

HEC MONTRÉAL

LES SYSTÈMES DE CONTRÔLE DES PLATEFORMES DE CONSOMMATION
COLLABORATIVE : FREINS OU CATALYSEURS DU SENTIMENT
D'APPARTENANCE ?

Par

Lucas Deutsch

Science de la gestion
(Stratégie)

Mémoire en vue de l'obtention du grade de maîtrise ès sciences (M.SC)

Décembre 2016

© Lucas Deutsch, 2016

à Emmanuel Deutsch



à Valérie, Émile et Zoé

à Gersende

RÉSUMÉ

La présente étude se propose d'enrichir les travaux réalisés au sujet du processus de développement de la confiance et ses impacts sur le sentiment d'appartenance, dans le contexte des plateformes de consommation collaborative. L'émergence rapide et le succès parfois foudroyant de ces plateformes ont récemment soulevé la question des conditions d'institutionnalisation de ce nouveau paradigme économique. Dans l'univers des plateformes de consommation collaborative, les échanges de biens et de services entre consommateurs échappent pour une grande part aux systèmes de régulations conventionnels. La gestion des nouveaux critères de transactions mis en place par ces plateformes peut conduire à une certaine forme de contradiction : développer un climat de confiance, indispensable à la participation des utilisateurs, est parfois difficilement compatible avec le besoin d'encadrement et de contrôle de leurs activités. Il en résulte pour les plateformes de consommation collaborative la nécessité absolue de revêtir une certaine légitimité, bien comprise, et de gérer le sens de sa communauté d'utilisateurs. Dans ce cadre complexe, la présente étude souligne l'importance de maîtriser finement les mécanismes d'autorégulation, ou systèmes de contrôle, pour développer adéquatement la confiance des utilisateurs. Afin d'en approfondir les nuances, les fonctionnalités mises en place par les systèmes observés seront distinguées en deux catégories :

- (1) les fonctionnalités relevant de la contribution des membres, comme les profils des membres, la notation, etc., et
- (2) les fonctionnalités assurées par la plateforme, comme les assurances, la vérification des offres, etc.

En s'intéressant à la perception qu'en ont les utilisateurs, le chercheur a pu identifier les rôles respectifs de ces fonctionnalités distinctes des systèmes de contrôle dans le développement de la confiance, mettant ainsi en évidence l'impact significatif de la perception des profils des membres sur le sentiment d'appartenance de l'utilisateur.

Mots clés :

Économie collaborative, Consommation collaborative, Plateforme collaborative, Institutionnalisation, Régulation, Autorégulation, Soft Information, Cyberspace(s), Systèmes de contrôle, Gestion des risques, Confiance, Sentiment d'appartenance.

Table des matières

Résumé.....	i
Mots clés	ii
Table des matières.....	iii
Liste des tableaux	vii
Liste des Figures.....	viii
Remerciements.....	ix
Introduction.....	1
Objectif de l'étude	4
Chapitre 1. Revue de littérature.....	6
1.1 Les plateformes de consommation collaborative	6
1.1.1 Définition de la consommation collaborative et la place de ces modèles dans notre économie	6
1.1.2 Émergence du concept de l' « économie collaborative »	7
1.1.3 Avenues de recherche et questionnements	8
1.2 Institutions, entrepreneuriat institutionnel et changement institutionnel	14
1.2.1 Institutions	14
1.2.2 Entrepreneuriat institutionnel	16
1.2.3 Contexte et caractéristiques d'un changement institutionnel	18
1.3 Les enjeux de la régulation issus des technologies d'internet.....	27
1.3.1 Enjeux de la régulation d'internet.....	28
1.3.2 Vers une autorégulation des cyberespaces	29
1.4 Le développement de la confiance et son impact sur le sens des communautés	35
1.4.1 Définition du concept de confiance	35
1.4.2 Dimensions de la confiance	36
1.4.3 Processus du développement de la confiance.....	38

1.4.4 L'impact de la confiance sur le sentiment d'appartenance	42
Problématique	43
Chapitre 2. Cadre conceptuel.....	46
2.1 Cadre Théorique de la problématique	46
2.1.1 L'impact des systèmes de contrôle sur les dimensions de la confiance	48
2.1.2 Impact des dimensions de la confiance sur le modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995)	51
2.2 Cadre conceptuel	53
2.2.1 Impact des systèmes de contrôle sur les risques acceptés	55
2.2.2 Impact des risques acceptés sur l'attribution des résultats	56
2.2.3 La confiance et le sentiment d'appartenance	58
2.3 Pertinence du modèle.....	61
2.3.1 Pertinence théorique.....	61
2.3.2 Pertinence pour les praticiens	64
Chapitre 3. Méthodologie	65
3.1 Contexte de l'étude, échantillonnage et collecte de données	65
3.1.1 Données manquantes	66
3.1.2 Environnement et collecte de données	66
3.2 Choix des échelles de mesure	66
3.3 Choix de la méthodologie d'analyse des données	71
3.3.1 Méthodologie de Baron et Kenny (1986).....	71
3.1.2 Tests de validation de Preacher et Hayes	72
3.4 Déroulement du questionnaire	74
Chapitre 4. Analyse	75
4.1 Synthèse.....	75
4.2 Validation des échelles de mesure et des variables du modèle	76
4.2.1 Validité et fidélité des échelles de mesure	76
4.2.2 Analyse des variables du modèle	77
4.2.3 Standardisation des données	80

4.3	Statistiques descriptives et analyse des corrélations	81
4.3.1	Vérification préliminaire des hypothèses	84
4.4	Analyse et tests des hypothèses.....	86
4.4.1	Tests préliminaires	87
4.4.2	Présentation du modèle final : Tests des régressions sur le sentiment d'appartenance.....	94
4.4.3	Analyses supplémentaires : L'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur le modèle	100
Chapitre 5.	Discussions	106
5.1	Synthèses des hypothèses	106
5.2	Retour sur le raisonnement caractéristique de la recherche	108
5.3	Synthèses et interprétation des résultats.....	110
5.3.1	L'effet la fréquence d'utilisation et de la confiance de disposition sur les risques acceptés	112
5.3.2	L'effet de la perception des systèmes de contrôle sur l'attribution des résultats	113
5.3.3	L'effet de la perception des antécédents de confiance sur le sentiment d'appartenance	114
5.4	Implications	118
5.4.1	Implications théoriques	118
5.4.2	Implications managériales.....	123
5.5	Limites.....	126
5.5.1	Limites sur le choix méthodologique	126
5.5.2	Limites sur l'application de la méthodologie retenue	127
5.5.3	Limites de l'interprétation des résultats : La confrontation des évidences empiriques et théoriques	129
5.6	Axes de recherches future	130
5.6.1	Théorisation du modèle.....	130
5.6.2	Impacts des systèmes de contrôle sur la capacité organisationnelle	132

Conclusion	134
Bibliographie.....	136
Annexes	153

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Synthèse des statistiques descriptives en lien avec les résultats	75
Tableau 2 : Analyse des alpha de Cronbach	76
Tableau 3 : Variance totale expliquée du modèle à 6 variables	78
Tableau 4 : Matrice de forme de l'analyse factorielle contrainte à 5 facteurs	79
Tableau 5 : Moyennes, écarts-types et coefficients de corrélation	83
Tableau 6 : Résultats du modèle de régression hiérarchique sur les risques acceptés	90
Tableau 7 : Résultats du modèle de régression sur l'attribution des résultats	93
Tableau 8 : Résultats de la régression partiellement médiée sur le sentiment d'appartenance	98
Tableau 9 : Équation de régression de l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur la perception des antécédents de confiance	102
Tableau 10 : Équation de régression de l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur l'attribution des résultats	104
Tableau 11 : Synthèse des résultats sur les hypothèses	106
Tableau 12 : Synthèse des analyses et validation des hypothèses	110
Tableau 13 : Synthèse des statistiques descriptives par type d'utilisateur des variables prédicatrices significatives du modèle sur le sentiment d'appartenance	117

LISTE DES FIGURES

Figure A : Capture d'écran des « Google trends » sur le terme « Sharing economy »	1
Figure B : Polanyi, 1944, « La grande Transformation »	9
Figure C : Facilitateurs et inhibiteurs des modèles de la consommation collaborative	12
Figure D : Modèle DREAMS de Blablacar	34
Figure E : Modèle de la confiance par Mayer, Davis et Schoorman (1995)	39
Figure F : Cadre théorique de l'étude	47
Figure G : Modèle conceptuel de l'étude	54
Figure H : Modèle des résultats des analyses sur le sentiment d'appartenance	99

REMERCIEMENTS

Ce mémoire a été effectué sous la codirection des professeurs M. Bitektine et M. Ghadiri que je tiens à remercier infiniment pour leur confiance et le support sans failles qu'ils m'ont apporté tout au long de ce projet. Ce travail n'aurait pas été possible sans leur contribution, leur suivi assidu et leur bienveillance. Que soit également remercié M. Johnson pour sa disponibilité, sa grande maîtrise des outils d'analyse quantitative et ses conseils avisés.

Je tiens également à exprimer ma gratitude envers l'ensemble des gestionnaires de plateformes collaboratives rencontré dans le cadre de ce travail pour leur disponibilité et la confiance qu'ils m'ont témoignée lors de nos entrevues. Leurs connaissances intarissables des enjeux propres au sujet des modèles de l'économie collaborative ont permis d'ancrer la pertinence pratique de cette étude.

Par ailleurs, mon investissement dans ce projet a été grandement facilité par Gersende, dont l'accompagnement affectif et l'esprit critique m'ont permis de bénéficier d'une aide considérable dans la conduite de cet exercice.

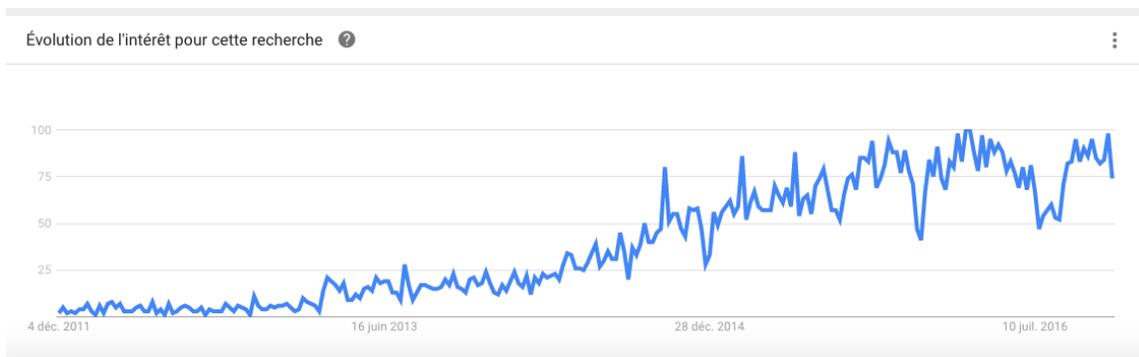
Enfin, je tiens à exprimer ma profonde gratitude à ma mère, Valérie Deutsch, pour son soutien moral inestimable et ses considérables efforts de relecture dans «la dernière ligne droite». Merci également à Zaoum pour son regard avisé, sa curiosité et sa participation à la relecture.

À Axel, Arthur, Benoit et tous les autres qui m'ont écouté et encouragé tout au long de ce travail et m'ont aussi permis de souffler et prendre des pauses pour mieux repartir. Merci les amis !

INTRODUCTION

Différents termes sont employés dans la littérature pour référer à la consommation collaborative et à d'autres concepts similaires, avec, en tête de liste, l'«économie du partage», ou encore «sharing economy» (Heinrichs, 2013). Depuis les premiers succès retentissants des startups californiennes Airbnb et Uber, créées respectivement en 2008 et 2009, les plateformes de la consommation collaborative se multiplient et le concept d'économie du partage suscite un intérêt grandissant du public.

Figure A : Sortie des « Google trends » sur le terme « Sharing economy»¹



La consommation collaborative représente un nouveau paradigme économique (Tussyadjah, 2015) qui suggère un remplacement progressif de la notion de «propriété» par celle d'«accès» (Belk, 2014 ; Botsman et Rogers, 2010) en favorisant des échanges directs de biens et services entre consommateurs. Qu'ils soient considérés comme un nouveau moyen de transition vers une économie durable et responsable (Heinrichs, 2013 :228) ou, à l'inverse, pointés du doigt pour l'absence de régulation de leurs activités dont les impacts sociaux sont jugés néfastes (Schofield, 2014), ces modèles passionnent, dérangent parfois, mais ne laissent personne indifférent. Les plateformes de consommation collaborative ont connu une croissance rapide et le fort retentissement de leurs activités sur divers aspects des systèmes socioéconomiques actuels a entraîné, au cours des cinq dernières années, un intérêt croissant du public à leur égard (Cheng, 2016).

¹ <https://www.google.ca/trends/explore?q=collaborative%20consumption>

Bien que récemment confronté à de sérieux enjeux institutionnels au niveau de la régulation et de la légitimation de leurs activités (Koopman, Mitchell et Thierer, 2014 ; Cusumano, 2015 ; Rauch et Schleicher, 2015 ; Barnes et Mattsson, 2016), le modèle de la consommation collaborative attire pourtant de nombreux entrepreneurs (Evans et Schmalensee, 2010) encouragés par la promesse d'une innovation disruptive au potentiel sans précédent. En effet, applicables à presque tous les marchés, ces modèles séduisent et stimulent l'imagination d'entrepreneurs qui rêvent d'apporter leur contribution à l'«ubérisation» de leur secteur d'activité. Pourtant, malgré l'impressionnant succès des pionniers, force est de constater que de nombreuses startups ne rencontrent pas l'adhésion du public (Evans et Schmalensee, 2010) et verront leurs entrepreneurs contraints d'abandonner cette course à l'eldorado. Certains auteurs soulignent alors l'importance d'étudier les facteurs clés de succès et les éléments stratégiques favorisant la réussite des plateformes de consommation collaborative (Cohen et Kietzmann, 2014 ; Schor et Fitzmaurice, 2015).

La complexité des défis institutionnels, nés des questions que soulèvent l'émergence de ces modèles en termes de protection sociale, de concurrence déloyale ou encore de fiscalité se cristallise autour de la question du risque couru à entamer le capital de confiance des usagers, fer-de-lance de ce nouveau modèle économique. En effet, l'encadrement institutionnel des activités des plateformes de consommation collaborative risquerait, dans certains cas, de fragiliser cette économie naissante. Le chercheur formule alors la question de départ suivante : «Quels sont les impacts de la gestion des enjeux d'institutionnalisation des plateformes de consommation collaborative sur les éléments stratégiques favorisant leur réussite ?». Afin d'appréhender cette question de départ, la présente recherche prendra tout d'abord la forme d'une démarche exploratoire, visant à identifier différents facteurs intrinsèques à ces modèles et à envisager leur capacité à répondre aux enjeux institutionnels liés aux défis que pose la régulation de l'économie collaborative. Dans un second temps, une problématique sera proposée et sa pertinence évaluée à l'aune de l'intérêt stratégique qu'elle serait susceptible de présenter aux yeux

des gestionnaires de plateformes. Enfin, cette recherche proposera un cadre théorique multidisciplinaire assorti d'une série d'hypothèses dont les implications seront testées sur le sujet d'étude. Une fois l'analyse de ces relations terminée, le chercheur présentera une interprétation des résultats et envisagera leurs implications théoriques et pratiques, avant de soumettre des pistes pour de futures recherches académiques.

La littérature institutionnelle permet d'identifier un certain nombre de conditions nécessaires à l'organisation d'un changement institutionnel. Ainsi, un acteur souhaitant favorablement initier un changement doit répondre à plusieurs critères. Il lui faudra tout d'abord s'entourer d'autres acteurs ayant à cœur d'accompagner et de porter son changement. Il s'agit ici de se bâtir un « réseau de changement institutionnel » (Zucker, 1988). D'autre part, le modèle d'affaires à institutionnaliser doit être capable de susciter la confiance des consommateurs qui souhaiteraient dévier des modèles dominants (Zuckerman, 1999). Ces conditions de réussite d'un changement institutionnel ont des répercussions centrales pour cette recherche, car elles permettent d'identifier des axes stratégiques favorisant la légitimité et le potentiel de réussite : les plateformes de consommation collaborative doivent être capables de favoriser la confiance de leurs utilisateurs, tout en les engageant et les fédérant autour de systèmes de normes et de valeurs socialement construites (Suchman, 1995). L'un des défis rencontrés par les plateformes de consommation collaborative est issu de l'incapacité des systèmes de régulation conventionnels à encadrer leurs activités. La littérature sur les théories de la régulation permet néanmoins d'identifier certains mécanismes compensatoires permettant de répondre à ce problème.

Ainsi, pour se prévaloir d'une certaine forme de légitimité, les plateformes de consommation collaborative ont la possibilité d'avoir recours à des systèmes de contrôle, dont l'objectif est d'instaurer un climat de confiance propice à la participation des utilisateurs. Les différentes fonctionnalités de ces systèmes permettent de mettre en place une dynamique d'« autorégulation » des activités de la plateforme. Afin de comprendre

les enjeux stratégiques de ces systèmes de contrôle, la présente recherche propose de distinguer leurs fonctionnalités en deux groupes distincts.

- (1) Les systèmes relevant de la contribution des membres : les profils des membres, les chats, la notation, etc.
- (2) Les systèmes d'assurance et de soutien fournis par la plateforme.

Les théories institutionnelles et le concept d'autorégulation illustrent bien la nécessité stratégique de mettre en place des systèmes de contrôle visant à installer un climat de confiance, essentiel à l'utilisation des plateformes de consommation collaborative. Par ailleurs, l'exploration des théories sur le concept de la confiance en sociologie permet d'envisager dans toute leur diversité les répercussions potentielles de ces systèmes sur la confiance et le sentiment d'appartenance des utilisateurs. En effet, Zhao et al. (2009) proposent une étude permettant de vérifier l'effet positif de la confiance interpersonnelle sur le sentiment d'appartenance. De plus, Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) soulignent que l'utilisation des systèmes de contrôle nuit au développement de la confiance interpersonnelle. En effet, ces derniers jugent qu'en présence de systèmes de contrôle, le succès d'une interaction avec un individu sera attribué à l'efficacité des systèmes mis en place plutôt qu'à la bienveillance ou à l'intégrité de ce dernier. Le chercheur formule alors la problématique suivante :

Quel est l'impact des différentes fonctionnalités des systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative sur le développement de la confiance et a fortiori, sur le sentiment d'appartenance ?

Objectifs de l'étude

L'objectif de ce mémoire consiste à étudier l'impact des différentes caractéristiques des systèmes de contrôle, propres aux plateformes de consommation collaborative, sur la confiance et le sentiment d'appartenance des utilisateurs. À cette fin, la présente recherche s'inscrit dans un cadre théorique illustrant la diversité des relations

conceptuelles identifiées lors de l'exploration de la littérature. Ce dernier est présenté par la figure F, p 47.

CHAPITRE 1 - REVUE DE LITTÉRATURE

1.1 Les plateformes de consommation collaborative

1.1.1 Définition de la consommation collaborative et la place de ces modèles dans notre économie

La consommation collaborative représente un nouveau paradigme dont la popularité récente peut s'expliquer par des crises économiques et la conscientisation croissante de notre société au regard des problématiques environnementales (Tussyadiah, 2015). L'adoption de la consommation collaborative suggère un remplacement de la notion de la « propriété » par celle de l'« accès » (Belk, 2014 ; Botsman et Rogers, 2010). En effet, plutôt que d'acheter et de posséder, les consommateurs s'octroient un accès temporaire à des biens et/ou service directement en fonction de leurs besoins (Bardhi et Eckhardt, 2012). La consommation collaborative est de ce fait une forme de consommation permettant aux individus de coordonner la mise en commun et l'accessibilité à une ressource en échange d'une compensation, qu'elle soit monétaire ou non (Belk, 2014).

Différents termes sont employés dans la littérature pour référer à la consommation collaborative et à d'autres concepts similaires, avec, en tête de liste, l'« économie du partage », ou encore « sharing economy » (Heinrichs, 2013). L'économie du partage peut ainsi évoquer les termes de « consommation collaborative », « consommation basée sur l'accès », « anti consommation », etc. Pourtant, et contrairement à ce que suggère la notion de partage, entreprendre de participer à des activités de consommation collaborative n'induit pas nécessairement un comportement altruiste chez l'individu, mais suggère plutôt sa volonté de participer à un échange économique (Bardhi et Eckhardt, 2012). Néanmoins, avant de pouvoir discuter des enjeux propres aux plateformes de consommation collaborative, il est important de situer ici la place de l'économie du partage dans notre économie actuelle, ainsi que l'émergence de son concept dans la littérature.

Au cours des cinq dernières années, la croissance rapide de l'économie collaborative et ses impacts disruptifs sur différents aspects de notre économie sociale contemporaine ont permis de susciter un intérêt croissant du public à son égard (Cheng, 2016). L'économie collaborative a depuis donné lieu à l'apparition de plusieurs gros joueurs, et cela dans des domaines et industries très différents. C'est le cas de Airbnb, qui a désormais su s'imposer devant ses plus gros compétiteurs traditionnels sur le marché hôtelier (PwC, 2015a). Il est important de comprendre que cette croissance rapide de l'économie collaborative est fortement corrélée à différents facteurs, tels que les conditions socioéconomiques qui entraînent la recherche d'une meilleure distribution dans la chaîne de valeur (Gansky, 2010), les avancées technologiques et, ultimement, le changement d'attitude envers la possession d'un produit et l'aspiration des individus à plus de connexion sociale (Botsman et Rogers, 2010). Enfin, bien qu'il n'existe pas aujourd'hui de chiffres sur la taille réelle de l'économie collaborative, certains spéculent que ses activités ont généré 15 milliards de dollars US en 2015 et projettent une croissance allant jusqu'à 335 milliards d'ici 2025 (PwC, 2015b).

1.1.2 Émergence du concept d'économie collaborative

Ainsi, depuis son apparition dans l'ouvrage de Botsman et Rogers (2010), pionniers sur le sujet, le terme d'« économie du partage » est devenu l'expression couramment utilisée par les médias (Hern, 2015 ; The Economist, 2013). Néanmoins, les termes « économie du partage », « consommation collaborative » ou encore « économie paire à paire » font en effet partie des appellations les plus populaires pour décrire ce phénomène. Plus qu'un concept à la mode, l'OCDE considère que l'économie du partage pourrait nous amener à repenser et transformer des modèles d'affaires établis et modifier nos habitudes de consommation (OCDE, 2016).

L'économie du partage n'est pourtant pas un phénomène foncièrement récent (Belk, 2014). Le concept de modèles d'échanges économiques basés sur la redistribution

et la réciprocité ne sont en effet pas nouveaux. D'un point de vue historique et sociologique, Polanyi définissait dans les années 40 la sphère d'intégration économique comme l'entrecroisement d'une économie formelle, de marché, avec une économie substantive, basée sur la réciprocité et la redistribution. Selon lui, cette économie substantive, basée sur le partage et la réciprocité, devait néanmoins être distincte et désencastrée de la logique marchande pour fonctionner. Il concédera toutefois que l'économie formelle puisse, dans certains contextes, être considérée comme une sous partie de l'économie substantive.

Au début des années 2000, en réponse à des contraintes croissantes sur la disponibilité et le coût des ressources, certaines compagnies entreprennent d'utiliser internet dans le but d'accroître leur efficacité et de bénéficier de passerelles commerciales nouvelles, établies entre la sphère connectée, en ligne, et le monde réel. C'est de ces initiatives qu'émerge la matérialisation contemporaine du concept d'économie collaborative (Botsman et Rogers, 2010). Il faudra néanmoins attendre les années 2011/2012, marquées par le succès retentissant des deux startups phares de la Silicon Valley de l'époque, Airbnb et Uber, pour que le concept fasse son entrée dans le discours public (Martin, 2016). Beaucoup d'auteurs de la littérature scientifique ont depuis entrepris de publier des travaux de recherche pour tenter d'illustrer ce phénomène au regard de leurs disciplines respectives (Cheng, 2016). Par exemple, Stephany (2015, p. 205. Traduction libre) suggère que l'économie collaborative est organisée autour de « la valeur de rendre accessible un bien sous-utilisé à une communauté virtuelle, visant ainsi à réduire le besoin de propriété », tandis que Belk (2014, p. 1597. Traduction libre) compare les consommateurs à des collaborateurs en suggérant que l'économie collaborative se résume « en la coordination de personnes visant l'acquisition ou la distribution de biens et services en échange de frais ou autres compensations ».

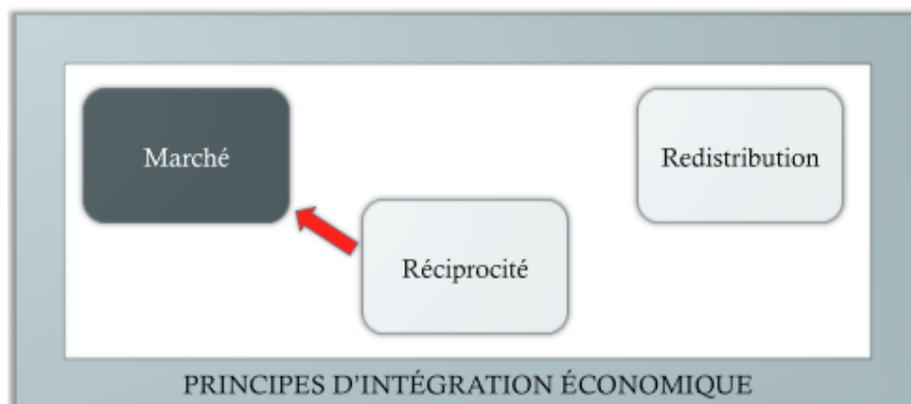
1.1.3 Avenue de recherches et questionnements

Les modèles de la consommation collaborative comme agents de disruption massifs

On a vu précédemment qu'il n'existe pas de définition entendue et définitive sur l'économie du partage. Pourtant les régulateurs, les universitaires, ainsi que les praticiens, sont convaincus que la matérialisation contemporaine de ce concept économique a d'ores et déjà entrepris de transformer différents aspects de nos systèmes socioéconomiques, permettant ainsi aux individus, aux communautés, aux organisations et aux régulateurs de repenser la façon dont nous vivons, évoluons, interagissons et perdurons (« Department for Business Innovation and Skills », 2015 ; PwC, 2015a ; Schor et Fitzmaurice, 2015).

Belk (2014), mais aussi Codagnone et Martens (2016), stipule qu'à l'origine, les pratiques de l'économie collaborative étaient constituées d'initiatives à but non lucratif, comme « couchsurfing », « Freecycle », etc. C'est en initiant de prélever une partie des frais de transaction convenus entre leurs utilisateurs, comme le font Uber et Airbnb, que ces pratiques auraient progressivement évolué vers d'importants modèles d'affaires « hybrides ». En effet, bien que favorisant un échange réciproque, ces modèles d'affaires issus de l'économie du partage sont de plus en plus entrepris dans une logique marchande, basée sur la recherche de profit. Si l'on se réfère aux principes d'intégration économique, développé par Polanyi et présenté ci-après, on comprend que certains modèles actuels de l'économie du partage participent à encastrent des activités économiques, originellement basées sur la réciprocité, dans une logique marchande.

Figure B : Polanyi, 1944, « La grande Transformation »



Dans son ouvrage « La grande transformation », Polanyi déplore l'effet de l'emprise de l'économie formelle sur l'économie substantive et souligne à cet effet l'importance d'implanter un cadre institutionnel pour régir l'économie et les échanges entre les individus par la création de règles, de pratiques et de valeurs morales et culturelles communément admises (Polanyi, 1944).

Enjeux de régulation de ces modèles

Les modèles de la consommation collaborative diffèrent des modèles de location traditionnels du fait que les échanges sont issus du partage de biens et de services directement entre les consommateurs. Les réseaux de consommation collaborative existent au travers de plateformes, dont l'usage des technologies de communication et de mise en réseaux propre à internet leur permet de référer et d'offrir une masse de biens et services sans en posséder les actifs d'exploitations (Botsman et Rogers, 2010). En démocratisant le partage de biens entre particuliers, ces plateformes permettent une optimisation d'usage. En effet, on peut considérer qu'un usage par propriété soit écologiquement non efficace au regard du degré d'utilisation d'un bien sur sa durée de vie et comparativement au coût environnemental de sa production. Botsman et Rogers (2010) stipulent d'ailleurs que les plateformes de consommation collaborative représentent un mode de consommation plus respectueux de l'environnement.

Malgré les bienfaits écologiques que semble apporter le paradigme de la consommation collaborative, ses modèles font émerger de nouveaux enjeux sur des marchés établis (Hartle et al, 2016). En effet, par opposition aux modèles économiques conventionnels, les plateformes de consommation collaborative sont accusées de ne pas offrir un niveau de service et de prix standardisé (Cusumano, 2015) et de ne pas protéger suffisamment le consommateur (Rauch et Schleicher, 2015). La régulation de ces modèles est donc un sujet hautement politisé, dont l'ampleur de sa médiatisation entraîne un questionnement sur son objectif réel, soit de protéger les consommateurs, ou plutôt d'empêcher un virage économique pouvant nuire aux profits de modèles établis (Koopman, Mitchell et Thierer, 2014 ; Rauch et Schleicher, 2015). Pour répondre à la

question de la nécessité d'une régulation de ces modèles, il importe néanmoins de considérer que le concept de consommation collaborative fait référence à différents modèles d'affaires introduits dans divers contextes institutionnels (Hartle et al, 2016).

Enjeux présents et futurs - avenues de recherche

Bien que les avancées technologiques et de faibles barrières à l'entrée aient favorisé l'émergence croissante de startups basées sur le concept de consommation collaborative, il existe peu d'analyse dans la littérature de ce phénomène à l'échelle méso, soit celle de la firme, pour expliquer cette réussite (Schor et Fitzmaurice, 2015). Pourtant, même si certaines des startups issues du modèle de la consommation collaborative ont connu de grands succès, beaucoup ont échoué (Evans et Schmalensee, 2010). De ce fait, les implications de différents modèles d'affaires (Cohen et Kietzmann, 2014), ainsi que les caractéristiques et les comportements des entrepreneurs devront faire l'objet d'une attention académique future.

Afin de comprendre les enjeux présents et futurs auxquels font et feront face les modèles de la consommation collaborative, Barnes et Mattsson (2016) ont entrepris une étude Delphi, en quatre étapes. De cette étude, les auteurs ont fait ressortir les facilitateurs et inhibiteurs suivants :

Figure C : Facilitateurs et inhibiteurs des modèles de la consommation collaborative

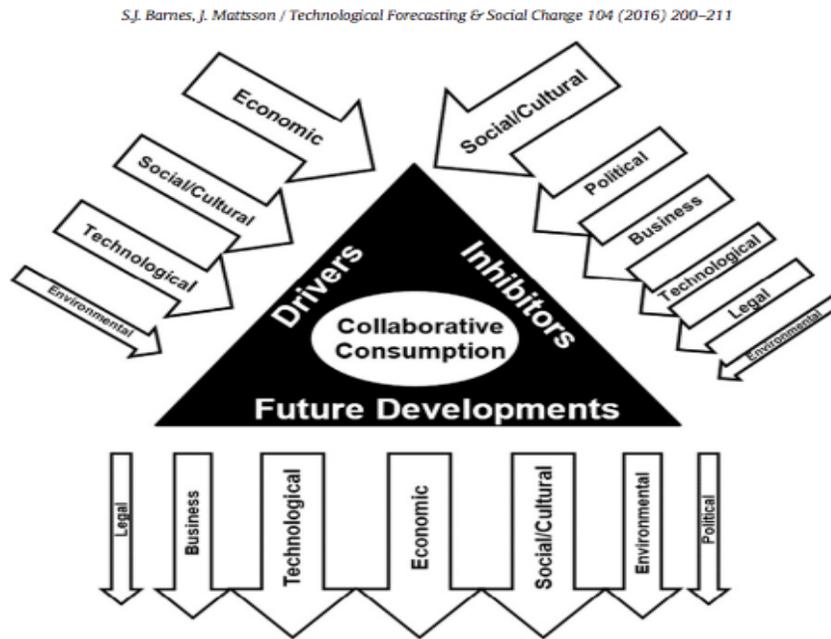


Fig. 2. Weighted categories of drivers, inhibitors and future developments from Delphi.

Très brièvement, on observe qu'en plus des facteurs économiques, technologiques et environnementaux, les résultats de l'étude de Barnes et Mattsson (2016) font apparaître des enjeux institutionnels, illustrés par la présence de caractéristiques politiques, légales, mais surtout socioculturelles, dans les facilitateurs/inhibiteurs des modèles de la consommation collaborative.

