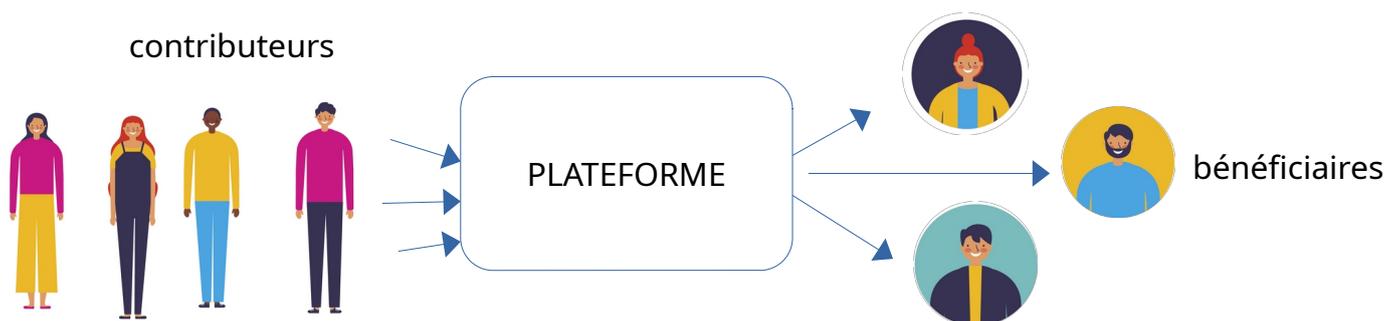


Qu'est-ce qu'une plateforme ?

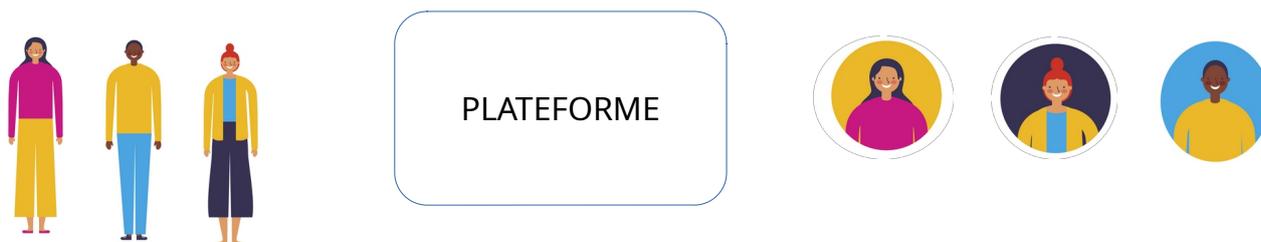
DÉFINITION DU CONSEIL NATIONAL DU NUMÉRIQUE

« un service occupant une fonction d'intermédiaire dans l'accès aux informations, contenus, services ou biens édités ou fournis par des tiers. Au-delà de sa seule interface technique, elle organise et hiérarchise les contenus en vue de leur présentation et leur mise en relation aux utilisateurs finaux. À cette caractéristique commune s'ajoute parfois une dimension écosystémique caractérisée par des interrelations entre services convergents » .



Les bénéficiaires et les contributeurs peuvent être des professionnels ou des particuliers.

Sur les plateformes qui s'adressent aux particuliers, les usagers sont, idéalement , alternativement bénéficiaires et contributeurs. C'est le fondement de l'économie collaborative.



TOUT EST PLATEFORME !

Comme toute définition, celle proposée par le Conseil national du numérique est imparfaite, ce qui crée des confusions et aboutit à un terme de plateforme qui est un peu galvaudé.

Dans le cadre de Plateformcoop nous avons défini des marqueurs qui permettent de faire le tri.

L'intermédiation

La plateforme se positionne comme un tiers, c'est à dire que même dans le cas où elle pourrait être contributrice, elle l'est de façon minoritaire dans la masse des contributeurs.

L'objet de la plateforme est de réunir les conditions favorables pour créer des échanges entre contributeurs et bénéficiaires. Cela passe par la mise à disposition d'un outil numérique, une assistance pour les utilisateurs, une communication pour rendre visibles le service, et l'animation de la communauté d'utilisateurs (événements, réseaux sociaux, rencontres...)

La multiplicité des utilisateurs

Pour générer du trafic, et comme elle n'est pas le contributeur principal, la plateforme doit s'assurer que les bénéficiaires et les contributeurs soient nombreux. Pour les utilisateurs arrivant sur une nouvelle plateforme, contrôler le nombre d'utilisateurs et donc le nombre d'offres disponibles le plus large possible est un indicateur pour choisir de s'y inscrire ou pas. Ainsi, plus il y a d'utilisateurs, plus il y aura d'utilisateurs !

Le type d'interaction sur la plateforme

Pour que l'outil soit plateforme, il faut qu'une interaction se crée entre les utilisateurs, et que ceux-ci soient actifs. C'est ce qui va distinguer la plateforme d'un « site vitrine » qui permettra seulement de répertorier des offres ou des initiatives. Les interactions sur une plateforme peuvent être les suivantes :

- un achat d'objet ou de service
- un emprunt ou un prêt
- une prise de rendez-vous

LA DIFFÉRENCE ENTRE MARKETPLACE ET SITE E-COMMERCE

A priori, en tout cas pour le consommateur, il n'y a pas de différence entre ces deux outils numériques. Sur les deux, un usager peut créer un compte pour faire des achats en ligne .

En français la marketplace se traduit par « place de marché », ce qui renvoie directement au marché hebdomadaire que l'on retrouve partout en France, alternative historique au supermarché, ou on multiplie les achats à différents commerçants réunis sur un même lieu.

Ce qui nous permet de faire la différence entre les deux c'est « à qui je paye ? ». La plupart des enceintes commerciales physiques ont aujourd'hui une offre d'achat en ligne : elles proposent leurs produits habituels sur un site e-commerce. Ainsi la vente en ligne ne change pas leurs pratiques habituelles : elles achètent des produits qu'elle revendent après avoir ajouté leur marge et les taxes en vigueur. Ainsi, si on prend l'exemple de l'électroménager, des enseignes comme Boulanger ou Conforama, même si elles ont parfois une marque qui leur est propre, se fournissent auprès des fabricants et revendent les produits.

Par opposition, la plateforme n'achète pas les produits qu'elle revend. Elle se contente de collecter les paiements pour les redistribuer sur un outil numérique qui est le support des transactions. Leur chiffre d'affaire ne repose donc pas sur une marge faite sur un produit, mais plutôt sur un système de commission faite sur les échanges ou sur un abonnement permettant d'accéder au service.

LE CAS PARTICULIER DES ÉPICERIES

Le principe de la marketplace alimentaire c'est de proposer un outil de mise en relation entre des producteurs / artisans et des consommateurs. C'est ce que fait le Court-Circuit par exemple.

Les épicerie qui utilisent des outils numériques pour leur activité sont dans le cas du site e-commerce, dans le sens où elles font leurs achats auprès des producteurs et les revendent au consommateur, avec plus ou moins de marge selon leur modèle (social, solidaire ou coopérative). Comme outil numérique elles peuvent passer par une plateforme qui leur met un espace de vente à disposition pour permettre leur

activité. C'est ce que fait CoopCircuit avec le logiciel Open Food. C'est pourquoi dans ce cas précis l'on distingue bien la plateforme de l'initiative locale qui l'utilise. Ainsi, l'initiative locale Label Épicerie utilise la plateforme Coop Circuit pour faire ses ventes en ligne.