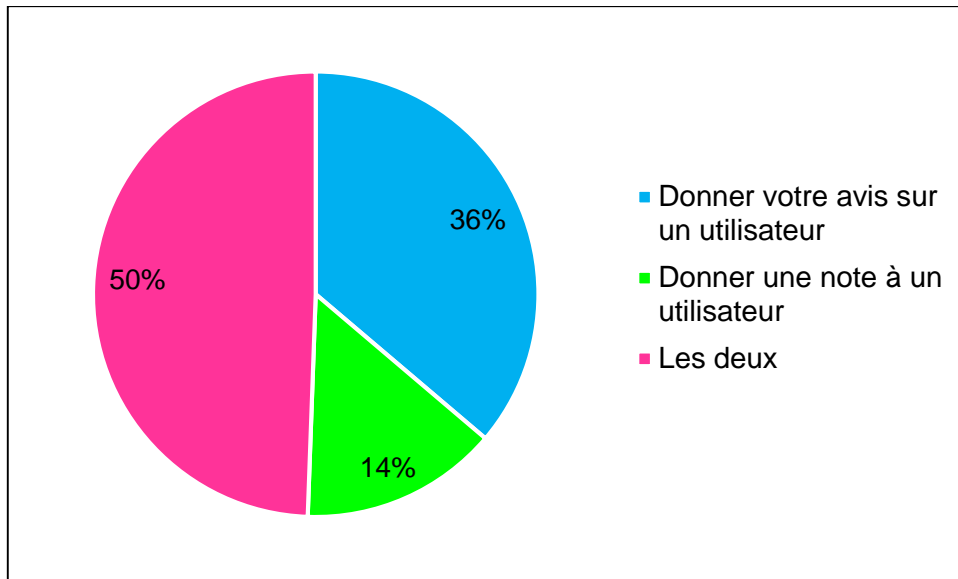
7. Quelle confiance de manière générale accordez-vous aux sites de partage



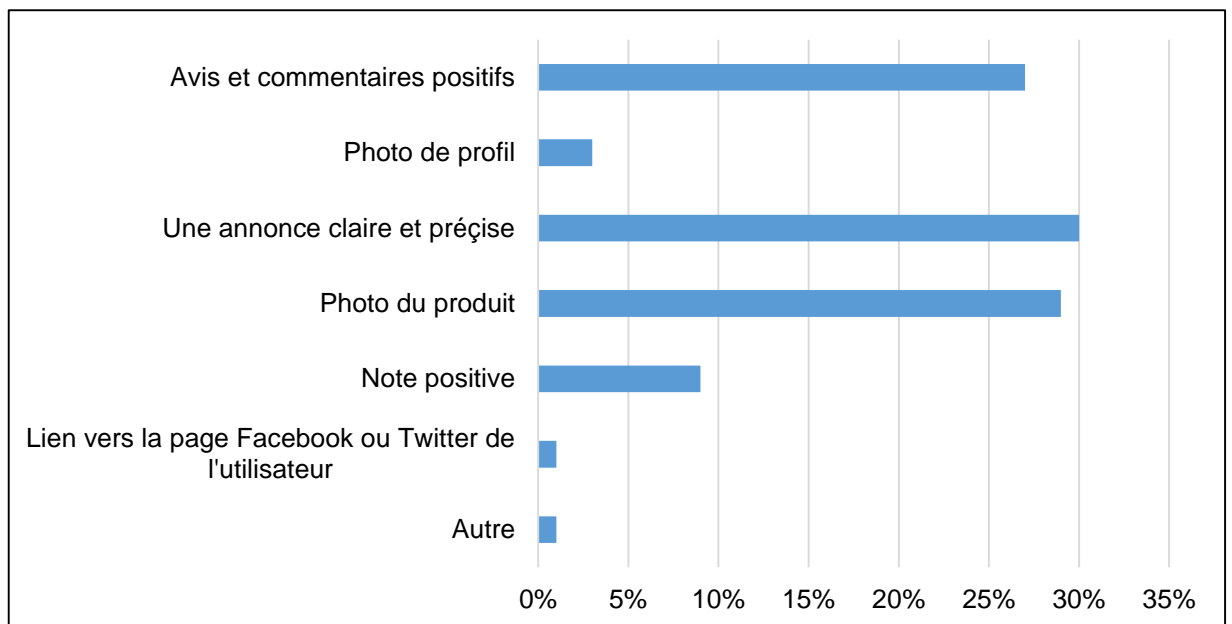
8. Quelle importance accordez-vous...?