La forte progression de la popularité économique des plateformes de consommation collaborative (Belk, 2014) a depuis stimulé l'apparition croissante, sur diverses industries, de nouveaux modèles d'affaires basés sur ce concept. La marchandisation de ces modèles entraîne un encastrement du substantif vers le formel (Figure B : Polanyi, 1944, « La grande Transformation ») et exacerbe ainsi la nécessité d'implanter des cadres institutionnels fonctionnels pour régir les interactions économiques

qui y prennent lieu. Pourtant, bien que la consommation collaborative offre des perspectives économiques intéressantes et vienne défier des modèles d'affaires traditionnels établis (Möhlmann, 2015), les publications théoriques qui permettraient une meilleure compréhension de la gestion de leurs défis sont maigres. Ce présent travail de recherche vise donc à contribuer à la compréhension des applications théoriques et pratiques de la gestion de ces enjeux (Möhlmann, 2015). Ce faisant, on utilisera une approche méso, soit à l'échelle de la firme, pour faire émerger une meilleure appréhension des facteurs de succès propres aux plateformes de consommation collaborative (Evans et Schmalensee, 2010 ; Cohen et Kietzmann, 2014 ; Schor et Fitzmaurice, 2015). Il importe néanmoins de bien définir ici la nature et le rôle de l'apport des théories institutionnelles dans l'argumentaire de la présente étude.

En effet, un survol de la littérature au sujet de la consommation collaborative a permis de mettre en lumière une certaine convergence sur la nature institutionnelle des enjeux actuels et futurs auxquels sont confrontés ces modèles (Koopman et al., 2014 ; Rauch et Schleicher, 2015 ; Hartle et al, 2016 ; Barnes et Mattsson, 2016). La présente étude propose donc d'aborder les plateformes de consommation collaborative comme étant le produit d'une recombinaison institutionnelle. En effet, ces nouveaux modèles d'affaires proposent au grand public et sur divers marchés des modes de transactions économiques innovants et sont à ce titre contraints de devoir composer avec des systèmes de croyances différents. Considérer les plateformes de consommation collaborative comme étant le produit d'une recombinaison institutionnelle permet donc d'apporter une dimension systémique à l'étude de leurs enjeux stratégiques tout en considérant les défis de légitimité auxquels ces dernières doivent faire face (Zuckerman, 1999). Dans cette perspective, la prochaine partie de ce travail propose un survol des théories institutionnelles visant à appréhender les causes communes des enjeux de légitimité rencontrés par les plateformes de consommation collaborative de façon.

1.2 Institutions, entrepreneuriat institutionnel et changement institutionnel

Dans cette partie, un rapide survol de la notion d'institution sera tout d'abord présenté. Par la suite, le chercheur abordera les notions théoriques d'un changement institutionnel. Finalement, une interprétation de l'apport des théories institutionnelles sur la dialectique de cette étude sera proposée au regard des enjeux de légitimité propres aux plateformes de consommation collaborative.

1.2.1 Institutions

Dans la littérature, on définit communément une institution comme un ensemble de règles, de valeurs et de croyances qui décrit la réalité d'individus, ou d'organisations, leur offrant un cadre d'interprétation de ce qui peut être, ou ne peut pas être fait (Hoffman, 1999:351). On dit aussi des institutions qu'elles sont tenues pour acquises. Étant encadrées et culturellement comprises, elles spécifient et justifient les arrangements sociaux ainsi que les comportements formels et informels des acteurs institutionnels. Les institutions offrent donc des schémas normés et standardisés qui permettent d'encadrer des activités, socialement communes et répétées, dont toute déviation entraînera une sanction (Jepperson, 1991:145).

Il existe trois différents angles d'interprétation théorique majeurs pour comprendre les institutions. Pour les économistes institutionnels, l'émergence et la prospérité d'un arrangement institutionnel seront comprises selon une logique de coûts de transaction (Coase, 1937; Williamson, 1985). Dans cette logique, les arrangements institutionnels sont censés réduire l'incertitude et minimiser les comportements opportunistes en s'assurant que les coûts de négociation, de supervision et de renforcement d'un accord institutionnalisé soient réduits (Garud, Hardy et Maguire, 2007). De leur côté, les perspectives sociologiques sur les théories institutionnelles mettent l'accent sur la capacité des arrangements institutionnels à conférer de la légitimité. On considère alors que l'action d'une entité est désirable et appropriée si elle répond au système de normes, de valeurs et de croyances socialement construit qu'est l'institution qui la régit (Suchman, 1995: 574).

De ce fait, on peut statuer de la légitimité d'une action dans un champ institutionnel précis (Meyer et Rowan, 1977).

Qu'elles soient étudiées sous l'angle économique, sociologique, ou encore formulé comme un processus cognitif, les théories institutionnelles visent à expliquer la stabilité et la persistance des institutions ainsi que les changements isomorphiques, soit les changements basés sur la convergence des comportements des organisations appartenant à un même champ, qui s'y produisent (Garud, Hardy et Maguire, 2007).

Ces trois dernières décennies néanmoins, les théoriciens institutionnels ont davantage développé des insights pour expliquer les phénomènes de stabilité institutionnelle que pour en expliquer les changements (Barley et Tolbert, 1997; Clemens et Cook, 1999; Oliver, 1991; Scott, 1991). Cet engouement peut être expliqué par l'emphase mise sur la compréhension des pressions institutionnelles sur les organisations à adopter des pratiques et des structures similaires afin de gagner en légitimité et en support (DiMaggio et Powell, 1983). Dans ce contexte, les institutions ont été définies comme des systèmes de règles, des programmes de reproduction de routines socialement construits (Jepperson, 1991: 149). Elles sont également définies comme des configurations supra-organisationnelles d'activités humaines auxquelles chaque individu et organisation se réfèrent pour produire, reproduire et s'organiser (Friedland et Alford, 1991: 243). Mais, si les institutions sont si fermement enracinées et si puissantes que les organisations et les individus sont automatiquement prompts à s'y conformer, comment sont-elles créées et changées dans le temps (DiMaggio et Powell, 1991)? Pour répondre à cette question, il faut incorporer le rôle des intérêts et des agents dans les théories institutionnelles. **Introduire à ce stade la notion d'entrepreneuriat institutionnel permet de mieux comprendre le rôle des agents dans des phénomènes d'un changement ou de création d'une institution.** Il faut néanmoins prendre soin d'expliquer la capacité des acteurs à changer des institutions qui conditionnent leurs actions, leurs intentions et leurs rationalités (Holm, 1995: 398).

1.2.2 Entrepreneuriat institutionnel

Dans la continuité des travaux de Eisenstadt (1980), DiMaggio (1988) introduit la notion d'entrepreneuriat institutionnel dans l'analyse des institutions afin d'expliquer comment des acteurs pourraient contribuer à changer des institutions, en dépit des pressions du statu quo (Holm, 1995; Seo et Creed, 2002), réintroduisant ainsi les théories des acteurs-agents dans l'analyse institutionnelle. Un entrepreneur peut être une organisation, ou un groupement d'organisation (Garud, Jain et Kumaraswamy, 2002; Greenwood, Suddaby et Hinings, 2002), ou un individu, ou encore un groupement d'individus (Fligstein, 1997; Maguire et al., 2004). Pour Eisenstadt (1980, p. 848) les entrepreneurs institutionnels sont une variable parmi d'autres dans l'analyse d'un processus de changement social. Il décrit dans ses travaux (Eisenstadt, 1964, 1980) l'entrepreneuriat institutionnel comme l'engagement d'individus et de groupes de leadership dans la constitution d'une institution.

*Des héros solitaires aux réseaux pas toujours conscients : Sortir du problème de l'«
embedded agency »*

Le concept d'entrepreneuriat institutionnel est une source de conflits entre les théoriciens institutionnels. Il a notamment été vivement critiqué pour sa vision désencastrée du phénomène d'agence (Delmestri, 2006 ; Meyer, 2006). Le paradoxe de l'«embedded agency» reste bel et bien le principal obstacle à l'inclusion de la notion d'agence dans les théories institutionnelles (Holm, 1995 ; Seo & Creed, 2002). En effet, si nos normes et croyances collectives sont institutionnellement déterminées, comment un agent humain pourrait-il en être source de changement ? Les recherches sur l'entrepreneuriat institutionnel ont donc été critiquées pour ne pas prendre en compte l'influence des pressions institutionnelles sur le comportement des acteurs, ce qui constitue pourtant un des piliers théoriques des études institutionnelles. Cette critique de l'« agent désencastré » semble néanmoins s'articuler autour d'une représentation de l'entrepreneur institutionnel comme étant une sorte de héros solitaire, un être particulièrement rationnel et désencastré des institutions (Meyers, 2006, p.732).

Reconnaissant ce risque, des études récentes considèrent cependant qu'il est possible de formuler des modèles théoriques incluant les notions d'entrepreneuriat institutionnel et d'agences, sans trahir les principes des théories institutionnelles (Battilana, 2007). Pour ce faire, ces études s'éloignent de l'image de l'entrepreneur institutionnel comme « individu héroïque », au profit de la reconnaissance du travail d'un collectif d'acteurs, encadrés, œuvrant dans un contexte social spécifique, pour lequel ils mobilisent d'autres acteurs et ressources et s'engagent dans divers projets dont la nature présente une déviance vis-à-vis des systèmes institutionnels mis en place. On s'intéresse donc plus récemment à la nature du « travail institutionnel » et la capacité à créer, maintenir, ou encore changer des institutions (Hardy et Maguire 2007). Reconnaissant qu'un changement institutionnel soit un phénomène complexe, dont on doute qu'il puisse être l'œuvre d'un individu isolé, on parlera donc davantage d'entrepreneuriat institutionnel, ou encore, de travail institutionnel.

Proposer un changement pour changer sciemment les institutions ou changer les institutions pour favoriser un changement ?

Il est en effet intéressant de se demander à ce stade s'il est même nécessaire que les acteurs d'un travail institutionnel soient, à la base, conscients du phénomène dans lequel ils s'engagent et de ses conséquences ?

Si l'on se réfère à la définition de DiMaggio (1988), les entrepreneurs institutionnels sont caractérisés par leur volonté d'initier un changement. Néanmoins, cette définition reste ambiguë quant à la volonté de ces entrepreneurs de vouloir diverger, ou non, des institutions établies par ce changement. Cela soulève alors la question du degré d'intentionnalité. Les premières études sur l'entrepreneuriat institutionnel avaient tendance à considérer que les entrepreneurs institutionnels développaient sciemment des stratégies visant à essayer de changer leurs environnements institutionnels (Colomy, 1998 ; Colomy et Rhoades, 1994). Néanmoins, des études plus récentes considèrent que les intentions d'un entrepreneur institutionnel peuvent évoluer au fil du temps et des étapes

du changement qu'il propose (Child, Lua et Tsai, 2007). Ainsi, certains entrepreneurs institutionnels pourraient non intentionnellement engager une rupture avec des institutions (Lounsbury & Crumley, 2007). Il est de ce fait possible que des agents, n'ayant pas l'intention d'interférer avec des institutions, ou n'ayant pas conscience de contribuer à des changements divergents au sein d'institutions existantes, puissent agir comme des entrepreneurs institutionnels, malgré eux. Battilana (2007) définit à ce titre les entrepreneurs institutionnels comme des agents du changement qui, conscients ou non d'initier un changement, participent activement à l'implantation de changements divergents du statu quo.

Ainsi on comprend que le travail institutionnel n'est pas le fruit d'un agent isolé, mais plutôt des comportements d'un réseau d'acteurs qui sciemment, on non, initient des changements venant bouleverser le statu quo. De ces changements peut émerger la nécessité de développer de nouveaux systèmes et de formuler des stratégies institutionnelles visant à favoriser la reproduction des comportements initiés par ces changements. Néanmoins, pour mieux comprendre les enjeux du travail institutionnel des plateformes de consommation collaborative, il importe de s'intéresser aux contextes et aux conditions qui sont à l'origine d'un changement institutionnel et favorisent son développement.

1.2.3 Contexte et caractéristiques d'un changement institutionnel

Les premières tentatives d'explications théoriques d'un changement institutionnel mettent l'emphase sur un mécanisme d'altercation temporelle de phases de stabilité et de changement dramatique. Cette dynamique a été pour la première fois amenée par Krasner (1984) dans son concept évolutif de l'« équilibre ponctué » des institutions. En clair, ce concept suggère qu'une institution reste stable tant qu'elle n'est pas confrontée à une force exogène à son système institutionnel. Des travaux plus récents se sont néanmoins attardés à nuancer cette vision du changement institutionnel. En effet, des analyses historiques

tendent à démontrer que la réalité des variations institutionnelles est un processus beaucoup plus progressif. L'image de l'état comme figure autonome, garante des normes et des valeurs, a été remplacée celle des institutions. Contrairement aux états, les institutions sont des configurations culturelles de schémas issus et rendu possibles par diverses ressources et réseaux sociaux (Archer, 1988; Giddens, 1984; Sewell, 1992). Il est donc important de noter la distinction entre les schémas proposés par une institution, d'une part, et les ressources et réseaux qui lui donnent vie, de l'autre. Aussi, plusieurs schémas institutionnels, ou plusieurs règles institutionnelles pourraient coexister dans un même environnement institutionnel. Ainsi, un changement pourrait conceptuellement être initié par un ou plusieurs schémas, ou par des ressources et leurs réseaux, ou encore, par un agencement de ces deux éléments. À cet effet, Clemens et Cook (1999) présentent trois causes pour expliquer les contextes institutionnels propices au changement, soit la mutabilité, les contradictions et la multiplicité.

1.2.3.1 Contexte d'un changement institutionnel

La mutabilité

Il faut comprendre que le phénomène de reproduction est crucial pour la pérennité d'une institution ; «les institutions sont des configurations sociales qui, quand chroniquement reproduites, doivent leurs survies à des processus sociaux quasi automatiquement activés» (Jepperson 1991:145). C'est ce réflexe de reproduction institutionnel qui empêche l'émergence de déviances. La **mutabilité** suggère une perte d'autorité dans les incitations faites par une institution pour se faire respecter. Zucker (1988) précise à ce sujet que cette forme fondamentale du changement implique une perte de l'ordre établi causé par une forte entropie sociale (déclin d'un ordre social, d'une structure, façon de faire, etc.). Le concept de mutabilité est donc fondamental dans la compréhension du phénomène d'un changement institutionnel. En effet, les déclarations institutionnelles qui ne suggèrent pas, ou n'interdisent pas un comportement, font indirectement la promotion d'une certaine hétérogénéité. Car les acteurs institutionnels

attendent des institutions qu'elles leurs procurent un cadre et des outils concrets (Clemens, 1997; Minkoff, 1994; Swidler, 1986).

Ce contexte peut alors encourager le développement de savoirs divergents et d'innovations, et ainsi altérer progressivement les schémas existants. Dans un contexte où il existe plusieurs formes institutionnelles en compétition, des formes hybrides émergent (Haveman et Rao 1997:1620) et c'est cette présence d'alternatives qui diminue la détermination institutionnelle et favorise l'innovation. L'analyse pratique de ce contexte de mutabilité peut faire l'objet d'une analyse stochastique (Clemens et Cook, 1999).

Les contradictions

En sociologie, on affirme souvent que le changement est déterminé par des contradictions formulées dans l'historique des arrangements institutionnels (Clemens et Cook, 1999). Les failles causées par ces possibles contradictions peuvent alors donner lieu à l'émergence d'un phénomène d'adhésion à un nouveau schéma. Les mouvements promouvant de nouveaux modèles qui réussiront à perturber les institutions établies seront souvent endossés et revendiqués par des mouvements de leadership annexes, dont l'objectif à terme sera d'en exploiter les opportunités (Schwartz, 1976). Sous réserve que certains arrangements institutionnels contiennent des contradictions et/ou causent l'émergence de déviances, la pérennité et la reproduction du modèle institutionnel en place seront mises à l'épreuve. Dans un contexte de contradiction, le modèle en place sera donc moins capable de gérer les conséquences d'un choc exogène ou d'un changement sur son environnement. Cette condition peut être analysée de façon pratique sous la forme d'une dialectique consistant à relever la présence de contradictions dans les arrangements institutionnels passés (Clemens et Cook, 1999).

Multiplicité

Les contradictions et l'affaiblissement institutionnel peuvent être directement liés à des problèmes internes, mais peuvent aussi émerger de tensions entre différentes institutions (Sewell 1992:1919). Un des préceptes ethnométhodologiques stipule qu'en l'absence d'alternatives, les arrangements institutionnels deviennent des régularités socialement acceptées et « prises pour acquises ». On comprend alors que les « révolutions » ne sont possibles que lorsque les institutions, fortes ou faibles, ne sont plus perçues comme inévitables (Stinchcombe, 1978 : 40). Cet état peut émerger d'un contexte dans lequel sont présentes des alternatives. Pour Gramsci (1971 : 333), l'hégémonie est continuellement mise à l'épreuve par la contradiction entre deux consciences théorique ; l'une implicite, issue de l'apprentissage du « monde réel », et l'autre héritée du passé. Dans les théories institutionnelles, la présence de plusieurs alternatives peut causer un mécanisme et des conséquences similaires. Ainsi, les actions, les comportements et les choix d'acteurs institutionnalisés sont moins prévisibles dans un environnement où aucune institution n'est réellement établie, ou lorsque plusieurs modèles institutionnels sont en compétition. Pour analyser ce contexte, Clemens et Cook (1999) suggèrent simplement de relever la présence d'alternative au sein d'un même arrangement institutionnel.

1.2.3.2 Caractéristiques d'un changement institutionnel

Les trois facteurs contextuels présentés plus haut nous ont permis d'illustrer, à l'échelle « macro », les conditions favorables à l'émergence de nouveaux arrangements institutionnels au sein d'institutions fragilisées. Néanmoins, ces conditions contextuelles ne sont pas en elles-mêmes suffisantes pour engendrer un changement significatif. Dans cette partie, on s'intéresse donc davantage aux réseaux d'acteurs qui sont impliqués dans un travail institutionnel. On répertorie à cet effet trois différentes perspectives dans la littérature institutionnelle qui permettent d'illustrer la capacité de ces réseaux d'acteurs à prendre avantage de conditions institutionnelles contextuellement favorables afin d'amorcer du changement. Ce niveau d'analyse « méso » d'un processus de changement institutionnel s'articule donc autour des trois caractéristiques suivantes : la capacité d'un

réseau à contenir et diffuser une nouvelle reproduction institutionnelle, sa capacité à profiter des innovations et des apprentissages et finalement, sa capacité à favoriser une certaine médiation institutionnelle en son sein.

Diffuser et contenir

Cette première caractéristique permet d'illustrer la capacité d'un tel réseau à diffuser un nouveau modèle, mais aussi, sa capacité à contenir la reproduction institutionnelle chez les individus qui y adhèrent. Un réseau peut alors permettre de minimaliser la mutabilité de l'arrangement institutionnel qu'il propose. Zucker (1988) avance à cet effet que la densité des liens dans un réseau permet de renforcer les institutions qui y sont en place, rendant les systèmes sociaux plus stables et cohérents. Les processus d'influence sociale sont alors plus efficaces et durables lorsque les affirmations cognitives sont encadrées dans les attributs de la légitimité organisationnelle (Zucker 1977), ou encore dans des systèmes de liens sociaux (Carley 1989, 1991).

Donc, en l'absence de chocs exogènes, la capacité institutionnelle d'un nouveau modèle à contenir et diffuser la reproduction institutionnelle au sein de son réseau est plus forte lorsque (Clemens et Cook, 1999) :

a) Les déclarations institutionnelles sont fortes, non discrétionnaires et substantives,

b) L'hétérogénéité sociale est minime (Blau et Schwartz 1984, Carley 1991, Suitor et Keeton 1997),

c) Les liens sociaux sont denses et concentrés dans des distances sociales peu significatives (Carley 1989, Feld 1981, Mark 1998).

Réciproquement, la capacité institutionnelle d'un nouveau modèle à contenir et diffuser la reproduction institutionnelle au sein de son réseau est plus faible lorsque :

a) Il est entendu que les modèles d'actions sont discrétionnaires ;

b) L'hétérogénéité sociale est grande ;

c) Les réseaux sociaux sont fragmentés et traversent d'importants clivages sociaux.

Enfin, concernant l'importance des mécanismes de diffusion dans un processus de changement institutionnel, Clemens et Cook (1999) répertorient à ce sujet deux questions de littérature :

- 1) Sous quelles conditions des réseaux sociaux peuvent-ils présenter un processus de régulation homéostatique² issu de diverses rétroactions avec leur environnement et inspiré de justifications historiques ? (Stinchcombe 1968:103-20)
- 2) Sous quelles conditions les réseaux initialisant de faibles variations conduisent à une trajectoire de changement social ? (North 1990:93-98)

Apprentissage et Innovation

La deuxième caractéristique de ces réseaux réfère à leur capacité à prendre avantage de contraintes technologiques et économiques, face auxquelles les acteurs peuvent réagir et modifier les institutions pour résoudre des problèmes, gagner en efficacité, ou encore faciliter l'apprentissage collectif en réseau (March 1991, Powell et al 1996, Thelen 1991). Ainsi, le processus d'apprentissage, bien que conditionné par de précédents modèles cognitifs (Hecló, 1974), peut aussi prendre la forme d'une expérimentation, un processus d'essais-erreurs visant à rediriger d'anciennes règles (Levitt et March 1988). Zhou (1993) précise d'ailleurs que l'apprentissage organisationnel entraîne dans le temps un meilleur «fit» avec l'environnement et ses demandes.

Le processus de diffusion d'un nouveau modèle sur un marché peut lui aussi encourager l'innovation, dans le sens où ses acteurs chercheront à accommoder les adeptes des nouvelles règles institutionnelles en adaptant les pratiques existantes, les ressources exploitées, ainsi que leur modèle d'affaires (Campbell 1988:382-83, Soysal 1994, Stryker 1999, Westney 1987). Cette recombinaison de modèles et de contextes peut dès lors conduire à de l'innovation. Plus un arrangement institutionnel est mutable et multiple, plus

² Processus de régulation par lequel l'organisme maintient les différentes constantes du milieu intérieur / Caractéristique d'un écosystème qui résiste aux changements (perturbations) et conserve un état d'équilibre.

on observera des efforts de transposition et d'adaptation de modèles dans différents réseaux sociaux et plus la reproduction de l'ancien modèle institutionnel sera amoindrie.

Médiation institutionnelle

À ce stade, on comprend que les contextes de contradiction et de mutabilité, en plus de contribuer au modèle d'analyse endogène du changement institutionnel, permettent d'améliorer l'analyse des chocs exogènes. En effet, l'homogénéité et l'absence d'alternatives sont cruciales dans notre compréhension de la stabilité institutionnelle, la diminution de l'hétérogénéité augmentant l'importance relative d'un choc exogène comme source de changement (Stryker 1999). De plus, des changements exogènes peuvent parfois conduire à une rupture avec les systèmes de croyances, de valeurs et de rôles des institutions d'une société donnée (Ellingson 1995:103). De cette rupture émerge alors une place institutionnelle qui peut être saisie par des acteurs qui, en se l'appropriant et en y redéfinissant les cadres d'interprétation institutionnels, espèrent capter une plus grande audience. Les chocs exogènes, ou les changements environnementaux peuvent aussi affecter la prépondérance de l'importance relative de différentes institutions, ainsi que le rôle de ces dernières dans diverses sphères sociales. L'impact d'un changement d'opinion publique, ou la mobilisation de nouveaux groupes de constituants pourront alors être appréhendés et équilibrés par l'ouverture de certains systèmes politiques en faveur de ces changements (Amenta et al 1992, Amenta et al 1994, Amenta 1998). C'est ce rééquilibrage de l'arrangement des systèmes politiques au sein d'une nouvelle « place institutionnelle » qui fait référence à la médiation institutionnelle, comme caractéristique de la capacité d'un changement institutionnel. Dans ces conditions, ce sont les individus qui sont en marge du système dominant qui sont le plus susceptibles de faire des concessions avec les arrangements institutionnels, et cela pour deux raisons : (1) leur déni d'un bénéfice social des institutions en place et (2) le coût moindre de dévier des configurations établies (Leblebici et al. 1991, Stearns et Allan 1996). Ces « challengers » des institutions établies pourraient alors innover dans le but de développer un modèle alternatif plus populaire (Clemens 1993, Hirsch 1986, Morrill 1999, Schneiberg 1998).

Des études en sociologie documentent la façon dont des modèles d'organisation politique s'encastrent dans une sphère sociale, en renforçant les liens de dépendance qu'ils exercent au sein d'un réseau d'alliances, et les attentes qu'ils créent. Ces analyses de la dimension politique dans un changement invoquent le rôle de l'innovation. L'innovation est générée par des réseaux qui traversent certaines limites institutionnelles et engendre une confusion des institutions en place. Accompagnée d'un contexte d'hétérogénéité sociale, elle facilite la mobilisation d'entrepreneurs politiques qui peuvent exploiter la confusion structurelle des institutions en place. De plus, en introduisant plus haut les notions d'entrepreneur institutionnel et de travail institutionnel, on a compris que de nouvelles institutions émergent lorsque des acteurs organisés perçoivent une opportunité qui profite à leurs intérêts (DiMaggio, 1988). Enfin, à la lumière des théories institutionnelles et de la sociologie, on a vu que l'innovation pouvait être perçue comme une condition disruptive permettant de créer cet espace d'opportunités nécessaire à l'émergence de nouveaux modèles.

Il est d'ailleurs intéressant de noter que, dans son interprétation des cycles économiques, Schumpeter (1939) place l'innovation au cœur du développement de ses théories du changement économique. Les insights offerts par Schumpeter (1942) et Kirzner (1977) permettent à ce sujet de mieux comprendre le rôle de l'entrepreneuriat dans le fonctionnement économique. Pour Schumpeter (1942), l'entrepreneuriat issu de l'adoption de nouvelles technologies est un moteur de croissance économique. Favorisant un contexte de potentielle obsolescence des modèles exploités par les firmes établies, ces dernières doivent alors fournir des efforts d'adaptation pour survivre à ces destructions créatives. C'est de ces disruptions, causées par des destructions créatives, qu'émergent d'ailleurs les espaces d'opportunités institutionnelles discutés plus haut. Ces disruptions seront dès lors exploitées par des individus qui en saisiront les opportunités (Kirzner, 1997; Shane et Venkataraman, 2000).

Dans un contexte économique difficile, où la possession des ressources par les particuliers se raréfie, beaucoup de consommateurs cherchent une alternative. Propulsés par le développement des technologies de communications et internet, dont l'impact sur le fonctionnement des individus est de plus en plus important, des entrepreneurs de l'économie collaborative ont su innover et proposer un modèle de consommation alternatif de plus en plus populaire. D'autre part, les innovations permises par internet et les technologies connectées ont modifié beaucoup d'institutions économiques. Leur démocratisation et leurs impacts sur le quotidien des individus ont donné lieu à un contexte institutionnel fragile, car mutable, multiple et source de contradictions, et donc, favorable au changement. En effet, dans bon nombre d'industries, les entreprises s'adaptent à la démocratisation des nouvelles technologies et à l'augmentation croissante de leurs utilisations dans les sphères sociales et économiques en tentant de s'en approprier les fonctionnalités et d'innover afin de mieux répondre à cette nouvelle demande. Ainsi, au début des années 2000, en réponse à des contraintes croissantes au niveau de la disponibilité et du coût des ressources, certaines compagnies ont entrepris d'utiliser internet dans le but d'accroître leur efficacité et de bénéficier de passerelles commerciales entre la sphère connectée, en ligne, et le monde réel. C'est de ces initiatives qu'émergera l'économie collaborative (Botsman et Rogers, 2010).

La perspective sociologique stipule que le changement occasionné par l'entrepreneuriat implique une déviation de normes (Garud et Karnøe, 2001). Néanmoins, il est à court terme peu probable que ces déviations soient acceptées par l'ensemble des acteurs d'un champ organisationnel dans lequel la majorité fonctionne encore selon les règles du modèle dominant. Pour réussir, un entrepreneur doit alors gagner en légitimité. Cette tâche est rendue particulièrement difficile dans un contexte où plusieurs groupes sociaux aux intérêts hétérogènes sont impliqués (Lounsbury et Glynn, 2001; Aldrich et Fiol, 1994). Étant le produit d'une recombinaison institutionnelle, ces nouveaux modèles, qui fonctionnent sur des systèmes de croyances différents, doivent donc surmonter des

problèmes de légitimités (Zuckerman, 1999). Afin de gagner en légitimité, les plateformes de consommation collaborative doivent être capables de développer leur capacité à contenir la particularité de leurs arrangements institutionnels innovants, mais aussi, à se diffuser tout en se prémunissant d'un réseau favorable à une médiation institutionnelle. Tous ces éléments stratégiques permettent aux plateformes de consommation collaborative de mieux s'institutionnaliser, et donc de mieux performer. Ils constituent d'ailleurs autant d'angles de recherche possibles pour analyser les facteurs de succès de ces modèles. Ces processus stratégiques passent par l'interaction de différents schémas institutionnels, réseaux sociaux et acteurs. Topographier ce phénomène à l'échelle de la consommation collaborative s'avérerait trop complexe et peu convaincant. En revanche, pour développer leur légitimité, les modèles de consommation collaborative ont tout intérêt à se prémunir d'un cadre visant à définir et développer un système de normes, de valeurs et de croyances, socialement construit (Suchman, 1995), auquel adhèreraient leurs membres. Ce besoin de légitimité et de cadre se traduit notamment par des enjeux de régulation communs, auxquels sont assujettis ces modèles (Koopman, Mitchell et Thierer, 2014 ; Rauch et Schleicher, 2015). Cette deuxième partie sur la littérature institutionnelle nous permet donc, d'une part, de mieux appréhender la place et le rôle des plateformes de consommation collaborative dans les processus de changements institutionnels qu'elles occasionnent, mais aussi, de mieux comprendre pourquoi ces modèles sont exposés à des enjeux de régulation communs.

1.3 Les enjeux de la régulation des modèles issus des technologies d'internet

Les théories sur le contexte et les conditions d'un changement institutionnel nous permettent de comprendre que le potentiel institutionnel d'un nouveau modèle tient à la fois compte de facteurs endogènes et exogènes. Ainsi, les modèles de la consommation collaborative, disruptifs et basés sur l'utilisation technologique d'internet, sont assujettis à des enjeux de régulation. Ces enjeux répondent à un besoin de légitimité, occasionné par

des pressions exogènes, auxquels ces modèles doivent répondre en adaptant leur structure, se répercutant donc sur des facteurs endogènes. Néanmoins, afin de mieux appréhender et modéliser les enjeux de la régulation des modèles de la consommation collaborative, on doit tout d'abord s'intéresser aux problématiques liées à la régulation d'internet, et particulièrement à celles liées aux cyberespaces et au E-commerce.

1.3.1 Enjeux de régulation d'internet

La régulation impacte le développement et l'établissement d'une technologie, mais elle peut aussi en être affectée. En effet, les innovations technologiques touchent à la fois les enjeux, les acteurs et le contexte d'une régulation, et poussent à redéfinir les outils et les modèles régulateurs, ou encore à questionner la capacité et la légitimité des ressources chargées de faire appliquer la régulation (Hood, 2006).

Étant donné la complexité accrue et les rapides changements dans l'usage d'internet, social comme commercial, il est impensable de trouver un cadre de règles simple pour pouvoir réguler internet. Cette réalité est d'ailleurs amplifiée par les caractéristiques transfrontalières des plateformes web. Il est alors plus commun de trouver des assemblages d'éléments régulateurs qui, bien que complémentaires, peuvent parfois entrer en compétition. Ces éléments régulateurs se présentent alors sous forme de règles légales, d'ordonnances, de protocoles, ou encore de standards techniques, obligatoires ou volontaires, de contrats, mais aussi d'accords, qui peuvent être nationaux ou internationaux, et enfin, sous forme de codes de conduite informelle de conventions sociales et d'interaction cyberconnexe (Feick et Werle, 2010).

La plupart des études traitant de la régulation d'internet et des cyberespaces se concentrent davantage sur le contenu et le leadership d'une plateforme plutôt que sur les caractéristiques de son infrastructure technique. Bien que des auteurs comme Lessig (2004) contestent que l'infrastructure fasse référence à une forme de régulation, force est de constater que la plupart des efforts accompagnant le développement d'une technologie sont coordonnés et visent l'atteinte de la meilleure solution technologique possible. De ce

fait, il se peut que les caractéristiques de ces efforts ne soient pas pleinement considérées dans l'analyse de leurs implications sur la régulation et le positionnement politique d'une plateforme (Scott, 2010).

