

Notation et pouvoir sur les plateformes de l'économie collaborative : David, Goliath et Big Brother

Barbe, Anne-Sophie

IAE-Lyon, Magellan, Université Jean Moulin Lyon 3

anne-sophie.barbe@univ-lyon3.fr

Hussler, Caroline

IAE-Lyon, Magellan, Université Jean Moulin Lyon 3

caroline.hussler@univ-lyon3.fr

Résumé :

Cet article se penche sur les systèmes de notation mis en place sur les plateformes d'échange de services entre particuliers. Ces outils de gestion sont présentés comme permettant de limiter l'incertitude à l'œuvre, d'empêcher tout abus d'un utilisateur sur l'autre, en autorisant une meilleure information et une possibilité de sanction/coercition à libre disposition de ces derniers. Pourtant, les observations de terrain quant aux pratiques biaisées de notation et aux conséquences non linéaires des notes fragilisent l'idée d'un instrument de pouvoir de tous sur tous permettant de limiter de façon uniforme la latitude d'action de chacun.

L'objectif de cet article est alors d'appréhender la manière dont les utilisateurs de ces plateformes s'emparent de ces outils, afin de comprendre les usages réels de la note, et les formes et répartition de pouvoir que ces usages autorisent.

Pour ce faire, nous menons une étude de cas unique sur la plateforme de covoiturage BlaBlaCar. Nous adoptons une démarche qualitative s'appuyant sur des entretiens semi-directifs menés auprès d'utilisateurs de la plateforme. Nous mettons en lumière que les utilisateurs de la plateforme Blablacar usent du système de notation de façon très différente, selon leur niveau d'expérience sur la plateforme. Nous avançons que ces usages différenciés et évolutifs (à mesure que les utilisateurs s'approprient l'outil de notation) couplés à la matérialité limitée de l'outil détournent le système de notation de sa dimension fonctionnelle originelle, et autorisent une inégale répartition du pouvoir parmi les utilisateurs, donnant priorité et protégeant les plus expérimentés.

Mots-clés : système de notation, pouvoir, plateforme, économie collaborative, outil de gestion.

Notation et pouvoir sur les plateformes de l'économie collaborative : David, Goliath et Big Brother

1. INTRODUCTION

Les systèmes de notation sont des outils de gestion (Chiapello & Gilbert, 2013), dont l'usage s'est répandu avec le développement des plateformes de l'économie collaborative. Indissociables de plateformes telles qu'eBay ou AirBnB, ils semblent permettre à la « multitude » (Colin & Verdier, 2015) d'entrer en relation, d'échanger avec des inconnus, et ce même lorsque les transactions impliquent des rencontres physiques potentiellement dangereuses (Botsman & Rogers, 2010).

Décrits par la littérature comme des « mécanismes de sécurité », des « systèmes de réputation en ligne », (Resnick, 2002), ils traduisent sur la Toile les mécanismes du bouche-à-oreille (Dellarocas, 2003) traditionnellement observés et limités aux « petits villages » (Rasmusson & Jansson, 1996). Ils collectent et diffusent, à grande échelle, les notes données par les utilisateurs à propos des transactions qu'ils ont effectuées avec d'autres utilisateurs, ces notes, pouvant alors influencer la décision des utilisateurs d'entrer ou non en transaction (McDonald & Slawson, 2002; Resnick & Zeckhauser, 2002)

La capacité des utilisateurs à entrer dans l'échange étant dépendante de leur note, les systèmes de notation assurent aussi, a priori, un rôle coercitif, visant le découragement des comportements opportunistes (Resnick, Zeckhauser, Swanson, & Lockwood, 2006). Dans ce « panoptique » (Foucault, 1975) électronique, générant de l'information publique à propos de tous, et visible par tous, chaque utilisateur surveille l'autre. Les systèmes de notation apparaissent alors comme des outils aux mains de la multitude, et au service de la multitude, cet instrument du pouvoir de tous sur tous permettant de limiter de façon uniforme la latitude d'action de chacun (Crozier & Friedberg, 1977) et autorisant des types de transactions qui n'existaient pas jusqu'alors.

Pourtant, de plus en plus de travaux montrent non seulement que ces systèmes de notation génèrent des informations imparfaites et incomplètes (Resnick & Zeckhauser, 2002) (Nosko & Tadelis, 2015) (Fradkin, Grewal, Holtz, & Pearson, 2015), mais aussi que ces informations engendrent des conséquences non linéaires pour les utilisateurs (Livingston, 2005). A la fois condition et produit de l'action (Orlikowski, 1992), cet outil paraît donc, en pratique, réintégrer des possibilités de comportements stratégiques (c'est-à-dire, dans ce contexte, la possibilité pour certains utilisateurs de tirer parti de certaines transactions au détriment de leur

interlocuteur) et ainsi autoriser des relations entre les utilisateurs éloignées de celles qui avaient été imaginées par « direction de l'organisation » au moment de la conception du système de notation (Chiapello & Gilbert, 2013) ?

L'objectif du présent article est alors précisément d'étudier ce que deviennent les systèmes de notation dans les mains des différents utilisateurs des plateformes d'échanges de services entre particuliers, afin de comprendre les usages réels qui sont faits de cet outil, et la forme (et la répartition) du pouvoir que de tels usages autorisent. En examinant si les systèmes de notations peuvent in fine être des instruments de pouvoir asymétriques servant les intérêts particuliers de certains utilisateurs sur d'autres, notre recherche veut enrichir la compréhension des rapports de pouvoir prenant racine au sein de ces organisations d'un type nouveau, que sont les plateformes de l'économie collaborative.

Notre étude empirique porte sur la plateforme française de covoiturage BlaBlaCar. Les entretiens qualitatifs menés auprès des utilisateurs de cette plateforme nous permettent de mettre en évidence des différences d'usage et de postures des utilisateurs, face au système de notation, selon leurs niveaux d'expérience sur la plateforme. Ces asymétries tant dans les fonctions d'usage que dans le moment d'usage et les conséquences de l'usage semblent toujours jouer en faveur des utilisateurs les plus expérimentés.

Nous présentons dans une première partie notre revue de littérature, en insistant sur l'incertitude à l'œuvre sur les plateformes d'échanges de services entre particuliers et le rôle du système de notation dans ce contexte. Nous détaillons ensuite notre étude de cas (la plateforme de covoiturage BlaBlaCar et son système de notation) et notre méthodologie. Nous exposons enfin les résultats obtenus, avant de conclure avec une discussion sur les apports, la portée et les limites de notre travail.

2 . REVUE DE LITTERATURE

2.1 LES PLATEFORMES DE L'ECONOMIE COLLABORATIVE : DES ECHANGES DE SERVICES INCERTAINS ENTRE INCONNUS

BlaBlacar, AirBnB, CouchSurfing ou encore Drivy sont devenus des parangons de l'économie collaborative. Si leur développement est sous-tendu par des courants de pensée pluriels (Acquier, Carbone, & Massé, 2016), qu'elles organisent des activités diverses - impliquant des contreparties monétaires ou non, entre des utilisateurs aux motivations multiples (Hamari, Sjöklint, & Ukkonen, 2015) - ces plateformes n'en partagent pas moins des caractéristiques communes : (1) elles organisent des activités entre particuliers (peer to

peer) à grande échelle, c'est-à-dire entre des individus distants, qui ne se connaissent pas, et (2), autorisent la production de biens et services de façon décentralisée, (Botsman & Rogers, 2010) c'est-à-dire sans que la coordination entre les parties ne puisse s'appuyer sur l'intervention d'une entité formellement capable d'imposer sa décision sur les deux parties.

Les transactions effectuées sur ces plateformes d'échanges de services, de par leur caractère électronique (Hamari et al., 2015), présentent des caractéristiques propres aux échanges en ligne : une information asymétrique, et un risque d'aléa moral (Arrow, 1963) (Alchian & Demsetz, 1972), puisque l'anticipation du comportement du vendeur est difficile à prévoir pour l'acheteur, avant qu'il ne s'engage. Mais les échanges de services entre particuliers revêtent aussi des caractéristiques spécifiques : ils impliquent la plupart du temps une rencontre, et donc, lorsque c'est le cas, (1) la possibilité d'une agression physique (Botsman & Rogers, 2010) c'est-à-dire la possibilité d'une perte infinie, (2) la possibilité d'être affecté par le comportement de l'autre, puisque le « comportement des parties prenantes constitue un des éléments constitutifs de la perception de la qualité de l'expérience » (Chumpitaz & Papparoidamis, 2007) - autre qui est d'ailleurs susceptible, comme nous l'avons vu, d'adopter un comportement opportuniste et (3) l'impossibilité de pouvoir estimer la probabilité de ces possibilités, puisque ces particuliers ne se connaissent pas. Dans cette « zone d'incertitude » du déroulement de la transaction (Crozier & Friedberg, 1977) les individus possèdent a priori une latitude d'action uniforme et infinie, ou presque, mais n'ont aucune idée de la mesure dans laquelle ils vont pouvoir en tirer parti, et surtout de la mesure dans laquelle ils risquent d'en souffrir, puisque ces transactions interviennent entre pairs, c'est-à-dire sans que l'un puisse user de son statut formel, ou de prérogatives particulières (ou recourir à une tierce personne) pour contraindre l'autre.

