

Histoire des réseaux sociaux de l'ère du troc à l'économie collaborative

History of social networks: from swap to collaborative economy

Christophe ASSENS

■ Résumé ■

Cet article vise à dresser un panorama historique de la notion de réseau et de ses retombées en management. Issu de la sphère technique à partir de la théorie des graphes en mathématiques, le concept de réseau s'étend progressivement à la sphère sociale où les ramifications prennent forme dans le partage du capital social. Au gré des évolutions technologiques en matière de transport et de communication, le réseau social structure progressivement l'économie en réduisant l'incertitude des échanges par la confiance. Aujourd'hui, le réseau social prend une nouvelle dimension, comme un média social, à partir des plateformes sur Internet qui fédèrent des milliards d'anonymes dans l'économie collaborative. En dépit de toutes ces évolutions au cours des siècles, le réseau conserve toujours la même fonction universelle : une structure de collaboration durable avec des intermédiaires gardiens de la confiance.

■ **Mots-clefs** : *réseau, collaboration, confiance, don, management.*

■ Summary

This article aims to provide a historical overview of the notion of network and its effects in management. Deriving from the technical sphere from the theory of graphs in mathematics, the concept of network progressively extends to the social sphere where ramifications take shape in the sharing of social capital. Depending on technological developments in transport and communication, the social network is gradually structuring the economy by reducing the uncertainty of trade through trust. Today, the social network takes a new dimension, as a social media, from Internet platforms that federate billions of anonymous people in the collaborative economy. Despite all these evolutions over the centuries, the network still plays the same universal function: a sustainable collaboration structure with intermediaries guarding the trust.

■ **Keywords**: network, collaboration, trust, donation, management.

INTRODUCTION

Les réseaux n'ont jamais été aussi présents dans la société qu'à notre époque : « réseaux sociaux » sur Internet, réseaux de transport, écosystèmes d'innovations implantés dans les territoires, etc. Ce besoin de créer des passerelles entre les individus s'explique pour une double raison : la mondialisation qui oblige de concevoir une économie plus ouverte sans frontières, où les États, les administrations, les entreprises sont reliés par des intérêts mutuels ; la technologie qui permet de recréer à distance les frontières du vivre ensemble dans des communautés à taille humaine.

Autrement-dit, on assiste à une révolution inexorable où les réseaux tendent à challenger les institutions traditionnelles dans tous les domaines : dans le domaine politique où les réseaux numériques forment une « démocratie électronique » animée directement par les citoyens ; dans le domaine sociétal où la socialisation des adolescents s'établit de plus en plus sur des plateformes électroniques en lieu et place de la famille et de l'école ; dans le domaine économique où les entreprises transforment leur modèle d'affaire en fonction des opportunités associées au commerce électronique.

Pour mieux comprendre cette réalité dans le monde des affaires, nous envisageons dans cet article de remonter le temps et d'étudier la notion de réseau, depuis les origines étymologiques, jusqu'aux applications les plus récentes avec l'impact du digital dans la communication. A travers ce cheminement, il est possible de comprendre pourquoi la notion de réseau a toujours marqué l'histoire économique, en prenant du recul par rapport aux phénomènes de mode managériale. A notre époque, le réseau redevient en effet une grille de lecture précieuse pour comprendre les évolutions du management contemporain, dans la mesure où la création de richesse repose davantage sur le capital immatériel comme la réputation ou la confiance (Alter, 2010), que sur les ressources matérielles et les compétences professionnelles.

1. La sémantique du réseau

1.1. Les fonctions de maillage

Le terme réseau vient du latin « *retiolus* » diminutif de *retis* qui signifie filet. Il peut aussi être associé à la notion de « *reticulum* » signifiant pe-

tit filet, ayant donné naissance au substantif réticule et aux adjectifs réticulé et réticulaire. La notion de réseau fait ainsi référence aux objets ayant l'apparence d'un filet.

Cette origine du réseau remonte très loin dans l'histoire. Le principe du maillage est mis en avant dès le 1^{er} siècle avant J.-C., par les gladiateurs qui se servent d'un filet « *reta* » pour immobiliser leurs adversaires. Par la suite nous retrouvons le mot « *resel* », durant le XII^e siècle après J.-C., qui fait référence au filet mis en place pour la chasse de petits animaux. Historiquement, nous voyons émerger une caractéristique essentielle du réseau liée à la fonction de maillage : un ensemble solide et organisé à l'intersection des mailles, et de libre circulation entre les mailles.