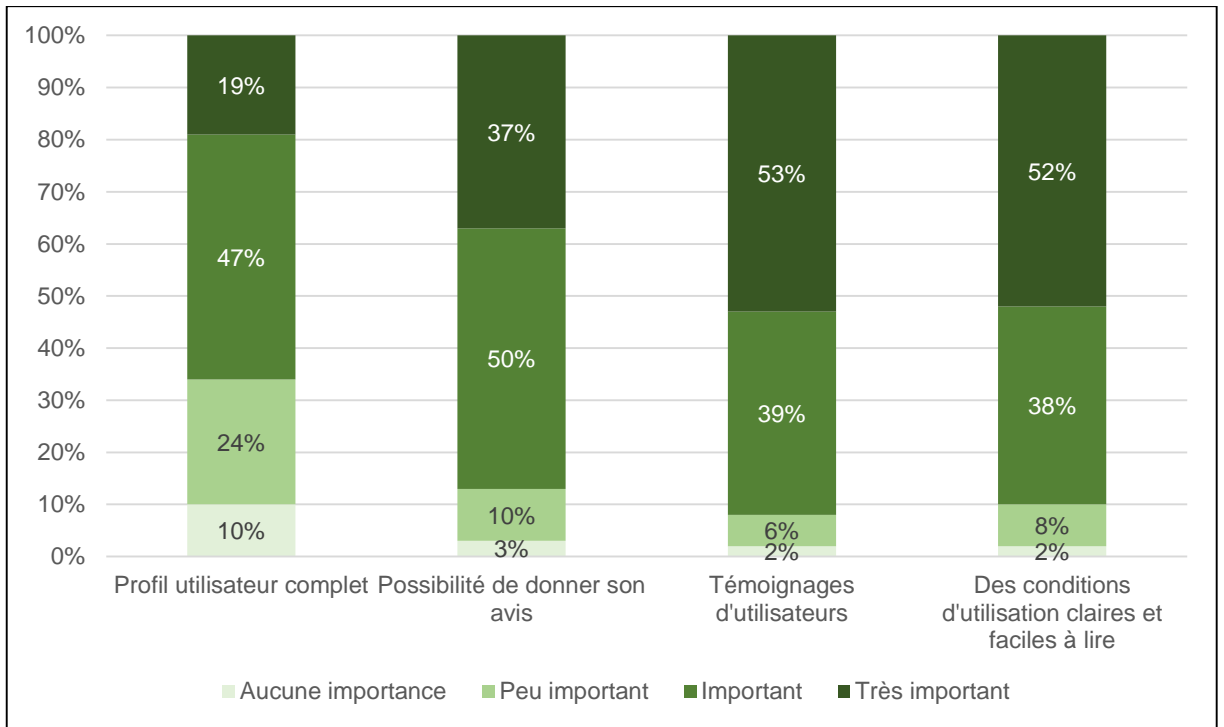
9. Préférez-vous noter une personne ou laisser un avis ?