Jusqu'alors de tels échanges de services étaient cantonnés à des réseaux locaux, c'est à dire restreints, a priori, à des espaces où s'exerçait un contrôle social fort, des espaces où chacun connaissait la réputation de son interlocuteur, des espaces où chacun détenait des informations sur le comportement de son interlocuteur potentiel et pouvait se faire une idée de son comportement durant l'échange (les « petits villages » (Rasmusson & Jansson, 1996)). Ce contrôle social, « était lié aux liens de parenté et de voisinage, aux relations d'interconnaissance » (Laval, 2012) ou prenait la forme du bouche-à-oreille . Ainsi lorsqu'une déviance était suspectée de façon répétée, insistante, les pairs d'abord en parlaient entre eux, puis se décidaient à agir (Freidson & Rhea, 1963) (Lazega, 2000). Les interactions interindividuelles nombreuses et fréquentes, où chacun pouvait « voir » ce que l'autre faisait,

de façon continue ou presque, permettaient aussi dans cette perspective, de savoir, et donc de pouvoir (Foucault, 1975). Mais comment assurer alors un tel contrôle lorsque les échanges de services s'organisent entre inconnus comme le proposent certaines plateformes ? Comment comprendre le développement de ces nouvelles activités et l'engagement massif des individus dans ce nouveau type de transaction marqué par une incertitude forte et partagée (par l'acheteur ET le vendeur) ? Une première réponse réside dans la mise en place de systèmes de notation imaginés pour transposer les mécanismes du bouche-à-oreille traditionnel à l'échelle de la multitude (Dellarocas, 2003), comme nous le verrons ci-dessous.

2.2 LES SYSTEMES DE NOTATION : UN REMEDE A L'INCERTITUDE INHERENTE AUX ECHANGES DE SERVICES ENTRE PARTICULIERS

Dès le début des années 2000 en effet, la littérature scientifique souligne le rôle des systèmes de notation dans l'essor des plateformes d'échange entre particuliers (Zacharia, Moukas, & Maes, 2000) (Resnick & Zeckhauser, 2002), ceux-ci permettant (1) la production et la diffusion d'informations permettant de distinguer les bons acteurs des mauvais, et (2) le découragement des comportements opportunistes (Resnick, Zeckhauser, Swanson, & Lockwood, 2006). Ces systèmes de notation donc ont à la fois un rôle informatif et coercitif, les deux aspects de ce dernier étant reliés (Foucault, 1975).

D'une part, le système de notation va permettre de réduire l'incertitude en générant de l'information. Ces systèmes de notations et de feedbacks sont ainsi souvent présentés comme des mécanismes de réputation (Jøsang, Ismail, & Boyd, 2007) : par leur biais, chaque utilisateur peut donner son avis sur la transaction qu'il a effectuée avec un autre utilisateur, et rendre cet avis public pour l'ensemble des utilisateurs à venir. Le bouche à oreille électronique, colportant les réputations, devient alors un élément d'information constitutif de la prise de décision en ligne (cf. la probabilité de conclure une vente plus élevée pour les utilisateurs ayant des scores de réputation plus élevés (Resnick & Zeckhauser, 2002)). De là, la réputation influence la capacité future des utilisateurs à entrer dans l'échange.

D'autre part, donc, le système de notation réduit l'incertitude de par son aspect coercitif, contraignant les « choix supposés libres [...] par des espérances de récompenses et de punitions » (Laval, 2012), le « bon dressement » s'appuyant toujours sur un système d'« incitations/coercition » (Foucault, 1975). McDonald & Slawson (2002) montrent ainsi, en utilisant des données d'eBay, que la réputation des vendeurs est positivement corrélée au prix de clôture et au nombre d'enchères. Les utilisateurs sont donc incités à faire des efforts

aujourd'hui pour améliorer leur réputation, puisque l'amélioration de leur réputation leur promet un gain supplémentaire demain. De même, Cabral & Hortaçsu (2010) montrent que lorsqu'un vendeur reçoit sa première critique négative, son taux de vente baisse : l'utilisateur doit adapter son comportement aujourd'hui s'il ne veut pas détériorer ses positions demain (voir, sortir de l'échange). Les utilisateurs sachant qu'ils risquent de sortir de l'échange en recevant une mauvaise note vont ainsi fournir un niveau d'effort élevé, et surtout éviter d'eux-mêmes tout comportement nuisible pour les autres (Weber, 2014).

Instruments aux mains de la multitude et au service de la multitude, ces outils permettent à cette dernière de se coordonner sans recourir à des managers intermédiaires (Rosenblat & Stark, 2015) : les utilisateurs, vont se noter entre eux pour éliminer l'incertitude qui les empêchaient hier d'échanger des services entre eux. Comme le suggèrent Ragainie, Oiry, & Grimand (2014), cet outil endosse finalement une double dimension, à la fois contraignante et habilitante : il permet aux utilisateurs de conformer leurs pairs aux bonnes pratiques en s'appuyant sur la menace d'une sanction (ce que Castells, (2011) appelle le « network power »), ce qui autorise, parallèlement, des échanges jusque-là impossibles.

Ainsi, en plaçant un « surveillant » potentiel derrière chaque utilisateur dans une sorte de « panoptique », (Foucault, 1975) générant de l'information publique et durable à propos de tous, visible par tous, les systèmes de notation permettent non seulement à ceux qui les utilisent, de « voir dans l'espace » mais aussi de « voir dans le temps », en inscrivant l'information dans la durée. Dans le panoptique, la surveillance est « permanente dans ses effets même si elle est discontinue dans son action » (Foucault, 1975, p.202), puisque les prisonniers ne savent pas lorsque le surveillant les regarde, ou non. Ici, les données sont matérielles, écrites, stockables : tout le monde pourra voir (savoir) demain ce qui s'est passé maintenant. Le bouche à oreille électronique, rendu possible par le système de notation, semble donc conçu pour étendre le savoir et le pouvoir dans l'espace et dans le temps, rendant alors possible l'interaction de la multitude. Mais qu'en est-il en pratique ?

2.3 LES SYSTEMES DE NOTATION EN PRATIQUE : DES BIAIS D'INFORMATION ET D'USAGE

Dans les faits, l'information générée par les utilisateurs, apparaît souvent biaisée. Si, les motivations des utilisateurs à partager leurs opinions en ligne sont diverses (Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh, & Gremler, 2004) pouvant relever tant de l'altruisme, que de la vengeance, le partage d'information que constitue la publication d'un avis est un bien commun, et en tant

que tel est peu susceptible d'être parfait (Resnick & Zeckhauser, 2002). D'ailleurs, les utilisateurs ont a priori la possibilité, si ce n'est l'intérêt, de mettre en place des stratégies de contournement, permettant par exemple de ne pas noter quelqu'un ou encore à deux « mauvais » utilisateurs de s'échanger une bonne note entre eux.

Certains articles ont ainsi présenté les biais de l'information fournie par les systèmes de notation. Nosko & Tadelis (2015) montrent par exemple que les évaluations étonnamment positives échangées par les utilisateurs d'eBay ne sont pas la preuve que le système de réputation marche de façon parfaite (en éliminant l'ensemble des mauvais utilisateurs), mais au contraire, constituent une preuve de son biais. En comparant le nombre de mauvaises évaluations effectivement données par les utilisateurs au nombre de plaintes ou réclamations portées à la plateforme de façon non-publique, ils mettent en évidence un « manque » d'évaluations négatives. Fradkin, Grewal, Holtz, & Pearson (2015) aboutissent au même type de résultat pour AirBnB. Ces systèmes ne permettent donc pas de discriminer l'ensemble des utilisateurs se comportant mal, ou dangereusement, faute d'évaluations négatives. Les raisons avancées alors pour expliquer ce déficit de mauvaises notes sont multiples : forme de courtoisie réciproque, peur des représailles ou peur d'un potentiel litige futur (Resnick & Zeckhauser, 2002) ou encore, plus précisément pour les activités de services, la réciprocité sociale (Fradkin et al., 2015).