Enfin, la condition opérationnelle d'interconnectivité d'internet permet de comprendre la complexité des enjeux relatifs à son accès, mais aussi, à sa différenciation et sa fragmentation. En effet, contrairement à différents opérateurs de réseaux et services technologiques (comme le téléphone), les fournisseurs et les opérateurs de réseaux internet ne sont pas, dans la plupart des pays, contrôlés ou assujettis aux spécificités et aux régulations d'une quelconque industrie. De ce fait, internet est souvent considéré comme un réseau non régulé (Feick et Werle, 2010).

1.3.2 Vers une autorégulation des cyberspaces

Avant-propos - Différence entre régulation et réglementation

P. Salin, économiste et intellectuel français, dénonce la confusion qui est généralement faite entre régulation et réglementation. Ce problème de vocabulaire récurrent mérite que l'on revienne ici sur la différence entre ces deux termes. La régulation est un processus complexe qui permet à un système économique et social d'être pérenne. En clair, la régulation c'est la capacité à stabiliser une économie, ou bien quand celle-ci est en crise, c'est la capacité à dépasser celle-ci. La réglementation c'est tout simplement le fait de fixer des règles. De ce fait, le cadre réglementaire aide à comprendre les possibilités et les limites de la régulation.

L'importance et l'ampleur des modèles de la consommation collaborative sont rendues possibles par des plateformes qui utilisent internet pour créer des communautés virtuelles, des cyberspaces, propices à l'échange et à la marchandisation de biens et

services entre particuliers. Ces modèles visent ainsi à créer des communautés dont l'activité est permise par l'utilisation de technologies de communication et le développement favorisé par la démocratisation et l'importance croissante de l'usage d'internet dans différents aspects de la vie sociale et économique. La terminologie de «cyberespace» réfère techniquement à l'«ensemble des données numérisées, constituant un univers d'information et un milieu de communication défini, reposant sur l'interconnexion mondiale des ordinateurs».

Ainsi, les cyberespaces sont caractérisés par leurs dématérialisations et leurs délocalisations. Ces deux caractéristiques posent un problème au niveau de l'application du cadre légal, mais peuvent aussi donner lieu à des activités dont la nature peut se heurter aux normes sociales et politiques établies. De plus, du fait que ces infrastructures permettent une distribution de la créativité, de l'échange, de la production et de la consommation en « peer to peer », cela rend difficile de tracer et de contrôler les actions sociales, politiques et économiques qui y prennent place (Benkler, 2006; Lemley et Lessig, 2004).

Au vu des caractéristiques complexes qui se doivent d'être considérées dans l'analyse de la régulation et, plus généralement de l'institutionnalisation d'un cyberespace, on choisit ici de l'illustrer par des exemples pratiques. Les deux cas suivants, tels que présentés par Freick et Werle (2010), nous permettent de comprendre les influences du fonctionnement de eBay sur l'autorégulation d'un e-commerce, mais aussi d'aborder les croyances et les valeurs à l'origine de la constitution d'une communauté de production de valeur, en «peer to peer», avec le cas de Wikipédia. Il est important de rappeler que la régulation est un processus complexe qui vise la pérennité d'un système économique et social. En clair, la régulation c'est la capacité à stabiliser une économie. Un processus de régulation peut ainsi faire appel à différents mécanismes, dont la réglementation légale. À cet effet, l'autorégulation réfère ici à l'établissement d'un tel processus par le même modèle qu'il s'agit de réguler.

En réponse à la difficulté de maintenir un cadre légal global, le e-commerce a dû développer des mécanismes d'autorégulation et d'entraide afin de créer un climat de confiance propice aux transactions. Ainsi, quand la plateforme de revente eBay a commencé sous la forme d'une petite communauté autorégulée (Dingler, 2008), son principal défi, fut de gérer la menace de possibles comportements frauduleux de la part de ses utilisateurs. Sa capacité à relever ce défi s'avérait d'ailleurs cruciale pour établir sa légitimité dans un contexte de croissance de ses activités. Afin de gérer cet enjeu, la compagnie a alors créé en 2005 une équipe de 800 employés, chargée de traquer les comportements frauduleux. Par ailleurs, eBay a également mis en place un processus d'autorégulation qui fait appel à la contribution de sa communauté d'utilisateurs. L'utilisateur peut ainsi consulter le profil d'un vendeur et contribuer à sa notation par le biais de commentaires ou retour d'expérience. Il doit aussi assumer la responsabilité d'engager, ou non, une transaction. Ce modèle d'autorégulation a considérablement aidé eBay à identifier, traquer, et même décourager et pénaliser les individus aux comportements frauduleux, protégeant ainsi l'intégrité de la plateforme (Goldsmith et Wu, 2006). L'exemple de la plateforme eBay apporte donc une bonne idée des enjeux et des processus de mise en œuvre de l'autorégulation d'un cyberspace commercial.

De son côté, la plateforme Wikipédia peut être décrite comme une encyclopédie collaborative en ligne. Ce modèle a ainsi émergé comme un parfait contre-exemple au sein de l'industrie traditionnelle de l'incubation d'informations (Benkler, 2006). Le principe initial de «trust your neighbour», tel que formulé par son fondateur Jimmy Wales, démontre un fonctionnement basé sur la reconnaissance d'une intelligence collective et la confiance en la responsabilité des individus constituant une communauté. Wikipédia apparaît ainsi comme le premier cyberspace collaboratif entièrement autorégulé.

L'établissement des mécanismes de régulation est souvent le fruit d'une coopération entre les autorités publiques et le secteur privé qui se caractérise par un arrangement hybride des responsabilités entre ces deux parties. De ce fait, les mécanismes de régulation peuvent à la fois émerger d'instruments formels et conventionnels, comme des politiques de contrôle gouvernemental par exemple, que de la non-intervention et

d'une confiance en l'autorégulation. Entre ces deux extrêmes, il existe un processus hybride de «soft information» (Freick et Werle, 2010) qui se constitue de politiques de persuasion, d'autorégulation et de l'évaluation continue des cibles et des objectifs d'une réglementation.

Enfin, on comprend que les arrangements de l'autorégulation d'internet visent à rendre les transactions et les échanges qui s'y opèrent irréprochables afin que toutes autres formes de réglementations soient rendues non nécessaires (Johnson, Crawford et Palfrey, 2004). Néanmoins, pour être efficaces, ces arrangements requièrent des utilisateurs qu'ils fassent un usage et une évaluation des risques et des cyberespaces qu'ils s'établissent sur un modèle d'affaire aux structures et stratégies adaptées.

En explorant la littérature au sujet de la régulation d'un cyberespace et ses défis, on constate que la distinction entre les rôles des régulateurs et des régulés est parfois floue et que la collaboration entre ces deux catégories d'acteurs est requise pour le bon fonctionnement du processus de régulation. L'application de la réglementation est une partie du processus de régulation qui est imposée par des instances externes. Néanmoins, dans le cas des cyberespaces elle doit souvent être laissée aux parties prenantes – utilisateurs et fournisseurs de services – principalement parce que les autorités publiques manquent de moyens de contrôle. De ce fait, la régulation d'un cyberespace est souvent constituée d'un équilibre entre modèles de gouvernance et fonctionnalités d'autorégulation, qui s'observe au cas par cas. Renate Mayntz définit la gouvernance comme un concept plus large que la réglementation. Dans une perspective sociologique, la gouvernance réfère à la coordination de différents modes d'actions à différents niveaux: l'état, le marché, la hiérarchie corporative, etc., tandis que la réglementation fait référence aux différentes formes d'actions collectives délibérément prises dans l'intérêt public (Mayntz, 2009).

Enfin, les standards sont essentiels au suivi d'un régime réglementaire. Les standards sont les normes, les buts, les règles et les objectifs qui orientent l'application d'un régime

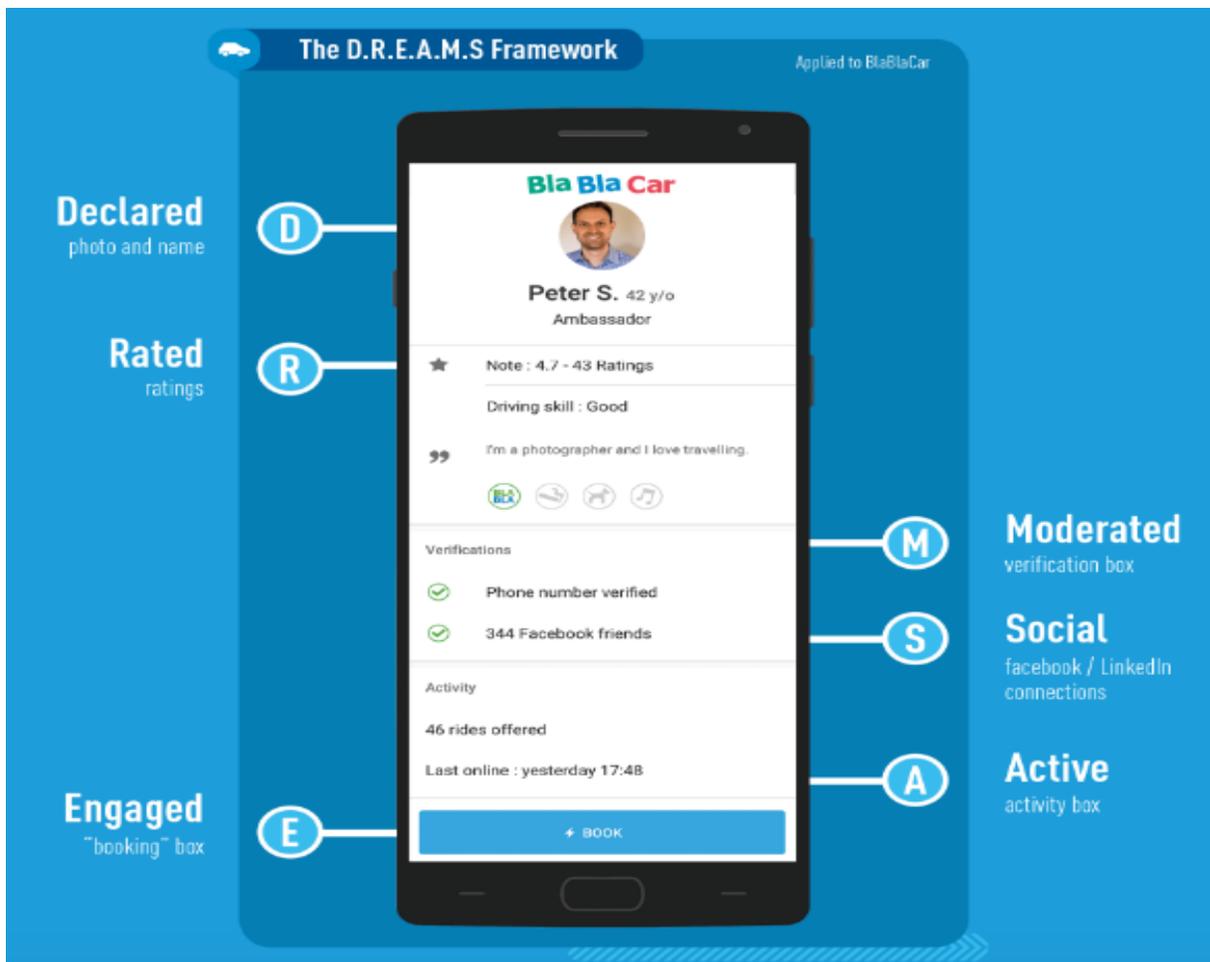
réglementaire. Ce sont les instruments qui permettent «la poursuite et l'atteinte d'un profit, d'un but ou d'un résultat sans néanmoins en spécifier les actions requises», contrairement à une règle légiférée qui elle délimite la marge d'action d'un individu (Braithwaite et Braithwaite, 1995). L'établissement de standards est donc particulièrement important dans le cas d'un processus d'autorégulation, car il précise les cibles et les objectifs d'une régulation.

Aussi, d'un point de vue académique, bien que les questionnements autour de la nature et le statut des standards restent importants, le régime et les conditions sous lesquels émergent les standards sont susceptibles de maintenir un intérêt constant, autant pour les acteurs du processus réglementaire que pour le monde académique (Kerwer, 2005). De plus, il faut noter que des standards qui ne sont pas directement dictés par l'état peuvent permettre l'obtention de résultats plus efficaces dans leurs capacités à répondre à des enjeux sociaux et publics. En suivant ainsi une logique supra étatique, cette standardisation permet de surmonter les manques de moyens des états ainsi que la difficulté d'établir une régulation internationale. Scott (2010) affirme d'ailleurs que la recherche académique devra davantage s'orienter sur l'analyse de modèles de régimes réglementaires non gouvernementaux, et particulièrement à leurs mises en place, afin d'évaluer les conditions sous lesquelles les relations entre le gouvernement, le marché et les communautés concernées sont susceptibles de permettre l'atteinte d'un point d'équilibre dans la gouvernance et l'institutionnalisation d'une activité donnée.

Les exemples de eBay et Wikipédia nous permettent de faire ressortir les enjeux stratégiques de la mise en place de mécanismes d'autorégulation adaptés. Ainsi, bien que la littérature sur les enjeux de l'autorégulation des plateformes de consommation collaborative soit encore inexistante, on considère que ces derniers occupent une place stratégique centrale. En effet, l'analyse des systèmes d'autorégulation standardisés de ces plateformes peut permettre de mieux appréhender les problématiques

d'institutionnalisation de ces modèles. Le développement de systèmes de contrôles adaptés est à ce titre un facteur de succès de ces plateformes et permet de créer des espaces de confiance pour les utilisateurs. Certains académiciens ont d'ailleurs publié des travaux portant sur la relation entre la confiance et les systèmes de contrôles dans des contextes où l'individu est exposé à des risques (Mc Evily et al., 2003 ; Sitkin et George, 2005). Par ailleurs, on observe que Blablacar, la plus importante plateforme de consommation collaborative de covoiturage au monde, a développé et partagé le modèle du « trustman », ou D.R.E.A.M.S. Ce dernier, initialement conçu pour sensibiliser ses utilisateurs à l'importance de contribuer aux systèmes de contrôle de la plateforme, s'est très vite imposé comme une référence stratégique en matière de développement d'interfaces pour les plateformes de consommation collaborative.

Figure D : Modèle DREAMS de Blablacar



Ainsi, ces systèmes de contrôles visent à créer un environnement de confiance pour favoriser la participation des utilisateurs à un système autorégulé. Cette forme d'autorégulation suggère alors la mise en place de systèmes de contrôles efficaces au sein des plateformes de consommation collaborative, et cela, afin d'en renforcer la légitimité sans intervention d'un cadre réglementaire externe. Cet enjeu est d'autant plus central au sujet de cette étude qu'il permet de lier des perspectives institutionnelles à la fois endogènes et exogènes de ces modèles. Ainsi, la régulation permet de répondre à des enjeux externes et l'autorégulation est une réponse interne à ses pressions.

Ainsi, afin de mieux comprendre les constituants de la légitimité institutionnelle des modèles de la consommation collaborative, on s'intéressera maintenant au développement du facteur confiance chez leurs utilisateurs.

1.4 Le développement de la confiance et son impact sur le sens des communautés

1.4.1 Définition du concept de confiance

Il existe une confusion concernant la définition du concept de la confiance dans la littérature (Lewis et Weigert, 1985). Utilisées dans plusieurs domaines, les différentes variations théoriques s'articulent autour de trois perspectives, soit la théorie de la personnalité, la sociologie et l'économie, ainsi que la psychologie sociale (Mayer, Davis et Schoorman, 1995).

Afin de circonscrire sa définition, on s'intéresse ici à la notion de confiance telle qu'utilisée dans la littérature sur le commerce électronique. Néanmoins, dans ce champ d'études aussi, la notion de confiance varie. Certains la définissent comme la volonté d'un individu de faire confiance, tandis que d'autres se basent sur les qualités d'une personne de confiance, comme l'honnêteté, la bienveillance, la compétence, l'équité, etc. (Mayer, Davis et Schoorman, 1995, Mcknight et Chervany, 2001). Lee et Turban (2001, p.712) se basent sur les travaux de Mayer, Davis et Schoorman (1995) pour proposer une définition de la

confiance qui soit adaptée au contexte du e-commerce. Cette dernière mobilise donc la volonté d'un consommateur de se montrer vulnérable aux actions d'un marchand informatique lors d'un achat via internet. Cette volonté se base sur les attentes que l'utilisateur pourrait formuler à l'égard d'un marchand informatique et la capacité de ce dernier à protéger ses intérêts dans un contexte où il n'a pas la possibilité de contrôler les comportements de sa contrepartie.

Certains auteurs ont tendance à présumer que la confiance en ligne peut-être conceptualisée de la même façon que la confiance hors ligne. D'autres, en revanche, réfutent que l'environnement Web entraîne la nécessité d'y redéfinir le concept de confiance (Mukherjee et Nath, 2007). C'est le cas de Yoon (2002) qui considère que la distance physique entre l'acheteur, le vendeur et le produit, ainsi que l'absence de conseiller à la vente sont autant d'éléments de différenciation entre la confiance en ligne et hors ligne. Néanmoins, il est important de noter que les plateformes de consommation collaborative peuvent être à ce titre considérées comme un sujet hybride. En effet, bien que pouvant tomber dans la catégorie des « cyberespaces » et « sites Web », ces modèles, basés sur la notion de partage se différencient par leur particularité à entraîner une rencontre physique entre les utilisateurs. Ainsi, dans certains cas, l'utilisateur-consommateur et l'utilisateur-fournisseur se rencontrent physiquement. Dans d'autres, c'est l'utilisateur-consommateur et le bien mis à la disposition par l'utilisateur-fournisseur qui se rencontrent. Néanmoins, dans un cas comme dans l'autre, cette rencontre physique est un facteur qui doit être pris en compte dans la conceptualisation de la confiance. L'étude des plateformes de consommation collaborative permet ainsi de faire un lien théorique intéressant, car elle entraîne la nécessité de concilier les concepts de confiance en ligne et hors ligne.

1.4.2 Dimensions de la confiance

On a vu précédemment qu'il existe différents modèles dans la littérature pour expliquer la confiance envers un site Web. Les deux modèles que l'on présente ici sont complémentaires et permettent à la fois de considérer les éléments de confiance en et hors

ligne. Ils sont donc les plus pertinents pour traiter le sujet de cette étude, les plateformes de consommation collaborative.

Le modèle de Mcknight et Chervany (2001) est formulé autour de trois formes de confiance différentes :

- Confiance de disposition : Propension d'un individu à la confiance
- Confiance institutionnelle : Assurance structurelle
- Confiance interpersonnelle : Perception des antécédents de confiance d'une contrepartie

Confiance de disposition

La confiance de disposition fait référence à la propension d'un individu à avoir confiance, d'une manière générale, dans différentes situations (Mcknight, Choudhury et Kacmar, 2002). Ainsi, des individus ayant une plus forte propension à faire confiance percevront moins de risques à participer aux activités d'une plateforme de consommation collaborative que ceux ayant une plus faible propension à faire confiance (Mukherjee et Nath, 2007). Cette propension à faire confiance se compose de la « foi en l'humanité » de l'individu d'une part, et du postulat que les individus sont bien intentionnés, de l'autre (Mcknight et Chervany, 2001).

Confiance institutionnelle

La confiance institutionnelle réfère à la confiance envers les situations et la croyance d'un contexte favorable face à une situation nécessitant une prise de risque. Le modèle présenté ici présente deux dimensions de la confiance institutionnelle, soit l'assurance structurelle et la normalité situationnelle. L'assurance structurelle fait alors référence à la croyance qu'un site Web, ou une plateforme de consommation collaborative disposent de garanties, assurances, et autres fonctionnalités favorisant le succès d'une transaction. La normalité situationnelle fait quant à elle référence à la croyance qu'un environnement est favorable (Lewis et Weigert, 1985). De ce fait, un utilisateur d'une plateforme de consommation

collaborative pourrait avoir confiance s'il considère que la situation de la plateforme est normale et que ses fonctionnalités sont efficaces et appropriées.

Confiance interpersonnelle

La confiance interpersonnelle se construit autour de la perception de la bienveillance, de l'intégrité et de la compétence d'un individu. La compétence se définit comme les aptitudes permettant de déterminer la capacité d'un individu à honorer son engagement dans un contexte donné (Mayer, Davis et Schoorman, 1995). La bienveillance, quant à elle, fait référence aux motifs et aux bonnes intentions d'une contrepartie (Lee et Turban, 2001). Enfin, l'intégrité décrit l'honnêteté présumée de cette même contrepartie. Ensemble, ces trois sous-dimensions constituent ce à quoi on se référera dorénavant comme les antécédents de la confiance, il est néanmoins important de noter qu'elles varient de façon indépendante chez un individu (Mayer, Davis et Schoorman, 1995).

1.4.3 Processus du développement de la confiance

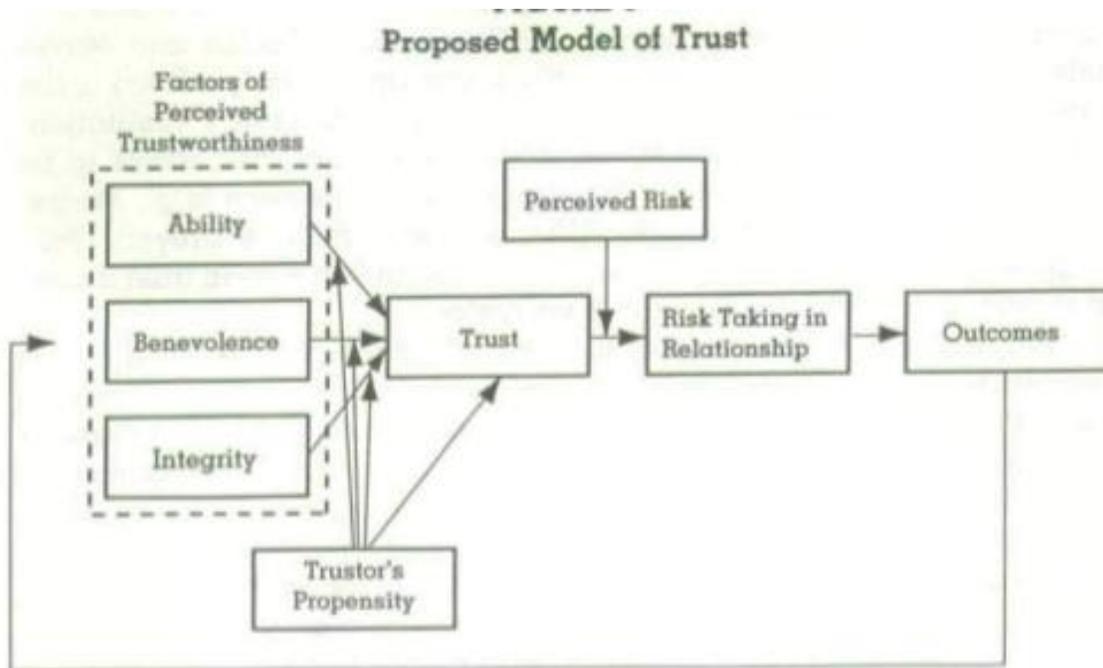
Mayer, Davis et Schoorman (1995) proposent un modèle pour illustrer le processus du développement de la confiance chez l'individu. Ce dernier est particulièrement intéressant, car il suggère un impact des caractéristiques du développement de la confiance sur la relation entre le « confiant » et sa contrepartie. Avant de présenter leur modèle, il faut toutefois s'attarder à présenter différentes distinctions conceptuelles qui y sont postulées.

Pour Mayer, Davis et Schoorman (1995), il faut distinguer la notion d'être en confiance avec celle de faire confiance. Faire confiance et donc, témoigner de la confiance, requiert une participation et une acceptation des risques perçus à cette participation. Par exemple, l'utilisation d'une plateforme de consommation collaborative dépend d'une part de la perception et de la conscientisation des risques impliqués à l'activité qu'elle propose, ainsi que de l'acceptation de ces risques par participation, de l'autre. Le caractère prévisible de ces risques est alors considéré comme un facteur favorable à la volonté de

l'individu de les assumer, mais il n'est pas à lui seul suffisant pour générer un comportement de confiance chez l'individu. De ce fait, les auteurs suggèrent que la prévisibilité soit davantage considérée comme un facteur influant sur la coopération plutôt que sur la confiance.

Pour expliquer des comportements de témoignage de confiance chez un individu, le modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995) tient donc compte de la perception des antécédents de confiance qu'a cet individu de sa contrepartie, sa propension à faire confiance, en général, ainsi que de sa perception des risques dans une situation donnée. Ainsi, si l'individu perçoit des risques moindres par rapport aux antécédents de confiance de sa contrepartie, alors, considérant sa propension à la confiance, il participera. À noter que la propension à faire confiance varie d'un individu à l'autre, en fonction de ses expériences passées, de son vécu, son développement, son bagage culturel et de sa personnalité (Hofstede, 1980).

Figure E : Modèle de la confiance par Mayer, Davis et Schoorman (1995)



1.4.3.1 Les « trois phases » du modèle de Mayer et al. (1995)

On distingue trois phases du modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995) pour illustrer sa perspective dynamique. La première phase tient à la fois compte de la propension d'un individu à faire confiance, et de sa perception des antécédents de confiance de sa contrepartie. Les antécédents de confiance d'une contrepartie font référence à l'intégrité, la bienveillance et à la compétence que perçoit un individu de cette dernière. Cette phase illustre donc les éléments de la confiance d'un individu vis-à-vis d'une contrepartie.

La deuxième phase fait-elle référence à la perception des risques. Inclure à ce stade cette notion de perception des risques permet avant tout de donner du contexte au processus du développement de la confiance. En effet, le contexte est un facteur très important pour un individu lorsqu'il évalue les probabilités de conséquences positives/négatives qui pourraient résulter de s'engager dans une activité donnée (Bierman, Bonini & Hausman, 1969; Coleman, 1990).

Enfin, les auteurs introduisent la notion des risques pris dans la relation, «RTR» pour « Risk Taken in Relationship », qui illustre le début de la troisième phase, celle de l'action. On constate que lorsque la confiance d'un individu est plus grande que sa perception des risques, ce dernier accepte de participer. Les résultats d'une participation, qu'ils soient positifs ou négatifs, lui permettent de dégager un apprentissage qui influencera sa perception future des antécédents de confiance de la contrepartie. Ce mécanisme est représenté par la flèche rétroactive des «outcomes» vers les antécédents de confiance et décrit l'effet du temps. Ainsi, pour développer une compréhension plus complète de la confiance il faut aussi considérer son évolution et ses impacts rétroactifs sur une relation donnée (Boyle & Bonacich, 1970 ; Kee & Knox, 1970). Il est donc important de détailler l'implication des «risques pris dans la relation», ou «RTR», sur le processus du développement de confiance.

À cette fin, Mayer, Davis et Schoorman (1995) considèrent qu'il y a une différence entre le sentiment d'avoir confiance et l'action de manifester un comportement de confiance. En

effet, il n'y a pas de risques associés à l'acceptation cognitive de se rendre vulnérable, le risque est inhérent à la manifestation comportementale de cette acceptation. C'est pourquoi les auteurs distinguent le développement de la confiance de la manifestation de la confiance, qui font respectivement référence aux phases 1 et 3 présentées plus haut. Le niveau de confiance développé altérant ainsi le niveau de risque qu'un individu est prêt à prendre. Ainsi, pour comprendre comment la confiance affecte une personne qui prend un risque, on doit séparer la confiance des autres facteurs contextuels qui nécessitent la confiance. Les auteurs suggèrent alors que le niveau de confiance soit comparé au niveau de risque perçu dans une situation. Ainsi, si le niveau de confiance surpasse le niveau de risque perçu, un individu s'engagera dans des RTR.

Les RTR sont une notion centrale des contributions du modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995). En effet, ces derniers suggèrent un double impact dans le processus du développement de la confiance. **Ainsi, en cas de résultats positifs, le fait d'avoir assumé des risques permet d'augmenter la perception future des antécédents de confiance en plus de générer un lien affectif entre l'individu et sa contrepartie.**

1.4.3.2 L'impact des systèmes de contrôle sur le développement de la confiance

Dans un article plus récent, Mayer, Davis et Schoorman (2007) reviennent sur leur modèle du développement de la confiance de 1995. Parmi les nouvelles contributions qui y sont apportées, on relèvera ici l'utilisation des systèmes de contrôle pour favoriser la participation d'un individu. En effet, quand les risques perçus sont plus importants que la volonté de l'individu de les assumer, un système de contrôle peut être utilisé pour compenser et diminuer les risques jusqu'à un niveau acceptable par l'individu (Mayer, Davis et Schoorman, 2007). Ainsi, à défaut de participer parce qu'il fait confiance, l'individu participe parce qu'il est en confiance. Mayer, Davis et Schoorman (2007) concluent que, bien que l'utilisation d'un système de contrôle soit préconisée dans les théories d'agences pour pallier aux problèmes du principal agent, elle ne permet pas directement de nourrir

le développement de la confiance entre les parties. L'inclusion d'un système de contrôle pour pallier aux risques d'agence est d'ailleurs bien ancrée dans les débats entre les théories d'agence et la « stewardship theory ».

Ainsi, au lieu d'attribuer le succès de sa participation à la bienveillance, aux compétences et à l'intégrité de sa contrepartie, l'individu attribuera ses expériences positives à l'efficacité des systèmes de contrôles régissant son interaction. Cet effet se répercute sur la double implication des RTR sur la perception des antécédents de la confiance et le développement d'un lien affectif, présenté plus haut. En effet, **les systèmes de contrôle diminuent les RTR et s'accaparent l'attribution des résultats, ainsi l'individu est moins propice à développer de liens affectifs avec sa contrepartie.**

1.4.4 L'impact de la confiance sur le sentiment d'appartenance

Zhao et al. (2012) stipulent que le sentiment d'appartenance, au même titre que la confiance, est crucial pour le bon développement des communautés virtuelles. Ces caractéristiques sont à ce titre considérées comme des facteurs de succès importants de ces communautés. C'est d'autant plus le cas pour les communautés des plateformes de consommation collaborative au sein desquelles l'implication des membres et la confiance sont l'essence même de leurs activités.

Dans leur article sur le sentiment d'appartenance à une communauté virtuelle et la motivation à la participation, Zhao et al. (2012) ont posé, puis validé, l'hypothèse que la confiance, ainsi que la familiarité et la similarité, permettent de générer un sentiment d'appartenance. Dans leur modèle, les auteurs considèrent que les fonctionnalités des cyberespaces permettant le partage des expériences des membres de la communauté, comme les systèmes de notations par les pairs, les commentaires, etc, favorisent le sentiment d'appartenance. En effet, ces fonctionnalités permettraient de renforcer la perception des antécédents de confiance, la familiarité et la similarité entre les membres.

PROBLÉMATIQUE

Au regard de la littérature sur les plateformes de consommation collaborative, on constate un besoin d'expliquer les facteurs de réussite meso de ces modèles. Aussi, il apparaît de ces recherches que les plateformes de consommation collaborative soient assujetties à des problématiques relevant d'enjeux institutionnels. En s'intéressant à la littérature institutionnelle, on comprend que les contextes et les conditions d'un changement institutionnel sont des processus complexes, qui nécessitent des adaptations de la part des modèles disruptifs, afin que ces derniers gagnent en légitimité et soient en mesure d'engager un réseau institutionnel adéquat. Cet aparté nécessaire du côté des théories institutionnelles nous a permis de mieux comprendre les enjeux auxquels les plateformes de consommation collaborative sont soumises, et notamment les pressions formulées au sujet de leur régulation. À ce sujet, on a pu constater que la difficulté de régulation de ces plateformes, issues des technologies d'internet, relève d'enjeux pratiques dans la capacité de structures externes à les appliquer. Ainsi, les théories sur la régulation de cyberspaces, dont font partie les plateformes de consommation collaborative, stipulent que la régulation de ces modèles passe le plus souvent par des mécanismes d'autorégulation implantés par les cyberspaces eux-mêmes. Ces mécanismes d'autorégulation se traduisent donc par la mise en place de systèmes de contrôle visant la création d'un espace de confiance et permettant de protéger la légitimité d'une plateforme. Le développement d'un système de contrôle pertinent et adéquat est donc un enjeu central à l'institutionnalisation et à la réussite d'une plateforme de consommation collaborative. De plus, ces systèmes de contrôle peuvent impacter le développement de la confiance et le sentiment d'appartenance, qui sont des facteurs de succès cruciaux pour le développement d'une communauté virtuelle. À ce sujet, on a vu qu'un système de contrôle peut venir pallier le manque de confiance d'un utilisateur, diminuant ainsi sa perception des risques et favorisant sa participation. Néanmoins, ces systèmes inhibent le développement de la confiance entre les contreparties en cela que les comportements

intègres, honnêtes et bienveillants manifestés lors d'un échange seront considérés comme des réponses normales à l'efficacité des systèmes mis en place.