Cette analogie du filet est reprise par Musso (1997) dans sa description du réseau, où il explique que le filet de pêche, comme le filet du gladiateur, retient et en même temps laisse couler l'eau. Cette ambivalence est propre au filet : être en mesure d'emprisonner les objets et de laisser circuler les flux en même temps.

Le sens du terme réseau évolue ensuite avec le développement du tissage. Il est à la fois un mot technique et populaire utilisé par les tisserands et les vanniers pour désigner un entrecroisement de fibres textiles ou végétales (Guillerme, 1988). Au cours du moyen âge, mais aussi dans l'encyclopédie de Diderot et d'Alembert, c'est une légère évolution qui est ainsi apportée dans la définition d'un réseau. Nous passons du filet, au textile, à travers la soierie composée de mailles. Il s'agit d'un vêtement tissé qui va envelopper l'individu tout en laissant passer l'air. Il a donc la même caractéristique que le filet.

Dans le courant du XVI^e siècle, le filet s'est progressivement refermé, donnant lieu au sac à mailles. Il est utilisé sous la forme de « *réseul* » qui devient au fur du temps « *résille* », pour désigner notamment un filet à large maille retenant la chevelure féminine.

A partir du XVIII^e siècle, le concept change de domaine d'application, dans la cristallographie et la cartographie de l'espace. Le réseau devient utile à la topographie pour pratiquer la triangulation de l'espace, toujours d'actualité avec la goniométrie, et surtout avec la géolocalisation par bornage cellulaire. Dans le prolongement des applications en géographie, les mathématiciens utilisent le réseau dans la théorie des graphes, pour mesurer et optimiser les flux de circulation dans une figure géométrique. L'ouvrage du

mathématicien Sainte-Laguë (1941) illustre cette évolution.

1.2. La circulation des flux

Par la suite, le réseau ne sera plus utilisé pour désigner un ensemble solidaire et indivisible, mais un ensemble de nœuds distants les uns des autres à travers lesquels circulent des flux. A partir de cette période et jusqu'à la fin du XX^e siècle, les différentes évolutions technologiques (chemin de fer, électricité, et ensuite informatique et numérique) vont renforcer cette idée de circulation des flux entre les territoires. Nous retrouvons ainsi l'enjeu des externalités de réseau comme la réduction du coût et du temps pour communiquer, pour se déplacer, pour distribuer des biens et services. Progressivement avec les progrès de la science informatique, on passe de la conception d'un réseau mécanique asservi par la volonté humaine, à un réseau organique capable de s'affranchir de la volonté humaine, préfigurant l'avènement de l'intelligence artificielle, comme le souligne Parrochia (2005, p.78) : « dans l'informatique, on voit apparaître les graphes stochastiques, les réseaux de files d'attente, les réseaux de Pétri, puis, avec le progrès de l'algorithmique et la maîtrise des réseaux multicouches, les réseaux de neurones formels, à l'origine du regain du paradigme connexionniste dans les années 1970-1980. »

1.3. Maillage et flux : l'acceptation moderne du réseau

La signification du mot réseau comme nous la connaissons de nos jours, qui regroupe maillage dense et circulation de flux, s'est faite à travers les découvertes scientifiques et des évolutions techniques. Dans sa phase historique le terme est utilisé par des artisans, il est propre au travail manuel. Avec l'ère industrielle et scientifique on bascule dans l'univers de l'ingénierie et des hommes de sciences.

D'après Musso (1997), le changement sémantique affecte la généralisation et l'utilisation (parfois abusive) du réseau dans le langage. D'après cet auteur, le réseau s'inspire directement de la complexité de la nature et de l'être humain. Musso (2005) soutient que plus la société se développe plus elle devient technique et complexe. Il est donc naturel que l'homme soit un modèle pour l'organisation en réseau, car il n'y

a rien de plus complexe que l'homme. Il met en avant trois périodes qui étayent cette théorie :

- La période biométaphysique : le réseau est métaphysique et divin. Il permet une compréhension de l'homme à travers la mythologie. Il est donc une tentative naïve pour comprendre et se rapprocher des divinités.
- La période bio-politique : la régulation de la société fonctionne sur le même modèle que la biologie. Le réseau sanguin est comparé par exemple à la circulation de la monnaie dans l'économie.
- La période bio-technologique : l'apogée du réseau car il est utilisé dans toutes les sphères ; il devient le moyen d'expliquer tout changement social avec la mise en relation de variables, jusque-là isolées, grâce à des outils technico communicationnel.