Si l'information générée par les systèmes de notation est biaisée, elle semble aussi utilisée de façon « imparfaite ». Ainsi, Livingston, (2005) s'appuyant sur des données d'eBay, montre que, si il y a effectivement un lien entre le niveau de réputation des vendeurs et le nombre d'enchères reçues (ainsi que la probabilité de conclure une vente, et le niveau de prix de vente final), ce lien n'est pas linéaire. Concrètement, la dernière note reçue par un individu a moins d'impact, en termes de prix, ou de chance de conclure une transaction, que l'avant dernière. Le caractère incitatif, et coercitif, des notes, ne semble donc pas uniforme pour l'ensemble des utilisateurs. Certains, ceux ayant reçus le plus de notes (les plus expérimentés sur la plateforme), semblent, dans cette perspective, être en mesure de tirer parti de la situation, et alors d'imposer leurs conditions aux utilisateurs avec lesquels ils entrent en transaction.

« Information biaisée », utilisée de façon « imparfaite », l'usage du système de notation qui se dessine en pratique s'apparente en première approche à une anomalie, relevant peut-être d'un défaut de fonctionnement du système. A la fois condition et produit de l'action (Orlikowski, 1992), ce système paraît en effet réintégrer des possibilités de comportements stratégiques (c'est-à-dire, dans ce contexte, la possibilité pour certains utilisateurs de tirer parti de

certaines transactions au détriment de leur interlocuteur). Il convient alors d'analyser précisément l'appropriation du système par les utilisateurs afin de saisir ses « effets structurants [...] sur le réel et sa perception par les acteurs » (Grimand, 2012) et notamment sur les rapports de pouvoir qu'il organise.

2.4 LES SYSTEMES DE NOTATION EN PRATIQUE : SIEGES DE RAPPORTS DE POUVOIR ?

Les systèmes de notation relèvent certes de décisions et sont produits par les architectes des plateformes, dans une « finalité organisationnelle » (Chiapello & Gilbert, 2013), c'est-à-dire qu'ils entretiennent un « rapport étroit avec la performance telle que la direction de l'organisation la perçoit » (p.33). Mais en utilisant ces outils matériels, qui ont un but, et qui contraignent l'action, les individus les redéfinissent, par l'usage répété qu'ils en font. Ces outils résultent donc de l'action humaine en cela que les individus les modifient, se les approprient. Ils sont donc à la fois des médias des actions des individus mais aussi les résultantes de celles-ci (Orlikowski, 1992) : en cela, ils ne sont donc pas seulement les « réceptacles des intentions de leurs concepteurs » (Grimand, 2012)

Ces systèmes de notation, en tant qu'outils de gestion, ne sont ainsi pas neutres (Chiapello & Gilbert, 2013) : par leur matérialité, par les informations, ou le type d'information qu'ils génèrent par exemple, ils produisent aussi du sens, et sont donc les conditions de l'action. Barad (2007) (cité par Orlikowski & Scott, 2013), reprend ainsi l'exemple d'un individu explorant une pièce, dans l'obscurité, avec un canne : si ce dernier va, grâce à cet outil particulier, avoir des informations sur les contours de la pièce, il n'en aura aucune sur la texture, ou la température de tel ou tel élément. De même les données que construit le système de notation des plateformes, « par leur format, [...] produi[sen]t des effets spécifiques de cognition et d'action » (Callon & Muniesa, 2007).

Le caractère dual de ces systèmes de notation invite donc à ne pas limiter leur analyse à leur dimension fonctionnelle, mais à bien prendre en compte les « pratiques » de ceux qui l'utilisent, afin d'en comprendre les implications dans l'organisation (Orlikowski, 2000), notamment comment son usage « structure et transforme les relations entre acteurs » (Ragaine et al., 2014). Dans la même perspective Chiapello & Gilbert, (2013) suggèrent de compléter l'analyse fonctionnelle, « traditionnelle » d'un outil de gestion par l'analyse de ses aspects structurels (« de quoi est-il fait » ?), et processuels (« celle de son actualisation dans l'usage »). Enfin, c'est aussi en ce sens que De Vaujany (2006) plaide pour que l'analyse de l'aspect « instrumental » des outils de gestion soit complétée par une approche de leurs

aspects (1) socio-politiques (c'est-à-dire dans les relations qu'ils organisent), et (2) psychocognitifs (c'est-à-dire des savoirs qu'ils permettent, génèrent) – ces deux aspects n'étant pas toujours dissociables.

Finalement, les systèmes de notation ont été mis en place pour limiter l'incertitude inhérente aux échanges de services entre inconnus en autorisant une meilleure information, ainsi que pour empêcher tout abus d'un utilisateur sur l'autre, en donnant une possibilité de sanction/coercition à libre disposition de chacun. Notre article propose d'analyser comment les pairs, qui échangent entre eux, et qui se rencontrent, l'utilisent en pratique, et en quels sont les effets de cette utilisation sur l'organisation des relations qu'ils nouent entre eux, le temps d'une transaction. Peut-on repérer des usages différenciés, notamment au vu de l'expérience des utilisateurs, comme peuvent le suggérer les résultats de Livingston (2005) ? Ces usages différenciés transforment-ils les systèmes de notation en instruments de pouvoir asymétriques, permettant à certains de « prendre l'avantage » de façon structurelle, c'est-à-dire de façon répétée, pérenne? In fine, si le bouche-à-oreille traditionnel permet le contrôle social dans la « compagnie des égaux » (Freidson & Rhea, 1963), quel contrôle, en pratique, permet le bouche-à-oreille électronique ?

3. METHODOLOGIE

3.1. LE CONTEXTE DE L'ETUDE : LA PLATEFORME DE COVOITURAGE BLABLACAR

BlaBlaCar est une plateforme de covoiturage, qui organise un échange de services de transport entre particuliers: des utilisateurs renseignent le trajet qu'ils vont effectuer ainsi que le nombre de passagers qu'ils peuvent accueillir sur celui-ci ; d'autres peuvent alors trouver un conducteur ayant des places libres pour le trajet qu'ils souhaiteraient réaliser. Contrairement à d'autres plateformes telles Drivy ou Zipcar, les utilisateurs de Blablacar effectuent un trajet ensemble (en en partageant les frais) ; ils se côtoient physiquement, le temps du trajet (soit en moyenne 330 kilomètres¹). (Bardhi & Eckhardt, 2012) parlent de plateformes d'accès à l'usage « avec forte implication du consommateur ».

Sur cette plateforme, les conducteurs fixent eux-mêmes le prix de leur trajet, mais, les tarifs sont encadrés. La réservation d'un trajet, ou la proposition d'un trajet, ne peuvent s'effectuer qu'en ligne. Les possibilités de communication entre utilisateurs avant réservation sont réduites au strict minimum (modération stricte sur les pages publiques de questions,

¹ <https://www.blablacar.fr/blablalife/reinventer-voyage/construire-la-confiance/loi-covoiturage-blablacar-legal>

coordonnées des utilisateurs non publiques, etc.). Après réservation, les utilisateurs obtiennent le numéro de leur interlocuteur, et peuvent échanger librement (échange de messages, appels, etc.), sans contrôle ni intervention de la plateforme. Lorsqu'ils effectuent leur réservation, les passagers reçoivent un code de six caractères, qu'ils donneront au conducteur, une fois le trajet effectué. Lorsque le code est rentré par le conducteur sur la plateforme, l'argent lui est reversé.

La latitude d'action des utilisateurs avant l'échange semble donc plutôt limitée. Pendant l'échange, au contraire, les utilisateurs sont exempts de tout contrôle direct de la plateforme (il n'y a pas de suivi GPS par exemple, comme sur Uber ; Rosenblat & Stark, 2015). Après le trajet, conducteurs et passagers sont invités à laisser un avis sur leur expérience, par le biais du système de notation. Les utilisateurs peuvent noter leur interlocuteur sans que celui-ci ne le fasse, et inversement². Concrètement, les utilisateurs sont invités à « évaluer leur expérience », en indiquant s'ils la considèrent comme « Parfaite » (ce qui équivaut à 5 étoiles, ie. 5/5), « Très Bien » (ce qui équivaut à 4/5), « Bien » (ce qui équivaut à 3/5), « Décevante » (ce qui équivaut à 2/5), ou « A éviter » (ce qui équivaut à 1/5). L'ensemble des avis reçus est agrégé, calculé comme une moyenne, et incorporé au profil des utilisateurs.

Les utilisateurs de BlaBlaCar présentent 98% d'évaluations positives³ ce qui nous encourage à mieux saisir ce que révèle cette statistique en termes d'usage de la note. Par ailleurs cette plateforme nous semble particulièrement intéressante à étudier car BlaBlaCar a réussi à dépasser la « masse critique » (Botsman & Rogers, 2010) tant recherchée sur les marchés bifaces (Katz & Shapiro, 1985) (Rochet & Tirole, 2006) : la plateforme détient en effet un quasi-monopole, en Europe, sur son marché (elle déclare 90% des parts de marché⁴ sur le covoiturage de longue distance en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne notamment) et agit sur un réseau large d'utilisateurs (autour de 20 millions) aux profils divers d. Ainsi, en

² Peu de temps avant le début des entretiens, et suivant l'exemple de AirBnB, BlaBlaCar a modifié son système de notation. Aujourd'hui, si un utilisateur laisse un avis, l'utilisateur concerné par cet avis doit lui aussi donner un avis, pour pouvoir lire celui qu'il a reçu. S'il ne le fait pas, il doit attendre 14 jours pour pouvoir voir l'avis laissé, et n'a plus le droit de donner un commentaire en retour. Ces modifications récentes font écho aux réflexions de certains articles précédemment cités, puisque elles sont sensées prévenir toutes formes de « représailles » (Resnick, 2002) (Fradkin et al., 2015) qui pouvaient pousser les utilisateurs à ne pas donner de mauvaises notes, même lorsqu'ils vivaient de mauvaises expériences.