Pourtant, force est de constater que certaines fonctionnalités des systèmes de contrôle utilisées par les plateformes de consommation collaborative (cf. modèle DREAMS de Blablacar, voir figure D) favorisent la visibilité des antécédents de confiance, qui apparaissent dorénavant sur les profils des membres et sont de ce fait visible par le reste de la communauté. Par ailleurs, en adaptant les travaux de Mayer, Davis et Schoorman (1995) à la réalité du e-commerce, Lee et Turban (2001) illustrent la volonté d'un consommateur à se rendre vulnérable par les attentes que ce dernier pourrait formuler à l'égard de la capacité d'un marchand informatique. En effet, dans un contexte où l'utilisateur n'est pas en mesure de contrôler les comportements de sa contrepartie, il importe que le marchand informatique par lequel il transige démontre une capacité à protéger ses intérêts. Dans le cas particulier des plateformes de consommation collaborative, on a vu que cette capacité relevée de la mise en place de systèmes de contrôle. Le chercheur constate donc que les théories actuelles de la confiance sont inadaptées à la réalité nouvelle des plateformes de consommation collaborative. Alors, qu'en est-il vraiment ?

Face aux caractéristiques propres aux systèmes de contrôles des plateformes de consommation collaborative, il est donc intéressant de comprendre à qui les utilisateurs attribueront la manifestation des comportements honnêtes et intègres de leurs contreparties ? En d'autres termes, est-ce qu'un utilisateur considère que sa contrepartie manifeste, ou a manifesté, des comportements honnête et digne de confiance parce qu'il craint le système de contrôle par les pairs et qu'il souhaite « optimiser » son profil, ou, tout simplement, parce qu'il s'agit d'un membre particulièrement honnête, bienveillant et intègre ? Ou encore, est-ce qu'un utilisateur considère qu'un autre membre soit bienveillant, compétent et honnête seulement en se basant sur ce qu'il voit sur son profil ? En bref, on se demande comment se traduisent les impacts des systèmes de contrôle sur

le développement de la confiance et le sentiment d'appartenance des utilisateurs dans le cas particulier des plateformes de consommation collaborative.

Cette problématique est d'autant plus intéressante qu'elle suggère différents scénarios possibles de l'impact des systèmes de contrôle sur le développement de la confiance, la création de liens affectifs et le sentiment d'appartenance de la communauté, qui sont tous des facteurs clés de succès des plateformes de consommation collaborative. Pour répondre à cette problématique, on se propose de développer un modèle multiniveau illustrant l'impact des systèmes de contrôle, propres aux plateformes de consommation collaborative, sur le développement de la confiance et le sentiment d'appartenance des utilisateurs.

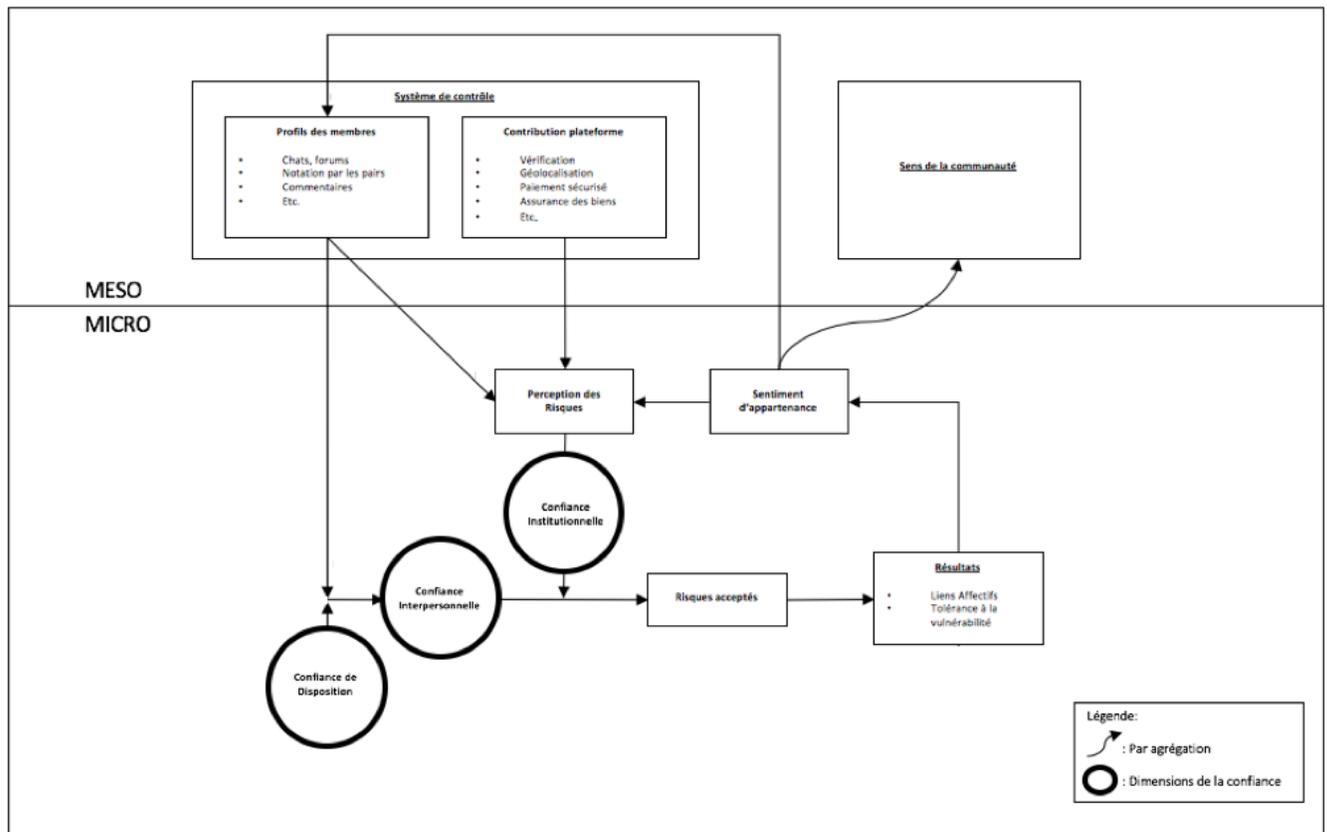
CHAPITRE 2 – CADRE CONCEPTUEL

La revue de littérature exposée précédemment permet de présenter les fondements théoriques qui servent de support au développement conceptuel présenté dans cette section. La partie suivante permet alors de représenter les différents liens théoriques qui structurent notre cadre conceptuel, ainsi que les variables observées visant à tester le modèle proposé par cette recherche. L'articulation de cette partie se fera en trois temps. Tout d'abord, un modèle théorique de la problématique sera proposé. Ce modèle global vise principalement à illustrer les enjeux des systèmes de contrôles, propres aux plateformes de consommation collaborative, en les intégrant aux cadres conceptuels du processus du développement de la confiance tirés de la revue de littérature. Dans un second temps, on présentera un cadre conceptuel modélisant les relations présumées entre les variables décisives du modèle théorique sur le sentiment d'appartenance. Une série d'hypothèses sera proposée. Enfin, la troisième partie sera consacrée à présenter la pertinence du cadre conceptuel vis-à-vis de la théorie et de la pratique.

2.1 Cadre théorique de la problématique

L'objectif du modèle théorique est d'illustrer les enjeux propres à la problématique, en les intégrant au cadre théorique de la confiance, mobilisé dans cette étude. Ce modèle permettra, entre autres, d'approfondir la compréhension générale de ce travail, mais surtout, de poser les bases nécessaires à la bonne compréhension du cadre conceptuel auquel il précède.

Figure F : Modèle théorique de l'étude



Il est important de préciser à ce stade que les terminologies et les relations conceptuelles présumées, présentées dans ce modèle théorique, sont la résultante d'une analyse conjointe de plusieurs cadres conceptuels de la littérature sur la confiance. Ce faisant, notre modèle vise à illustrer l'impact des systèmes de contrôles sur le processus du développement de la confiance.

Le premier cadre conceptuel mobilisé est celui de Mayer, Davis et Schoorman (1995). Leur modèle nous permet de modéliser un processus du développement de la confiance dynamique, en plusieurs phases, passant par l'observation, la décision, puis l'action et les rétroactions. De leurs travaux, on mobilise également la notion de systèmes de contrôle, pour en expliquer l'impact sur la participation des utilisateurs et le développement de liens affectifs entre ces derniers et leurs contreparties. À noter que les contreparties font référence aux autres membres avec lesquels un utilisateur échange via la plateforme.

Le deuxième cadre, celui de Mcknight et Chervany (2001), offre un haut niveau de détail dans la conceptualisation de la notion de confiance et de ses dimensions. Mis en lien avec le modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995), il permet de mieux définir l'impact des différentes caractéristiques des systèmes de contrôle sur le développement des dimensions de la confiance. Ce qui permet d'étayer nos propos sur l'implication de ces derniers sur le développement d'un sentiment d'appartenance au sein de la communauté.

2.1.1 L'impact des systèmes de contrôle sur les dimensions de la confiance

La confiance est une notion centrale quand il s'agit du fonctionnement des plateformes de la consommation collaborative. En effet, c'est une condition sine qua non à la participation des membres et à leurs contributions en biens et services via la plateforme. Effectivement, si les consommateurs n'ont pas confiance ils ne participeront tout bonnement pas aux activités de la plateforme. Quand la confiance est insuffisante, parce que sollicitée pour participer à un nouveau modèle d'affaires, ou parce que les risques sont trop importants, les organisations mettent en place des systèmes de contrôle pour encourager la participation.

2.1.1.1 Les systèmes de contrôle comme outils d'autorégulation

Le concept de système de contrôle présenté par Mayer, Davis et Schoorman (1995) en rapport avec notre sujet d'étude, fait référence aux structures régulatrices régissant les interactions des utilisateurs via la plateforme. Les plateformes de consommation collaborative présentent les caractéristiques d'un cyberspace, dont on sait que les infrastructures régulatrices externes sont peu adaptées à leur régulation (Hood, 2006 ; Feick et Werle, 2010 ; Benkler, 2006; Lemley et Lessig, 2004). En effet, le e-commerce, en réponse à la difficulté de maintenir un cadre légal global, a dû développer des mécanismes d'autorégulation et d'entraide afin de créer un climat de confiance propice aux transactions (Feick et Werle, 2010 ; Hood, 2006).

Ainsi, dans le cadre des cyberespaces et donc des plateformes de la consommation collaborative, ces systèmes de contrôle font principalement référence aux mécanismes d'autorégulation mis en place par la plateforme. Dans le cas de eBay on a vu qu'ils interviennent à deux niveaux. Le premier en interne avec une équipe de 800 employés, créée en 2005 (Feick et Werle, 2010), dont le seul rôle est de traquer les comportements criminels sur la plateforme. Le deuxième en externe fait appel à des mécanismes de contributions des utilisateurs et invite ces derniers à noter, évaluer et commenter publiquement leurs expériences avec d'autres membres sur la plateforme, contribuant ainsi à l'établissement continu des profils des vendeurs.

Les deux types de fonctionnalités du système de contrôle d'eBay sont intéressants pour appréhender la réponse à notre problématique. Néanmoins, il est important de les distinguer, car elles n'influent pas de la même manière sur les vecteurs de confiance de l'utilisateur et par ricochet, sur la dimension de la confiance principalement développée par la communauté. Par ailleurs, une autre proposition intéressante dans le modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995), originellement formulée par Strickland (1958), met en avant l'impact négatif du système de contrôle sur le développement de la confiance. Ainsi, les systèmes de contrôles auraient un effet pervers sur l'attribution de la confiance, en cela que les comportements de confiance témoignés par les contreparties seraient associés à l'efficacité de ces systèmes plutôt qu'à la bienveillance des membres. Pourtant, comme indiqué dans notre problématique, les plateformes de consommation collaboratives doivent répondre au besoin de développer un climat de confiance pour leurs utilisateurs et tendent à favoriser ce dernier en utilisant des systèmes de contrôle adaptés à leurs activités. Ainsi, certaines des caractéristiques de ces systèmes ont pour objectif de favoriser la visibilité des antécédents de confiance des membres afin de sécuriser le développement de la confiance de la communauté.

2.1.1.2 Distinguer les caractéristiques du système de contrôle

On peut distinguer deux groupes de caractéristiques dans le système de contrôle type des plateformes de consommation collaborative, et cela, en fonction de leur impact sur la dimension de la confiance qu'elles favorisent. En effet, bien que toute fonctionnalité d'un système de contrôle vise à diminuer les risques pour l'utilisateur, certaines permettent aussi de favoriser la visibilité des antécédents de confiance des membres de la communauté. Ainsi, par l'entremise de ces systèmes de contrôle, la plateforme pourrait théoriquement à la fois, encourager la perception des antécédents de la confiance entre ses utilisateurs et tenter de diminuer le niveau de risque perçu. Des systèmes d'assurances, de géolocalisation, de vérification des biens et des profils d'utilisateur, etc., sont autant d'outils qu'une plateforme peut mobiliser pour permettre de diminuer la perception des risques chez ses utilisateurs. D'autre part, des fonctionnalités comme la notation par les pairs, les commentaires, les forums de discussion entre les membres, etc., permettent, en plus de diminuer le risque, d'alimenter publiquement et en continu les profils des utilisateurs, favorisant ainsi la visibilité des antécédents de la confiance entre les membres de la communauté. Mayer, Davis et Schoorman (2007) introduisent dans une étude plus récente la notion de durée dans une relation comme étant une variable favorisant la perception des antécédents de confiance d'une contrepartie. En effet, cette variable influençant positivement la perception des antécédents de confiance, elle permettrait d'accentuer la volonté d'un individu à assumer plus de risques, sur la base de ses expériences positives passées. Ainsi, on peut considérer par exemple que les outils de notations continues par les pairs permettent d'accélérer l'effet de durée sur la perception qu'aura un utilisateur des antécédents de confiance de sa contrepartie, et cela, sur la base de la projection des expériences passées d'autres utilisateurs avec cette même contrepartie. On peut donc distinguer les caractéristiques des systèmes de contrôle des plateformes de la consommation collaborative suivant ces deux catégories :

(1) Profils des membres, caractéristiques relevant de la contribution des membres

:

- Chats et forums,
- Notations par les pairs,

- Commentaires,
- Etc.

(2) Système d'assurance, de vérification, de soutien, etc., caractéristiques fournies et imposées par la plateforme

- Vérification des profils et des comportements frauduleux,
- Paiement sécurisé et assuré via la plateforme,
- Géolocalisateur
- Assurance des biens mis à disposition,
- Etc.

2.1.2 Impact des dimensions de la confiance sur le modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995)

Mcknight et Chervany (2001) considèrent qu'il existe trois dimensions de la confiance. Parmi elles, la confiance interpersonnelle fait référence à la perception que l'on a des antécédents de confiance véhiculés par une contrepartie. La confiance institutionnelle, quant à elle, fait référence aux structures, normes et assurances qui régissent l'interaction avec la contrepartie. Enfin, la confiance de disposition renvoie au concept de « foi en l'humanité » d'un individu, soit sa propension à avoir confiance en général.

De son côté, le modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995, voir figure E) fait état des facteurs impactant la décision d'un individu à participer à une activité donnée. Ils s'intéressent d'une part à la propension de cet individu à faire confiance, à sa perception des antécédents de confiance de sa contrepartie et à sa perception des risques de participer à l'activité en question. Selon eux, un individu qui décide de participer, motivé par sa confiance en l'efficacité d'un système de contrôle, et donc par la capacité de ce dernier à diminuer ses risques, ne manifeste pas réellement un témoignage de confiance. Pourtant, Mcknight et Chervany (2001) associent la perception de l'efficacité d'un système de contrôle à l'une des trois dimensions de la confiance, soit la confiance institutionnelle.

À ce stade, il est donc important de clarifier l'implication terminologique des dimensions de la confiance, présentées par Mcknight et Chervany (2001) sur le modèle conceptuel de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007). Ainsi, dans les deux modèles, la confiance de disposition fait référence à la propension d'un individu à accorder sa confiance. Le concept de confiance de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) est une résultante de la propension d'un individu à avoir confiance et à sa perception des antécédents de confiance de sa contrepartie. Pour Mcknight et Chervany (2001), la confiance basée sur la perception des antécédents de confiance d'une contrepartie fait référence à la confiance interpersonnelle. Ainsi, le concept de confiance (voir ANNEXE X) mobilisé par Mayer, Davis et Schoorman fait référence à deux des trois dimensions de la confiance du modèle de Mcknight et Chervany (2001), soit la confiance de disposition et la confiance interpersonnelle. Enfin, on a vu qu'une participation motivée par la présence d'une structure de contrôle, encadrant et régissant l'interaction avec une contrepartie, est un processus que Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) distinguent du concept de confiance. Pourtant, ce même processus fait référence à la troisième dimension de la confiance du modèle de Mcknight et Chervany, soit la confiance institutionnelle.

Ainsi, on considérera que la confiance d'un individu sera davantage basée sur la dimension institutionnelle (Mcknight et Chervany, 2001) si sa participation aux activités d'une plateforme de consommation collaborative est principalement motivée par sa perception des fonctionnalités du système de contrôle qui sont en rapport à la sécurité et aux assurances. À l'inverse, on considérera que la confiance d'un individu sera davantage basée sur la dimension interpersonnelle si sa participation aux activités d'une plateforme de consommation collaborative est principalement motivée par sa confiance en les autres utilisateurs, sa contrepartie, sur la base de sa perception des antécédents de confiance de cette dernière, qu'elle soit favorisée ou non par le système de contrôle établi.

Introduire les terminologies de la confiance dans notre modèle nous permet une compréhension plus détaillée du rôle de la prise de risque dans le processus du développement de confiance, ainsi qu'une analyse des résultats plus pointue étayant ses

impacts à différents niveaux d'observation. On considérera donc qu'un utilisateur, pour qui la perception des fonctionnalités de sécurité mises en place par la plateforme motive principalement sa participation, témoigne davantage une confiance basée sur la dimension institutionnelle. Inversement, un utilisateur pour qui la perception des antécédents de confiance motive principalement sa participation témoigne davantage une confiance basée sur la dimension interpersonnelle.

Enfin, l'inclusion des dimensions de la confiance (Mcknight et Chervany, 2001) aux relations conceptuelles de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007), permet aussi de préciser le rapport entre la perception des risques pris dans la décision de participer aux activités d'une plateforme et le niveau de confiance de disposition d'un individu. En effet, il nous paraît raisonnable de penser qu'un individu ayant une faible confiance de disposition soit plus sensible aux fonctionnalités de sécurité et d'assurance d'un système de contrôle dans sa décision de participer aux activités de la plateforme. Inversement, on considère qu'un individu bénéficiant d'une forte confiance de disposition est plus facilement enclin à se baser sur les perceptions des antécédents de confiance, formulés par d'autres membres de la communauté à l'égard d'une contrepartie, pour prendre sa décision de participer.

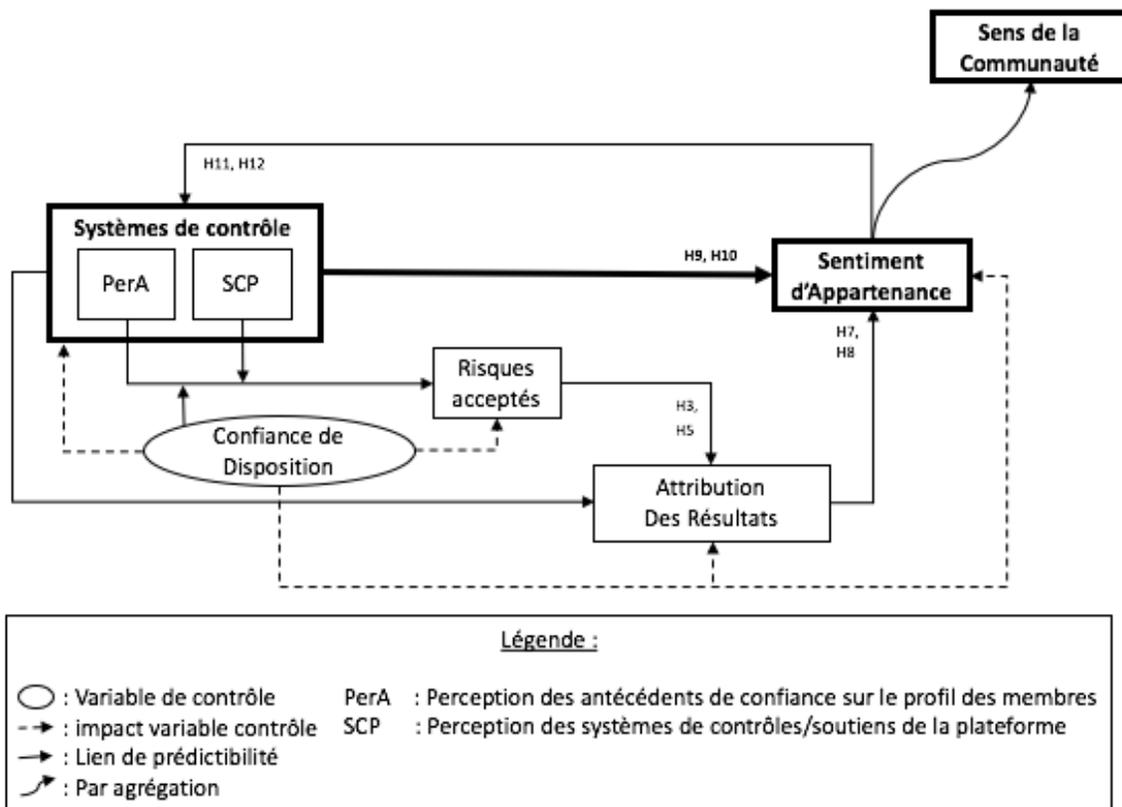
2.2 Cadre conceptuel

La partie sur le cadre théorique de la problématique nous a permis d'illustrer les enjeux des caractéristiques des systèmes de contrôles, propres aux plateformes de consommation collaborative, sur le processus du développement de la confiance. Ce faisant, une clarification de l'application conjointe des cadres conceptuels de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) et de Mcknight et Chervany (2001) a été proposée. Cette deuxième partie sera quant à elle consacrée à la présentation des hypothèses portant sur les relations conceptuelles entre les variables du développement de la confiance, au sein

des plateformes de consommation collaborative, et leurs relations avec le sentiment d'appartenance de l'utilisateur.

L'objectif de ce cadre conceptuel est donc de schématiser les différents liens théoriques utilisés puis testés dans l'analyse, en représentant les variables étudiées, ainsi que leurs conséquences anticipées.

Figure G : Modèle conceptuel de l'étude



Le sentiment d'appartenance est conceptualisé suivant les travaux de Zhao et al. (2012). Ces travaux portent sur les motivations à la participation d'une communauté virtuelle et la constitution d'un sentiment d'appartenance en son sein. Les implications des systèmes de contrôle sur le développement de liens affectifs (Mayer, Davis et Schoorman, 1995) et le sentiment d'appartenance nous permettent ainsi de mieux appréhender le rôle de ces derniers dans le développement du sens de la communauté.

2.2.1 Impact des systèmes de contrôle sur les risques acceptés

Comme il a été présenté plus haut dans la revue de littérature sur les enjeux institutionnels, les systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative répondent à un besoin fondamental de faire diminuer les risques pour les utilisateurs. En d'autres termes, ces derniers sont une réponse nécessaire aux défis d'institutionnalisation, propres aux plateformes de la consommation collaborative, et visent à favoriser l'utilisation d'un nouveau modèle par des utilisateurs soucieux d'en minimiser les risques.

De plus, on a vu que ces systèmes de contrôle peuvent être distingués en deux groupes distincts, soit les profils des membres d'une part et les systèmes d'assurance et de soutien fournis par la plateforme, de l'autre. En intégrant ces caractéristiques aux modèles du développement de la confiance, on a remarqué que ces dernières y jouaient un rôle et présentaient des impacts différents.

De leur côté, les profils des membres favorisent la perception des antécédents de confiance entre des utilisateurs qui ne se sont, a priori, jamais rencontrés. Dans ce contexte spécifique aux échanges entre utilisateurs, via une plateforme de consommation collaborative, les profils des membres constituent la seule source de perception des antécédents de confiance pour l'utilisateur.

D'autre part, le cadre conceptuel de Mayer Davis et Schoorman (voir figure F) illustre une relation théorique entre les risques acceptés par l'individu et sa perception des antécédents de confiance de sa contrepartie. Pour expliquer la relation entre ces deux variables, les auteurs illustrent les effets successifs d'une suite de deux modérateurs, tels que :

- (1) La confiance de disposition, qui modère la relation entre les antécédents de confiance et la confiance interpersonnelle,
et
- (2) la perception des risques, qui modère quant à elle la relation entre la confiance interpersonnelle et les risques acceptés.

Fort de ces constats, on propose la série d'hypothèses suivantes :

H1 : La perception des antécédents de confiance via le profil d'un membre permet de diminuer les risques acceptés par l'utilisateur

H2 : Les systèmes d'assurance et de soutien, fournis par la plateforme, permettent de modérer positivement la capacité de la perception des antécédents de confiance à diminuer les risques acceptés par l'utilisateur

H3 : La confiance de disposition permet de modérer positivement l'impact de la perception des antécédents de confiance sur les risques acceptés par l'utilisateur

2.2.2 Impact des risques acceptés sur l'attribution des résultats

2.2.2.1 *Le double impact des risques pris dans une relation, ou « RTR »*

Concilier les terminologies associées au modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) avec celles du modèle de Mcknight et Chervany (2001) et ses relations conceptuelles, nous a jusqu'à présent permis de mieux appréhender l'impact du système de contrôle sur le développement des dimensions de la confiance. Une autre relation conceptuelle intéressante de Mayer, Davis et Schoorman, formulée dans leur article de 2007, est celle du double impact de la prise de risque dans les actions de témoignage de confiance. En introduisant la notion des RTR, «Risks Taken in a Relationship», ces derniers suggèrent un impact positif sur le niveau de la confiance interpersonnelle futur de l'individu dans un même contexte, mais aussi, sur la création d'un lien affectif entre les parties. Ce deuxième impact est particulièrement pertinent pour cette étude, car il permet de supposer que ces liens pourraient entraîner un plus grand attachement émotionnel des individus envers le reste des membres de la communauté.

De plus, on considère que plus un utilisateur perçoit de risques, plus il aura tendance à s'en remettre à l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme. En effet, ces derniers offrant des assurances tangibles, l'utilisateur plus sensible aux risques aura tendance à davantage en valoriser l'apport, au dépit de sa perception des antécédents de confiance via les profils des membres. Inversement, on considère qu'un utilisateur moins sensible aux risques aura tendance à se suffire de sa perception des antécédents de confiance de ses contreparties via leurs profils.

On considère donc qu'un utilisateur dont la participation est davantage motivée par une confiance interpersonnelle est moins susceptible de percevoir des risques, et donc d'en accepter. Néanmoins, les risques qu'ils acceptent lui permettront de développer un lien affectif avec sa contrepartie, car il basera davantage sa participation sur sa perception des antécédents de confiance de sa contrepartie que sur l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme. Inversement, une participation motivée par la confiance accordée aux fonctionnalités de sécurité et d'assurance implique que, bien que l'utilisateur perçoive et donc accepte plus de risques, ces derniers seront davantage acceptés dû à sa confiance en l'efficacité des systèmes de contrôle tangibles assurés par la plateforme. À cet effet, on a vu que ces mécanismes inhibaient le développement de la confiance interpersonnelle entre les utilisateurs au profit du développement d'une confiance institutionnelle. En effet, ces mécanismes impactent négativement la confiance entre utilisateurs, en cela que les actions de la contrepartie seront considérées comme des réponses normales à un système de contrôle efficace. On considérera donc qu'un utilisateur dont la participation est davantage motivée par une confiance institutionnelle est certes plus susceptible de percevoir et d'accepter des risques à la participation. Néanmoins, en remettant la gestion de ces derniers à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme, l'utilisateur aura moins tendance à développer un lien affectif avec sa contrepartie.

Ces considérations sont centrales à notre problématique et nous amènent à formuler la série d'hypothèses suivante :

H4 : Plus la perception des antécédents de confiance via le profil des membres est forte, plus l'utilisateur attribuera ses résultats à la bienveillance et aux autres attributs de confiance de sa contrepartie

H5 : Plus la perception de l'efficacité des systèmes d'assurance et de soutien, fournis par la plateforme, est forte, plus l'utilisateur attribuera ses résultats à leur efficacité

En concordance avec les hypothèses 1 à 3, on s'attend également à observer les relations suivantes :

H6 : Plus les risques acceptés par l'utilisateur sont importants, plus ce dernier aura tendance à attribuer ses résultats à l'efficacité des systèmes d'assurance et de soutien, fournis par la plateforme

H7 : Moins les risques acceptés par l'utilisateur sont importants, plus ce dernier aura tendance à attribuer ses résultats à la bienveillance et aux autres attributs de confiance de sa contrepartie

2.2.3 *La confiance et le sentiment d'appartenance*

Dans leur article sur le sentiment d'appartenance à une communauté virtuelle et la motivation à la participation, Zhao et al. (2012) ont posé, puis validé, l'hypothèse que la confiance, ainsi que la familiarité et la similarité, permettait de générer le sentiment d'appartenance. La communauté utilisée dans leur recherche est Taobao Virtual Community, la plus large communauté virtuelle de consommateur à consommateur en Chine, comptabilisant 170 millions d'utilisateurs enregistrés en 2009 (Zhao et al., 2012). Une des fonctions phares de cette plateforme est constituée d'un forum permettant l'achat de savoirs et d'expériences entre consommateurs. C'est ce segment de la

communauté d'utilisateurs de Taobao que Zhao et al. (2009) ont ciblé pour répondre à leur questionnaire.

Le sentiment d'appartenance est analysé dans cette recherche suivant une définition holistique du concept de confiance, en cela que les auteurs ne semblent pas y reconnaître l'existence de différentes dimensions de confiance. Néanmoins, les questions qui sont formulées dans leur questionnaire nous permettent d'observer les dimensions suivantes :

- Questions sur la familiarité perçue :
 - o Impact des fonctionnalités de chats, commentaires, posts, et autres fonctionnalités favorisant les échanges et la visibilité des avis et expériences des membres.
- Questions sur la similarité perçue :
 - o Mesure la perception des similarités avec les autres membres
- Questions sur la confiance en les autres membres :
 - o Question sur les perceptions des antécédents de la confiance des autres membres, soit leurs compétences, bienveillance et honnêteté.

Les dimensions choisies par ce questionnaire relèvent donc l'intention de ses auteurs de mesurer la perception des antécédents de confiance (cf. «Questions sur la confiance en les autres membres») ainsi que celle des fonctionnalités de la plateforme permettant la projection de ces antécédents en fonction du partage des expériences passées de la communauté (cf. «Questions sur la familiarité perçue»). On retiendra donc de leur recherche qu'elle permet d'établir une relation positive entre la dimension interpersonnelle de la confiance et le sentiment d'appartenance chez l'utilisateur. Inversement, on interprète que l'absence de la dimension institutionnelle dans leurs mesures de la confiance est due au fait que cette dernière ne permet pas de générer un sentiment d'appartenance. En effet, en favorisant l'attribution des résultats à l'efficacité des systèmes d'assurance et de soutien de la plateforme au dépit de la bienveillance et des autres attributs de confiance de ses membres, la confiance institutionnelle inhibe le développement d'une confiance interpersonnelle entre les utilisateurs.

On a vu précédemment que, moins l'utilisateur accepte de risques, plus on s'attend que ce dernier attribue ses résultats à la bienveillance des membres. En d'autres termes, moins il accepte de risques, plus l'utilisateur aura tendance à développer une confiance interpersonnelle. En concordance avec le reste des hypothèses précédentes, on propose la série d'hypothèses suivante :

H8 : Plus l'utilisateur attribuera ses résultats à la bienveillance et aux autres attributs de confiance de sa contrepartie, plus ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme

H9 : Plus l'utilisateur assumera de risques à l'utilisation, moins ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme

H10 : Plus la perception des antécédents de confiance via le profil des membres sera fort, plus l'utilisateur ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme

Inversement, plus l'utilisateur accepte des risques, plus on s'attend à ce que ce dernier attribue ces résultats à l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme. En d'autres termes, plus il accepte des risques plus l'utilisateur aura tendance à développer une confiance institutionnelle avec sa contrepartie. En concordance avec le reste des hypothèses précédemment formulées, cela nous permet de proposer la série d'hypothèses suivantes :

H11 : Plus l'utilisateur attribuera ses résultats à l'efficacité des systèmes d'assurance et de soutien, fournis par la plateforme, moins ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme

H12 : Plus l'utilisateur assumera de risques à l'utilisation, moins ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme

H13 : Plus la perception de l'efficacité des systèmes de contrôles et de soutiens fournis par la plateforme sera forte, moins l'utilisateur ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme

2.3 Pertinence du modèle

L'objectif de cette sous-partie est de passer en revue la pertinence du cadre conceptuel présenté précédemment vis-à-vis du discours scientifique, mais aussi, l'utilité de ce dernier pour les praticiens.