Nous allons maintenant examiner de quelle manière la notion de réseau est sorti de la sphère purement technique inspiré par les théories scientifiques, pour pénétrer dans la sphère sociale. Nous étudierons notamment de quelle manière les travaux de Saint-Simon ont inspiré la construction d'une société plus égalitaire malgré les disparités territoriales, grâce à la mise en relation des citoyens par des réseaux de transport et de distribution.

2. La société en réseau

Dès le moyen-âge, la notion de réseau sort du registre technique, pour jouer un rôle fondamental dans la co-production de savoir, accompagnant ainsi les premières révolutions sociétales.

2.1. Du cloître à la Renaissance

À ce sujet, Aboiron et Nicoulaud (2008) expliquent que le progrès social repose au moyen-âge sur la réflexion des hommes d'Eglise. Ceux-ci sont rattachés à différents ordres religieux Franciscains et Dominicains, qui forment des communautés rivales pour influencer le pouvoir souverain. À cette époque, la méditation dans les cloîtres (*clustrum*) est certes propice à la maturation des idées à travers la lecture, mais elle ne favorise pas l'expérimentation empirique et encore moins la diffusion des connaissances, car les moines voyagent peu.

Pourtant, dans certaines situations, par obligation ou par choix, ces hommes d'église sont conduits à se déplacer dans le cadre de missions religieuses, ce qui les amène à échanger avec leurs homologues dans d'autres cloîtres

(Parrochia, 2005). A partir de la fin du X^e siècle, les moines missionnaires vont généraliser partout en Europe la pratique du pèlerinage, et participer ainsi à la mise en réseau des différents cloîtres, par l'échange de reliques et de manuscrits. Cette pratique permet l'essor des réseaux bancaires et marchands durant la Renaissance, grâce à la diffusion, au partage et à la confrontation des connaissances.

A travers cette page d'histoire, nous découvrons des éléments fondateurs du réseau social, comme l'autonomie et la dépendance mutuelle. En effet, nous remarquons que les *clustrum* sont très indépendants, attachés à leur ordre religieux comme celui de Cluny, mais ont également besoin d'échanger avec les pèlerins des autres ordres religieux afin d'accumuler du savoir. Tous les ordres religieux sont fédérés par la foi chrétienne qui les pousse à interagir de manière solidaire, en dépit des rivalités.

2.2. La société idéale par Saint-Simon

À partir du XIX^e siècle, une autre étape entre en vigueur ! Il s'agit de la migration sociale des campagnes vers les villes, obligeant à repenser l'urbanisme avec l'apparition des réseaux ferroviaires et des premiers réseaux d'adduction d'eau à compter de 1830 en France. Cette période est fortement inspirée par la « philosophie des réseaux » de Saint-Simon d'après Musso (2005). Dans la pensée humaniste de Saint-Simon, les privilèges issus du rang social sont des sources d'injustices héritées de l'ancien régime. Il convient donc d'abolir sur une base laïque tous les passe-droits, par des principes de fraternité et d'entraide entre les citoyens.

Saint-Simon utilise les caractéristiques du réseau pour dessiner les contours d'une société égalitaire, qui remplace la métaphore de l'arbre mythologique, selon laquelle il existerait une hiérarchie parmi les individus et où les divinités seraient le sommet : « *Ainsi la figure conceptuelle du réseau permet-elle à Saint-Simon de structurer toute sa pensée et de réaliser une opération symbolique : par son intermédiaire, il peut rapprocher les sciences des récits mythologiques et peut évincer Dieu de sa réflexion et ainsi donner aux hommes la possibilité de s'approprier les mythes par la Raison.* » (Zetlaoui, 2003, p.96) De ce point de vue, Saint-Simon utilise les réseaux comme vecteur d'émancipation sociale. Il considère que les citoyens forment les maillons d'une chaîne de solidarité, alimentée par

l'estime réciproque et la confiance. Sans cette solidarité, l'édifice social s'écroule. Dans cette « philosophie des réseaux » au sens de Saint-Simon, chaque citoyen est l'alter-ego des autres citoyens avec le droit à l'égalité dans la construction de la société, sans qu'il soit possible de remettre en question ce droit par le lien du sang par exemple.

Depuis cette période, la dimension sociale des réseaux a pris de l'ampleur par rapport à la dimension technique. Nous allons examiner dans la suite de cet article, de quelle manière les réseaux sociaux transforment notre vision de l'économie et celle du management des entreprises.