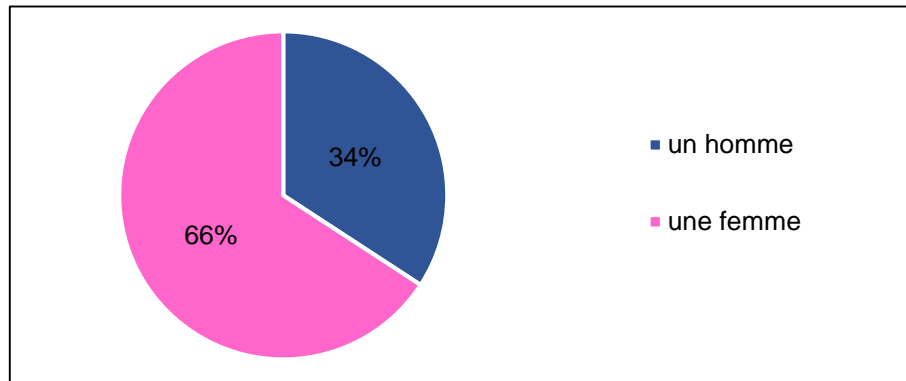
10. Selon vous quels sont les éléments indispensables pour inspirer confiance sur un site de partage ? (Maximum 3 réponses)



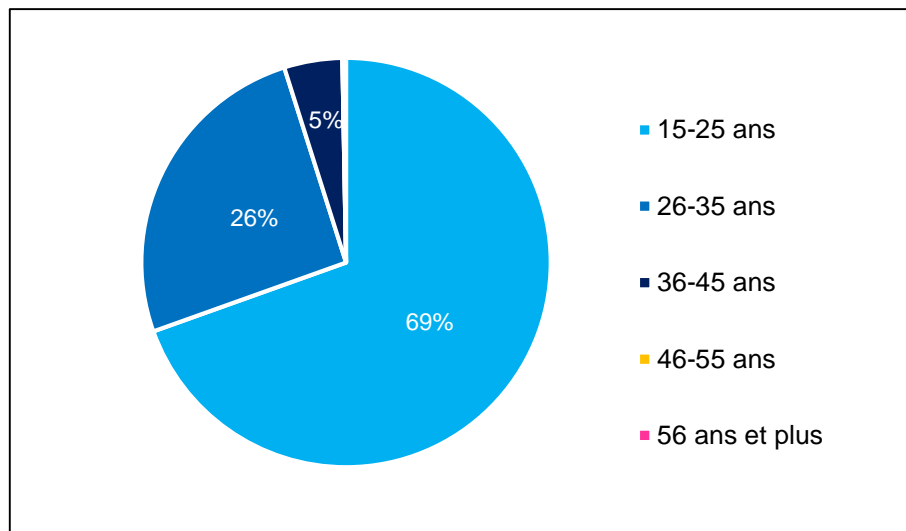
11. Classez par degré d'importance les éléments suivants qui vous inspirent confiance



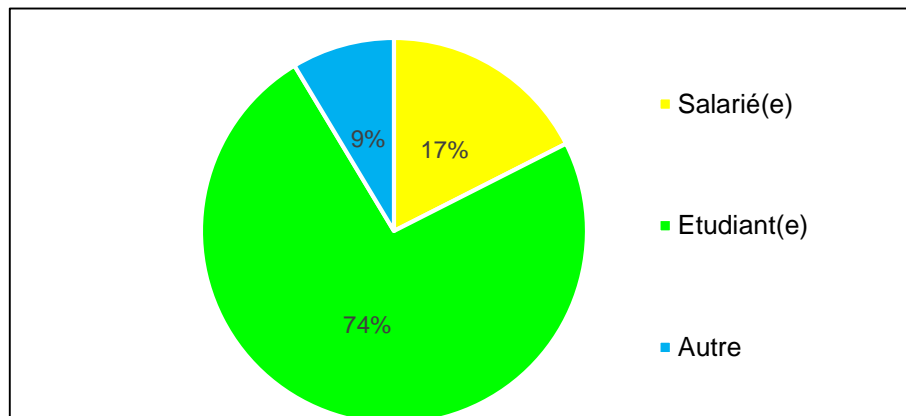
12. Genre des sondés



13. Age des sondés



14. Activité des sondés



Annexe 16

Questionnaire d'étude de marché

Bonjour!