³ <http://tomslee.net/2013/09/some-obvious-things-about-internet-reputation-systems.html>

⁴ <http://www.rtl.fr/actu/conso/blablacar-est-le-leader-europeen-incontesté-du-covoiturage-7777382334>

2015⁵ les étudiants représentent 14% des conducteurs et 28% des passagers, 36% des utilisateurs ont entre 18 et 25 ans, 28% à entre 26 et 35 ans, et 36% ont plus de 35 ans, etc. Il devient alors pertinent de comprendre si, et comment, la note permet la coordination d'une telle multitude et quelle forme de pouvoir elle autorise au sein de cette multitude.

3.2. RECUEIL DE DONNEES ET CHOIX METHODOLOGIQUES

Notre travail se base donc sur une étude de cas unique, la plateforme BlaBlaCar faisant alors figure de « cas-type » (Yin, 1984) permettant une analyse fine des usages des systèmes de notation et des rapports de pouvoir qu'ils entretiennent entre utilisateurs de cette plateforme. La visée compréhensive de notre travail, nous invite à adopter une méthode de recherche qualitative. En effet, Dumez (2011), souligne que ces méthodes s'attachent à appréhender le sens donné par les acteurs à leurs comportements, dans une situation, un contexte donnés.

Notre collecte de données a commencé par de l'observation participante à des trajets de covoiturage, afin d'acquérir de premiers éléments de compréhension de la façon dont les individus utilisent cette plateforme et son système de notation. Ces données d'observation, ainsi que notre revue de littérature, ont guidé la construction de notre guide d'entretiens (qui se décompose en trois parties : dans l'introduction, l'utilisateur est questionné sur ses habitudes générales en matière de covoiturage ; dans la première partie, nous tentons de comprendre ses usages du système de notation – est-ce qu'ils regardent les notes avant de choisir un conducteur ou un passager ? quelles notes mettent-ils généralement et pourquoi ? ; et dans la deuxième partie, nous étudions en quoi ce système de notation influence ses comportements durant la transaction - c'est-à-dire par exemple, est-ce que le fait d'être noté pousse l'utilisateur à faire des efforts supplémentaires, ou inversement ?). Nous avons mené 11 entretiens semi-directifs auprès d'utilisateurs de la plateforme de covoiturage BlaBlaCar. Une relative liberté a été conservée, dans ces entretiens, afin de laisser la possibilité de faire émerger de la discussion des usages et des pratiques spécifiques, non perçus par la littérature, et ce, pour éviter la circularité de notre réflexion (Dumez, 2011). Ces entretiens ont constitué la principale source de données primaires pour l'étude ici menée. L'ensemble des entretiens représente 61 pages retranscrites, ce qui correspond à des entretiens d'une durée oscillant entre 30 minutes et 1 heure, menés à Lyon entre avril et mai 2015.

⁵ <https://www.blablacar.fr/blablalife/reinventer-voyage/covoiturage-et-societe/boom-covoiturage-plus-de-40-ans>

Notre objectif étant d'étudier un possible usage différencié du système de notation selon le profil des utilisateurs, ces entretiens ont été menés auprès d'un échantillon d'utilisateurs aux profils démographiques divers, et ayant des utilisations de la plateforme différentes (ancienneté, régularité, utilisation en tant que conducteur et passager, etc.). Nous avons interviewé des utilisateurs aux niveaux d'expérience différents. Pour approcher leur niveau d'expérience (codé « Expérimenté » ou « Non Expérimenté » dans le tableau ci-dessous) nous nous sommes appuyés sur le système des statuts, proposé par BlaBlaCar. Ainsi, les utilisateurs ayant le statut d'ambassadeur constituent la catégorie « expérimentés », les autres la catégorie « non expérimentés ». Le Tableau 1 présente les profils des utilisateurs interrogés.

Tableau 1. Portrait des utilisateurs interrogés

	Nom	Genre	Âge	Utilisation	Nombre d'avis (Négatifs)	Expérience
1	AC1	F	24	Conducteur	77 (0)	Expérimenté
2	G1(*)	M	28	Conducteur & passager	n.s. (n.s.)	Expérimenté
3	K1	M	31	Conducteur & passager	22 (2)	Expérimenté
4	L1	F	21	Conducteur & passager	13 (1)	Non Expérimenté
5	M1	F	24	Conducteur	14(0)	Non Expérimenté
6	P1(**)	F	21	Passager	n.s. (n.s.)	Non Expérimenté
7	R1	M	32	Conducteur majoritairement	50 (0)	Expérimenté
8	V1	M	23	Conducteur & passager	125 (0)	Expérimenté
9	M1	M	48	Conducteur	106 (0)	Expérimenté
10	S1	F	23	Passager	1(0)	Non Expérimenté
11	A1	M	26	Passager, rarement conducteur	11(0)	Non Expérimenté

(*) G. a effectué plusieurs trajets avec le compte de sa concubine, donc ses « statistiques » BlaBlaCar ne reflètent pas exactement ses habitudes. Nous nous sommes appuyées sur les verbatims de ses entretiens pour inférer de son expérience sur le site

(**) P. a récemment changé de profil (en changeant de téléphone & de carte bleue), donc ses statistiques actuelles ne reflètent pas sa situation, ni ses habitudes . Nous nous sommes appuyées sur les verbatims de ses entretiens pour inférer de son expérience sur le site

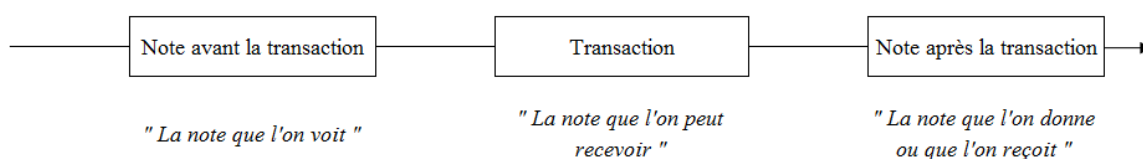
Nous avons triangulé les données primaires collectées avec l'observation détaillée des profils BlaBlaCar des utilisateurs interrogés, et ainsi confronter leurs déclarations à certains aspects de leurs pratiques réelles, qui apparaissaient dans leurs profils. Cela nous a permis in fine de renforcer la fiabilité des données déclaratives collectées. Enfin, les données collectées ont été

analysées à l'aide d'un codage thématique, codage qui s'est progressivement raffiné au fur et à mesure de nos entretiens.

4. RESULTATS

Cette partie propose une présentation analytique de nos résultats (cf. Figure 1). Des exemples précis de *verbatim* collectés durant les entretiens sont disponibles en Annexe 1.

Figure 1 – Présentation analytique des résultats



4.1. « LA NOTE QUE L'ON VOIT » : UN USAGE DIFFERENCIE

4.1.1 Une bonne note : condition nécessaire (mais non suffisante) pour les moins expérimentés

Les utilisateurs inexpérimentés expriment fréquemment des craintes, quant à l'utilisateur qu'ils vont rencontrer : ils ont ainsi peur de s'engager dans une transaction avec un utilisateur dangereux (par exemple quelqu'un conduisant mal, dans une voiture mal entretenue, ou ayant de mauvaises intentions, etc.), et ils craignent de devoir composer avec des individus avec lesquels ils ne s'entendent pas. Ils déclarent passer outre ces craintes grâce au système de notation et affirment se trouver rassurés des informations ainsi générées. La bonne note de l'interlocuteur potentiel semble donc un élément central dans la prise de décision des utilisateurs les moins expérimentés, lorsqu'ils hésitent à s'engager dans une transaction sur la plateforme : ils observent attentivement les profils et les notes, et surtout, déclarent que l'absence de note est un critère dissuasif. Ils ne s'engagent d'ailleurs pas, ou avec réticence, dans des transactions avec des utilisateurs n'ayant que peu ou pas d'avis.

Si la bonne note de l'interlocuteur potentiel est une condition nécessaire pour que les utilisateurs les moins expérimentés s'engagent dans une transaction, ça n'est pas une condition suffisante. Ainsi, plusieurs utilisateurs ayant peu d'expérience affirment qu'ils évitent de s'engager dans des transactions durant lesquelles ils peuvent se retrouver seul avec un utilisateur, et ce, même si ce dernier présente de bonnes notes : ces utilisateurs

inexpérimentés, par exemple, vont être réticents à s'engager comme le premier passager sur un trajet, et vont attendre que d'autres passagers réservent sur le trajet souhaité.