3. Le réseau social

Dans l'économie, l'organisation en réseaux est très ancienne puisqu'elle date de l'époque du troc, où les échanges marchands ne pouvaient se concrétiser sur une base monétaire, mais par la confiance entre commerçants. De ce point de vue le réseau n'est ni moderne, ni ancien, car la confiance a toujours été la clef du succès dans l'économie de toutes les époques : époque non monétaire pour garantir le troc par la confiance ; époque monétaire pour garantir la transaction en réduisant les coûts liés au risque d'opportunisme.

Alors que les économistes néo-classiques considèrent l'individu comme étant parfaitement rationnel. Les nouvelles pratiques en termes d'échange de bien mais aussi quelques anciennes formes de commerce comme le troc, montrent qu'il est impossible de dissocier la rationalité d'une transaction marchande de la qualité du lien social.

Dans le monde complexe d'aujourd'hui, il ne s'agit donc plus d'optimiser des choix économiques comme un *homo economicus*, car ce n'est plus possible en raison des incertitudes. Il s'agit de tisser des liens sociaux, comme un *homo reticulus*, pour se protéger des crises, saisir des opportunités, ou construire une identité dans la quête de sens. De ce point de vue, le réseautage est une activité essentielle pour permettre à chacun de cultiver, dans des réseaux sociaux, son capital relationnel, comme un bien plus précieux que le patrimoine matériel.

Dans le réseau social, il est important de prendre en considération non seulement le nombre de

contacts (essentiel pour constituer les nœuds du réseau) mais également la qualité du lien.

3.1. La théorie des liens forts et des liens faibles

Pour évoquer la qualité des liens relationnels, nous pouvons mobiliser les travaux de Granovetter (1973) selon lequel il existe deux catégories de lien entre les acteurs : les liens forts qui traduisent une affinité totale et un partage de la confiance à l'intérieur d'un cercle restreint ; les liens faibles noués en dehors du cercle de confiance et qui sont source de diversité d'information.

Pour Granovetter (1973), ce ne sont pas les liens forts qui sont sources de valeur ajoutée mais les liens faibles, c'est-à-dire les liens qu'on entretient de manière occasionnelle avec un acteur dans une relation non suivie. Pour lui, les liens forts sont sources de cloisonnement parce que les mêmes informations circulent sans cesse au sein du groupe sans renouvellement. Ce sont donc les liens faibles qui permettent à deux groupes d'échanger sur des thématiques et sujet inconnus pour chacun d'eux, favorisant par exemple la propagation des rumeurs comme l'explique Granovetter (1973, p.1365) : « *whatever is to be diffused can reach a larger number of people, and traverse greater social distance, when passed through weak ties rather than strong. If one tells a rumor to all his close friends, and they do likewise, many will hear the rumor a second and third time, since those linked by strong ties tend to share friends. If the motivation to spread the rumor is dampened a bit on each wave of retelling, then the rumor moving through strong ties is much more likely to be limited to a few cliques than that going via weak ones ; bridges will not be crossed* ».

Nous présumons donc que le lien qui élargit l'horizon social des acteurs réside dans les liens faibles. Les liens faibles peuvent servir de passerelle entre différents réseaux sociaux à l'intérieur desquels il sera possible de mutualiser et de partager des informations pour construire du capital social.

3.2. La définition du capital social par Bourdieu

L'un des intérêts du réseau social est de permettre aux membres de partager leur « carnet d'adresses », ce qui constitue un bien de club, c'est-à-dire une ressource spécifique au réseau

qui n'est ni transposable à l'extérieur ni privatisable à l'intérieur. Cela rejoint la définition du capital social selon Bourdieu (1980, p. 3) : « *le capital social est l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'interconnaissance* ».

Deux notions sont importantes à retenir dans cette définition : le sentiment d'appartenance au réseau est partagé suivant les affinités sociales entre les membres (directement ou avec l'aide d'un intermédiaire : ami d'un ami par exemple), ; les membres éprouvent de la reconnaissance et de la solidarité entre eux.

En conséquence, les réseaux sociaux sur internet sont surtout des réseaux techniques de communication car ils regroupent un ensemble de machines ou de comptes utilisateurs qui sont reliés par la technologie et qui partagent entre eux des informations sur la base de liens faibles au sens de Granovetter (1973) : position professionnelle, âge et sexe des utilisateurs, etc.). Il n'y a pas nécessairement de construction d'un capital social au sens de Bourdieu (1980) à travers les usages dans les plateformes de discussion sur Internet. Néanmoins, les réseaux sociaux sur Internet réduisent les distances physiques, et permettent de communiquer plus facilement entre anonymes à travers le monde.