Etudiant à la Haute Ecole de Gestion de Genève, je réalise un travail pour l'obtention de mon diplôme. Celui-ci consiste à étudier la faisabilité de la création d'un site Internet mettant en relation des individus pour échanger des biens, des services mais aussi leur savoir. L'idée de ce projet est de créer une communauté où tout échange se réalise par l'intermédiaire d'un système de "points" sans flux monétaire.

Je vous remercie d'avance de prendre un peu de votre temps pour contribuer à ce projet en répondant à ce questionnaire.

Q.1) Connaissez-vous le concept de la consommation collaborative ?

- Oui
- Non

La consommation collaborative en quelques mots

Notre mode de vie est centré sur la consommation, dans une société où l'abondance matérielle et le besoin de propriété prédominent. Ceci ne peut perdurer dans le temps, notamment avec la période de crise économique que le monde traverse et aussi du fait des limites naturelles de notre planète. Des limites entre autres environnementales tels que « les poubelles du monde » ou les changements climatiques. C'est pourquoi certaines personnes proposent de changer la manière dont nous avons l'habitude de consommer en promouvant la consommation collaborative. Le covoiturage, les achats regroupés, le "couchsurfing", le troc ou la location entre particuliers sont tous des alternatives faisant partie de la consommation collaborative. Voilà en quelques mots ce qu'est la consommation collaborative. Pour plus d'informations je vous invite à consulter : <http://consocollaborative.com/> <http://ouishare.net/>

Q.2) Faites-vous des achats ou des réservations sur Internet ?

- Oui
- Non

Q.3) Quelle(s) catégorie(s) de site avez-vous visité ?

- Alimentaire (colunching...)
- Location d'objet entre particuliers (eloue...)
- Transport (covoiturage...)
- Voyage (couchsurfing, Airbnb...)
- Echange/troc (Easyswap...)
- Achat en ligne (qoqa, my-store, Ebay...)
- Autre :

Q.4) A quelle fréquence visitez-vous ce genre de sites ?

- Tous les jours
- Plusieurs fois par semaine
- Une fois par semaine
- Plus d'une fois par mois
- Tous les six mois

Le concept

Cette plateforme permettrait à chacun de proposer des biens ou des services à une communauté en ligne. Ce projet consiste à proposer un site d'échanges où les internautes partagent des biens, des services ainsi que leur savoir avec les autres utilisateurs en contrepartie de "points". Ceux-ci pouvant à leur tour être utilisés auprès d'un autre utilisateur. Un point équivaut approximativement à un franc suisse. Sur cette plateforme l'argent n'intervient à aucun moment, les personnes souhaitant utiliser ce service devront forcément alimenter leur compte "point" en proposant des biens et services à la communauté. Des points sont offerts en guise de bienvenue et lors de parrainage d'amis ou de connaissances. Ce site permet d'acquérir des biens sortant de notre budget, de proposer ceux dont on a plus l'utilité, de prendre des cours de langue, de piano ou autres. Bref, tout cela dépend de l'offre et de la demande du site donc de VOUS !

Q.5) Pour quelle(s) raison(s) feriez-vous des achats sur cette nouvelle plateforme?

- Pratique : Par ex: me débarrasser des choses que je n'utilise plus
- Sociale : Par ex: rendre service à mes voisins
- Écologique : Par ex: éviter la surconsommation
- Economique : Faire des bonnes affaires
- Je n'en ferais pas

Q.6) Quelle confiance de manière générale accordez-vous aux sites de partage ?

- Confiance totale
- Confiance
- Confiance partielle
- Aucune confiance

Q.7) Quelle importance accordez(eriez)-vous au compte utilisateur ?

	Aucune importance	Peu important	Important	Très important
Photo de profil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chat entre utilisateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informations personnelles confidentielles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réception d'informations générales par mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Réception d'informations sur les offres actuelles par mail	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gain de points lors de parrainages de nouveaux utilisateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Points de bienvenue offerts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Q.8) Préférez-vous noter une personne ou laisser un avis ?