4.1.2 La note de l'interlocuteur : une donnée annexe pour les utilisateurs les plus expérimentés

La plupart des utilisateurs les plus expérimentés, conducteurs comme passagers, ne prêtent plus grande attention à la note de leur interlocuteur potentiel, regardent les profils de façon machinale, lorsqu'ils ont du temps à perdre, voire affirment ne plus la regarder du tout. Ils déclarent néanmoins l'avoir fait lorsqu'ils étaient inexpérimentés.

Sur BlaBlaCar, les conducteurs ont le choix entre plusieurs modes de fonctionnement : le mode de réservation « automatique » (dans lequel la réservation d'une place est immédiate, le conducteur ne vérifie pas les passagers qui vont monter dans sa voiture), et le mode de réservation « manuel » (les conducteurs réceptionnent les demandes des passagers qui souhaitent effectuer le trajet avec eux, et ont possibilité de les accepter ou non). Nos entretiens montrent que les conducteurs expérimentés, pour la plupart, semblent utiliser le mode d'acceptation automatique. Ils affirment en effet avoir remarqué que l'utilisation de l'acceptation manuelle les desservait, soit parce qu'elle faisait fuir les passagers (qui ne veulent pas attendre d'être acceptés), soit parce qu'elle était trop coûteuse en organisation, en temps, (les conducteurs doivent discriminer selon les profils, donner une réponse dans un laps de temps donné, etc.) comparé aux bénéfices qu'elle apportait.

4.1.3 La mauvaise note : signal sur l'émetteur plus que sur le récepteur

De plus, lors de nos entretiens nous nous sommes aperçus que l'information donnée par une note est parfois traitée par les utilisateurs comme une information, non pas sur l'utilisateur ayant reçu la note, mais comme une information sur celui l'ayant donnée. Par exemple, plusieurs utilisateurs développent des a priori négatifs non pas sur l'utilisateur recevant une mauvaise note, mais sur l'utilisateur l'ayant laissée.

Si l'utilisation de l'information donnée par la note varie selon le profil des utilisateurs, la pression exercée par la note n'est pas plus uniforme.

4.2. « LA NOTE QUE L'ON PEUT RECEVOIR » : UN POUVOIR COERCITIF ASYMETRIQUE

4.2.1 La perspective d'une mauvaise note : non dissuasive pour les utilisateurs expérimentés

Nous avons précédemment souligné que les utilisateurs les plus expérimentés accordaient peu d'importance à la note de leur interlocuteur. De même, ils accordent peu d'importance aux notes que vont leur laisser les autres. En effet, les utilisateurs expérimentés semblent croire qu'ils ont obtenus suffisamment de bonnes notes pour contrebalancer toute mauvaise note qui pourrait advenir. Ils n'ont plus « besoin » d'avoir de bonnes notes, et surtout, ne ressentent plus la menace d'une potentielle mauvaise note, puisqu'ils considèrent qu'une mauvaise note n'aura pas d'influence sur leur capacité future à entrer dans l'échange. Les notes qu'ils ont « accumulées » leur permettent de ne plus se soucier des notes à venir.

4.2.2 La menace de la mauvaise note : contraignante pour les moins expérimentés

A l'inverse, les utilisateurs les moins expérimentés, nous l'avons vu, prêtent attention à la note de leur interlocuteur : c'est un élément central dans leur prise de décision. De façon symétrique, ils sont convaincus que le peu d'information disponible à leur propos joue en leur défaveur. Ainsi, ils semblent exprimer davantage de craintes quant à la possibilité de recevoir une mauvaise note.

Une utilisatrice de la plateforme, racontant un trajet particulièrement désagréable (voire dangereux) lors duquel elle était passagère, déclare ne pas avoir fait de remarques au conducteur durant le trajet, et surtout, affirme ne pas avoir laissé de mauvais commentaires sur son profil, par peur de recevoir une mauvaise note en retour, et alors que cette mauvaise note aurait été plus dommageable pour elle que pour le « mauvais » conducteur. L'existence d'une « menace » asymétrique peut donc favoriser les utilisateurs expérimentés, en leur permettant par exemple d'imposer leurs conditions de voyage.

4.3 LA « NOTE QUE L'ON DONNE » OU « LA NOTE QUE L'ON REÇOIT » : UN USAGE ASYMETRIQUE

4.3.1 La « mauvaise note », sous-utilisée comme sanction

Les entretiens montrent que les utilisateurs, expérimentés ou non, conducteurs ou passagers, ont souvent des réticences à donner de mauvaises notes, même lorsqu'ils ont vécu des expériences dangereuses et/ou désagréables. Ils préfèrent ne pas laisser de note du tout. La sous-utilisation des mauvaises notes comme outils de sanctions s'explique en partie par la

peur de représailles (les utilisateurs ont peur de recevoir une mauvaise note en réponse à une mauvaise note laissée), mais pas seulement. Ainsi, plusieurs d'entre eux évoquent la difficulté de noter une personne, surtout lorsqu'ils ont passé du temps avec elle. Ils hésitent à mal noter un utilisateur avec lequel ils ont « juste » noué une mauvaise relation interpersonnelle : ils considèrent leur jugement comme subjectif, et ne veulent pas influencer négativement la position d'un utilisateur qu'ils n'ont juste « pas apprécié ». D'ailleurs, des utilisateurs ont relatés des situations dans lesquelles l'aspect interpersonnel « positif » avait primé sur l'aspect « matériel » « négatif » (le trajet s'est mal déroulé, il y a eu du retard, et ce, à cause du conducteur, mais ce dernier était « gentil »).

Dans les cas « extrêmes », certains utilisateurs laissent une mauvaise note, d'autres pas, mais tous se tournent avant tout vers la plateforme pour qu'elle assume le rôle d'exclusion. Le système de notation ne paraît pas assez « puissant » dans ces moment-là.

4.3.2 La « bonne note » donnée surtout comme un satisfecit, et reçue comme l'attestation d'une bonne impression

A l'inverse, la note est volontairement donnée lorsque l'expérience s'est particulièrement bien déroulée, apparaissant alors comme sanction positive. Les utilisateurs qui se sont particulièrement bien entendus durant le trajet sont enclins à laisser une bonne note, et un commentaire positif. Ils utilisent la note pour signaler à l'autre qu'ils ont apprécié le moment, évoquent le plaisir de donner un « clin d'œil », faisant échos à leurs discussions.

D'autre part, le fait de recevoir une « bonne note » est vécu comme la confirmation de la bonne impression que les utilisateurs ont pu ressentir. Elle atteste le partage d'un bon moment, de façon réciproque, « rassure » les utilisateurs sur la véracité de ce qu'ils ont vécu.

4.3.3 Une asymétrie d'usage perçue par certains

La plupart des utilisateurs, dès qu'ils ont un peu d'expérience sur la plateforme déclarent avoir remarqué l'existence d'un biais en faveur des « bonnes » notes. Plusieurs soulignent le fait que les mauvaises expériences sont rarement évoquées dans les notes ou les commentaires, et s'interrogent à ce propos d'ailleurs. Si les utilisateurs n'hésitent pas à dire lorsqu'une transaction s'est bien passée, et ont même du plaisir à le faire, ils ont des réticences à le faire, dans le cas contraire. L'information générée est ainsi biaisée.

5. DISCUSSION

S'il on utilise la grille d'analyse proposée par Chiapello et Gilbert (2013) pour saisir la réalité de cet outil de gestion, il apparaît que le système de notation de la plateforme Blablacar voit effectivement sa « dimension fonctionnelle » remise en cause par les utilisateurs. Ce système unique et disponible pour tous, a en effet été mis en place dans le but d'assurer une coordination décentralisée et démocratique de la « multitude » (sans recours à un « middle-managers » (Rosenblat & Stark, 2015)), lui permettant de limiter la latitude d'action et le potentiel de nuisance de chacun. Or, nos observations confirment que cette « fonction officielle de l'outil n'épuise pas toutes ses fonctions possibles et ne permet qu'imparfaitement d'anticiper ses effets réels » (ibid, p. 33).