3.3. La théorie du petit monde

Prenons l'exemple de l'expérience « du petit monde » élaborée par Milgram (1967) qui tente de dresser un pont entre les individus. Le but de l'expérience à cette période, est de faire parvenir un dossier par courrier postal d'un individu à un autre choisi au hasard. Pour atteindre cet objectif, il s'agit de déterminer des intermédiaires à l'intérieur d'une chaîne relationnelle. Après avoir réalisé cette expérience Milgram (1967) évalue la longueur moyenne de cette chaîne à 6 intermédiaires.

En reprenant le même principe expérimental, Facebook réalise en 2011 la même expérience en partenariat avec l'Université degli Studi di Milano. Les résultats montrent cette fois, sur la base d'un échantillon de 721 millions de personnes (soit l'ensemble des utilisateurs du réseau social en 2011), que désormais, chaque personne est reliée techniquement, mais pas socialement, en moyenne par une chaîne de 4,74 relations à n'importe quelle autre personne

sur Internet. Grâce au réseau de communication à distance, les distances physiques se réduisent, mais pas nécessairement les distances sociales. En l'occurrence, les « réseaux sociaux » sur Internet correspondent à des médias sociaux ayant le même usage que la presse, la radio, la télévision, grâce aux échanges d'informations entre des émetteurs et des récepteurs qui ne se connaissent pas forcément. Dans ce cadre d'anonymat, la cohésion est surtout assurée par les interfaces techniques de télécommunication comme pour le téléphone, ou le mail. Dans ce type de réseau numérique, il importe d'étendre toujours davantage les frontières de communication pour renforcer l'influence des plateformes : Google Apple Facebook Amazon. Cette démarche est différente pour un réseau social composé de membres non anonymes, où chacun possède un visage connu des autres, à l'image d'un club sélectif dont l'accès serait verrouillé, pour le rendre attractif.

Dès lors, la communication est devenue une dimension essentielle dans la logique de réseau social parfois au détriment de la profondeur des relations et de la nature du message (Wiener, 1971). La libre circulation de l'information notamment sur Internet, est dès lors considérée comme le nouvel étendard de la liberté d'expression et des droits de l'homme. Dans cette mesure, la communication dans les réseaux numériques devient d'une certaine manière un enjeu d'intérêt général sur la liberté de circulation de l'information, qui masque le plus souvent les considérations marchandes. Chaque individu revendique le droit de s'informer sans se soucier du coût que cela peut engendrer, comme la perte des données sur la vie privée.

Les « communautés virtuelles » sur Internet peuvent constituer dans certains cas une extension du réseau social construit en face à face entre les acteurs. Elles permettent une rapidité d'action et une réduction des distances mais ne forment pas nécessairement des « réseaux sociaux » animés par la cooptation et la solidarité. Cette comparaison entre média social et réseau social permet de mettre en évidence un nouveau paramètre dans la logique de réseau concernant l'élément fédérateur des membres : l'affectio societatis.

À ce sujet, Assens (2003, p.53) explique que « les membres d'un réseau sont nécessairement fédérés par un dénominateur commun, un actif spécifique, qui peut se révéler d'ordre matériel (seuil d'activation, procédures, normes

techniques, interfaces) ou d'ordre immatériel (langage, connaissance, valeur, rite, culture). Ce facteur rend les membres solidaires ; il permet de pérenniser leurs rapports et il confère à la structure une stabilité ».

Si l'élément fédérateur est uniquement technique, on se situe dans le cadre d'un média social ; si l'élément fédérateur porte sur l'identité et les valeurs, on se situe dans un réseau social. Dans ce dernier cas, l'élément fédérateur permet aux membres de construire une relation de confiance à travers notamment les pratiques du don.

3.4. Les fondements de l'économie du don

D'après Mauss (1950) professeur d'histoire des religions des peuples non civilisés, le don amorce une relation différée dans le temps par le contre-don qu'il nécessite en réponse, comme une contrepartie. Bien qu'il semble associé à une forme d'altruisme, le don crée en réalité une dette morale sur l'acquéreur, qui devient l'obligé du donateur pour un contre-don. Cette obligation tacite de réciprocité met alors en jeu la notoriété, la logique de l'honneur, la légitimité issue du rang social, voire la légitimité issue du statut professionnel des deux protagonistes. Cette logique du « don / contre-don » tend ainsi à instaurer une éthique fondée sur la solidarité, permettant de consolider les relations, non pas sur une base de subordination hiérarchique, mais sur une base de confiance partagée. Dans les sociétés « archaïques » en Polynésie et Mélanésie, le rituel des dons et des contre-dons permet d'entretenir l'harmonie sociale.