Donner votre avis sur un utilisateur

Donner une note à un utilisateur

Les deux

Q.9) Selon vous quels sont les éléments indispensables pour inspirer confiance sur un site de partage ? (Maximum 3 réponses)

Photo du produit

Une annonce claire et précise

Photo de profil

Avis et commentaires positifs

Note positive

Lien vers la page Facebook ou Twitter de l'utilisateur

Autre :

Q.10) Classez par ordre d'importance les éléments suivants qui vous inspirent confiance:

	Aucune importance	Peu important	Important	Très important
Profil d'utilisateur complet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilité de donner son avis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Témoignages d'utilisateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Des conditions d'utilisation claires et faciles à lire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

VOUS :

Q.11) Vous êtes

- Un homme
- Une femme

Q.12) Vous êtes âgé entre

- 15-25 ans
- 26-35 ans
- 36-45 ans
- 46-55 ans
- 56 ans et plus

Q.13) Vous êtes

- Salarié(e)
- Etudiant(e)
- Autre :

Annexe 17

Statuts de l'association *Entropia*

Préambule :

« Il y a ceux qui voient les choses telles qu'elles sont et qui se demandent pourquoi. D'autres les voient telles qu'elles pourraient être et se disent pourquoi pas. »

Georges Bernard SHAW

L'ambition de notre Association, Entropia, est d'encourager de nouvelles formes d'échange et de consommation entre citoyens telle que la consommation collaborative par exemple.

Le deuxième but d'Entropia est de faciliter l'engagement dans la région nyonnaise en créant une plateforme permettant de rassembler des porteurs de projets et des citoyens désireux de s'engager.

Nos valeurs sont le partage et l'esprit constructif, l'égalité et la solidarité, et surtout le respect de la dignité humaine comme pierre angulaire de notre action.

Forme juridique, but et siège

Art. 1

Sous le nom d'**Entropia** il est créé une association à but non lucratif régie par les présents statuts et par les articles 60 et suivants du Code civil suisse. Elle est politiquement neutre et confessionnellement indépendante.

Art 2

L'Association a pour but :

- d'encourager de nouvelles formes d'échange et de consommation;
- de faciliter l'engagement; dans la région nyonnaise en particulier.

Art 3

Le siège de l'Association est à Nyon. Sa durée est illimitée.

Organisation

Art 4

Les organes de l'Association sont :

- l'Assemblée générale ;
- le Comité ;
- l'Organe de contrôle des comptes

Art 5

Les ressources de l'Association sont constituées par les cotisations ordinaires ou extraordinaires de ses membres, des dons, ou legs, par des produits des activités de l'Association et, le cas échéant, par des subventions des pouvoirs publics.

Le montant de la cotisation est laissé libre. De même que sa nature (monétaire ou en apport).

L'exercice social commence le 1er janvier et se termine le 31 décembre de chaque année.

Ses engagements sont garantis par ses biens, à l'exclusion de toute responsabilité personnelle de ses membres

Membres

Art. 6

Peuvent être membres toutes les personnes ou organismes intéressés à la réalisation des objectifs fixés par l'art. 2.

Dans la mesure de ses moyens, l'Association envisage la production d'un bulletin d'information à l'intention des membres et des personnes proches de l'Association.

Art. 7

L'association est composée de membres individuels.

Art. 8

Les demandes d'admission sont adressées au Comité. Le Comité admet les nouveaux membres et en informe l'Assemblée générale.

Art. 9

La qualité de membre se perd :

- a) par la démission.
- b) par l'exclusion pour de " justes motifs ".

L'exclusion est du ressort du Comité. La personne concernée peut recourir contre cette décision devant l'Assemblée générale.

Assemblée générale

Art. 10

L'Assemblée générale est le pouvoir suprême de l'Association. Elle comprend tous les membres de celle-ci.