Des usages émergents

En effet, nos entretiens mettent à jour des usages du système de notation très éloignés de sa « fonction officielle ». Premièrement, la « mauvaise note vue » agit parfois comme révélateur d'information sur l'évaluateur et non sur l'évalué. Deuxièmement, si les expérimentés affirment ne plus noter, en général, ils soulignent qu'ils continuent de donner la note maximale aux utilisateurs avec qui ils se sont particulièrement bien entendus. Symétriquement, la « bonne note reçue » permet à un utilisateur de confirmer les bonnes impressions qu'il a eu sur un trajet, de confirmer la réalité de ce qu'il a vécu. La note maximale, pour les utilisateurs confirmés en particuliers, n'est pas « anodine » (comme pourrait le laisser penser les 98% de 5/5 relevés en 2013⁶ sur un échantillon de près de 20 000 notes) : c'est la volonté, souvent, de signaler à son interlocuteur que l'on a particulièrement apprécié le trajet en sa compagnie. Inversement, les deux principales fonctions « originelles » (1) d'information préalable à l'échange et (2) de sanction/coercition suite à l'échange ne sont remplies que très partiellement et seulement pour une sous-partie de la population des utilisateurs.

Des usages évolutifs plus favorables aux expérimentés

Non seulement les usages observés s'éloignent de ceux initialement prévus au moment de la conception de l'outil, mais ils diffèrent aussi entre utilisateurs. Les entretiens montrent ainsi que les utilisateurs, selon leur niveau d'expérience sur la plateforme, n'ont pas les mêmes pratiques de notation. Concrètement, les utilisateurs non-expérimentés utilisent la note comme un outil d'information et d'assurance leur permettant de discriminer ex-ante les utilisateurs

⁶ <http://tomslee.net/2013/09/some-obvious-things-about-internet-reputation-systems.html>

avec lesquels ils acceptent d'entrer en transaction. De façon symétrique, ils attachent de l'importance aux notes qu'ils reçoivent à l'issue des transactions, et considèrent qu'une mauvaise note pourrait les faire sortir de l'échange. A l'inverse, les utilisateurs expérimentés semblent avoir adapté leur usage de la note : celle-ci leur sert avant tout après l'échange, pour signaler à leur interlocuteur qu'ils ont passé un bon moment. (cf Tableau 2).

Tableau 2. Comportement, postures et usages du système de notation , selon le niveau d'expérience des utilisateurs

	Utilisateurs Expérimenté(s)	Utilisateurs non Expérimenté(s)
Fonction d'usage de la note avant l'échange (« la note vue »)	Peu prise en compte + Révélateur d'information quant à l'évaluateur plus que quant à l'évalué	Garantie/assurance + Discrimination entre les potentiels interlocuteurs
Comportement face à la note durant la transaction (« la note que l'on peut recevoir »)	Indifférent	Interactif car la menace de la mauvaise note est crédible
Fonction d'usage de la note après l'échange (« la note donnée » ou « la note reçue »)	Peu utilisée, avant tout une récompense	Récompense vis à vis des autres + Information, signal de leur propre bonne conduite

Alors que la note peut permettre aux utilisateurs d'exercer leur « networking power » (Castells, 2011) ie de juguler l'entrée sur la plateforme, on remarque aussi sur ce point un usage contextuel : les utilisateurs expérimentés rendent possible l'entrée de nouveaux utilisateurs, quelles que soient leurs notes, alors que les non expérimentés ont tendance à laisser les autres inexpérimentés aux portes de la plateforme. David, l'inexpérimenté, semble refuser l'accès à l'échange à d'autres David, mais sollicite les rencontres avec Goliath. Par ailleurs, entre membres d'ores et déjà autorisés sur la plateforme, le système de notation sert plutôt à entretenir une sorte de standard : « voyager entre gens de bonne compagnie ». Les expérimentés continuent en effet à donner des notes qu'à la condition s'ils se soient effectivement très bien entendus avec leurs interlocuteurs. Castells (2011) parle alors de « networked power ». Enfin, il apparaît que les utilisateurs ne savent pas vraiment comment se servir de l'outil en cas d'insatisfaction, et dès lors préfèrent renoncer à son usage dans ces cas. Du coup, le rôle coercitif d'exclusion n'est pas rempli par la note, mais demeure

l'apanage de la seule plateforme. Jamais David ne terrasse Goliath, alors même qu'on lui met des armes à disposition.

Une explication possible à de tels résultats réside dans ce que Chiapello et Gilbert (2013) appellent la « dimension structurelle » du système de notation ou ce que Orlikowski & Scott (2013) évoquent par matérialité, et contexte situé. En effet, par le truchement d'une seule et unique note, les utilisateurs de la plateforme Blablacar ayant passé du temps ensemble doivent porter un jugement sur l'expérience qu'ils viennent de vivre. Ces notes, censées donner, de façon publique, des informations sur la « qualité de l'expérience » vécue, non seulement ont des contours flous, mais en plus portent à la fois sur des gens (plus ou moins courtois, aux discussions riches ou non), des actions (le co-voiturage en tant que tel) et des résultats d'activité (être arrivé à l'heure et à destination). L'utilisateur se trouve dans l'incapacité de dissocier la prestation de service (transport) de son prestataire (l'humain), incapable de séparer la partie BlaBla de la partie Car. Du fait (notamment) de son caractère personnifié, la « note que l'on donne » devient alors presque exclusivement favorable. Le biais de l'outil et sa matérialité contraignante (une seule note) redonne une certaine « latitude d'action » aux acteurs (Crozier & Friedberg, 1977), ce qui leur permet d'adapter leurs usages, et leurs pratiques.

In fine, ces différences d'usage semblent participer à la construction d'une position structurellement plus favorables aux plus expérimentés, qui :

- 1) connaissent les biais et le fonctionnement du système
- 2) ne se sentent pas surveillés contrairement aux non-expérimentés
- 3) n'ont plus à se soucier de leur inclusion dans le réseau sous-tendu par la plateforme (car ils ont obtenu suffisamment d'évaluations favorables par le passé)
- 4) de fait sont prioritaires sur les trajets proposés (puisque les utilisateurs non-expérimentés cherchent à être rassurés).

Non seulement les utilisateurs les plus expérimentés peuvent conserver leur marge de manœuvre initiale (puisque'ils sont les premiers arrivés sur la plateforme), mais en plus les inexpérimentés acceptent les conditions de ces derniers sans les sanctionner (de peur de recevoir une mauvaise note, ou par peur des représailles) et les préfèrent dans la transaction, tout participant finalement à renforcer le pouvoir de Goliath. Dans ce contexte, les utilisateurs plus expérimentés peuvent alors non seulement imposer leurs conditions de voyage aux

utilisateurs les moins expérimentés, et donc, leur « faire faire ce qu'ils n'auraient pas fait par ailleurs » (Dahl, 1957), mais ils voient aussi leur pouvoir renforcé, puisqu'ils adoptent un comportement indifférent face à la note (ie. conservent leur comportement naturel), là où les utilisateurs moins expérimentés vont se montrer interactifs (au sens de Hacking (2001)), en réagissant à l'information qui est portée sur eux et/ou en l'anticipant pour adapter leur comportement.

Finalement, nos entretiens révèlent une forme d'autonomisation du système de notation : la façon dont les utilisateurs s'en servent évolue au fur et à mesure qu'ils l'utilisent (cf la dimension processuelle, (Chiapello & Gilbert, 2013)) et s'éloigne de la fonction originelle pour laquelle il a été imaginé, autorisant alors de nouvelles formes de pouvoir et une nouvelle répartition du pouvoir entre utilisateurs. L'évolution des usages va de pair avec l'information biaisée fournie par le système originel et l'apprentissage qu'en ont fait les plus expérimentés (Vaujany, 2006). Ces derniers s'émancipent en effet progressivement du système de notation, percevant de moins en moins son caractère contraignant et mettant surtout à profit sa vertu habilitante. Ils développent alors par leurs usages originaux du système de notation, une forme nouvelle de régulation (Reynaud, 1998), en leur faveur et très éloignée de celle initialement aux mains de la plateforme à l'origine de la construction du système de notation. Ils renforcent de plus par-là les biais du système, puisqu'ils ne donnent plus que des bonnes notes.

Du fait de cette appropriation par les plus expérimentés, le système de notation voit son rôle se transformer. Les usages évoluent au fil de l'expérience, ce qui modifie (notamment) les rapports de pouvoir entre pairs (De Vaujany, 2006; Ragaigne et al., 2014). Il semble alors que ce soit Goliath qui assume de facto les fonctions de « régulateur de contrôle » (au sens de Reynaud, 1998) et non plus la plateforme. Alors que la conjonction de l'outil système de notation et de son usage uniforme par tous les utilisateurs devait autoriser un panoptique généralisé « à la Big Brother », les usages réels semblent surtout renforcer Goliath.