La théorie établie par Mauss (1950) s'intéresse au fonctionnement des relations d'échange construites et ininterrompues dans le temps. Il admet qu'il peut y avoir des déséquilibres entre ce qui est donné et reçu mais ce déséquilibre n'interfère en aucun cas sur la relation à long terme. La mise en perspective des deux actes ne répond donc pas aux filtres classiques des échanges marchands. En effet, ces derniers se basent sur la notion de rationalité de l'acteur mais aussi sur les principes de contentement des intérêts recherchés (donner pour recevoir) et de réciprocité synchronique (donner et recevoir). La théorie Maussienne se base par conséquent sur un lien social qui dépasse la simple utilité liée à l'échange. Les acteurs dans ce cas rentrent dans une relation durable où la création

d'un lien social singulier et fort est au cœur des transactions.

L'auteur en analysant ce type de relations propose une lecture « totale » de l'acte, c'est-à-dire qu'il considère que l'échange économique est indissociable des dimensions d'ordre symbolique, identitaire, social, affectif, relationnel, etc. Cette notion de totalité est aussi liée à la sphère personnelle mais aussi professionnelle de l'individu. En effet, lorsqu'on parle de management d'entreprise, il faut également évoquer le jeu d'acteur, constitué de valeurs, de conventions, d'un code de déontologie, d'enjeu dans la réputation, de symboles, de repères identitaires, de normes de conduite, etc. Ce qui amène donc à considérer tout échange marchand ou non marchand, comme faisant partie de l'activité sociale de l'acteur. La transposition de cette philosophie non utilitariste de Mauss (1950) à l'économie marchande, figure d'ailleurs dans les travaux sociologiques d'Alter (2010), de Caillé et Grévy (2014), à l'origine de l'engouement pour l'économie collaborative.

4. L'économie collaborative

L'économie capitaliste fonctionne sur une logique patrimoniale, selon laquelle il s'agit d'accumuler des ressources et des compétences pour créer des richesses. Les richesses servent ensuite à acquérir d'autres ressources et d'autres compétences pour améliorer le patrimoine de l'entreprise et renforcer le développement. Ce schéma connaît des limites, d'une part car les ressources financières et les matières premières sont plus rares et plus coûteuses à obtenir, d'autre part parce que les compétences individuelles ne suffisent plus à créer des gains de productivité : « faire plus avec moins ».

Dans ces conditions, pour continuer à développer l'économie en période de raréfaction des ressources et de crise des talents, il convient de porter attention sur une dimension cachée mais fondamentale dans les transactions économiques : la relation humaine. Chaque fois qu'une transaction marchande est concrétisée, elle véhicule une relation sociale propice à établir un climat de confiance. La confiance sert ensuite à développer des coopérations pour accéder à de nouvelles ressources ou à des compétences collectives qui n'étaient pas imaginables dans la logique patrimoniale : « faire plus grâce aux partenaires ». L'économie tend ainsi à se développer sur le partage plutôt que sur la propriété

exclusive, par la mise en réseau des consommateurs. L'économie collaborative se nourrit de ce principe, à travers le co-voiturage, l'échange d'appartements, le troc entre particuliers, etc. Plus précisément, Schwienbacher et Larralde (2010) définissent quatre modalités de collaboration dans l'économie collaborative de particulier à particulier :

- Le partage de services : cela permet de répondre aux besoins liés à des prestations de services. Cela concerne notamment tous les services de location. Nous pouvons par exemple citer le partage de véhicules entre particuliers.
- L'échange et la redistribution de biens : la manière la plus commune dans ce type de communautés est le troc, le don ou la revente.
- La vie communautaire : qui a pour principe de fournir aux membres de la communauté des ressources intangibles comme du temps ou des compétences. Les initiatives les plus fréquentes sont le partage d'espace de travail ou d'hébergement, le covoiturage, les aides à domicile, les cours en particulier, etc.
- La solidarité financière : plus communément appelé « *crowdfunding* ». Ce type de financement participatif regroupe principalement des particuliers qui sont sensibles à un projet fédérateur *nécessitant un fond d'amorçage*. Nous pouvons citer dans un autre registre, les mutuelles d'achat qui regroupent des consommateurs dans le but de réaliser des achats groupés.

Pour justifier l'essor des pratiques collaboratives fondés sur le partage, Bostman et Roo (2011) mettent en avant l'aspect jetable et encombrant de certains objets inutiles au quotidien. Ils parlent également de l'insatisfaction issue de l'abondance de biens autour de soi. L'un des exemples emblématique du non-sens de la propriété mis en avant par ces auteurs est la perceuse, comme outil de bricolage utilisé en moyenne 13 minutes au cours d'une vie !