2.3.1 Pertinence théorique

2.3.1.1 Théories sur le concept de confiance en sociologie

- Comprendre l'impact des systèmes de contrôle sur le développement de la confiance.
- Enrichir le débat entre les théories d'agence et les «stewardship theory» au sujet des problèmes de principal-agent et l'impact d'un système de contrôle sur la manifestation de comportements de confiance.
- Formuler un cadre conceptuel multidisciplinaire pour conceptualiser le développement de la confiance sur les plateformes de consommation collaborative. Ceci répond aux mises en garde méthodologiques vis-à-vis du manque de pertinence de ne pas inclure différents niveaux d'impact dans les

cadres conceptuels sur le concept de la confiance (Currall et Inkpen, 2002; Mossholder et Bedeian, 1983; Rousseau, 1985).

- Préciser les caractéristiques communes des antécédents de confiance et des risques influençant le développement de la confiance au sein des communautés des plateformes de consommation collaborative.

2.3.1.2 Théories sur le processus d'institutionnalisation de nouveaux modèles

- Apporter des éléments de réponses à la question posée par Stinchcombe (1968, p. 103-120) : « Sous quelles conditions des réseaux sociaux peuvent-ils présenter un processus de régulation homéostatique³ issu de diverses rétroactions avec leur environnement et inspirées de justifications historiques ? »
- Offrir un modèle pour enrichir les réflexions sur la question posée par North (1990, p. 93-98) : « Sous quelles conditions les réseaux initialisant de faibles variations conduisent à une trajectoire de changement social ? »

2.3.1.3 Théorie sur la régulation de cyberespaces

- Impact des enjeux de la régulation, et plus particulièrement de l'autorégulation, sur le développement de la confiance et le développement de la communauté.
- Modèle en lien avec l'appel de Scott (2010) encourageant la recherche académique à s'orienter vers l'analyse de modèles de régimes réglementaires non gouvernementaux, afin d'évaluer les conditions sous lesquelles les relations entre différents niveaux de pouvoirs permettent l'atteinte d'un point d'équilibre dans la gouvernance et l'institutionnalisation d'une activité donnée.

³ *Processus de régulation par lequel l'organisme maintient les différentes constantes du milieu intérieur / Caractéristique d'un écosystème qui résiste aux changements (perturbations) et conserve un état d'équilibre.*

2.3.1.4 Théories sur les plateformes de consommation collaborative

- Permet d'apporter des éléments de réponses sur le sujet des facteurs de succès des modèles de la consommation collaborative (Schor et Fitzmaurice, 2015 ; Evans et Schmalensee, 2010).
- Modèle contribuant à la compréhension de l'impact de différentes structures de ces plateformes sur leur succès (Cohen et Kietzmann, 2014).
- Permet une meilleure appréhension des enjeux de la régulation des plateformes de consommation collaborative (Hartle et al, 2016).

2.3.2 Pertinence pour les praticiens

2.3.2.1 Pour les entrepreneurs et les gestionnaires de plateformes de consommation collaborative

La modélisation de l'impact entre les différentes caractéristiques des systèmes de contrôles et les efforts d'autorégulation sur le développement de la confiance et le sentiment d'appartenance est un outil stratégique non négligeable pour les praticiens.

En effet, la confiance est une condition sine qua non à la participation des utilisateurs sur ces plateformes. Le sentiment d'appartenance et la capacité d'une plateforme à gérer le développement du sens de sa communauté sont des facteurs fondamentaux pour expliquer le succès de ces plateformes. Notre modèle permet de mieux analyser l'impact des fonctionnalités d'un système de contrôle sur le développement de la confiance et le sentiment d'appartenance des utilisateurs. Néanmoins, il faut comprendre que la mise en place de fonctionnalités d'un système de contrôle est très coûteuse pour ces plateformes.

À ce titre, le modèle développé dans cette étude peut être utilisé comme un outil permettant d'établir des priorités stratégiques dans la mise en place de différentes caractéristiques de la structure du système de contrôle, en fonction du niveau moyen de la

confiance de disposition des membres, de l'impact des différentes fonctionnalités du système de contrôle envisagé et du budget disponible.

2.3.2.2 Pour les gestionnaires de capital de risque

Le poids des plateformes de consommation collaborative sur notre économie est de plus en plus important. De plus, le potentiel de rentabilité de ces dernières est un facteur qui attire fortement les capitaux de risque. Néanmoins, il existe peu d'indicateurs permettant d'analyser le potentiel d'une startup de consommation collaborative. À ce titre, le modèle développé dans cette étude pourrait servir à développer des indicateurs originaux pour en évaluer le potentiel.

CHAPITRE 3 – MÉTHODOLOGIE

3.1 Contexte de l'étude, échantillonnage et collecte de données

L'étude suivante a été réalisée à l'aide d'un questionnaire. Aucune plateforme en particulier n'a été distinguée et le questionnaire était ouvert à tout utilisateur de plateforme de consommation collaborative, et ce, de façon confondue. Notre décision de ne pas cibler une plateforme en particulier se justifie par le fait que les plateformes qui utilisent des systèmes de contrôles proposent des agencements similaires. En effet, ces systèmes de contrôle sont organisés autour des contributions de deux mêmes entités distinctes, soit la plateforme et sa communauté d'utilisateurs.

Toutefois, le questionnaire étant distribué de façon non contrôlée, il a fallu s'assurer que les plateformes en question présentaient bien les caractéristiques recherchées. Dès la première question du questionnaire les répondants se sont vus demander de choisir une plateforme pour nous faire part de leurs expériences. Ainsi, seuls les utilisateurs dont les systèmes de contrôle de la plateforme utilisée présentaient les caractéristiques recherchées ont été considérés dans l'analyse.

Enfin, notre modèle visant l'étude de la perception des risques, un focus group constitué de 10 répondants, issus de différentes plateformes, a été organisé afin de mieux appréhender les risques auxquels sont sensibles les utilisateurs. De la catégorisation de ces risques a émergé deux groupes, aux sensibilités distinctes, soient les «utilisateurs-consommateurs» d'une part et les «utilisateurs-fournisseurs» de l'autre. Les répondants ont ainsi été distingués en fonction de ces catégories et deux versions du questionnaire ont été développées pour tenir compte du type de risques perçus par le répondant.

C'est à partir des réseaux sociaux que la population de l'étude a été recrutée. Bien qu'à notre connaissance aucune étude n'ait été conduite sur la question, on considère que les utilisateurs des réseaux sociaux constituent un segment démographique très proche de celui des utilisateurs de plateformes de consommation collaborative. Ils sont, de surcroît,

particulièrement faciles à rejoindre. Le questionnaire a donc été distribué via les réseaux sociaux à l'intention d'utilisateurs de plateformes collaboratives. Mentionnons à cet égard que le lien informatique conduisant au questionnaire était directement mis en pièce jointe du message de sollicitation et qu'aucune compensation n'a été proposée pour encourager la participation des répondants à l'étude.

3.1.1 Données manquantes

Au total, 97 utilisateurs de plateformes de consommation collaborative ont accepté de participer à l'étude et de remplir le questionnaire. Sur ces 97 personnes, 5 ont partagé leurs expériences avec une plateforme dont les critères ne correspondaient pas à ceux recherchés et dont les réponses ont été écartées. Enfin, tel que recommandé par Hair et al. (2006), seuls les questionnaires qui avaient un taux de données manquantes supérieur à 10% n'ont pas été retenus dans l'échantillon d'analyse. Sur les 64 répondants restants étaient comptabilisés 48 utilisateurs-consommateurs et 16 utilisateurs-fournisseurs.

3.1.2 Environnement de la collecte de données

La collecte de données s'est donc effectuée de manière non contrôlée. Les internautes pouvaient à leur convenance, n'importe où et n'importe quand, décider de remplir le questionnaire. Ce dernier se remplissait en ligne, via le logiciel de collecte de donnée Qualtrics, et deux versions pouvaient être générées en fonction du type d'utilisateur que déclarait être le répondant, soit consommateur soit fournisseur. Pour répondre, il suffisait d'avoir 18 ans ou plus et d'avoir utilisé plusieurs fois la même plateforme de consommation collaborative.

3.2 Choix des échelles de mesure

L'objectif de cette partie est de présenter l'origine des échelles de mesure qui ont été utilisées pour aller chercher les informations nécessaires auprès des répondants. Tout d'abord, les échelles utilisées permettent de mesurer les variables observées, c'est-à-dire

les antécédents de confiance, la perception des systèmes de contrôles et des risques, ainsi que les résultats des expériences de l'utilisateur. D'autre part, les échelles présentées permettent aussi de comprendre l'impact de variables modératrices, comme la contribution aux profils des membres et le sentiment d'appartenance.

Propension à la confiance

La propension à faire confiance est mesurée d'après l'échelle de 9 éléments élaborée par Mcknight, Choudhury et Kacmar (2002). Ces variables modératrices nous permettent de mesurer la prédisposition des utilisateurs répondants à faire confiance à d'autres individus de manière générale. Adaptées de l'échelle de Wrightsman (1991), elles permettent de conceptualiser et de mesurer équitablement «la foi en l'humanité» d'un individu sur la base des trois dimensions des antécédents de la confiance, soit l'habileté, la bienveillance et l'intégrité d'autres individus. Néanmoins, il y a un débat dans la littérature sur l'effet d'inclure des échelles mesurant les « compétences » comme antécédents de confiance. Certains auteurs stipulent à ce sujet que les résultats sont meilleurs quand la compétence est exclue (Schoorman et al., 1996). L'analyse factorielle des variables étudiées dans cette recherche montre que c'est le cas pour notre sujet d'étude. En effet, les échelles mesurant la compétence ne sont pas significativement corrélées aux restes des échelles de mesure de la confiance. Enfin, une variable modératrice a été ajoutée pour considérer la familiarité de l'utilisateur avec la plateforme consiste qui à mesurer son ancienneté en années et la fréquence de ses transactions via la plateforme.

Perception des antécédents de confiance des autres membres

La confiance envers les autres membres a été mesurée par une adaptation de l'outil proposé par Mcknight, Choudhury et Kacmar (2002) visant à mesurer la confiance des utilisateurs sur un site Web. À noter que les 11 échelles originalement proposées dans ce modèle sont le résultat d'une adaptation par ces auteurs des travaux de Wrihghtsman (1991), et de Rempel, Homes et Zanna (1985). Ensemble, ces variables permettent de schématiser la perception des utilisateurs vis-à-vis des antécédents de la confiance, soit

l'habileté, la bienveillance et l'intégrité des autres membres. Conformément à l'analyse factorielle et justifiée par Schoorman et al. (1996), les mesures des habiletés ont été exclues de cette analyse.

Perception des risques

Il n'y a pas d'écrits scientifiques sur les risques liés à la participation à une plateforme de consommation collaborative, ni d'ailleurs sur ceux liés à la participation à une plateforme de l'économie collaborative, de façon générale. Néanmoins, Corbitt et al. (2003), ont conduit une étude visant à modéliser la confiance dans le e-commerce. À cet effet, ils modélisent dans leur modèle le risque pour un utilisateur suivant cinq catégories, soit :

Sub concepts dimensions	Measures
Performance risk	<p>I believe that on-line purchases are risky because the products/services delivered may fail to meet my expectations.</p> <p>I believe that on-line purchases are risky because the products/ services delivered may be of inferior quality. (strongly disagree/strongly agree)</p> <p>I believe that on-line purchases are risky because the products/services delivered may be dangerous to use. (strongly disagree/strongly agree)</p>
Financial risk	I believe that on-line purchases are risky because the products/services may be available at a lower price somewhere else. (strongly disagree/strongly agree)
Social risk	I believe that on-line purchases are risky because it may cause others to think less highly of me. (strongly disagree/strongly agree)
Psychological risk	I believe that on-line purchases are risky because the products/services delivered may fail to fit well with my personal image or self-concept. (strongly disagree/strongly agree)
Time risk	I believe that on-line purchases are risky in terms of time because the products/services delivered may fail to be delivered within the expected time frame. (strongly disagree/strongly agree)

Afin de mieux définir les risques perçus par les utilisateurs de consommation collaborative, nous avons conduit un focus group, faisant intervenir 10 participants, dont 5 utilisateurs-consommateurs et 5 utilisateurs-fournisseurs de diverses plateformes de

consommation collaborative, et composé d'une séance unique de trente minutes. Les préoccupations des participants ont par la suite été triées et classées en des termes plus proches de la littérature institutionnelle puis catégorisés dans des groupes similaires à ceux proposés par Corbitt et al. (2003), présentés plus haut. De ce focus group a d'abord émergé 4 catégories de risques, soit le risque de poursuites judiciaires, le risque de non-conformité avec les normes et coutumes culturelles de l'utilisateur « la honte de ne pas posséder, etc. », le risque pour l'utilisateur-consommateur de la non-conformité de l'offre/service offert et finalement, le risque d'assurance du bien/service mis à contribution de la communauté par l'utilisateur-fournisseur.

De la catégorisation de ces risques dans des groupes similaires à ceux de Corbitt et al. (2003), on a modélisé le risque suivant les 4 dimensions suivantes, soit les risques légaux, les risques de performance, les risques financiers et les risques sociopsychologiques.

Sentiment d'appartenance à la communauté

Dans leur article sur la motivation à la participation et le sens d'appartenance à une communauté virtuelle, Zhao et al. (2012) ont pu valider que la confiance entre les membres permet de générer un sentiment d'appartenance au sein de la communauté. Cette hypothèse est d'ailleurs reprise dans la présente recherche. Pour mesurer le sentiment d'appartenance, on utilise l'outil de Zhao et al. (2012), développé à partir des recherches de Koh et Kim (2003) et de Lin (2006), traduit en français et adapté aux particularités des communautés de consommation collaborative étudiées dans la présente recherche. On modélise le sentiment d'appartenance en fonction des 4 dimensions suivantes :

- *Perception de similarités avec d'autres membres*
- *Susceptibilité de tisser des liens et/ou ressentir une certaine complicité avec d'autres membres*
- *Ressentiment du sentiment d'appartenance*
- *Considération d'être un membre de la communauté*

Variables contrôles

Le modèle conceptuel (voir figure G, p.54) présenté au chapitre deux fait état de la relation des variables dépendantes distinctes du système de contrôle « perception des antécédents de confiance via le profil des membres » et « perception des systèmes de contrôle assurés par la plateforme » avec la variable indépendante « sentiment d'appartenance ». Le cheminement théorique justifiant les relations entre ces variables indépendantes et la variable dépendante est caractérisé par une suite de médiations et d'une modération faisant intervenir les variables « risques acceptés » et « attribution des résultats », ainsi que la variable contrôle « confiance de disposition ». La variable « confiance de disposition » sera considérée comme une variable contrôle du modèle, en cela qu'elle n'est pas corrélée à l'utilisation des plateformes de consommation collaborative. De plus, considérer les effets de cette variable contrôle sur l'ensemble des relations du modèle pourrait permettre de nuancer, renforcer ou même annuler ces dernières.

Les autres variables contrôle de l'analyse du modèle sont les suivantes :

- Profil Utilisateur-Fournisseur
- Profil Utilisateur-Consommateur
- Fréquence d'utilisation
- Ancienneté

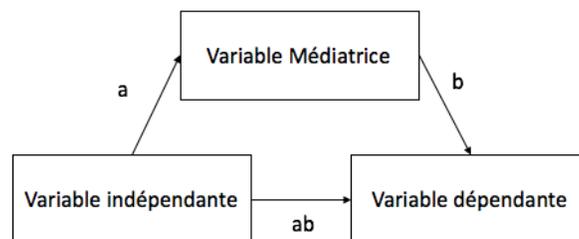
En effet, un utilisateur consommateur et un utilisateur fournisseur n'ont pas la même utilisation de la plateforme et il est donc important de considérer ce statut sur les relations du modèle. Il en est de même pour l'ancienneté et la fréquence dont il peut être suspectées qu'elles modifient les effets des variables du modèle.

3.3 Choix de la méthodologie d'analyse des données

Toujours dans l'optique de proposer une analyse rigoureuse, cette partie est l'occasion de présenter les différents choix méthodologiques qui seraient pertinents pour notre démarche afin d'en justifier l'utilisation. En effet, l'analyse de notre modèle est une analyse exploratoire empirique de données dont les relations présumées sont le résultat d'un raisonnement théorique présenté dans le chapitre 2. Néanmoins, force est de constater que ces relations n'ont, à notre connaissance, jamais été testées par la littérature. Ce caractère de nouveauté, propre au modèle développé dans cette étude, appelle donc à la prudence et la rigueur dans le choix des outils et la démarche qui serviront à en établir les relations. Notre modèle étant basé sur une série de médiations, on présente ici deux méthodes fréquemment utilisées dans la littérature qui permettent de tester les effets indirects propres à ce type de régression.

3.3.1 Méthodologie de Baron et Kenny

La première méthode est celle de Baron et Kenny (1986). Elle se base sur une suite de régressions visant à « expliquer » par une troisième variable l'association observée entre les variables indépendantes et la variable dépendante, tel que :



Ainsi, cette méthode stipule que, si... :

- la relation entre la variable indépendante et la variable médiatrice (a) est significative et que,
- la relation de la variable médiatrice sur la variable dépendante, conjointement à l'effet de la variable indépendante sur cette dernière, (b) est significative,

Alors, l'effet indirect « ab » est significatif. Cette méthode, qui tient sa simplicité pour principal avantage, a néanmoins été vivement critiquée. Dans certains cas complexes nécessitant des analyses plus poussées, il a même été prouvé qu'elle générerait des résultats erronés.

3.3.2 Tests de validation de Preacher et Hayes

Une des méthodes de test de l'effet indirect d'une médiation plus avancée est celle du « bootstrapping ». Développée par Preacher et Hayes (2004), cette méthode propose un test non paramétrique. Le « bootstrapping » permet de ne pas infirmer l'hypothèse de normalité des observations. En effet, un des présupposés de cette méthode est de considérer que la distribution de l'effet indirect d'une médiation est rarement normalisée pour de faibles échantillons. Cette méthode est particulièrement recommandée pour des analyses se basant sur un échantillon de répondants faible, comme c'est le cas de la présente étude (N=64).

À cette fin, cette méthode suggère un « ré-échantillonnage » des données afin d'élargir l'échantillon de départ à un plus grand nombre d'observations, tout en gardant un même niveau de significativité. Pour ce faire, on programme un logiciel afin que ce dernier tire de façon aléatoire une donnée de l'échantillon, « clone » cette dernière, et répète l'opération 1000, 5000, ou même 10000 fois, en prenant soin à chaque tirage de replacer la donnée sélectionnée et clonée dans l'échantillon. Ainsi une même donnée peut être tirée plusieurs fois. Cette opération permet de travailler avec un échantillonnage de

plusieurs milliers d'observations dont les corrélations et la significativité sont les mêmes que celles observées dans l'échantillon de départ. Ainsi, on peut observer l'intervalle de confiance de la nouvelle distribution normalisée afin de vérifier que ce dernier exclut bien la valeur « 0 », réfutant ainsi l'hypothèse nulle. De plus, en augmentant le nombre d'observations on augmente la puissance statistique de l'analyse. En effet, Cohen (2003) et Hair et al. (1998) ont démontré que le nombre d'observations détermine la quantité maximale de variables qu'un modèle peut supporter. Cette méthode, considérée comme étant très rigoureuse et bien moins tolérante que celle de Baron et Kenny, sera donc préférée dans cette analyse.

Afin de procéder à l'analyse des médiations du modèle, le chercheur décide de suivre la méthodologie de Baron et Kenny, testé via l'analyse proposée par Preacher et Hayes. Dans le but de faciliter son utilisation, Preacher et Hayes ont développé un « macro » pouvant être utilisé via le logiciel de traitement statistique SPSS. L'utilisation de ce macro permet, en plus de procéder à la méthode du bootstrapping expliquée plus haut, de soumettre la significativité des relations entre les données aux tests suivants :

- Test de Sobel,

Ce test a été pour la première fois introduit en 1982 par Sobel. Certains auteurs se réfèrent à ce test en parlant de « méthode delta ». Ce test décrit comme très conservateur (MacKinnon, Warsi et Dwyer, 1995), permet d'offrir un approximé de l'écart type de la relation indirecte d'une équation de médiation afin de juger de sa significativité.

- Test d'hétéroscédasticité

En statistique, on parle d'hétéroscédasticité lorsque les variances des variables examinées sont différentes.

Le concept d'hétéroscédasticité - son contraire étant l'homoscédasticité - est utilisé en statistique, et plus particulièrement dans le contexte de la régression linéaire. Ainsi, on parle d'hétéroscédasticité lorsque les variances des erreurs du modèle ne sont pas les mêmes pour l'ensemble des variables examinées. Pour vérifier la présence d'hétéroscédasticité, le macro de Preacher et Hayes procède à la régression des variables

résiduelles (ou erreur) sur les variables explicatives du modèle. La présence d'hétéroscédasticité vient contredire une des hypothèses de base en modélisation : les variances sont homogènes et les erreurs du modèle sont identiquement distribuées. Ainsi, le modèle et les relations entre ses variables ne seront pas jugés significatifs si ces derniers présentent un effet d' hétéroscédasticité.

3.4 Déroulement du questionnaire

Voici, dans l'ordre des questions posées, le plan détaillé du questionnaire soumis aux répondants :

1. Questions sur le profil d'utilisateur du répondant
 - 1.1. Plateforme utilisée
 - 1.2. Fréquence d'utilisation
 - 1.3. Type d'utilisation : fournisseur ou consommateur
2. Questions mesurant la perception des antécédents de confiance des autres membres
 - 2.1. Impact du profil des membres sur la perception de ces antécédents de confiance
3. Questions sur les risques acceptés
4. Questions mesurant l'impact des systèmes de contrôle assurés par la plateforme sur la perception de ces risques
5. Questions mesurant l'impact des résultats des expériences sur le sentiment d'appartenance et la volonté de contribuer
 - 5.1. Qualité des résultats en fonction des risques réellement subis
 - 5.2. Attribution des résultats aux membres ou à l'efficacité de la plateforme
 - 5.3. Sentiment d'appartenance
6. Questions sociodémographiques

CHAPITRE 4 – ANALYSE

Cette partie permet de présenter l'analyse des données recueillies. Un tableau de synthèse des statistiques descriptives en lien avec les résultats servira d'introduction à cette section. Puis, une discussion permettra d'établir la fiabilité et la validité des échelles de mesure utilisées pour illustrer les variables mobilisées par cette étude. Enfin, une analyse des données recueillies sera proposée afin de tester empiriquement les hypothèses de recherche formulées au chapitre 2.

4.1 Synthèse

Le tableau suivant présente les statistiques descriptives en lien avec les résultats principaux.

Tableau 1 : Synthèse des statistiques descriptives en lien avec les résultats

Variables	Moyenne	Écart type
Confiance de disposition	3,46	0,63
Perception des antécédents de confiance via le profil des membres	3,55	0,53
Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme	3,27	0,80
Risques acceptés	3,35	0,81
Attribution des Résultats	1,71	0,26
Sentiment d'appartenance	3,49	0,84

Légende ARG : 1 = Efficacité des systèmes fournis par la plateforme ;
2 = Bienveillance des membres

4.2 Validation des échelles de mesure et des variables du modèle

La fidélité des échelles de mesure a été établie grâce à une analyse des coefficients alpha tandis que les variables du modèle ont été établies grâce à une analyse factorielle exploratoire. L'échantillon de cette étude comprenant 64 répondants valides, la fiabilité des analyses factorielles est considérée comme faible, mais suffisante, conformément à Hair et al. (1998) qui recommandent un ratio du nombre de répondants de 10 par item considéré dans l'analyse. La variable relevant de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres étant constituée de 7 items, il manque 6 répondants pour répondre aux exigences formulées par Hair et al. (1998). Néanmoins, le reste des variables mobilisant en moyenne un nombre d'items inférieur à 6, on considérera que la taille de l'échantillon utilisé dans cette étude est acceptable. De plus, on procédera à une analyse des relations suivant la méthode du « bootstrapping » afin de pallier à ce manque de puissance d'échantillonnage. Cette méthode et son application seront précisées à la partie 4.3.1 de la présente analyse.

4.2.1 Validité et fidélité des échelles de mesure

La fiabilité des échelles réduites et validées, soit leurs capacités à être constantes dans le temps pour un même sujet et dans l'objet mesuré, est calculée par l'alpha de Cronbach. L'alpha de Cronbach est un indice qui, variant entre 0 et 1, indique la fiabilité lorsque sa valeur s'approche de 1. Il est communément accepté qu'un alpha de Cronbach doive être supérieur à 0,7 pour considérer la mesure fiable.

Tableau 2 : Analyse des alpha de Cronbach

Variables	Alpha
Perception des profils des membres – 7 items	,79
Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme– 4 items	,72
Risques acceptés – 4 items	,75

Sentiment d'appartenance – 4 items	,87
Confiance de disposition – 6 items	,82

Le tableau 1 présente les alpha de Cronbach pour l'ensemble des 6 variables mobilisées par notre modèle. On constate donc que ces derniers sont tous supérieurs au seuil limite de 0,7 ; à la lumière de quoi il est possible de conclure que les échelles sont fidèles, qu'elles possèdent une bonne cohérence interne et que tous les items qui les composent sont fortement corrélés entre eux.

Une autre variable est présentée dans le modèle, qui ne se prête néanmoins pas à l'analyse des alpha de Cronbach, ni à l'analyse factorielle. En effet, l'« attribution des résultats » est une variable descriptive, dont les données binaires représentent les deux possibilités suivantes : « attribution à l'efficacité des systèmes de contrôles et de soutiens fournis par la plateforme » (= 1) et « attribution à la bienveillance et l'intégrité des membres » (= 2). Cette variable est mesurée une seule fois par répondant et vise à mesurer l'attribution des résultats en général chez l'utilisateur.

4.2.2 Analyse des variables du modèle

Dans le but de tester la capacité du modèle à reconnaître et distinguer les différentes variables et les construits qui y sont mobilisés, nous avons procédé à une analyse factorielle exploratoire. L'analyse factorielle exploratoire a été ici privilégiée, aux dépens d'une analyse factorielle confirmatoire, car le modèle étudié étant « nouveau », on voulait pouvoir tester et explorer librement la direction et la nature des relations entre ses variables.

Dans cette analyse factorielle exploratoire, et conformément au critère développé par Kaiser, seules les composantes ayant des valeurs propres initiales supérieures à 1 sont retenues. À la suite de quoi on s'intéressera à la matrice de forme. En effet, cette dernière regroupe les variables en fonction du facteur sur lequel elles saturent (ou covarient) le

plus. Cette matrice illustre alors la saturation de ces facteurs dans un ordre décroissant. Selon Tabachnick et Fidell (2007), seuls les items ayant une saturation factorielle supérieure à 0,32 devraient être considérés. Dans cette étude, on fixe arbitrairement un coefficient de saturation minimum à 0,35.

En procédant à l'analyse factorielle exploratoire de notre modèle à 6 variables, on observe dans le tableau de la variance totale présenté ci-dessous qu'il existe 7 facteurs ayant une valeur propre supérieure à 1. Il y a donc 7 facteurs qui pourraient prétendre pouvoir co-contribuer à expliquer le modèle.

Tableau 3 : Variance totale expliquée du modèle à 6 variables

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements			Sommes de rotation du carré des chargements ^a
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé	
1	7,900	28,215	28,215	7,900	28,215	28,215	6,489
2	2,928	10,457	38,673	2,928	10,457	38,673	4,189
3	2,540	9,071	47,743	2,540	9,071	47,743	2,706
4	2,197	7,848	55,591	2,197	7,848	55,591	4,225
5	1,860	6,642	62,233	1,860	6,642	62,233	2,857
6	1,257	4,488	66,721				
7	1,171	4,180	70,902				

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

a. Lorsque les composantes sont corrélées, il est impossible d'ajouter la somme du carré de chargement pour obtenir une variance totale.

Le modèle conceptuel développé au chapitre 2 présentait 5 facteurs. Ayant deux variables en trop, nous avons procédé à une analyse factorielle exploratoire **contrainte à 5**

facteurs. De cette analyse factorielle exploratoire contrainte aux nombres de variables de notre modèle, on observe la matrice de forme suivante :

Tableau 4 : Matrice de forme de l'analyse factorielle exploratoire contrainte à 5 facteurs

	Composante				
	1	2	3	4	5
SA4	,898				
SA3	,880				
SA2	,660				
SA1	,650				
PerA5		,834			
PerA4		,717			
PerA7		,707			
PerA6		,677			
PerA3		,514			
PerA2		,497			
PerA1		,352			
SCP2			,878		
SCP1			,729		
SCP3			,662		
SCP4			,660		
RA2				,765	
RA3				,746	
RA4				,644	
RA1				,556	
ConfD5					,813
ConfD3					,733
ConfD4					,730

ConfD1					,663
ConfD6					,563
ConfD2					,538

Légende : SA = Sentiment d'appartenance ; PerA = Perception des antécédents de confiance via les profils des membres ; SCP = Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle et de soutien de la plateforme ; RA = Risques acceptés ; ConfD = Confiance de disposition
Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.
Méthode de rotation : Oblimin avec normalisation Kaiser ^a
a. Convergence de la rotation dans 13 itérations.

Cette matrice de forme nous permet donc de valider, à la fois le regroupement des items constituant nos variables, mais aussi la distinction entre ces dernières dans leur capacité à contribuer à notre modèle. En effet, les regroupements d'items étant les mêmes que ceux des échelles de mesure développées (exemple : Facteur 1 représente SA et comprend bien SA1, SA2, ..., SA4), on prouve que les items appartenant à une même échelle mesurent bel et bien le même facteur. De plus, on constate que ces facteurs sont distincts les uns des autres.

4.2.3 Standardisation des données

L'ensemble des variables « perception des antécédents de confiance », « perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme », « confiance de disposition », « risques acceptés » et « sentiment d'appartenance » sont illustrées par des données mesurées via l'échelle de Likert, présentée dans le chapitre précédent. La variable « attribution des résultats » en revanche est une variable binaire, tel que « efficacité des systèmes de contrôles et de soutiens fournis par la plateforme » (= 1) et, « bienveillance et intégrité des membres » (= 2). Cette différence entre les échelles entraîne la nécessité de traiter l'ensemble des données des variables afin de les amener à une échelle comparable. On référence ici deux méthodes pouvant être utilisées à cette fin.

La première, la **standardisation**, vise à centrer chaque donnée sur la moyenne, de l'ensemble des données de son item, avant de la réduire sur l'écart type des données de ce même item. Le problème de cette méthode est que, comme les données standardisées sont centrées sur la moyenne, elles ne sont pas reliées entre elles. Ainsi, on ne peut pas déterminer le coefficient bêta de la constante dans les équations de régression, ce qui empêche donc de fixer l'ordonnée à l'origine des droites de régression. On ne peut donc pas prédire la valeur exacte de la variable dépendante suite à une variation des variables indépendantes. Cette technique permet néanmoins de trouver les coefficients Beta de chaque variable indépendante, et ainsi, de statuer sur leur effet sur la variable dépendante. On peut donc prédire la valeur de la variation de la variable dépendante suite aux variations des variables indépendantes.

La deuxième technique est celle de la **normalisation** des données. La normalisation vise à étalonner chacune des variables numériques sur un intervalle [0,1] en fonction des deux valeurs extrêmes des données observées par item. Le problème de cette technique est qu'elle provoque un mauvais étalonnage des données lorsqu'en présence de données extrêmes.

On considère généralement que la plupart des échantillons de données abritent des valeurs extrêmes, on préférera donc limiter les risques d'analyses de notre modèle de régression en utilisant une standardisation des données plutôt qu'une normalisation.