6. CONCLUSION

Dans cet article nous avons cherché à comprendre la façon dont les utilisateurs d'une plateforme d'échange de services entre particuliers se saisissent des systèmes de notation à leur disposition, dans l'optique d'appréhender la répartition du pouvoir à laquelle de tels usages donnent naissance. L'étude du cas menée sur la plateforme de covoiturage BlaBlaCar

révèle que si les systèmes de notation servent a priori la « sécurité » des utilisateurs, en récoltant et en générant de l'information publique, par le biais des notes échangées, leurs usages sont plus variés, dans la pratique, et différent selon le niveau d'expérience des utilisateurs sur la plateforme. Nous avançons alors que ces usages différenciés et évolutifs (à mesure que les utilisateurs s'approprient l'outil de notation) couplés à la matérialité limitée de l'outil (une note unique pour évaluer une prestation multicritère) détournent le système de notation de ce pour quoi il avait été conçu par la plateforme (« sa dimension fonctionnelle ») : permettre aux pairs de se coordonner entre eux, par le biais d'un « panoptique » électronique, décourageant tout abus de l'un sur l'autre. Au contraire, nous montrons que la note telle qu'elle est pratiquée, autorise une forme de pouvoir asymétrique, en faveur des plus expérimentés, en quête d'expériences agréables plus que d'assurance quant au comportement de leurs pairs.

Nos résultats encouragent finalement les « architectes des plateformes » (Acquier et al., 2016) à questionner le système de notation qu'ils mettent en place et la ré-organisation qu'il autorise. En effet, la mise en évidence d'une position structurellement favorable aux plus expérimentés interroge la pérennité du modèle d'affaires de ces plateformes: les utilisateurs s'appuyant sur les résultats et observations qu'ils ont obtenus lors des transactions passées pour former des croyances générales à propos de la plateforme, et la qualité des transactions qu'ils effectuent affectant la probabilité qu'ils échantillent à nouveau sur la même plateforme (Nosko & Tadelis, 2015), ne risque-t-on pas de faire fuir les inexpérimentés, alors même que la rentabilité de ces plateformes requiert un nombre conséquent d'utilisateurs (Botsman & Rogers, 2010)? Au-delà, nous avons montré que la clé pour les expérimentés résidait dans la qualité de l'expérience vécue. Or pour juger de la qualité d'une expérience, les utilisateurs la comparent souvent aux attentes qu'ils en avaient. La prochaine étape de notre travail consistera alors à tenter de comprendre comment se forment ces attentes, et notamment à voir si les « architectes des plateformes » et les valeurs qu'ils véhiculent à la création des plateformes peuvent influencer ces dernières et in fine, expliquer l'usage de note.

7. REFERENCES

- Acquier, A., Carbone, V., & Massé, D. (2016). L'économie collaborative : fondements théoriques et agenda de recherche. PICO. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Aurelien_Acquier/publication/301780165_L'ECONOMIE_COLLABORATIVE_FONDEMENTS_THEORIQUES_ET_AGENDA_DE_RECHERCHE/links/5727d95708ae586b21e299b8.pdf
- Alchian, A. A., & Demsetz, H. (1972). Production, Information Costs, and Economic Organization. *American Economic Review*, 62(5), 777–95.
- Arrow, K. J. (1963). Uncertainty and the welfare economics of medical care. *The American Economic Review*, 53(5), 941–973.
- Barad, K. (2007). *Meeting the Universe Halfway: Quantum Physics and the Entanglement of Matter and Meaning*. Duke University Press.
- Bardhi, F., & Eckhardt. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. London: Collins.
- Cabral, L., & Hortaçsu, A. (2010). The Dynamics of Seller Reputation: Evidence from Ebay*. *The Journal of Industrial Economics*, 58(1), 54–78. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6451.2010.00405.x>
- Callon, M., & Muniesa, F. (2007). Les marchés économiques comme dispositifs collectifs de calcul. *Réseaux*, no 122(6), 189–233.
- Castells, M. (2011). Network Theory| A Network Theory of Power. *International Journal of Communication*, 5(0), 15.
- Chiapello, E., & Gilbert, P. (2013). *Sociologie des outils de gestion. Introduction à l'analyse sociale de l'instrumentation de gestion* (La Découverte).
- Chumpitaz, R., & Paparoidamis, N. G. (2007). Service quality, relationship satisfaction, trust, commitment and business-to-business loyalty. *European Journal of Marketing*, 41(7/8), 836–867. <https://doi.org/10.1108/03090560710752429>
- Crozier, M., & Friedberg, E. (1977). *L'acteur et le système : Les contraintes de l'action collective*. Paris: Points.
- Dahl, R. A. (1957). The concept of power. *Behavioral Science*, 2(3), 201–215. <https://doi.org/10.1002/bs.3830020303>

- De Vaujany, F. X. D. (2006). Pour une théorie de l'appropriation des outils de gestion : vers un dépassement de l'opposition conception-usage. *Management & Avenir*, (9), 109–126.
- Dellarocas, C. (2003). The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms. *Management Science*, 49(10), 1407–1424. <https://doi.org/10.1287/mnsc.49.10.1407.17308>
- Dumez, H. (2011). Qu'est-ce que la recherche qualitative?, *7(4-Hiver)*, 47–58.
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir. Naissance de la prison* (Gallimard).
- Fradkin, A., Grewal, E., Holtz, D., & Pearson, M. (2015). Bias and Reciprocity in Online Reviews: Evidence From Field Experiments on Airbnb. In *Proceedings of the Sixteenth ACM Conference on Economics and Computation* (pp. 641–641). New York, NY, USA: ACM. <https://doi.org/10.1145/2764468.2764528>
- Freidson, E., & Rhea, B. (1963). Processes of Control in a Company of Equals. *Social Problems*, 11, 119–131.
- Grimand, A. (2012). L'appropriation des outils de gestion et ses effets sur les dynamiques organisationnelles : le cas du déploiement d'un référentiel des emplois et des compétences. *Management & Avenir*, (54), 237–257.
- Hacking, I. (2001). *Entre science et réalité La construction sociale de ?* Paris: La Découverte.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2015). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, n/a-n/a. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Jøsang, A., Ismail, R., & Boyd, C. (2007). A survey of trust and reputation systems for online service provision. *Decision Support Systems*, 43(2), 618–644. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2005.05.019>
- Katz, M. L., & Shapiro, C. (1985). Network Externalities, Competition, and Compatibility. *The American Economic Review*, 75(3), 424–440.
- Laval, C. (2012). Surveiller et prévenir. La nouvelle société panoptique. *Revue du MAUSS*, (40), 47–72.
- Lazega, E. (2000). Rule Enforcement among Peers: A Lateral Control Regime. *Organization Studies*, 21(1), 193–214. <https://doi.org/10.1177/0170840600211003>

- Livingston, J. (2005). How Valuable Is a Good Reputation? A Sample Selection Model of Internet Auctions. *The Review of Economics and Statistics*, 87(3), 453–465.
- McDonald, C. G., & Slawson, V. C. (2002). Reputation in an Internet Auction Market. *Economic Inquiry*, 40(4), 633–650. <https://doi.org/10.1093/ei/40.4.633>
- Nosko, C., & Tadelis, S. (2015). *The Limits of Reputation in Platform Markets: An Empirical Analysis and Field Experiment* (Working Paper No. 20830). National Bureau of Economic Research. Retrieved from <http://www.nber.org/papers/w20830>
- Orlikowski, W. J. (1992). The Duality of Technology: Rethinking the Concept of Technology in Organizations. *Organization Science*, 3(3), 398–427. <https://doi.org/10.1287/orsc.3.3.398>
- Orlikowski, W. J. (2000). Using Technology and Constituting Structures: A Practice Lens for Studying Technology in Organizations. *Organization Science*, 11(4), 404–428. <https://doi.org/10.1287/orsc.11.4.404.14600>
- Orlikowski, W. J., & Scott, S. V. (2013). What Happens When Evaluation Goes Online? Exploring Apparatuses of Valuation in the Travel Sector. *Organization Science*, 25(3), 868–891. <https://doi.org/10.1287/orsc.2013.0877>
- Ragainne, A., Oiry, E., & Grimand, A. (2014). Contraindre et habiliter : la double dimension des outils de contrôle. *Comptabilité - Contrôle - Audit, Tome 20*(2), 9–37.
- Rasmusson, L., & Jansson, S. (1996). Simulated Social Control for Secure Internet Commerce. In *Proceedings of the 1996 Workshop on New Security Paradigms* (pp. 18–25). New York, NY, USA: ACM. <https://doi.org/10.1145/304851.304857>
- Resnick, P., & Zeckhauser, R. (2002). Trust among strangers in internet transactions: Empirical analysis of ebay's reputation system. In *The Economics of the Internet and E-commerce* (Vol. 11). Baye, Michael R.
- Resnick, P., Zeckhauser, R., Swanson, J., & Lockwood, K. (2006). The value of reputation on eBay: A controlled experiment. *Experimental Economics*, 9(2), 79–101.
- Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2006). Two-sided markets: a progress report. *The RAND Journal of Economics*, 37(3), 645–667. <https://doi.org/10.1111/j.1756-2171.2006.tb00036.x>
- Rosenblat, A., & Stark, L. (2015). Uber's drivers : Information asymmetries and control in dynamic work. Presented at the Labour in the on-demand economy, Centre for European Policy Studies in Brussels.
- Rosenblat, A., & Stark, L. (2016). *Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers* (SSRN Scholarly Paper No. ID 2686227). Rochester, NY: Social Science Research Network. Retrieved from <https://papers.ssrn.com/abstract=2686227>

Weber, T. A. (2014). Intermediation in a Sharing Economy: Insurance, Moral Hazard, and Rent Extraction. *Journal of Management Information Systems*, 31(3), 35–71. <https://doi.org/10.1080/07421222.2014.995520>

Yin, R. K. (1984). *Case study research: design and methods*. Sage Publications.