Toute une frange de la société adopte donc le partage dans l'usage des biens et services, au lieu de convoiter leur propriété, comme le précise Rifkin (2014). Ce changement de comportement dans la consommation est favorisé par les plateformes collaboratives dans l'univers digital. Plusieurs facteurs sont à l'origine du succès des plateformes collaboratives selon Bostman et Roo (2011). Tout d'abord, cultiver le lien social est un enjeu majeur pour retrouver du sens dans une société totalement fragmentée. La relation

de partage à travers les valeurs de solidarité répond à cette quête de sens. Par ailleurs, les pratiques collaboratives contribuent à préserver des ressources en diminution dans l'environnement. Enfin, la crise financière pousse aussi les consommateurs à rationaliser leurs dépenses, en cherchant des solutions de consommation au moindre coût procuré par l'économie collaborative. Les budgets étant de plus en plus restreints, certaines personnes sont contraintes d'adopter ce mode de vie collaboratif : consommer à plusieurs pour faire des économies, ou louer son bien pour avoir des ressources supplémentaires. Dans l'économie collaborative, la valeur d'une transaction n'est plus liée uniquement à la valeur intrinsèque du produit, mais également au degré de confiance nouée entre anonymes. Le métier des plateformes est de garantir cette confiance ! L'économie collaborative ne concerne pas uniquement la consommation, mais touche également à d'autres aspects de la relation client pour les entreprises (Robert *et al.*, 2014). Par exemple, le *crowdsourcing*¹, s'établit sur le partage d'expériences entre utilisateurs. Cette mutualisation des connaissances peut ensuite alimenter des forums de discussion comme première pierre à l'édifice du service après-vente des entreprises.

CONCLUSION

Tisser, relier, unifier et créer la fluidité, telles sont les propriétés du concept de *réseau* évoluant progressivement de la sphère technique vers la sphère sociale. Sur le plan social, le réseau trouve sa raison d'être dans sa capacité à fédérer les acteurs qui le composent, en respectant d'un côté l'autonomie, mais en favorisant d'un autre côté leur collaboration dans le cadre de l'affectio societatis. Ce maillage peut prendre différentes dimensions au cours de l'histoire : un maillage à faible distance physique dans l'économie du troc des marchands au Moyen Âge ; un maillage à moyenne distance au sein de régions plus vastes

¹ Néologisme : le *crowdsourcing* est une forme d'externalisation au sens où certaines tâches, traditionnellement effectuées au sein de l'entreprise, sont confiées à la « foule ». L'encyclopédie en ligne Wikipedia fonctionne par exemple sur le modèle du *crowdsourcing* en proposant à des contributeurs volontaires de rédiger des articles, tout en sachant que la démocratie participative a des limites. Dans le cas de Wikipédia, une minorité de membres actifs contrôle et censure la majorité des autres membres relégués dans un registre plus passif.

avec la migration des pèlerins religieux durant la Renaissance (Aboiron *et al.*, 2008) ; un maillage territorial d'ampleur plus large avec les réseaux d'infrastructures de transport, d'eau et d'électricité imaginés par Saint-Simon au XX^e siècle ; un maillage sans frontières à l'ère du digital avec les plateformes collaboratives capables de fédérer des milliards d'anonymes au XXI^e siècle.

Même si la distance s'accroît au fur et à mesure des progrès technologiques au cours des siècles, le réseau social conserve toujours les mêmes propriétés. Le premier intérêt de faire partie d'un *réseau social* consiste à partager un « carnet d'adresse », comme un capital social qui constitue un bien de club, c'est-à-dire une ressource spécifique au réseau qui n'est ni transposable à l'extérieur, ni privatisable à l'intérieur. Pour exploiter ce capital social, il faut être solidaire, et imaginer des dispositifs pour construire et préserver la confiance comme la réciprocité du don / contre-don (Mauss, 1950).

Avec l'essor des outils de communication à distance et des plateformes numériques, le réseau social prend la forme d'un média social. Il désigne un réseau de communication à distance, sans intermédiaire, entre l'émetteur et le récepteur d'un message. Dans le réseau social, il est alors important de prendre en considération non seulement le nombre de contacts mais également la qualité du lien. Pour évoquer la qualité des liens relationnels, nous avons mobilisé les travaux de Granovetter (1978), selon lequel il existe deux catégories de relation entre les acteurs : les liens forts qui traduisent une grande proximité et un partage de la confiance à l'intérieur d'un cercle restreint fondé sur une affinité choisie, et les liens faibles noués de manière plus indirecte et involontaire, en dehors de ce premier cercle de confiance, sources de diversité d'information.