4.3 Statistiques descriptives et analyse des corrélations

Afin d'établir un portrait des relations linéaires entre les variables du modèle, des tests de corrélations présentés au tableau 5 ont été effectués. Très souvent mobilisés en recherche, les coefficients utilisés sont ceux de Pearson (r) et présentent une valeur comprise entre -1 et 1 (Tabachnick et Fidell, 2007). L'objectif de cette partie est d'évaluer dans quelle mesure deux variables du modèle varient simultanément. Cohen (1988) suggère que la taille de l'effet de corrélation soit estimée faible lorsqu'inférieur à 0,3 / moyenne sous 0,6

/ et forte à partir de 0,6. Le signe du coefficient permet aussi de déterminer le sens de la relation entre deux variables. Enfin, cette analyse des corrélations est soumise à un test de signification bilatérale. Ce dernier teste la signification statistique d'une corrélation individuelle en testant ainsi l'hypothèse nulle d'absence de relation (Warner, 2008). Le seuil de signification obtenu renseigne alors sur la probabilité d'obtenir un coefficient de cette taille dans une population où les deux variables ne seraient pas corrélées. Dans le cadre de la présente étude, on fixe ce seuil à 0,05.

Dans un premier temps, on constate que le type d'utilisateur est significativement lié ($p < 0,05$) à la variable dépendante finale de l'étude. En effet, le fait d'être un « utilisateur-consommateur » est associé négativement au sentiment d'appartenance ($r = -,441$). Inversement, être un utilisateur fournisseur est donc associé positivement au sentiment d'appartenance.

Ensuite, on constate que la seconde variable contrôle, soit la fréquence d'utilisation, est significativement liée à l'acceptation des risques et au sentiment d'appartenance. En cela, le fait d'utiliser souvent la plateforme est associé négativement aux risques acceptés ($r = -,259$) et positivement au sentiment d'appartenance ($r = ,276$). De plus, la confiance de disposition, variable présumée contrôle de cette étude, est significativement liée à presque toutes les variables du modèle. Ainsi, la confiance de disposition est associée positivement à la perception des antécédents de confiance via le profil des membres ($r = ,247^*$), négativement aux risques acceptés ($r = -,396^{**}$), positivement à l'attribution des résultats et du sentiment d'appartenance ($r = ,353^{**}$; $r = ,447^*$). Ainsi, bénéficier d'une forte confiance de disposition est associé à une attribution des résultats à la bienveillance des membres.

Tableau 5 : Moyennes, écarts-types et coefficients de corrélation

	M	É-T	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Type Utilisateur	1,75	0,43	1								
2 Fréquence	1,59	0,81	-,291*	1							
3 Ancienneté	2,88	0,48	,093	-,179	1						
4 Confiance de disposition	3,46	0,63	-,263*	,007	,073	1					
5 Perception des PerA	3,55	0,53	-,028	,213	,186	,247*	1				
6 Perception des SCP	3,27	0,80	-,387**	-,008	,048	-,191	-,070	1			
7 Risques acceptés	3,35	0,81	,059	-,259*	,013	-,396**	-,259*	,013	1		
8 Attribution des Résultats	1,75	0,43	-,215	,058	,115	,353**	,428**	-,297*	-,334**	1	
9 Sentiment d'appartenance	3,49	0,84	-,441**	,276*	,171	,447**	,500**	-,150	-,348**	,604**	1

* P < 0,5 ; ** p < 0,1 ; n = 64

Légende

M = Moyenne; É-T= Écart-type ; Type utilisateur: 1 = Fournisseur, 2 = Consommateur ;
 SCP = Systèmes de contrôle assurés par la plateforme, PerA = Perception des antécédents de confiance via le profil des membres;
 Attribution des Résultats : 1= attribution à l'efficacité des systèmes de contrôles et de soutiens, fournis par la plateforme, 2 = attribution à la bienveillance et l'intégrité des membres

De leur côté, les variables faisant état de la perception des systèmes de contrôle sont eux aussi associés aux variables dépendantes du modèle de cette étude. Ainsi, une forte perception des antécédents de confiance via les profils des membres est associée négativement aux risques acceptés ($r = -,259^{**}$), mais positivement à l'attribution des résultats ($r = ,428^{**}$) et au sentiment d'appartenance ($r = ,500^{**}$). On peut donc dire qu'une forte perception des antécédents de confiance via le profil des membres est associée à

une attribution des résultats à la bienveillance et l'intégrité des membres. D'autre part, une forte perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assuré par la plateforme est associée négativement à l'attribution des résultats ($r = -,297^{**}$). On peut donc dire qu'une forte perception de l'efficacité de ces systèmes est associée à une attribution des résultats à l'efficacité de ces derniers plutôt qu'à la bienveillance des membres.

De leur côté, les risques acceptés sont négativement associés à l'attribution des résultats ($r = -,334^{**}$) et au sentiment d'appartenance ($r = -,348^{**}$). Ainsi, de forts risques acceptés sont associés à une attribution des résultats à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme et à un faible sentiment d'appartenance.

Finalement, la variable médiatrice centrale de notre modèle, soit l'attribution des résultats, est fortement ($r = 0,604^{**} > 0,6$) et positivement associée au sentiment d'appartenance.

4.3.1 Vérification préliminaire des hypothèses

Les résultats de l'analyse des corrélations démontrent que la perception des antécédents de confiance via le profil ($r = -,259^{**}$) des membres est la seule des deux variables de la perception des systèmes de contrôle qui, accompagnée par les variables contrôles de la confiance de disposition ($r = -,396^{**}$) et de la fréquence ($-,259^*$), sont significativement associées aux risques acceptés. L'hypothèse H1 voulait que la perception des antécédents via les profils des membres permette de diminuer les risques acceptés. Les résultats de l'analyse des corrélations viennent donc appuyer préliminairement l'hypothèse H1.

Les hypothèses 4 et 5 prévoyaient quant à elles que les deux variables de la perception des systèmes de contrôle impactent l'attribution des résultats. Plus précisément, l'hypothèse 4 stipulait qu'une forte perception des antécédents de confiance via les profils des membres permettrait d'attribuer les résultats à la bienveillance des membres, tandis que l'hypothèse 5 prévoyait qu'une forte perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme soit associée à une attribution des résultats au profit de l'efficacité de ces systèmes plutôt qu'à la bienveillance des membres.

L'analyse des corrélations présentée plus haut permet donc également d'appuyer les hypothèses 4 et 5.

Il en va de même pour les hypothèses 6 et 7. En effet, ces dernières voulaient que de forts risques acceptés soient associés à une attribution des résultats à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme, tandis que de faibles risques acceptés soient associés à une attribution des résultats à la bienveillance des membres. Les résultats de l'analyse des corrélations montrent que l'acceptation des risques est significativement et négativement liée à l'attribution des résultats ($r = -,334^{**}$). Ainsi, de forts risques acceptés sont associés à une attribution des résultats à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme et à un faible sentiment d'appartenance, tandis que de faibles risques acceptés sont associés à une attribution des résultats à la bienveillance des membres. Ces résultats permettent alors d'appuyer les hypothèses 6 et 7.

Enfin les hypothèses 8, 9, 10, 11 et 12 formulaient des relations entre les variables de la perception des antécédents de confiance via les profils des membres, des risques acceptés et de l'attribution des résultats avec le sentiment d'appartenance. Ainsi, la perception des antécédents, de faibles risques acceptés et une attribution des résultats à la bienveillance des membres devraient favoriser le sentiment d'appartenance. Les résultats de la précédente analyse de corrélation montrent bien que les variables portant sur la perception des antécédents ($r = ,500^{**}$) et l'attribution des résultats ($r = ,604^{**}$) sont significativement corrélées au sentiment d'appartenance. On peut donc dire que l'attribution des résultats à la bienveillance des membres est liée positivement au sentiment d'appartenance tandis qu'une attribution des résultats à l'efficacité des systèmes assurés par la plateforme en est négativement liée. D'autre part, la variable des risques acceptés est négativement liée au sentiment d'appartenance ($r = -,348^{**}$). Ces résultats permettent donc d'appuyer préliminairement les hypothèses 8, 9, 10, 11 et 12. Néanmoins, l'hypothèse 13 formulait des attentes quant à la relation négative entre la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle et le sentiment d'appartenance.

L'analyse des coefficients de corrélation montre en revanche que bien que la perception des systèmes de contrôle assurés par la plateforme soit négativement liée au sentiment d'appartenance ($r = -,150$) cette dernière s'avère être non significative ($p > 0,05$). Ainsi, l'analyse du modèle à suivre ne permettra pas de valider significativement l'effet entre ces variables. **L'hypothèse 13 peut donc d'ores et déjà être réfutée.**

Enfin, cette analyse des corrélations entre les variables du modèle offre une occasion de vérifier préliminairement la présence de variables confondantes. En effet, il arrive que des variables n'apparaissent pas dans l'énoncé des hypothèses, mais se révèlent pourtant importantes dans la validation des relations du modèle. Dans la mesure où ces dernières sont significativement corrélées sur les variables dépendantes, elles peuvent en effet influencer les résultats. On appelle ces variables « confondantes » et leur inclusion dans le modèle permet de contrôler statistiquement leur effet. Le tableau des corrélations permet donc de valider qu'à l'exception des effets des variables contrôles, aucune autre variable du modèle ne semble avoir d'effet non anticipé sur les relations du modèle. On peut donc passer à l'analyse des régressions du modèle et aux tests des hypothèses.

4.4 Analyse et tests des hypothèses

L'analyse des corrélations a permis de valider, comme prévu, des relations significatives entre les variables de la perception des systèmes de contrôle, les variables du processus de la confiance et le sentiment d'appartenance. Le chercheur procède alors à l'analyse approfondie de ces relations par régression. Les régressions permettront dans un premier temps de quantifier ces liens par étape, en isolant ainsi les effets de certaines variables. Certaines relations de ces étapes font par ailleurs intervenir des effets de modérations et de médiations présumés. L'utilisation de la régression à ces fins est un moyen reconnu pour évaluer la qualité des variables modératrices et médiatrices (Cohen, 2003 ; Baron et Kenny, 1986). Dans un second temps, la régression permettra de procéder

à une analyse des effets de médiation entre les variables de la perception des systèmes de contrôle et celles du processus de la confiance afin d'en établir les relations rigoureuses dans le modèle global, portant sur le sentiment d'appartenance.

Procéder à une analyse de régressions permet d'estimer les liens (β) entre une variable dépendante et des variables indépendantes alors que le coefficient de régression au carré (R^2) permet d'établir le pourcentage de la variance de la variable dépendante que le modèle de régression permet d'expliquer. Ainsi, pour tester la modulation, on procède à trois régressions portant sur les effets respectifs de la variable indépendante, la variable modératrice et la variable du produit de cette modulation sur la variable dépendante. D'autre part, la médiation sera testée selon la méthode de Baron et Kenny (1986) et analysée à l'aide du macro Spss « Process », développé par Preacher et Hayes et présenté à la partie « X.X choix méthodologiques » de cette étude. Suivant les étapes suggérées par Baron et Kenny (1986), cet outil permet de tester les relations directe et indirecte de la médiation et permet aussi d'inclure d'autres variables prédictives de la variable dépendante. L'avantage de cet outil repose sur l'utilisation de la méthode du « bootstrapping » et la rigueur des tests qui sont inclus dans son analyse (voir « X.X choix méthodologique » pour plus d'informations).

4.4.1 Tests préliminaires du modèle

Pour évaluer l'ensemble des relations anticipées entre les variables indépendantes de la perception des systèmes de contrôle et celles du processus de la confiance, on procède à des régressions par étape suivant la logique du processus établi dans le cadre conceptuel. Ainsi, les effets des variables des systèmes de contrôle sur les risques acceptés (1) permettent de préciser les effets de l'ensemble de ces variables sur l'attribution des résultats (2). De la même façon, l'ensemble des relations testées par les deux premières étapes permettront d'analyser rigoureusement les effets des variables mobilisées par le modèle sur le sentiment d'appartenance (3).

4.4.1.1 Régressions sur les risques acceptés

Afin d'évaluer les liens entre les variables des systèmes de contrôle et les risques acceptés et ainsi tester les hypothèses H1, H2 et H3, une régression hiérarchique a été effectuée. La régression hiérarchique permet de déterminer différents blocs de variables, entrés de manière hiérarchisée et dont les résultats permettent de déterminer l'apport respectif de chacun de ces blocs à la capacité explicative du modèle sur la variance de la variable dépendante. Cette méthode est donc adaptée au test d'une relation de modération, car elle permet d'analyser la significativité de l'effet d'interaction de la variable indépendante avec la variable modératrice ainsi que l'apport de ce dernier au modèle. Cet apport s'illustre alors par l'augmentation du R^2 . Les blocs de la régression sur les risques acceptés sont hiérarchisés de la façon suivante :

- Variable dépendante : Risques acceptés
- Variables indépendantes :
 - Bloc 1 : Variable contrôle ^a :
 - Fréquence
 - Bloc 2 : Variables indépendantes et modératrices :
 - Perception des antécédents de confiance via le profil des membres
 - Confiance de disposition (modérateur 1)
 - Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme (modérateur 2)
 - Bloc 3 : Effets des interactions des modérations 1 et 2
 - Variable composée de l'effet de modération de la confiance de disposition « PerAxConfD »^b
 - Variable composée de l'effet de modération de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme « PerAxSCP »^b

a. *Seule la variable contrôle « fréquence » s'est avérée significativement liée aux risques acceptés dans l'analyse des corrélations*

- b. *Les effets de modérations sont le produit des données standardisées des deux variables, telles que :*
- « PerAxConfD » = Les données de la variable de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres x les données de la variable de la confiance de disposition*
 - « PerAxConfD » = Les données de la variable de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres x les données de la variable de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme*

Les résultats de ce test préliminaire des relations du modèle portant sur la variance de la variable des risques acceptés sont présentés au tableau 6. Ce tableau indique la variance totale expliquée (R^2) et ajoutée (ΔR^2), ainsi que l'importance statistique de la significativité (ΔF) pour chaque étape du modèle. La première étape réfère aux résultats du bloc 1, la deuxième à ceux des blocs 1 et 2 conjoints, etc. Aussi, sont précisés les coefficients de régression (β de chaque variable prédictatrice du modèle et leur significativité (t) pour chaque étape. De plus, un indice de la colinéarité (VIF) est aussi inclus. Enfin, pour faciliter l'interprétation des effets des variables de régressions sur les risques acceptés, seules les variables étant significatives sont présentées. L'analyse complète incluant les résultats des effets pour l'ensemble des variables prédictatrices du modèle est disponible à l'annexe 4.1. De cette analyse complète on retient entre autres que l'inclusion des variables composées des effets des modérations présumées dans le modèle est marginale et non significative ($\Delta R^2 = ,003$; $p > 0,05$). Il en va de même de l'inclusion des perceptions des antécédents de confiance comme variable prédictatrice du modèle. En effet, l'effet de cette dernière sur la capacité d'explication de la variance des risques acceptés s'avère non significatif ($p > 0,05$). Les hypothèses H1, H2 et H3 portaient sur la relation entre la perception des antécédents de confiance et les risques acceptés (H1). Cette relation était présumée modérée par l'effet successif de la confiance de disposition (H2) et de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme (H3). **Les hypothèses 1, 2 et 3 sont donc réfutées.**

Tableau 6 : Résultats du modèle de régression hiérarchique sur les risques acceptés

Variabiles du modèle ^a	R ²	Δ R ²	Δ F	β	t	VIF
Étape 1 (bloc 1)	,067	,067	4,466*			
Fréquence				-,259	-2,113*	1,000
Étape 2 (blocs 1 et 2)	,223	,156	12,228***			
Fréquence				-,257	-2,273*	1,000
Confiance de disposition				-,395	-3,497***	1,000

* p < ,05; **p < ,01; ***p < ,001; n = 64

^a Variable dépendante : Risques acceptés

La variation de F étant significative pour chaque étape du modèle ($p < 0,05$) chacune de celles-ci contribue significativement à l'amélioration de l'explication de la variance des risques acceptés. Ainsi, la première étape incluant l'effet isolé de la variable contrôle de la fréquence d'utilisation offre une capacité explicative de 6,7% des variances des risques acceptés ($R^2 = 0,067$). En ajoutant l'effet conjoint de la variable prédictatrice du bloc 2, soit la confiance de disposition, l'étape 2 du modèle permet d'expliquer 15,6% supplémentaire de la variance des risques acceptés (ΔR^2 de l'étape 2 = ,156). Ainsi le modèle de régression sur les risques acceptés a une capacité explicative de la variance des risques acceptés de 22,3% (R^2 de l'étape de 2 = ,223).

Les analyses de corrélations de la partie précédente avaient permis d'établir que seule la fréquence d'utilisation d'une plateforme constituait une variable contrôle dans les relations des variables avec les risques acceptés. À l'exception de la confiance de disposition qui est une variable prédictatrice dont l'impact sur les risques acceptés a été théoriquement présumée. Quoi qu'il en soit, la fréquence demeure la seule variable contrôle associée significativement aux risques acceptés ($\beta = -,259$; $p < 0,05$) lors de la première étape du modèle.

En incluant la confiance de disposition, qui était une variable présumée modératrice de ce modèle, la relation entre la fréquence d'utilisation et les risques

acceptés ne change presque pas ($\beta = -,257$; $p < 0,05$). La relation entre la confiance de disposition et les risques acceptés quant à elle s'avère également significativement négative ($\beta = -,395$; $p < 0,001$).

4.4.1.2 Régressions sur l'attribution des résultats

Cette partie a pour objectif d'analyser les liens respectifs des variables des systèmes de contrôle et de la variable des risques acceptés, avec l'attribution des résultats. L'analyse de ces relations permet également de tester les hypothèses 4, 5, 6 et 7.

Les résultats des régressions sur les risques acceptés ainsi que l'analyse des corrélations nous permettent d'appréhender la nature présumée des relations des variables prédictive et de contrôle avec la variable dépendante « attribution des résultats ». Le modèle fait tout d'abord intervenir une relation, pressentie par les hypothèses 6 et 7, entre la confiance de disposition et l'attribution des résultats. D'après les résultats des régressions sur les risques acceptés, cette relation serait par ailleurs médiée par les risques acceptés. Deux autres relations, présumées quant à elles par les hypothèses 4 et 5 du modèle, sont celles des perceptions des systèmes de contrôle avec l'attribution des résultats. Enfin, l'analyse des corrélations a indiqué qu'aucune variable contrôle n'est significativement liée à l'attribution des résultats, à l'exception de la confiance de disposition dont on a déjà supposé le rôle plus haut.

Afin de tenir compte de l'effet de médiation présumé des risques acceptés sur la relation entre la confiance de disposition et l'attribution des résultats, on procède à l'analyse de régression via le macro SPSS « Process » développé par Preacher et Hayes. Les variables prédictives de cette régression y sont introduites de la façon suivante :

- Variable dépendante Y : Attribution des résultats
- Variable indépendante X : Confiance de disposition
- Variable médiatrice M : Risques acceptés
- Covariables sur X et Y : Perception des antécédents de confiance et perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme

Les résultats de cette analyse sont disponibles à l'annexe 4.2. Les résultats de l'effet total, direct et indirect démontrent cependant que l'effet total «c'» de cette médiation est non significatif ($p = ,097 > ,05$). Il en va de même pour l'effet direct «c» de la confiance de disposition sur l'attribution des résultats ($p = 0,283 > 0,05$). Enfin, l'intervalle de confiance de l'effet indirect « ab » de la relation médiée entre la confiance de disposition et l'attribution des résultats comprend la valeur 0 ([,000 ; ,192] et ne permet donc pas d'exclure l'hypothèse nulle de cette médiation.

Une autre analyse de cette régression est celle des résultats en mode « effet total ». Disponibles à l'annexe 4.2, ces derniers permettent de tester la significativité de l'ensemble des variables prédictives du modèle sur l'attribution des résultats. Les coefficients de régression de la perception des antécédents de confiance ($\beta = ,345 ; p = ,033 < ,05$) et de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme ($\beta = -,222 ; p = 0,036 < 0,05$) sont les seuls à apporter à ce modèle une capacité d'explication de la variance de l'attribution des résultats qui soit significative. Une régression linéaire multiple a donc été calculée afin de préciser les caractéristiques du modèle de régression sur l'attribution des résultats. L'inclusion des variables de la régression de ce modèle est la suivante :

- Variable dépendante : Attribution des résultats
- Variables indépendantes : Perception des antécédents de confiance et perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme

Les résultats des relations du modèle de régression portant sur la variance de la variable de l'attribution des résultats sont présentés au tableau 7. Ce tableau indique la variance totale expliquée (R^2) ainsi que l'importance statistique de la significativité (ΔF) pour le modèle de régression proposé. Sont également précisés les coefficients de régression (β de chaque variable prédictive du modèle et leur significativité (t).

Tableau 7 : Résultats du modèle de régression sur l'attribution des résultats

Variables du modèle ^a	R ²	Δ F	β	t	VIF
Modèle	,255	10,415***			
<u>Perception des PerA</u>			,409	3,688***	1,005
<u>Perception des SCP</u>			-,268	-2,422*	1,005

* p < ,05; **p < ,01; ***p < ,001; n = 64

a. Variable dépendante : Attribution des résultats

Légende. PerA = Perception des antécédents de confiance via le profil des membres
 SCP = Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme
 Attribution des Résultats : 1= attribution à l'efficacité des systèmes de contrôles et de soutiens, fournis par la plateforme, 2 = attribution à la bienveillance et l'intégrité des membres

La variation de F du modèle étant significative (p < ,001) ce dernier contribue significativement à l'explication de la variance de l'attribution des résultats. Par ailleurs, les deux variables de la perception des systèmes de contrôle permettent d'expliquer 25,5% de la variance de l'attribution des résultats (R²= ,255). De plus, les apports respectifs de chacune de ces variables à l'équation de régression sur l'attribution des résultats sont significatifs.

En effet, le coefficient de régression de la perception des antécédents de confiance (β= ,409 ; p= ,000 < ,001) indique cette variable est significativement et positivement corrélée à l'attribution des résultats. Ainsi, pour chaque augmentation d'une unité dans la perception des antécédents de confiance la variable de l'attribution des résultats augmente de ,409. C'est-à-dire que l'augmentation de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres augmente la probabilité que les résultats soient

attribués à la bienveillance et l'intégrité des membres plutôt qu'à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme. **L'hypothèse 4 est donc supportée.**

De plus, le coefficient de régression de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme ($\beta = -,268$; $p = ,018 < ,05$) indique que cette variable est significativement et négativement corrélée à l'attribution des résultats. Ainsi, pour chaque augmentation d'une unité dans la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme, la variable de l'attribution des résultats diminue de $-,268$. Autrement dit, une augmentation de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme augmente la probabilité que les résultats soient attribués à l'efficacité de ces systèmes de contrôle plutôt qu'à la bienveillance des membres. **L'hypothèse 5 est donc supportée.**

4.4.2 Présentation du modèle final : Tests des régressions sur le sentiment d'appartenance

Cette partie a pour objectif d'analyser l'ensemble des effets des relations présumées et précédemment établies, entre les variables du modèle sur le sentiment d'appartenance. Cette analyse permettra donc de tester les hypothèses 8, 9, 10, 11 et 12.

Les résultats des régressions sur les risques acceptés, l'attribution des résultats, ainsi que l'analyse des corrélations nous permettent d'appréhender la nature présumée des relations des variables prédictives de notre modèle sur le sentiment d'appartenance. Le modèle fait tout d'abord intervenir une relation, présumée par les hypothèses H8, H10 et H11 entre la perception des antécédents de confiance et le sentiment d'appartenance. Cette relation serait alors médiée par l'attribution des résultats. Deux autres relations, présumées quant à elles par les hypothèses H9 et H12, portent sur l'effet des risques acceptés sur le sentiment d'appartenance. Enfin, l'analyse des corrélations a indiqué que les variables contrôle relevant du type d'utilisation, de la fréquence d'utilisation, ainsi que de la confiance de disposition sont toutes trois présumées liées au sentiment

d'appartenance. Par ailleurs, les résultats des régressions sur les risques acceptés nous permettent d'anticiper le rôle médiateur de ces derniers dans la relation présumée entre la confiance de disposition et le sentiment d'appartenance.

Afin de tenir compte de ces deux effets de médiations présumées dans l'analyse des régressions sur le sentiment d'appartenance, leurs relations seront testées via le macro SPSS «Process» développé par Preacher et Hayes. Néanmoins, cet outil ne permet pas de procéder à une régression d'une série de médiations simultanément. On propose alors de procéder par étape avant de définir et tester le modèle significatif final. Ainsi, une première régression portant sur le rôle médiateur des risques acceptés dans la relation entre la confiance de disposition et le sentiment d'appartenance sera proposée. Cette dernière sera suivie d'une seconde étude du rôle médiateur de l'attribution des résultats dans la relation entre la perception des antécédents de confiance et le sentiment d'appartenance. Pour chacune de ces deux analyses, on considérera les effets de l'ensemble des variables prédictives présumées, y compris celles de la médiation non testée. Enfin, si ces deux médiations s'avèrent isolément significatives, il faudra procéder à des analyses appropriées visant à mesurer les inférences des effets indirects et totaux de l'ensemble de ces médiations sur la variable dépendante.

4.4.2.1 Régressions sur le sentiment d'appartenance partiellement médiée par les risques acceptés

Afin de tenir compte de l'effet de médiation présumé des risques acceptés sur la relation entre la confiance de disposition et le sentiment d'appartenance, on procède à l'analyse de régression via le macro SPSS «Process» développé par Preacher et Hayes. Les variables prédictives de cette régression y sont introduites de la façon suivante :

- Variable dépendante Y : Sentiment d'appartenance
- Variable indépendante X : Confiance de disposition
- Variable médiatrice M : Risques acceptés
- Covariables sur Y seulement :

- Perception des antécédents de confiance
- Attribution des résultats
- Type d'utilisation
- Fréquence d'utilisation

Les résultats de cette analyse sont disponibles à l'annexe 4.3. Les résultats de l'effet total, direct et indirect démontrent cependant que, bien que l'effet total «c'» de la confiance de disposition sur le sentiment d'appartenance soit significatif ($p = ,036 < ,05$), son effet direct «c» quant à lui ne l'est pas ($p = ,087 > ,05$). Il en va de même pour l'intervalle de confiance de l'effet indirect « ab » de la relation médiée entre la confiance de disposition et le sentiment d'appartenance. En effet, l'intervalle de confiance «bootstappé» de ce dernier comprend la valeur 0 ($[-,018 ; ,159]$). Il ne permet donc pas d'exclure l'hypothèse nulle de cette médiation. À noter que la puissance du «bootstrapping» a cette fois encore été fixée au seuil de 5000 observations.

Une autre analyse pertinente de cette régression est celle des résultats en mode « effet total ». Également disponibles à l'annexe 4.3, ces derniers permettent de tester la significativité de l'ensemble des variables prédictives du modèle sur le sentiment d'appartenance. Cette analyse indique que les coefficients de régression de la confiance de disposition ($\beta = ,258$; $p = ,036 < ,05$), de la perception des antécédents de confiance ($\beta = ,408$; $p = ,003 < ,01$) et du type d'utilisation de la plateforme ($\beta = -,335$; $p = ,001 < ,001$) offrent tous les trois une capacité d'explication de la variance de l'attribution des résultats significative. Le coefficient de la variable contrôle relevant de la fréquence d'utilisation est quant à lui non significatif ($p = ,444 > 0,05$).

4.4.2.2 Régressions sur le sentiment d'appartenance partiellement médiée par l'attribution des résultats

Fort des résultats présentés précédemment sur la régression du sentiment d'appartenance partiellement médiée par les risques acceptés, nous testerons dans cette

partie l'effet de la médiation de l'attribution des résultats sur la relation entre la perception des antécédents de confiance et le sentiment d'appartenance.

À cette fin, une régression partiellement médiée a été calculée à l'aide du macro « PROCESS » de spss, sur lequel les variables prédictives ont été introduites de la façon suivante :

- Variable dépendante Y : Sentiment d'appartenance
- Variable indépendante X : Perception des antécédents de confiance
- Variable médiatrice M : Attribution des résultats
- Covariables sur Y seulement :
 - Confiance de disposition
 - Type d'utilisation

Les résultats de l'analyse de cette régression partiellement médiée sur le sentiment d'appartenance sont présentés dans l'annexe 4.4. Les résultats de l'effet total, direct et indirect démontrent que l'effet total « c' » de la perception des antécédents de confiance sur le sentiment d'appartenance est significatif ($\beta = ,429$; $p = ,001 < ,001$). Il en est de même pour son effet direct « c » ($\beta = ,301$; $p = ,003 < ,01$) ainsi que pour son effet indirect par l'attribution des résultats ($\beta = ,149$) dont l'intervalle de confiance des données « bootstrappées » exclut la valeur 0 ([,107 ; ,495]) et donc réfute l'hypothèse de nullité de la relation. De plus, si on se réfère aux résultats de l'analyse de cette régression partiellement médiée sur le sentiment d'appartenance, également disponibles à l'annexe 4.4, on constate que l'attribution des résultats, la perception des antécédents de confiance et le type d'utilisation de la plateforme ont toutes trois des coefficients de corrélation significatifs, tels que respectivement ($\beta = ,361^{**}$; $\beta = ,301^{**}$ et $\beta = -,313^{***}$). Néanmoins et contrairement à nos attentes suite aux résultats de la régression sur le sentiment d'appartenance partiellement médiée par les risques acceptés, le coefficient de régression de la confiance de disposition s'avère non significatif ($\beta = ,168$; $p = ,148 > 0,05$). Pourtant, si l'on se réfère aux résultats de l'analyse en mode « total », également disponibles à

l'annexe 4.4, on constate que la confiance de disposition a un coefficient de régression significatif ($p < 0,05$). Une seconde analyse de la même régression sur laquelle a été retiré le test d'hétéroscédasticité montre que cette dernière est responsable de la non-significativité de la confiance de disposition dans la régression médiée sur le sentiment d'appartenance. Rappelons ici que l'hétéroscédasticité réfère à des variances des erreurs du modèle qui ne sont pas les mêmes pour l'ensemble des variables. En effet, les régressions sur les variables résiduelles du modèle, auquel procède le macro « process » de SPSS pour considérer la présence d'hétéroscédasticité, ont permis d'identifier la présence d'erreurs différentes émanant de la variable « confiance de disposition ».

Ces résultats permettent de procéder à la régression médiée du modèle final sur le sentiment d'appartenance. Pour ce faire, une seconde régression a été calculée via le macro « process » dans laquelle l'effet de la covariable présumée « confiance de disposition » a été retiré. Les résultats de cette régression sont présentés dans le tableau 4.3.