Art. 11

Les compétences de l'Assemblée générale sont les suivantes. Elle :

- adopte et modifie les statuts ;
- élit les membres du Comité et de l'Organe de contrôle des comptes ;
- détermine les orientations de travail et dirige l'activité de l'Association ;
- approuve les rapports, adopte les comptes et vote le budget ;
- donne décharge de leur mandat au Comité et à l'Organe de contrôle des comptes ;
- légifère en matière de cotisations ;
- prend position sur les autres projets portés à l'ordre du jour :

L'Assemblée générale peut saisir ou être saisie de tout objet qu'elle n'a pas confié à un autre organe.

Art. 12

Les assemblées sont convoquées au moins 20 jours à l'avance par le Comité. Le Comité peut convoquer des assemblées générales extraordinaires aussi souvent que le besoin s'en fait sentir.

L'Assemblée se réunit au moins une fois par an sur convocation du Comité.

Art. 13

L'assemblée est animée par un membre du Comité.

Art. 14

Les décisions de l'Assemblée générale sont prises à la majorité simple des membres présents. En cas d'égalité des voix, le vote est repoussé à une date fixée par le Comité.

Art. 15

Les votations ont lieu à main levée.

Art. 16

L'Assemblée se réunit au moins une fois par an sur convocation du Comité.

Art. 17

L'ordre du jour de cette assemblée annuelle (dite ordinaire) comprend nécessairement :

- le rapport du Comité sur l'activité de l'Association pendant l'année écoulée ;
- un échange de points de vue/décisions concernant le développement de l'Association ;
- les rapports de trésorerie et de l'Organe de contrôle des comptes ;
- l'élection des membres du Comité et de l'Organe de contrôle des comptes ;
- les propositions individuelles.

Art. 18

Le Comité est tenu de porter à l'ordre du jour de l'Assemblée générale (ordinaire ou extraordinaire) toute proposition d'un membre présenté par écrit au moins 10 jours à l'avance.

Art. 19

L'Assemblée générale extraordinaire se réunit sur convocation du Comité ou à la demande d'un groupe de membres de l'Association.

Comité

Art. 20

Le Comité exécute et applique les décisions de l'Assemblée générale. Il conduit l'Association et prend toutes les mesures utiles pour que le but fixé soit atteint. Le Comité statue sur tous les points qui ne sont pas expressément réservés à l'Assemblée générale.

Art. 21

Le Comité se compose au minimum de trois membres, nommés pour un an par l'Assemblée générale. Le Comité se constitue lui-même. Il se réunit autant de fois que les affaires de l'Association l'exigent.

Art. 22

L'Association est valablement engagée par la signature collective de deux membres du Comité.

Art. 23

Le Comité est chargé :

- de prendre les mesures utiles pour atteindre les objectifs visés;
- de convoquer les assemblées générales ordinaires et extraordinaires ;
- de prendre les décisions relatives à l'admission et à la démission des membres ainsi qu'à leur exclusion éventuelle ;
- de veiller à l'application des statuts, de rédiger les règlements et d'administrer les biens de l'Association.

Art. 24

Le Comité est responsable de la tenue des comptes de l'Association.

Art. 25

Le Comité engage (licencie) les collaborateurs salariés et bénévoles de l'Association. Il peut confier à toute personne de l'Association ou extérieure à celle-ci un mandat limité dans le temps.

Organe de contrôle

Art. 26

L'organe de contrôle des comptes vérifie la gestion financière de l'Association et présente un rapport à l'Assemblée générale. Il se compose de deux vérificateurs élus par l'Assemblée générale.

*Dissolution***Art. 27**

La dissolution de l'Association est décidée par l'Assemblée générale à la majorité des deux tiers des membres présents. L'actif éventuel sera attribué à un organisme se proposant d'atteindre des buts analogues.

Les présents statuts ont été adoptés par l'assemblée constitutive du 6 novembre 2012 à Nyon.

Au nom de l'Association

Le Comité ;

Julie Dumarthey

Vlad Sanz

Guillaume Favre

Sébastien Fantino

Anthony Hauser

Fabien Jaccard