Pour cet auteur ce ne sont pas les liens forts qui sont sources de valeurs ajoutées mais les liens faibles, c'est-à-dire les liens qu'on entretient de manière occasionnelle avec un acteur dans une relation non suivie. Pour lui, les liens forts génèrent le cloisonnement parce que les mêmes informations circulent sans cesse au sein du groupe sans renouvellement. Ce sont donc les liens faibles qui permettent aux médias sociaux d'exister sur Internet, alors que les liens forts garantissent l'attractivité des réseaux sociaux

où la communication en face à face permet de construire une confiance interpersonnelle.

Pour les entreprises, les médias sociaux représentent un phénomène majeur à gérer, principalement sur le plan publicitaire et commercial. Exploiter les rumeurs dans un média social sur Internet devient ainsi un enjeu fondamental pour valoriser une marque par le marketing viral, dans la contamination d'informations de proche en proche entre les utilisateurs. De même, il devient important pour toute entreprise d'exploiter les effets multiplicateurs des réseaux sociaux dans la vente de biens et services, en cherchant par exemple à exploiter le carnet d'adresse de chaque membre, dans du parrainage commercial.

BIBLIOGRAPHIE

Aboiron J., Nicoulaud B. (2008), *L'émergence des pôles de compétitivité : des cloîtres aux neurones*, Revue du Panthéon, n°2, 3^e trimestre, Paris.

Alter N. (2010), *Donner et prendre : la coopération en entreprise*, Paris, Editions La Découverte.

Assens C. (2003), *Le réseau d'entreprises : vers une synthèse des connaissances*, Management International, vol 7, n°4, p. 49-59.

Botsman R., Roo R. (2011), *What's mine is yours : How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live*, Harper Collins, Londres,

Bourdieu P. (1980), *Le capital social*. In Actes de la recherche en sciences sociales Vol. 31. p. 2-3.

Caillé A, Grésy J.-E. (2014), *La révolution du don*, Paris, Editions du Seuil.

Granovetter M.S. (1973), The strength of weak ties, *American Journal of Sociology*, vol. 78, n°6, p. 1360-1380.

Guillaume A. (1988) Genèse du concept de réseau 1760-1815. Territoire et Génie en Europe de l'ouest, Rapport pour le compte du Ministère de l'équipement

et du logement. Délégation à la recherche et à l'innovation.

Mauss M. (1950), *Essai sur le don : Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, in Sociologie et Anthropologie, Presses Universitaires de France.

Milgram S., (1967), *The small world problem*, Psychology Today, vol. 1, p. 62-67.

Monnier, L. et Thiry, B. (eds) (1997), *Mutations structurelles et intérêt général*, Paris, De Boeck.

Musso P. (2005), *Utopie et idéologie du réseau. Conférence introductive aux 5^{ème} Rencontres de Mâcon Réseaux en question : utopies, pratiques et prospective*, organisées par l'Institut de recherche du Val de Saône mâconnais. Mâcon.

Musso P. (1997), *Télécommunication et philosophie des réseaux, la postérité paradoxale de Saint-Simon* », Paris, PUF, p. 217-218.

Parrochia D. (2005), *Quelques aspects historiques de la notion de réseau*, Flux, vol. 4, n° 62, p. 10-20.

Rifkin J. (2014), *La Nouvelle Société du coût marginal zéro : L'internet des objets, l'émergence des communaux collaboratifs et l'éclipse du capitalisme*, Paris, Les liens qui libèrent.

Robert I., Binnering A-S et Ourahmoune N. (2014), *La consommation collaborative, le versant encore équivoque de l'économie de la fonctionnalité*, Développement durable et territoires, vol. 5, n°1.

Sainte-Lagüe J-A. (1941), *Du connu à l'inconnu*, Paris, Editions Gallimard.

Schwienbacher A., Larralde B. (2010), *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*, The Oxford Handbook of Entrepreneurial Finance, édition Douglas Cumming, Oxford University Press, p. 369-392.

Wiener N. (1971), *Cybernétique et Société. L'usage humain des êtres humains*, édition synoptique, Paris, Union générale d'éditions.

Zetlaoui T. (2003), Critique des réseaux, Pierre Musso (PUF 2003) ou la mort annoncée de la figure du réseau, *Quaderni*, vol. 52, n° 1, p. 123-128.