Tableau 8 : Résultats de la régression partiellement médiée sur le sentiment d'appartenance

Variabiles du modèle ^a	R ²	F	β	t	Borne Inférieure	Borne Supérieure
Modèle	,551	38,542***				
Attribution des résultats			,404	3,907***	,197	,611
Perception des PerA			,323	3,301**	,127	,519
Type d'utilisation			-,347	-3,749***	-,493	-,202
Effet total de la médiation			,488	3,873***	,236	,740
Effet indirect de la médiation			,167		,60 ^b	,341 ^b

* $p < ,05$; ** $p < ,01$; *** $p < ,001$; n = 64

a. Variable dépendante : Sentiment d'appartenance

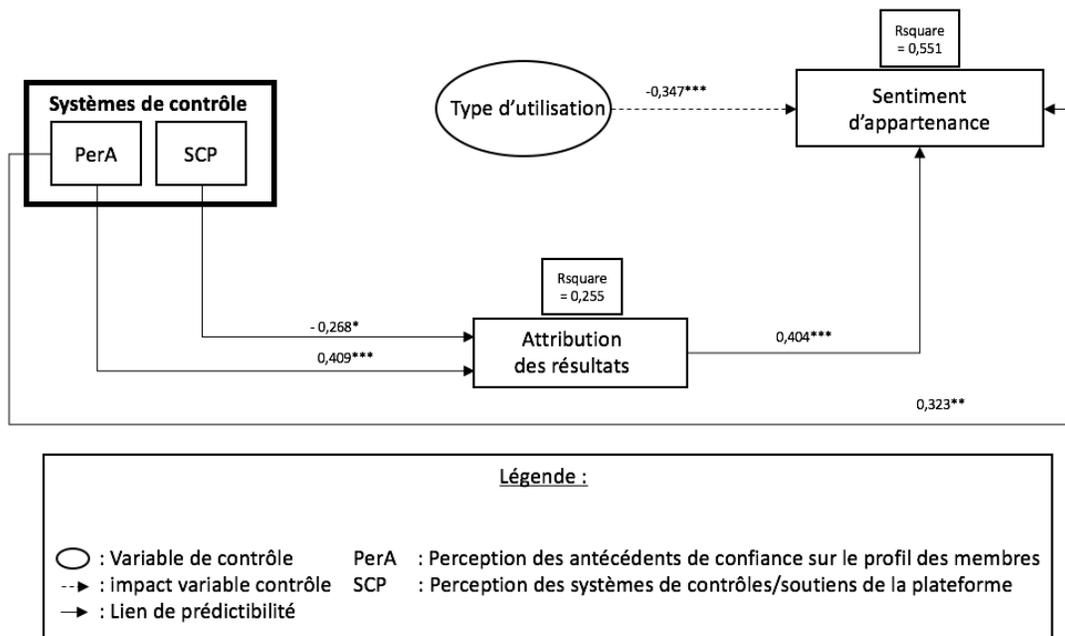
b. Intervalle de confiance des données « bootstrappées » (5000 observations) de l'effet indirect de la médiation

Légende. PerA = Perception des antécédents de confiance via le profil des membres

En retirant l'effet de la confiance de disposition du modèle de régression final partiellement médié sur le sentiment d'appartenance, ce dernier n'a presque rien perdu de sa capacité à expliquer la variance du sentiment d'appartenance. En effet, le modèle final permet d'expliquer 55,1% de la variance du sentiment d'appartenance, tandis que l'ancien modèle qui incluait l'effet non significatif de la confiance de disposition permettait d'en expliquer 57,4%. De plus, les coefficients de régression des variables prédictives du modèle final semblent tous profiter de l'absence de l'effet de la confiance de disposition. Quoiqu'il en soit **ces résultats permettent de supporter les hypothèses 8, 10 et 11.**

On peut donc proposer le modèle des résultats suivant :

Figure H : Modèle des résultats des analyses sur le sentiment d'appartenance



4.4.3 Analyses supplémentaires : L'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur le modèle

Les analyses du modèle présentées à la partie précédente ont permis de prouver de manière significative la relation conceptuelle entre la perception des antécédents de confiance via le profil des membres et le sentiment d'appartenance formulée au chapitre 2. De plus, elles permettent de valider certaines hypothèses émises à propos de l'impact des systèmes de contrôle sur le processus de la confiance. Dans cette partie, le chercheur propose une succession d'analyses visant à identifier de possibles effets « rétroactifs » du sentiment d'appartenance sur les variables du modèle. À cette fin, une succession de régressions hiérarchiques ont été calculées. Il est utile de rappeler ici que la régression hiérarchique permet de déterminer différents blocs de variables, de les rentrer dans la régression de manière hiérarchisée. Les résultats d'une régression hiérarchique permettent alors de commenter l'apport respectif de chacun de ces blocs vis-à-vis de la capacité du modèle à expliquer la variance de la variable dépendante. Cette méthode est donc adaptée aux analyses des effets rétroactifs du sentiment d'appartenance, car elle permet d'observer si son effet est significatif en considérant son interaction avec les variables prédictrices des différentes variables testées. Ces variables prédictrices potentielles sont par ailleurs identifiées par l'analyse des résultats des corrélations du modèle. Les variables prédictrices utilisées dans les régressions de l'analyse du modèle ne considérant pas l'effet conjoint du sentiment d'appartenance sur ces dernières, il faut recommencer à tester les relations rétroactives entre les variables en partant des coefficients de corrélation présentés au tableau 5. Néanmoins, en plus de considérer les effets des variables contrôles significativement corrélées, seules les variables prédictrice ayant un rôle antérieur à celui de la variable testé dans le modèle du développement de la confiance seront considérées. Par exemple, bien que l'attribution des résultats soit significativement corrélée à la perception des antécédents de confiance, son rôle est postérieur à celui de la perception des antécédents de confiance dans le processus de

l'impact des systèmes de contrôle sur le développement de la confiance illustré par le modèle.

4.4.3.1 Effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur la perception des antécédents de confiance via le profil des membres

Les variables du modèle de cette régression hiérarchisée ont été introduites de la façon suivante :

- Variable dépendante : Perceptions des antécédents de confiance
- Bloc 1- Variable contrôle : Confiance de disposition ^a
- Bloc 2- Variable indépendante : Sentiment d'appartenance
- a. L'analyse des corrélations des variables du modèle montre que seule la variable contrôle « confiance de disposition » est significativement liée à la perception des antécédents de confiance.

Les résultats de cette régression sont disponibles à l'annexe 4.5. Ces derniers montrent que, bien que la confiance de disposition soit isolément significative dans sa capacité à expliquer la variance de la perception des antécédents de confiance, l'effet conjoint du sentiment d'appartenance introduite dans l'étape 2 rend l'effet de la variable confiance de disposition non significatif ($\beta = ,03$; $t = ,238$; $p = ,813 > 0,05$). De plus, les résultats de l'étape 2 du modèle indiquent que le coefficient de régression du sentiment d'appartenance offre un apport significatif à la capacité du modèle à expliquer la variance de la perception des antécédents de confiance ($\beta = ,487$; $t = 3,931$; $p = ,000 < 0,001$).

Fort de ces constats, l'effet isolé significatif du sentiment d'appartenance sur la perception des antécédents de confiance peut être calculé par une équation de régression linéaire simple dont les termes ont été introduits de la façon suivante :

- Variable dépendante : Perceptions des antécédents de confiance
- Variable indépendante : Sentiment d'appartenance

Les résultats de l'équation de régression sur la perception des antécédents de confiance sont présentés dans le tableau 9 suivant :

Tableau 9 : Équation de régression de l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur
la perception des antécédents de confiance

Variables du modèle ^a	R ²	Δ F	β	t	Borne Inférieure	Borne Supérieure
Modèle	,250	20,689***				
Sentiment d'appartenance			,500	4,548***	,280	,720

* p < ,05; **p < ,01; ***p < ,001; n = 64

a. Variable dépendante : Perception des antécédents de confiance via le profil des membres

La variation de F du modèle étant significative ($p = ,000 < ,001$) le sentiment d'appartenance contribue significativement à l'explication de la variance de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres. Ainsi, le modèle proposé offre une capacité explicative de 25% des variances des risques acceptés ($R^2 = ,250$). De plus, l'effet du coefficient de régression du sentiment d'appartenance sur la perception des antécédents de confiance est fort et très significatif ($\beta = ,500$; $p = ,000 < ,001$). Ainsi, pour une augmentation d'une unité du sentiment d'appartenance, la perception des antécédents de confiance progresse de ,500. Autrement dit, le sentiment d'appartenance permet fortement et significativement de favoriser la perception des antécédents de confiance via le profil des membres.

L'ensemble des régressions permettant de tester de potentiels effets rétroactifs du sentiment d'appartenance sur la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme, ainsi que sur les risques acceptés, ont prouvés que le sentiment d'appartenance n'était pas significativement capable d'en expliquer la variance. Ces régressions ont été calculées suivant la même logique que le test de l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur la perception des antécédents de confiance, présenté ci-dessus. En cela, ces régressions tenaient compte de l'impact des variables contrôle et des variables prédictives au rôle antérieur à celui de la variable dépendante analysée dans le

processus du développement de la confiance. Les résultats de ces régressions sont disponibles aux annexes 4.6 et 4.7.

4.4.3.2 Effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur l'attribution des résultats

Les variables du modèle de cette régression hiérarchisée ont été introduites de la façon suivante :

- Variable dépendante : Attribution des résultats
- Bloc 1- Variable contrôle ^a : Confiance de disposition, Perception des antécédents de confiance, perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme, et Risques acceptés
- Bloc 2- Variable indépendante : Sentiment d'appartenance
- b. L'analyse des corrélations des variables du modèle montre que l'ensemble de ces variables sont significativement liées aux attributions des résultats et interviennent nécessairement en amont de cette dernière dans le processus de développement de la confiance

Les résultats de cette régression sont disponibles à l'annexe 4.8 et détaillent la significativité des deux étapes du modèle, tel que l'étape 1 illustre l'impact des variables de contrôle sur l'attribution des résultats et l'étape 2 ajoute l'effet du sentiment d'appartenance. L'étape 1 du modèle a une capacité d'explication de 32,7% des variances de l'attribution des résultats ($R^2 = ,327$; $\Delta F = 7,162$; $p = ,000 < ,001$). À cette étape et en concordance avec les résultats obtenus à la partie des analyses sur les régressions de l'attribution des résultats, seuls les coefficients de corrélation des deux variables portant sur la perception des systèmes de contrôle s'avèrent significativement capables de contribuer à l'explication de la variance de l'attribution des résultats. De plus, l'étape 2 de ce modèle a une capacité d'explication de 44,6% de la variance de l'attribution des résultats ($R^2 = ,446$; $\Delta F = 12,504$; $p = ,001 < ,001$). Autrement dit, l'inclusion de l'effet du sentiment d'appartenance permet d'expliquer 11,9% supplémentaires des variances de l'attribution des résultats ($\Delta R^2 = ,119$). De plus, l'effet conjoint du sentiment d'appartenance à celui de la perception des antécédents de confiance rend le coefficient

de régression de ce dernier non significatif ($p = ,182 > ,05$). Enfin, l'inclusion de l'effet du sentiment d'appartenance à l'étape 2 a impact très faible sur le coefficient de régression de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle qui diminue seulement de ,029 et reste significatif, tel que ($\beta = -,214$; $p = ,037 < ,05$).

Suite aux résultats des tests préliminaires sur l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur l'attribution des résultats, on peut poser une équation de régression de l'effet rétroactif, dont les variables sont incluses de la façon suivante :

- Variable dépendante : Perceptions des antécédents de confiance
- Variable indépendante : Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme, Sentiment d'appartenance

Les résultats de l'équation de régression sur la perception des antécédents de confiance sont présentés dans le tableau 10 suivant :

Tableau 10 : Équation de régression de l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur l'attribution des résultats

Variables du modèle ^a	R ²	ΔF	β	t	VIF
Modèle	,408	21,059***			
Perception de l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme			-,211	-2,121*	1,023
Sentiment d'appartenance			,572	5,746***	1,023

* $p < ,05$; ** $p < ,01$; *** $p < ,001$; $n = 64$

a. Variable dépendante : Attribution des résultats

La variation de F du modèle étant significative ($p = ,000 < 0,001$) on confirme que le sentiment d'appartenance et la perception de l'efficacité des systèmes de contrôles

assurés par la plateforme contribuent tous deux significativement à l'explication de la variance de l'attribution des résultats. Le modèle proposé offre une capacité explicative de 40,8% des variances des risques acceptés ($R^2 = ,408$). De plus, l'effet du coefficient de régression du sentiment d'appartenance sur la perception des antécédents de confiance est fort et très significatif ($\beta = ,572$; $p = ,000 < ,001$). Ainsi, pour une augmentation d'une unité du sentiment d'appartenance, l'attribution des résultats progresse de ,572. Autrement dit, le sentiment d'appartenance permet fortement et significativement de favoriser l'attribution des résultats à la bienveillance et l'intégrité des membres. D'autre part, l'effet du coefficient de régression de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme est significativement corrélé à la variance de l'attribution des résultats ($\beta = -,211$; $p = ,038 < ,05$). Ainsi, pour une augmentation d'une unité de la perception de l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme, l'attribution des résultats diminuera de -,211. La perception de l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme augmente donc la probabilité que les résultats leur soient attribués au dépit de la bienveillance et l'intégrité des membres.

CHAPITRE 5 – DISCUSSIONS

Le chapitre précédent a permis d'exposer les résultats obtenus dans les différentes études statistiques conduites dans le cadre de cette recherche. Le présent chapitre permet quant à lui de proposer une réflexion du sens à donner à ces analyses. Tout d'abord, une synthèse des résultats des hypothèses sera proposée, suivie d'un rapide retour sur le raisonnement théorique, fil conducteur de la démarche de cette étude. Dans un second temps, une synthèse des résultats des analyses donnera lieu à l'interprétation de ces dernières au regard des objectifs et des hypothèses de cette étude. Enfin, les implications théoriques et pratiques des résultats de la recherche seront discutées avant de faire un bref retour sur les caractéristiques de la méthodologie employée et ses faiblesses, afin d'en exposer les limites et de nuancer l'interprétation des résultats de cette étude. Pour conclure, des pistes de recherches futures seront suggérées.

5.1 Synthèse des hypothèses

Tableau 11 : Synthèse des résultats sur les hypothèses

Hypothèses		Résultats
H1	La perception des antécédents de confiance via le profil d'un membre permet de diminuer les risques acceptés par l'utilisateur	H1 est réfutée
H2	Les systèmes d'assurance et de soutien, fournis par la plateforme, permettent de modérer positivement la capacité de la perception des antécédents de confiance à diminuer les risques acceptés par l'utilisateur	H2 est réfutée
H3	La confiance de disposition permet de modérer positivement l'impact de la perception des antécédents de confiance sur les risques acceptés par l'utilisateur	H3 est réfutée

H4	Plus la perception des antécédents de confiance via le profil des membres est forte, plus l'utilisateur attribuera ses résultats à la bienveillance et aux autres attributs de confiance de sa contrepartie	H4 est supportée
H5	Plus la perception de l'efficacité des systèmes d'assurance et de soutien fournis par la plateforme est forte, plus l'utilisateur attribuera ses résultats à leur efficacité	H5 est supportée
H6	Plus les risques acceptés par l'utilisateur sont importants, plus ce dernier aura tendance à attribuer ses résultats à l'efficacité des systèmes d'assurance et de soutien, fournis par la plateforme	H6 est réfutée
H7	Moins les risques acceptés par l'utilisateur sont importants, plus ce dernier aura tendance à attribuer ses résultats à la bienveillance et aux autres attributs de confiance de sa contrepartie	H7 est réfutée
H8	Plus l'utilisateur attribuera ses résultats à la bienveillance et aux autres attributs de confiance de sa contrepartie, plus ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme	H8 est supportée
H9	Plus l'utilisateur assumera de risques à l'utilisation, moins ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme	H9 est réfutée
H10	Plus la perception des antécédents de confiance via le profil des membres sera forte, plus l'utilisateur ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme	H10 est supportée
H11	Plus l'utilisateur attribuera ses résultats à l'efficacité des systèmes d'assurance et de soutien, fournis par la plateforme, moins ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme	H11 est supportée
H12	Plus l'utilisateur assumera de risques à l'utilisation, moins ce dernier ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme	H12 est réfutée

H13	Plus la perception de l'efficacité des systèmes de contrôles et de soutiens fournis par la plateforme sera forte, moins l'utilisateur ressentira un sentiment d'appartenance au sein de la communauté d'utilisateurs de la plateforme	H13 est réfutée
-----	---	-----------------

5.2 Retour sur le raisonnement caractéristique de la recherche

Un survol de la littérature sur les plateformes de consommation collaborative démontre la place centrale des défis institutionnels (Hartle et al, 2016 ; Cusumano, 2015 ; Barnes et Mattsson, 2016) et particulièrement les questionnements sur leurs régulations (Koopman et al., 2014 ; Rauch et Schleicher, 2015 ; Hartle et al, 2016). **Comme beaucoup de nouveaux modèles d'affaires, les plateformes de consommation collaborative doivent prouver leur légitimité et rassurer des utilisateurs potentiels qui sont tentés de dévier des modèles dominants établis, mais restent incertains de vouloir en accepter les risques.** En réponse à ces enjeux et face à l'inadéquation des instances de régulations conventionnelles, les plateformes de consommation collaborative se sont prémunies de systèmes de contrôle particuliers, dont certains font appel à la contribution des membres. En plus de constituer une forme d'autorégulation de leurs activités (Johnson et al., 2004 ; Godsmith & Wu, 2006), ces systèmes permettraient de développer la confiance des utilisateurs, c'est d'ailleurs ce que maintient la plateforme de covoiturage Française Blablacar (voir figure D) avec son modèle du « trustman ». Néanmoins, en s'intéressant aux théories du développement de la confiance et notamment, au processus qu'en proposent Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007), on constate que les systèmes de contrôles peuvent nuire au développement de la confiance interpersonnelle. En effet, ces derniers inhibent la reconnaissance de comportements de bienveillance et d'autres attributs de la confiance d'une contrepartie, en cela que leur manifestation sera davantage considérée comme une réponse normale à des systèmes de contrôle efficaces.

De plus, il semblerait que la confiance interpersonnelle, accompagnée de la familiarité, soient des antécédents du sentiment d'appartenance au sein d'une communauté virtuelle. Le sentiment d'appartenance serait d'ailleurs un facteur clé du succès de ces plateformes. Un des cofondateurs de la plateforme de covoiturage Blablacar, a pu être interviewé par le chercheur. Cette démarche exploratoire visait à ancrer la problématique de la recherche dans les préoccupations stratégiques des praticiens. Dans cette interview retraçant son parcours et son implication au sein de la plateforme Blablacar, ce dernier a notamment exposé les enjeux stratégiques majeurs que rencontrait la plateforme à la veille de son départ. Un des enjeux principaux s'avérait être la gestion de la confiance, du sens de la communauté et du sentiment d'appartenance des utilisateurs dans un contexte de croissance. Afin de gérer ces enjeux, l'interviewé a d'ailleurs souligné le rôle important qu'occupé les systèmes de contrôle pour y parvenir.

Néanmoins, bien que reconnaissant l'importance stratégique des systèmes de contrôle dans la gestion de ces enjeux, il semblait exister un flou vis-à-vis de l'anticipation des impacts réels de ces derniers.

Puisque théoriquement les systèmes de contrôle des plateformes collaboratives peuvent à la fois favoriser et nuire au développement de la confiance interpersonnelle, il devenait d'autant plus intéressant d'étudier leurs impacts potentiels sur le sentiment d'appartenance des utilisateurs.

Cette démarche exploratoire des enjeux théoriques et pratiques rencontrés par les plateformes de consommation collaborative a donc permis d'organiser cette recherche autour de la problématique suivante : *Quel est l'impact des caractéristiques particulières des systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative sur le développement de la confiance et a fortiori, le sentiment d'appartenance ?*

Afin de répondre rigoureusement à cette question, il importait néanmoins de tenir compte des variables théoriques du processus du développement de la confiance, comme la confiance de disposition d'un individu, soit sa tendance naturelle à faire confiance, mais aussi, la perception des antécédents de confiance d'une contrepartie, ou encore, les

risques acceptés. C'est donc suite à cette réflexion que les hypothèses de cette étude, basées sur une anticipation théorique des relations entre les variables mobilisées, ont été posées.

5.3 Synthèse et interprétation des résultats

Avant de passer à l'interprétation des résultats de l'analyse en fonction des objectifs et hypothèses du modèle conceptuel, un récapitulatif des hypothèses et leur validité est présenté dans tableau 5.1 ci-dessous.

Tableau 12 : Synthèse des analyses et validation des hypothèses

Variables dépendantes	Relations observées	Implications sur la validation des hypothèses
Effets significatifs des relations sur les variables du développement de la confiance		
Risques acceptés	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La fréquence d'utilisation a un impact de prédiction négatif ($\beta = -,257$; $p <,05$) sur les risques acceptés</i> • <i>La confiance de disposition a un impact de prédiction négatif ($\beta = -,395$; $p <,001$) sur les risques acceptés</i> 	
Attribution des Résultats Mesure de l'attribution des résultats : 1 = Attribution à l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme 2 = Attribution à la bienveillance et l'intégrité des membres	<ul style="list-style-type: none"> • <i>La perception des antécédents de confiance via le profil des membres a un impact de prédiction positif ($\beta = ,409$; $p <,001$) sur l'attribution des résultats</i> • <i>La perception de l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme a un impact de prédiction négatif ($\beta = -,268$; $p <,001$) sur l'attribution des résultats</i> 	→ H4 est supportée → H5 est supportée
Effets significatifs des relations avec le sentiment d'appartenance		
Sentiment d'appartenance	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Une utilisation de la plateforme en tant que consommateur a un impact de prédiction négatif ($\beta = -,347$; $p <,001$) sur le sentiment d'appartenance</i> 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Une utilisation de la plateforme en tant que fournisseur a un impact de prédiction positif ($\beta = ,347$; $p <,001$) sur le sentiment d'appartenance • La perception des antécédents de confiance via le profil des membres a un impact de prédiction positif ($\beta = ,323$; $p <,01$) sur le sentiment d'appartenance • L'attribution des résultats à la bienveillance et l'intégrité des membres a un impact de prédiction positif ($\beta = ,404$; $p <,001$) le sentiment d'appartenance • L'attribution des résultats à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme a un impact de prédiction négatif ($\beta = -,404$; $p <,001$) le sentiment d'appartenance • L'attribution des résultats à la bienveillance et l'intégrité des membres a un effet de médiation indirect positif ($\beta = ,167$; ICB^a = [,60 ; ,341]) sur l'effet total de l'impact de prédiction positif de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres ($\beta = ,488$; $p <,001$) sur le sentiment d'appartenance 	<p>→ H10 supportée</p> <p>→ H8 est supportée</p> <p>→ H11 est supportée</p> <p>→ Médiation conceptuelle de H10 par H8 est supportée</p>
Effets significatifs rétroactifs du sentiment d'appartenance sur les relations du modèle		
Perception des antécédents de confiance via le profil des membres	<ul style="list-style-type: none"> • Le sentiment d'appartenance a un impact de prédiction positif ($\beta = ,500$; $p <,001$) sur la perception des antécédents de confiance via le profil des membres 	
Attribution des résultats Mesure de l'attribution des résultats : 1 = Attribution à l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme 2 = Attribution à la bienveillance et l'intégrité des membres	<ul style="list-style-type: none"> • Le sentiment d'appartenance a un impact de prédiction positif ($\beta = ,572$; $p <,001$) sur l'attribution des résultats • La perception de l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme a un impact de prédiction négatif ($\beta = -,211$; $p <,05$) sur l'attribution des résultats 	

Légende.

a. ICB = Intervalle de confiance des données « bootstrappées »

Relations observées en italique : Ces relations illustrent les effets de variables contrôle.

5.3.1 L'effet la fréquence d'utilisation et de la confiance de disposition sur les risques acceptés

Contrairement à ce qui avait été avancé dans les hypothèses 1, 2 et 3, la perception des antécédents de confiance n'est pas significativement reliée aux risques acceptés. Que son effet soit médié ou non par la confiance de disposition et la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme ne change pas ce constat. En effet, l'analyse des relations du modèle du chapitre précédent démontre que seules la confiance de disposition ($\beta = -,395$; $p <,001$) et la fréquence d'utilisation ($\beta = ,257$; $p <,05$) sont en mesure d'expliquer significativement le niveau de risque qu'un utilisateur est prêt à accepter.

Ces constats empiriques permettent de réfuter les rôles conceptuels anticipés des systèmes de contrôle sur l'acceptation des risques dans le processus de la confiance. Les rôles de ces variables sur les risques acceptés étaient tirés du modèle du processus de la confiance proposé par Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) et formulés au chapitre 2. Ces résultats viennent donc remettre en question l'applicabilité de leur modèle dans le cas précis des plateformes de consommation collaborative. En effet, il se peut que la nature et les fondements des risques acceptés par les utilisateurs de plateformes de consommation collaborative ne soient pas significativement pris en compte par les systèmes de contrôle de ces plateformes. Ainsi, la décision d'un utilisateur de participer à une plateforme de consommation collaborative en acceptant les risques ne dépend pas de sa perception des systèmes de contrôle. Cette décision peut néanmoins être expliquée par la confiance de disposition de l'utilisateur. En effet, la variation ΔR^2 illustrant l'apport de l'effet isolé de la confiance de disposition au modèle de régression sur les risques acceptés est égale à ,156, on peut donc dire que la confiance de disposition permet d'expliquer 15,6% de cette décision.

5.3.2 L'effet de la perception des systèmes de contrôle sur l'attribution des résultats

Comme avancé dans les hypothèses 4 et 5, nos analyses confirment que la perception des systèmes de contrôle est significativement liée à l'attribution des résultats et permet d'en expliquer 25,5% des variances. En effet, le R^2 de la régression sur l'attribution des résultats est égal à ,255 et reflète la capacité de la perception des systèmes de contrôle à en prédire les variances. Les hypothèses sur le rôle de ces variables sur l'attribution des résultats étaient tirées d'une interprétation des relations du modèle du processus de la confiance, formulées par Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) et développées au chapitre 2. Nos résultats permettent donc de confirmer ces rôles et d'étayer les effets distinctifs des deux variables de la perception des systèmes de contrôle sur l'attribution des résultats. Ainsi, la perception des antécédents de confiance a un impact positif significatif ($\beta = ,409$; $p < ,001$) sur l'attribution des résultats. Nos résultats empiriques indiquent donc qu'une forte perception des antécédents de confiance via le profil des membres augmente la probabilité que les résultats soient attribués à la bienveillance et aux autres attributs de confiance des membres, plutôt qu'à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme. De plus, la perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme a un impact négatif significatif ($\beta = -,268$; $p < ,001$) sur l'attribution des résultats. Les caractéristiques de cet effet permettent donc d'avancer qu'une forte perception de cette catégorie des systèmes de contrôle aura tendance à entraîner une attribution des résultats qui va à l'encontre de leur efficacité et cela, en dépit de la perception de la bienveillance des membres. Les rôles respectifs des variables de la perception des systèmes de contrôle sur l'attribution des résultats ont été anticipés par l'interprétation du modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) sur le processus de la confiance. Dans leur modèle, les effets antérieurs de la perception des antécédents de confiance et de l'impact des systèmes de contrôle par rapport aux conséquences des résultats dans le processus illustraient bien l'impact potentiel de ces deux premières variables sur la troisième. Nos analyses permettent donc de confirmer ces relations théoriques présumées et formulées au chapitre 2.

Néanmoins, contrairement à ce qu'avançaient les hypothèses 7 et 8, les risques acceptés ne permettent pas d'expliquer l'attribution des résultats. Bien que leurs effets sur l'attribution des résultats intervenaient antérieurement à celui de la variable des conséquences des résultats dans le processus de la confiance de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007), ces derniers se sont avérés marginalement significatifs ($p > .05$) quand exposés aux effets conjoints de la perception des systèmes de contrôle sur l'attribution des résultats. Ces résultats laissent donc penser que l'attribution des résultats d'un utilisateur, suite à sa participation aux activités d'une plateforme de consommation collaborative, n'a pas tellement de rapport avec les risques assumés par cet utilisateur. En effet, dans le cas particulier des plateformes de consommation collaborative, seule la perception des systèmes de contrôle semble influencer l'attribution des résultats. Certains pourraient considérer, avec raison, qu'il soit évident que l'attribution des résultats à l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme, ou encore à la perception des attributs de confiance des autres membres soit définie en grande partie par la perception qu'a l'utilisateur des systèmes de contrôles. Néanmoins, savoir que dans le cas particulier de la participation à une plateforme de consommation collaborative, la perception de ces systèmes éclipse l'effet présumé des risques acceptés sur l'attribution des résultats est une implication majeure de l'interprétation du rôle des systèmes de contrôle sur le développement de la confiance.

5.3.3 L'effet de la perception des antécédents de confiance sur le sentiment d'appartenance

Identifier des prédicteurs qui soient significatifs et puissants dans leur capacité à prédire le sentiment d'appartenance constituait l'objectif central de cette recherche. Les résultats de cette étude ont permis de répondre positivement à cet objectif. En effet, on constate que l'effet de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres sur le sentiment d'appartenance, nuancé par l'effet de la variable contrôle relevant du type d'utilisation, est « puissant » et significatif. Nos résultats indiquent que

l'effet total de la perception des antécédents de confiance, médié par un effet indirect de l'attribution des résultats, est fortement corrélé au sentiment d'appartenance ($\beta = ,488$; $p <,001$). Cet effet total positif permet d'anticiper qu'une augmentation d'une unité de la perception des antécédents de confiance via les profils des membres se traduit par une augmentation significative de ,488 du sentiment d'appartenance. Ainsi, un utilisateur ayant une forte perception des antécédents de confiance des autres membres via leurs profils a de fortes chances de ressentir un sentiment d'appartenance avec la communauté d'utilisateurs. D'autre part, les analyses permettent de préciser les effets conjoints significatifs de deux autres variables, soit l'attribution des résultats ($\beta = ,404$; $p <,001$) et le type d'utilisation ($\beta = -,347$; $p <,001$). Ainsi, un utilisateur attribuant ses résultats à la bienveillance et l'intégrité des autres membres a de meilleures chances de développer un sentiment d'appartenance avec la communauté de la plateforme. Inversement, un utilisateur attribuant ses résultats à l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme a plus de chance de ne pas ressentir de sentiment d'appartenance avec la communauté.

Les impacts présumés des systèmes de contrôle et le rôle de la confiance sur le sentiment d'appartenance étaient théoriquement anticipés par l'interprétation des résultats d'une étude de Zhao et al. (2009) sur la communauté virtuelle chinoise « Taobao ». Dans cette étude, les auteurs ont posé, puis validé, l'hypothèse que la confiance interpersonnelle, ainsi que la familiarité et la similarité, permettait de générer le sentiment d'appartenance. Dans leurs travaux, Zhao et al. (2009) étudient la confiance interpersonnelle sous l'angle de la perception des antécédents de confiance des autres membres via la plateforme Taobao. Le chercheur a donc suggéré que la perception des antécédents de confiance via les profils des membres d'une plateforme de consommation collaborative aurait un effet similaire sur le sentiment d'appartenance de ses membres. D'autre part, l'hypothèse 13 anticipée que la perception de l'efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme aurait un effet négatif sur le sentiment d'appartenance. L'impact de ces caractéristiques des systèmes de contrôle n'étant pas considéré dans les travaux de Zhao et al. (2009), cette relation se basait davantage sur le rôle anticipé de ces derniers sur le

processus du développement de la confiance. En effet, Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) stipulaient que l'attribution des résultats à la bienveillance d'une contrepartie favorisait l'émergence d'un lien affectif entre ces derniers. Ainsi, les systèmes de contrôle assurés par la plateforme ayant une relation présumée (dorénavant confirmée) négative sur cette attribution, le chercheur a suggéré, à tort, que ces derniers auraient un effet négatif sur le sentiment d'appartenance. La non-significativité de cet effet peut s'expliquer par le fait que le sentiment d'appartenance d'un utilisateur ait davantage à voir avec sa perception des antécédents de confiance et de familiarité avec sa contrepartie qu'avec le succès de résultats pour lesquels il a accepté des risques. En effet, la relation entre les systèmes de contrôle et le développement de liens affectifs, proposé par Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007), se basait sur leur croyance que l'acceptation des risques permet le développement d'un lien affectif. Le lien affectif était mesuré dans cette recherche comme un antécédent du sentiment d'appartenance. Ainsi, on considère que, dans le cas particulier des utilisateurs des plateformes de consommation collaborative, l'acceptation des risques ne permet pas significativement le développement d'un lien affectif.

Enfin, les résultats des analyses sur l'effet de la variable contrôle « type d'utilisation » démontrent qu'un utilisateur fournisseur a plus de chance de développer un sentiment d'appartenance qu'un utilisateur consommateur. Un utilisateur consommateur a d'ailleurs tendance à moins développer de sentiment d'appartenance. Ce constat reste néanmoins à nuancer. En effet, nos résultats indiquent que les utilisateurs sondés ont généralement un bon niveau de sentiment d'appartenance (moyenne de 3,49 sur une échelle de Likert allant de 1 à 5). La situation ne semble donc pas critique et les plateformes utilisées par les répondants (voir annexe 5.1 pour les détails des plateformes recensées) démontrent une bonne capacité à engendrer un sentiment d'appartenance chez leurs utilisateurs. Il faut noter que les plateformes recensées dans cette étude sont toutes bien implantées et jouissent de communautés d'utilisateurs établies. Afin de comprendre l'impact de l'effet de cette variable contrôle sur l'interprétation des résultats, il est néanmoins intéressant de comparer le niveau moyen du sentiment d'appartenance des utilisateurs

consommateur avec celui des utilisateurs fournisseurs. Cette simple comparaison statistique permettrait en effet de statuer sur un potentiel « danger » dû à une trop grande variabilité du niveau du sentiment d'appartenance d'une partie de la communauté comparativement à l'autre. Le tableau 5.3 présente à cet effet les statistiques descriptives, par type d'utilisateur, des variables prédictives significatives du modèle de régression sur le sentiment d'appartenance.

Tableau 13 : Synthèse des statistiques descriptives par type d'utilisateur des variables prédictives significatives du modèle sur le sentiment d'appartenance

Utilisateurs type « Consommateurs »			
Variables Prédictives	N	Moyenne	Écart type
Perception des antécédents de confiance via le profil des membres	48	3,54	,55
Attribution des résultats	48	1,69	,47
Sentiment d'appartenance	48	3,28	,82
Utilisateurs type « Fournisseurs »			
Perception des antécédents de confiance via le profil des membres	16	3,57	,50
Attribution des résultats	16	1,9	,25
Sentiment d'appartenance	16	4,1	,52

La lecture de ces données met en évidence un écart significatif entre le sentiment d'appartenance des utilisateurs consommateurs et celui des utilisateurs fournisseurs. En effet, les utilisateurs fournisseurs ont un fort sentiment d'appartenance (moyenne de 4,1 sur une échelle allant de 1 à 5) comparativement à un niveau plus modéré pour les utilisateurs consommateurs (moyenne de 3,28). Néanmoins, malgré cet écart, le niveau du sentiment d'appartenance des utilisateurs consommateurs ne semble pas alarmant.