Zacharia, G., Moukas, A., & Maes, P. (2000). Collaborative reputation mechanisms for electronic marketplaces. *Decision Support Systems*, 29(4), 371–388. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(00\)00084-1](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(00)00084-1)

8. ANNEXES

ANNEXE 1 – EXTRAITS DE VERBATIMS

	Idées	Citations
4.1	La « note que l'on voit »	
4.1.1	Les utilisateurs inexpérimentés sont inquiets : ils ont peur de rencontrer des gens dangereux, ou des gens qu'ils n'apprécient pas	« C'est vrai que j'en avais un peu peur [...] Peur, peur de disparaître ! Peur qu'il m'arrive quelque chose. On n'entend toutes sortes de choses » P1 « La seule peur que j'ai c'est à propos de la voiture. J'ai peur de tomber sur une voiture vraiment mal entretenue. C'est une question de sécurité quoi » L1
	Les informations données par le système de notation pallient ces craintes	« Je pense que c'était le système d'avis, beaucoup plus que le système de statut, ambassadeur, expert, etc. Oui le système d'avis te permet de te rassurer, au début » V1 « Je regarde vraiment le profil » S1 « Tu regardes beaucoup les profils au début » G1
	Pour les utilisateurs inexpérimentés, la (bonne) note de l'interlocuteur est une information nécessaire : l'absence de note est dissuasive	« Par contre, je ne prends jamais quand il n'y a aucun avis. » P1 « J'ai déjà refusé de prendre certaines personnes, des gens avec des profils depuis 3 ans, mais sans commentaires ou presque » M1
	Néanmoins : Pour les utilisateurs inexpérimentés, la (bonne) note de l'interlocuteur est une information non suffisante	« Je n'ai jamais pris de voiture vide. Je réserve toujours où des gens ont déjà réservé » S1 « Quand je prends un trajet, je vais faire attention à ne pas prendre un trajet ou je serais toute seule avec quelqu'un » M1
4.1.2	La plupart des utilisateurs les plus s ne regardent plus vraiment la note de leur interlocuteur	« Personnellement, maintenant je ne suis pas vraiment regardant sur les avis laissés sur les profils des gens, mais c'est important pour d'autres personnes je suppose » K1
	Les conducteurs préfèrent souvent	« Je pense que l'acceptation manuelle décourage beaucoup de passagers, parce qu'ils prévoient au

	l'acceptation automatique	<i>dernier moment, et ils n'ont pas envie d'attendre que tu les acceptes. » AC1</i> <i>« J'ai essayé l'acceptation manuelle, mais finalement, je mets toujours acceptation automatique. Finalement, cela prend du temps, il faut être réactif, alors que les gens s'y prennent souvent au dernier moment pour réserver. En plus, je pense que les conducteurs qui mettent acceptation manuelle ont davantage de difficulté à remplir leur voiture, car les gens n'ont pas envie d'attendre qu'on les accepte, surtout au dernier moment. » K1</i>
4.1.3	La mauvaise note : signal sur l'émetteur plus que sur le récepteur	<i>« Après, s'il y a un commentaire négatif, tu peux te dire que le mec est tombé sur quelqu'un de pas cool aussi. Ça arrive. Tu vérifies le commentaire. Je dirais qu'un commentaire négatif ce n'est pas forcément discriminatoire » P1</i>
4.2	« La note que l'on peut recevoir »	
4.3.1	La perspective d'une mauvaise note : non dissuasive pour les utilisateurs inexpérimentés	<i>« Maintenant, je n'en ai plus trop besoin. A partir d'un moment, je ne sais pas comment dire, mais tu passes un cap. Ça devient insignifiant, les avis » V1</i> <i>« Ça ne ferait pas grand-chose [une mauvaise note] , parce que j'ai beaucoup de bonnes notes. Du coup, une mauvaise n'impliquerait pas grand-chose, je suppose » M2</i>
4.3.2	La menace de la mauvaise note : contraignante pour les moins expérimentés	<i>« Je suis un passager qui a vraiment peu d'expériences, du coup, déjà les gens peuvent se méfier » S1</i> <i>« [à propos de l'importance des notes reçues] Au début, oui, beaucoup. Ça fait partie de ta notoriété, et c'est important pour que les gens prennent ton trajet. Maintenant, je vais voir vite fait le commentaire [qu'on fait de moi], je n'y prête plus trop attention. » R1</i>
	Une « menace » asymétrique qui peut donc favoriser donc les utilisateurs expérimentés	<i>« tu vois le mec dont je t'ai parlé [une mauvaise expérience], il était ambassadeur, il avait plus de 100 avis si je me souviens bien. Du coup, ça n'aurait strictement rien changé de mettre un mauvais commentaire [...] Oui je pensais que ça n'allait rien changer [...] je me suis dit qu'il allait pourrir mon profil, enfin me mettre un mauvais commentaire en retour, et comme j'avais relativement peu d'avis, je crois que j'en ai un seul, je ne voulais pas prendre le risque » S1</i>
4.3	La « note que l'on donne » ou la « note que l'on reçoit »	
4.3.1	Les utilisateurs sont réticents à donner des mauvaises notes	<i>« Après, pour arriver jusqu'à Toulouse, cela a été les heures les plus longues de ma vie [...] [Question posée] : Et du coup, toi, tu as mis un mauvais</i>

		commentaire ? <i>Non, même pas</i> » K1 « <i>Honnêtement, on avait tous un peu peur, surtout à la fin là, comme je te l'ai raconté, quand il a fait un écart, mais personne n'a rien mis [...] j'ai été curieuse un peu après, et j'ai été re-regarder son profil, déjà, aucun passager n'a mis de commentaire à propos du trajet</i> » S1
	Mais quand ils le font (dans les cas extrêmes), ils en référant aussi à la plateforme	« <i>Après, je pense qu'elle lui a mis un commentaire horrible, ou qu'elle l'a signalé à Blablacar, je pense qu'il peut se faire radier pour ça</i> » K1 « <i>Ma copine n'a pas laissé de mauvais commentaire mais a alerté le site, parce qu'on pense vraiment que c'était une arnaque organisée. Elle a eu l'accusé de réception de sa demande mais rien de plus</i> » G1
	Car les utilisateurs ont peur des représailles...	« <i>Je pense que les gens peuvent avoir peur du retour de commentaire : si quelqu'un en met un mauvais, celui qui a eu le mauvais commentaire peut en mettre un pire derrière</i> » K1 « <i>Je pense qu'il y a une bonne partie de vengeance. Quelqu'un m'avait raconté une histoire à ce propos un jour, genre un échange de mauvais commentaires</i> » A1
	... Mais pas seulement	« <i>je me dis que mettre de mauvais commentaires comme ça, ça va pénaliser la personne, alors que c'est possible que ça ne soit qu'une mauvaise interprétation de ma part [...]. Ça n'est pas des critères objectifs, peut-être qu'il y a des conducteurs ou des conductrices que ça ne dérangera pas</i> » AC1 « <i>C'est dur de juger quelqu'un avec qui t'as discuté, partagé, t'as parlé de ta vie. D'une certaine manière, tu juges les gens quand tu les notes, tu ne juges pas un service mais une personne, parce qu'il n'y a pas de critères détaillés</i> » G1
4.3.2	La bonne note, donnée surtout un satisfecit...	« <i>J'aime bien quand c'est personnel, quand ça fait échos aux conversations que l'on a eu. Personnellement, quand je laisse un commentaire, c'est vraiment que ça a été sympa, je fais attention à ce que j'écris, je fais un clin d'œil.</i> » AC1
	...qui permet aussi de conforter l'utilisateur qui la reçoit dans la « bonne » impression qu'il a eue	« <i>Déjà c'est agréable de voir que quelqu'un pense aussi que ça s'est bien passé, qu'on n'est pas tout seul</i> » K1 « <i>Ca fait toujours plaisir quand tu as le feeling que ça s'est bien passé, et que c'est confirmé par un commentaire. Ca conforte ton idée, et ça c'est cool</i> » G1
4.3.3	Une asymétrie d'usage perçue par certains	« <i>J'ai remarqué que les mauvaises expériences remontaient super rarement</i> » R1

		<p>« <i>Les gens hésitent à mettre des mauvais commentaires, il y a vraiment un « nondit » je pense</i> » V1 –</p>
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------