5.4 Implications

5.4.1 Implications théoriques

Les implications théoriques de cette étude sont aussi vastes que la diversité des cadres théoriques utilisés dans la conceptualisation de son modèle d'analyse. Des implications à l'égard de la littérature sur la consommation collaborative, les théories institutionnelles, ainsi que les concepts d'autorégulation, de la confiance et du sentiment d'appartenance sont donc proposées.

5.4.1.1 Implications pour la littérature sur la consommation collaborative

La présente recherche apporte de nombreuses contributions théoriques. Tout d'abord, elle enrichit considérablement la littérature sur les plateformes de consommation collaborative. Bien que certains auteurs, comme Barnes et Mattson (2016) ou Schor et Fitzmaurice (2015), aient travaillé à la compilation des enjeux stratégiques propres au développement de la consommation collaborative et formulé les besoins d'en analyser les facteurs clés de succès, beaucoup d'autres auteurs s'étaient jusqu'à présent cantonnés à la description du phénomène. Leurs efforts de précision et de distinction conceptuelle des différents modèles de la consommation collaborative étaient bien évidemment nécessaires, néanmoins, le cadre conceptuel de la présente étude permet d'amener les discussions sur les enjeux stratégiques propres aux plateformes de consommation collaborative à un niveau d'application plus fédérateur et concret. En proposant une étude de certains facteurs de succès de la gestion des défis d'institutionnalisation propres à ces modèles, la présente recherche offre des réponses tangibles à l'appel lancé par Schor et Fitzmaurice (2015). Ces derniers formulaient en effet le besoin d'étudier l'impact de facteurs méso propres aux plateformes de consommation collaborative, sur leur potentiel de réussite. En illustrant l'impact des systèmes de contrôles propres aux plateformes de consommation collaborative sur le sentiment d'appartenance, cette étude permet de démontrer l'existence d'un lien entre les structures d'autorégulation caractéristiques de

ces modèles et un de leurs facteurs de succès. Les résultats de l'analyse des impacts des systèmes de contrôle de ces plateformes et leur interprétation faite dans la partie précédente apportent des contributions théoriques nouvelles. En liant la perception des antécédents de confiance via les profils des membres au sentiment d'appartenance, cette recherche permet également d'apporter des éléments de réponses au débat théorique portant sur la capacité des modèles de la consommation collaborative à favoriser des liens interpersonnels et un changement social (Belk, 2014 ; Codagnone et Martens, 2016). En liant les caractéristiques des systèmes de contrôle favorisant la perception des antécédents de confiance au sentiment d'appartenance, cette recherche permet de mettre en évidence de nouvelles attentes quant à la capacité des modèles de la consommation collaborative à générer un sens social commun, porteur de changement, au sein de leurs communautés.

5.4.1.2 Implications pour les théories du changement institutionnel

North (1990, p. 93-98), formulait la question suivante :

« Sous quelles conditions les réseaux initialisant de faibles variations conduisent à une trajectoire de changement social ? »

Bien qu'il puisse y avoir débat sur la notion conceptuelle de « changement social » dans ce cas précis, la capacité théorique des plateformes de consommation collaborative à fédérer de larges communautés d'utilisateurs et de générer en leur sein un sentiment d'appartenance abonde dans ce sens. Cela laisse à penser qu'une réorganisation des échanges commerciaux entre particuliers, encadrée par des systèmes d'autorégulation performants, pourrait permettre une réappropriation légitimée des outils économiques par le consommateur. D'ailleurs Belk (2014), mais aussi Codagnone et Martens (2016) précisent que les premières plateformes de consommation collaborative ont été créées dans un but non lucratif afin de favoriser l'émancipation de la sphère marchande de notre économie. Il est par ailleurs intéressant de constater que les 4 participants au questionnaire de cette recherche utilisant la seule des plateformes recensées référant des services gratuits, « Couchsurfing, majorent les résultats de la mesure du sentiment d'appartenance.

Couchsurfing est l'ancêtre de Airbnb. Contrairement à cette dernière, ses membres ne demandent pas de contributions monétaires en échange d'un hébergement.

Enfin, en liant les caractéristiques des systèmes de contrôle favorisant la perception des antécédents de confiance au sentiment d'appartenance, cette recherche permet d'exprimer des attentes quant à la capacité des modèles de la consommation collaborative à générer un sens social commun, porteur de changement, au sein de leurs communautés. La précision du rôle de ces systèmes de contrôle constitue donc un début de réponse théorique partielle à la question formulée par North (1990) présentée plus haut.

De son côté, Stinchcombe (1968, p.103-120) formulait la question suivante :

« Sous quelles conditions des réseaux sociaux peuvent-ils présenter un processus de régulation homéostatique⁴ issu de diverses rétroactions avec leur environnement et inspirés de justifications historiques ? »

L'étude de la portée stratégique des systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative de la présente recherche permet d'apporter des éléments de réponses. En effet, les propriétés autorégulatrices de ces systèmes de contrôle leur confèrent la capacité à contenir les craintes et les attentes des utilisateurs à un niveau acceptable. Par ailleurs, la caractéristique de continuité des contributions des membres aux profils de leurs contreparties permet de conférer à ces systèmes une dimension rétroactive, basée sur l'historique des interactions du réseau d'utilisateurs. « Les expériences/erreurs des uns peuvent-elles servir aux autres ? » La réponse est « oui » en ce qui concerne les plateformes de consommation collaborative, mais plus généralement la plupart des communautés virtuelles. De plus, ces systèmes permettent de stabiliser et de protéger la légitimité d'une plateforme en prévision d'éventuelles perturbations. Ces perturbations pourraient par exemple se manifester sous la forme d'un comportement non désirable d'un utilisateur, ou encore, sous la forme de pressions institutionnelles. Dans le second cas, la

⁴ Processus de régulation par lequel l'organisme maintient les différentes constantes du milieu intérieur / Caractéristique d'un écosystème qui résiste aux changements (perturbations) et conserve un état d'équilibre.

capacité d'autorégulation de la plateforme peut lui servir d'argument afin de prouver qu'elle se suffit à elle-même.

5.4.1.3 Implications sur le concept d'autorégulation

Scott (2010) invitait la recherche académique à s'orienter davantage sur l'analyse de modèles de régimes réglementaires non gouvernementaux, et particulièrement à leurs mises en place, afin d'évaluer les conditions sous lesquelles les relations entre le gouvernement, le marché et les communautés concernées seraient susceptibles de permettre l'atteinte d'un point d'équilibre dans la gouvernance et l'institutionnalisation d'une activité donnée. En considérant l'impact des mécanismes d'autorégulation des plateformes de consommation collaborative sur le développement de la confiance et le sentiment d'appartenance, le modèle proposé dans cette recherche présente des éléments de contributions à cet appel. Bien que ce travail ne porte pas sur l'analyse des relations entre différents niveaux de pouvoir, force est de constater que les systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative confèrent à ces dernières une certaine force d'institutionnalisation. En effet, ces systèmes ont le potentiel de fédérer des communautés et de générer un sentiment d'appartenance entre leurs utilisateurs et permettent d'assurer l'intégrité de ces modèles (Godsmith et Wu, 2006). La compréhension des systèmes de contrôle et de leurs impacts est donc nécessairement intéressante pour proposer des arguments en faveur des plateformes de consommation collaborative dans les débats portant sur le besoin de gouverner et légiférer de leurs activités.

5.4.1.4 Implications sur le processus de la confiance

Enfin, cette recherche permet d'enrichir le débat entre les théories d'agence et les « *stewardship theory* » au sujet des problématiques portant sur le principal-agent. À cet effet, Mayer, Davis et Schoorman (2007) soutenaient que, bien que préconisée par les théories d'agences, l'utilisation de systèmes de contrôle ne permettait pas de nourrir le développement de la confiance interpersonnelle entre les parties. On a vu pourtant que les résultats de cette recherche tendent empiriquement à prouver le contraire. En effet,

certaines caractéristiques des systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative, notamment les profils des membres, permettent de nourrir la perception des antécédents de confiance entre les utilisateurs. Cet apport théorique permet donc de nuancer ce débat. Plus précisément, comme certaines fonctionnalités des systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative permettent de favoriser significativement la perception des antécédents de confiance, les résultats de cette étude apportent un argument supplémentaire à ceux formulés par les théories d'agence. Ainsi, les systèmes de contrôle ne nuisent pas tous au développement de la confiance interpersonnelle.

D'autre part, les résultats des analyses de cette étude ont permis d'infirmer partiellement les relations conceptuelles du modèle de Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) dans leur capacité à anticiper les effets des systèmes de contrôle propres aux plateformes de consommation collaborative sur le sentiment d'appartenance. En effet, la perception des antécédents de confiance et l'impact des systèmes de contrôle sur la perception des risques des utilisateurs ne sont pas significativement liés aux risques acceptés dans le cas des utilisateurs de plateformes de consommation collaborative. Néanmoins, une des relations conceptuelles de leur modèle qui illustre l'effet de médiation de l'attribution des résultats sur le sentiment d'appartenance a pu elle, être validée.

Cette étude permet également de justifier l'applicabilité des relations conceptuelles formulées dans les travaux de Zhao et al. (2009) portant sur l'impact positif de la confiance sur le sentiment d'appartenance. En se basant sur ces relations présumées, la présente étude a permis de démontrer l'impact significatif de la perception des antécédents de confiance via le profil des membres sur le sentiment d'appartenance dans le cas des plateformes de consommation collaborative.

5.4.2 Implications managériales

Une démarche exploratoire a été entreprise au début de cette recherche afin d'identifier une question de départ qui soit ancrée dans les problématiques réelles des plateformes de consommation collaborative. Cette dernière a permis d'exposer différents enjeux auxquels les résultats de cette étude apportent des éléments de réponse pertinents. Ainsi, un survol de la littérature révèle que les plateformes de consommation collaborative sont assujetties à des défis d'institutionnalisation (Barnes et Mattson, 2016 ; Schor et Fitzmaurice, 2015), tandis que des entrevues exploratoires conduites auprès du cofondateur de Blablacar et d'autres ressources de cette plateforme révèlent des enjeux portant sur la gestion du sens d'une communauté d'utilisateurs dans un contexte de croissance. La diversité conceptuelle du cadre théorique de cette étude, ainsi que ses implications sur le sentiment d'appartenance, permet donc d'apporter des contributions pertinentes à l'égard des praticiens.

5.4.2.1 Contribution pour les gestionnaires des plateformes de consommation collaborative

Bien que la mise en place de systèmes de contrôle adaptés favorise la bonne conduite des activités proposées par les plateformes de consommation collaborative, elle s'avère être très coûteuse pour ces dernières. Ainsi, la décision de développer de nouvelles fonctionnalités aux systèmes de contrôle d'une plateforme devrait être considérée de façon approfondie et en connaissance de cause. Les résultats de cette étude permettent d'illustrer les impacts stratégiques qu'ont les différentes fonctionnalités des systèmes de contrôle sur le sentiment d'appartenance. Ces résultats sont d'autant plus pertinents que le sentiment d'appartenance contribue grandement à la gestion du sens d'une communauté d'utilisateurs et constitue un réel avantage pour les plateformes. Ainsi, cette étude peut servir de base pour développer divers outils stratégiques visant à évaluer l'intérêt de la mise en place de différentes fonctionnalités en mesurant les effets sur les utilisateurs. Par exemple, en vue d'installer une nouvelle fonctionnalité à ses systèmes de contrôle, une

plateforme pourrait utiliser le modèle de cette étude pour évaluer son impact anticipé sur ses utilisateurs et comparer ce dernier à ses besoins stratégiques. Une autre utilisation possible de cette étude à des fins de gestion serait d'établir de nouveaux indicateurs clés de performance au sein des équipes en charge du pôle stratégique de ces plateformes. En effet, en incluant la mesure de la perception des attributs d'intégrité et de bienveillance qu'ont les utilisateurs via les profils des autres membres, la plateforme bénéficierait d'un nouvel indicateur stratégique intéressant. Nos entrevues exploratoires avec Blablacar montrent par ailleurs que cette plateforme comprend la nécessité d'adapter ses systèmes de contrôle aux régions du globe sur lesquelles elle est implantée, et cela, en fonction des particularités culturelles et institutionnelles du marché local. Les résultats de cette étude permettent de supporter de telles initiatives stratégiques. Le chercheur formule d'ailleurs de fortes recommandations dans ce sens. En effet, les variables du modèle analysé dans cette étude dépendent fortement du bagage culturel et du contexte des répondants. Par exemple, la confiance de disposition varie fortement d'une culture à une autre, pourtant les résultats de cette recherche indiquent qu'elle est directement corrélée au niveau de risques qu'un utilisateur est prêt à assumer. Il en va de même pour la perception des antécédents de confiance, qui varie d'une culture à une autre et est directement liée au sentiment d'appartenance.

Une possible déception des résultats de cette étude est l'incapacité du modèle développé à lier les caractéristiques des systèmes de contrôles assurés par la plateforme aux risques acceptés et au sentiment d'appartenance de l'utilisateur. Cette dernière doit néanmoins être nuancée dans l'interprétation qu'en fera le lecteur. En effet, contrairement à ce que l'on avait anticipé, seuls les systèmes de contrôles relevant de la contribution des membres, comme les profils, semblent avoir un effet significatif direct sur les risques acceptés et le sentiment d'appartenance. Il peut y avoir deux explications à ce constat :

- (1) Les systèmes d'assurance et de soutiens fournis par la plateforme n'impactent aucunement les considérations d'utilisation d'un membre

- (2) Ces systèmes sont davantage considérés par l'utilisateur comme des prérequis, des acquis, dont la portée n'est néanmoins pas suffisante pour influencer les risques pris par l'utilisateur, ou encore son sentiment d'appartenance.

Cette deuxième explication paraît plus probable. C'est une bonne nouvelle pour les gestionnaires des plateformes qui visent à développer le sentiment d'appartenance. Ils peuvent dès lors s'attarder à optimiser la perception des profils des membres par les utilisateurs sans se soucier de devoir l'équilibrer avec la perception qu'ils auront des systèmes de contrôle assuré par la plateforme. En bref, contrairement aux attentes, les systèmes de contrôle et d'assurance relevant de la plateforme ne sont pas un frein au sentiment d'appartenance. Ainsi, les deux types de fonctionnalité des systèmes de contrôle présentent des intérêts stratégiques majeurs, distincts et non contradictoires et peuvent donc être optimisés séparément. Il est en effet primordial de rappeler ici que, bien que les systèmes de contrôles et d'assurance relevant de la plateforme ne soient pas corrélés avec le modèle développé par cette étude, ces fonctionnalités sont des prérequis de la confiance institutionnelle de l'utilisateur. Leur absence pourrait dès lors causer un manque à gagner considérable au regard du nombre d'utilisateurs prêt à transiger via la plateforme. De plus, ces fonctionnalités permettent à la plateforme d'assurer une forme d'autorégulation et lui permettent donc, entre autres, de se prémunir vis-à-vis de potentielles attaques sur sa légitimité.

5.4.2.2 Pour les gestionnaires de fonds de capital de risque

Un autre constat formulé par la littérature sur la consommation collaborative illustre le poids croissant de ces plateformes sur notre économie. Néanmoins, bien que les promesses de croissance de ces modèles soient considérables, bon nombre de startups basées sur ce modèle ne parviennent pas à se développer. Bien que plusieurs angles de vue soient à envisager pour répondre à cette problématique, une piste que nous pouvons retenir dans cette étude réside dans la difficulté pour les financiers d'évaluer le potentiel de ces plateformes. Ainsi, bien que la rentabilité espérée de ces modèles attise la

curiosité des financiers en capital de risque, il existe peu d'indicateurs permettant à ces derniers d'en analyser le potentiel. Les considérations conceptuelles de cette étude et ses résultats pourraient donc servir à développer des indicateurs originaux permettant d'enrichir l'évaluation des projections financières d'une plateforme donnée. L'adéquation de ces systèmes de contrôles pourrait donc influencer à la hausse ou à la baisse l'évaluation de la valeur intangible d'une plateforme en question. En effet, ces modèles d'affaires étant basés sur la non-possession d'actifs, leur évaluation financière doit tenir compte de la densité et de la force des communautés d'utilisateurs.

5.5 Limites

La synthèse des résultats des hypothèses, disponible au tableau 5.1, montre que la plupart des hypothèses de recherche n'ont pas été retenues. En effet, bien que les analyses aient permis de prouver empiriquement l'existence d'une relation entre la perception des systèmes de contrôle relevant de la contribution des membres et le sentiment d'appartenance, certaines hypothèses intermédiaires anticipées par la littérature n'ont pu être validées. La section suivante a pour objectif de discuter le contexte propre à l'étude et sa méthodologie afin d'en dépeindre les limites et leurs impacts potentiels sur les résultats obtenus.

5.5.1 Limites sur le choix de la méthodologie

Après avoir circonscrit un cadre conceptuel et formulé une série d'hypothèses pour bien positionner le sujet de l'étude, le chercheur a choisi de tester ces dernières par le biais d'une analyse quantitative. Une des limites qui pourrait être formulée à l'encontre de ce choix méthodologique relève de l'absence d'une analyse qualitative sur les relations du cadre conceptuel proposé. En effet, dû à la nature exploratoire de l'analyse des impacts

conceptuels sur le sujet de recherche, dont on suspecte qu'il n'y ait aucun précédent dans la littérature, une analyse qualitative exploratoire sur la validité des relations présumées aurait été souhaitable. Cette dernière aurait alors permis de spécifier diverses relations empiriques à analyser sous la forme d'une deuxième partie des analyses quantitatives.

5.5.2 Limites sur l'application de la méthodologie retenue

5.5.2.1 Limites sur la nature de la collecte de données et l'échantillonnage

Une autre limite pouvant être formulée à l'égard de ce travail de recherche relève de la nature de la collecte de données. En effet, les questionnaires ont été soumis à des utilisateurs de différentes plateformes de consommation collaborative à un moment donné « t », or les répondants pouvaient ne pas avoir utilisé la plateforme depuis des mois. On peut donc estimer que certains participants aient davantage répondu au questionnaire sur la base de souvenirs lointains, agrégeant ainsi l'ensemble de leurs expériences dans leurs efforts de réponses. Inversement, d'autres participants peuvent avoir répondu sur la base d'une expérience récente, éclipsant ainsi toutes autres expériences dans leurs efforts de réponses. La mémoire présente donc une limite évidente à la comparaison des réponses entre différents participants. Par ailleurs, cet effet d'ancienneté de la dernière expérience pose une autre limite importante. D'autres événements, liés ou non à l'expérience directe du répondant avec la plateforme, ont pu survenir et influencer le jugement de ce dernier. Cet effet est d'autant plus à prendre en considération que les plateformes de consommation collaborative font l'objet d'une couverture médiatique particulièrement importante et ne sont pas à l'abri de scandales pouvant provoquer un revirement de l'opinion publique.

Une autre limite inhérente à la collecte de données pourrait être formulée à l'encontre de la diversité des plateformes de consommation collaborative utilisées par les participants. En effet, la prépondérance d'une même caractéristique des systèmes de contrôle peut varier d'une plateforme à l'autre. Néanmoins, due à la nature des relations présumées dans le cadre conceptuel, cette limite ne présente pas de fortes répercussions.

En effet, cette étude s'intéresse principalement à l'effet de la perception d'une caractéristique des systèmes de contrôle sur le processus de la confiance et le sentiment d'appartenance. Le fait qu'une de ces caractéristiques soit moins présente d'une plateforme à l'autre devrait donc simplement influencer le niveau du sentiment d'appartenance de l'utilisateur. Néanmoins, ces effets auraient dû être considérés par une analyse des différentes caractéristiques des plateformes recensées afin d'en tirer des conclusions utiles permettant d'étayer l'interprétation des résultats.

5.5.2.2 Limite des temps de mesure

Une autre limite importante qui pourrait être formulée s'adresse à l'encontre du temps de mesure unique utilisé lors de la collecte de données. En effet, dû à la complexité inhérente au cadre conceptuel de cette étude et au nombre élevé des variables à modéliser, la collecte de donnée aurait gagné à être effectuée en plusieurs temps, au moins deux. Cela aurait permis de valider les relations entre les variables tout en écartant le doute sur la capacité d'interprétation du questionnaire par le répondant. Enfin, mesurer dans un premier temps l'impact des systèmes de contrôle sur le développement de la confiance, puis évaluer le sentiment d'appartenance par un second questionnaire à quelques mois d'intervalle, aurait permis de crédibiliser les relations empiriques mises en évidence par cette recherche.

5.5.2.3 Limites dans l'établissement des échelles de mesure et du cadre conceptuel

Une dernière limite portant sur l'application de la méthodologie retenue pourrait être formulée à l'encontre de l'établissement des échelles de mesure. En effet, à l'exception des échelles de la variable des risques acceptés, qui ont été déterminés suite à un focus group spécifique à cette recherche, le reste des échelles mobilisées sont directement issues de la littérature. Néanmoins, dus à la nouveauté des relations analysées par cette recherche, les liens conceptuels issus de la littérature pourraient ne pas être observables par l'application des mêmes échelles de mesure. On a d'ailleurs spécifié plus

haut que les relations théoriques de modération n'ont pas été vérifiées. Il est donc possible que les systèmes de contrôle, tel que mesuré, n'aient pas la portée attendue sur les relations conceptuelles formulées par Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007).

5.5.3 Limites de l'interprétation des résultats : La confrontation des évidences empiriques et théoriques

Une limite principale de cette étude peut être formulée à l'encontre du rôle contradictoire de la variable portant sur la confiance de disposition entre les modèles théorique et empirique. En effet, Mayer, Davis et Schoorman (1995, 2007) présentent la variable de la confiance de disposition comme une variable modératrice dans la relation entre les antécédents de confiance avec, à terme, les risques acceptés. Le modèle des résultats de cette étude présente quant à lui la variable portant sur la confiance de disposition comme étant la seule variable prédictrice des risques acceptés. Ainsi, bien que l'effet de la perception des antécédents de confiance sur les risques acceptés ait été prouvé isolément, ce dernier est non significatif lorsque confronté à l'effet conjoint de la confiance de disposition sur les risques acceptés. Effectivement, la variable produit de l'effet de modération « confiance de disposition X Perception des antécédents de confiance » s'est avérée être non significative dans sa capacité à prédire la variable portant sur les risques acceptés. On reconnaît donc qu'il existe un conflit entre l'effet de modération conceptuel de cette variable et le rôle empirique qui est présenté dans les résultats. Portant sur la même relation, le cadre conceptuel prévoyait un second effet de modération par la variable « perception de l'efficacité des systèmes de contrôle d'assurance et de soutiens » sur l'effet de la perception des antécédents de confiance sur les risques acceptés. Cet effet a aussi été réfuté. De plus, les systèmes de contrôle assurés par la plateforme se sont avérés non corrélés aux risques acceptés, même isolément.

Les caractéristiques propres à ce travail témoignent d'un effort d'intégration de relations provenant de différents cadres conceptuels de la littérature sur un sujet

« nouveau ». Les analyses de ces relations n'ont à notre connaissance aucun précédent dans la littérature. Ainsi, bien que l'on reconnaisse qu'il coexiste deux réalités, une provenant de l'approche théorique, l'autre de l'approche empirique, on choisit d'utiliser les résultats de l'approche empirique. Le chercheur justifie ce choix par la capacité des résultats empiriques à mieux traduire l'effort exploratoire qui a été entrepris dans ce travail. De plus, la significativité du modèle final ayant été soumise à des méthodes et tests statistiques rigoureux et avancés, comme la méthode du « bootstrapping », l'utilisation du macro SPSS de Preacher et Hayes et les tests de colinéarité, de sobel, etc. (voir chapitre 4), on considère la crédibilité des résultats empiriques suffisante et acceptable.

5.6 Axes de recherche future

De par l'originalité du cadre conceptuel de cette recherche et les implications des résultats obtenus, cette dernière permet de formuler de nombreuses pistes et avenues de recherches futures. Dans cette partie, les pistes de recherches qui permettraient une validation plus rigoureuse et approfondie du modèle des résultats proposés seront tout d'abord présentées. À la suite de quoi, le chercheur suggérera des pistes de recherches plus larges, donnant suite aux implications théoriques et aux particularités du cadre conceptuel de ce travail.

5.6.1 Théorisation du modèle

5.6.1.1 Tester le modèle en longitudinal

Comme il a été suggéré plus haut, dans l'expression de la limite relative au temps de mesure, on considère qu'il serait intéressant de tester le modèle en longitudinal, en procédant à plusieurs temps de mesure. Cela permettrait une meilleure prise en compte

de l'effet rétroactif de l'attribution des résultats sur le sentiment d'appartenance d'une part, et du sentiment d'appartenance sur la perception des antécédents de confiance, de l'autre. On suggérerait par ailleurs une collecte de données en trois temps, telle que :

- (a) Impact des systèmes de contrôle sur la prise de risque dans le processus de la confiance et l'attribution des résultats,
- (b) Sentiment d'appartenance et autres variables impactant le sens de la communauté.
- (c) Nouvelle mesure de la perception des antécédents de confiance

5.6.1.2 Valider le modèle des résultats par équations structurées

Bien que l'on ait justifié notre choix de procéder à une analyse factorielle exploratoire des variables de notre modèle, puis testé les relations à l'aide de régressions linéaires, on pense qu'il serait intéressant de valider le modèle des résultats en entreprenant une analyse confirmatoire. Ainsi, il faudrait valider nos variables à l'aide d'une analyse factorielle confirmatoire avant de coder, puis valider, les relations présumées par cette étude via la résolution d'un système d'équations structurées.

5.6.1.3 Tester le modèle en multiniveau

Une autre piste intéressante serait de valider le modèle de cette étude en procédant à une analyse multiniveau. La recherche académique pourrait alors s'employer à évaluer les intentions stratégiques formulées par une plateforme de consommation collaborative au sujet des différentes caractéristiques de ses systèmes de contrôle, puis comparer ces dernières avec la perception qu'en ont les utilisateurs afin de statuer sur leurs effets sur le développement de la confiance et le sentiment d'appartenance.

En d'autres termes, la présente recherche ayant permis d'illustrer empiriquement de nouvelles relations conceptuelles, il serait intéressant de théoriser le modèle des résultats obtenus. Il faudrait néanmoins procéder à une analyse de plus grande ampleur (nombre

d'observation $N > 200$) puis valider ses relations par la résolution d'équations structurées. On tient néanmoins à justifier, une fois encore, la rigueur de la méthodologie employée dans les analyses des données dont les significativités des relations ont toutes été soumises à la force statistique de différentes méthodes avancées.

5.6.2 L'impact des systèmes de contrôle sur la capacité organisationnelle

À la suite des résultats obtenus dans cette étude, une avenue de recherche pertinente serait d'étudier l'impact des caractéristiques des systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative sur la capacité organisationnelle de ces dernières. Dans son article «Three questions about the legitimacy of groups and the mobilization of resources», Morris Zelditch (2011) propose un cadre d'analyse de la capacité organisationnelle, soit la capacité de l'organisation à mobiliser et à mettre ses membres à contribution. Zelditch (2011) affirme ainsi que, plus les sources de légitimité communiquées par l'organisation sont reconnues, définies et partagées au sein de sa communauté, plus la capacité organisationnelle de cette dernière sera grande. Pour valider son modèle, Zelditch (2011) analyse le lien de légitimité entre la projection qu'en fait l'organisation et la perception qu'en a la communauté. Puis, il compare cette analyse avec la portée d'un appel à la mobilisation lancé par l'organisation à l'intention de ses membres. Pour illustrer la complexité de la capacité organisationnelle, Zelditch (2011) mobilise également dans ces recherches le concept du dilemme de la confiance. Selon lui ce concept aurait un impact d'autant plus important sur l'action collective et la portée d'un appel à la mobilisation dans le cas d'une organisation en « membership », comme c'est le cas des plateformes de consommation collaborative. Enfin, le modèle de Zelditch conceptualise la notion de contribution des membres au sens large. Ainsi, une contribution pourrait se mesurer sous la forme d'un apport quantifiable, comme un bien ou service, mais pourrait aussi prendre la forme d'une mobilisation sociale. Ainsi, une plateforme de consommation collaborative soumise à une grave crise institutionnelle pourrait se retourner vers ses membres afin de mobiliser et d'engager ces derniers à défendre ses intérêts et la légitimité de la communauté.

En plus de présenter un fit conceptuel particulièrement pertinent, l'intégration des relations de la présente étude au modèle de Zelditch pourrait entraîner des contributions théoriques importantes émergeant des relations conceptuelles entre ces deux modèles. En effet, les implications des résultats de la présente étude laissent penser que les systèmes de contrôle et leur perception pourraient jouer un rôle important sur le lien de légitimité formulé par Zelditch. De plus, l'intégration des cadres conceptuels de ces deux recherches permettrait d'explorer de nouvelles avenues stratégiques portant sur la gestion des systèmes de contrôle des plateformes de consommation collaborative et leurs impacts sur la légitimité et le succès de ces dernières.

CONCLUSION

En accordant une importance centrale au processus de la confiance, cette recherche permet d'illustrer la complexité de la gestion des impacts des systèmes de contrôle au sein d'une communauté internationale et multiculturelle. Les plateformes internationales de la consommation collaborative doivent donc répondre à un besoin d'adapter leurs systèmes de contrôle d'un marché à l'autre. En effet, les diversités culturelles ainsi que le contexte institutionnel sont autant de facteurs qui divergent d'un marché à l'autre et impactent le développement de la confiance des utilisateurs.

D'autre part, il est possible de croire que les systèmes de contrôle sont biaisés dans le temps au regard de l'utilisation qu'en font les utilisateurs. Ainsi, les commentaires positifs faits par les utilisateurs visent davantage à développer l'image de ces derniers plutôt qu'à permettre une évaluation neutre de leurs expériences. Par exemple, un utilisateur pourrait avoir tendance à s'abstenir de partager une expérience négative par peur d'être considéré comme « trop exigeant » par le reste de la communauté et ainsi de ne pas pouvoir bénéficier de leurs services lors de ses prochaines utilisations de la plateforme. D'autre part, on observe que certains modèles collaboratifs, pourtant bien établis, sont challengés par des acteurs économiques plus locaux, qui basent leur service sur un modèle d'accessibilité instantanée et offrent les mêmes technologies d'utilisation pour le consommateur. C'est le cas de Theo Taxi à Montréal, qui espère progressivement récupérer les parts de marchés accaparées ces dernières années par la plateforme de transports collaboratifs Uber.

En conclusion, cette étude a permis d'illustrer l'importance stratégique que revête la gestion des systèmes de contrôles de par leurs impacts sur le sentiment d'appartenance des communautés d'utilisateurs de plateformes collaboratives. À l'aube d'une probable

révolution des échanges économiques due à une adoption massive des technologies de la «Blockchain», l'appréhension de tels phénomènes pourrait s'avérer décisive pour les gestionnaires. La «Blockchain» est une technologie qui permet d'assurer une transparence sur un ensemble de transactions. N'étant pas régulée par un organe central de contrôle, cette dernière fonctionne sur l'application de protocoles de vérifications des échanges pré établis et permet de fluidifier les interactions économiques. Afin de se prémunir d'un avantage stratégique dans l'adoption de ce nouveau paradigme technologique, les gestionnaires devront nécessairement développer des outils adaptés pour gérer les impacts de son utilisation sur les différents acteurs de leur chaîne de valeur.

BIBLIOGRAPHIE

Aldrich, H.E, & Fiol, C.M., 1994. 'Fools rush in? The institutional context of industry creation'. *Academy of Management Review*, 19: 645–670.

Amenta E, Carruthers BG, Zyglidopoulos Y. 1992. A hero for the aged? The Townsend Movement, the political mediation model, and U.S. old-age policy, 1934-1950. *Am. J. Sociol.* 98: 308-39

Amenta E, Dunleavy K, Bernstein M. 1994. Stolen thunder? Huey Long's Share Our Wealth, political mediation, and the Second New Deal. *Am. Sociol. Rev.* 59: 678-702

Amenta E. 1998. *Bold Relief: Institutional Politics and the Origins of Modern American Social Policy*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press

Archer MS. 1988. *Culture and Agency: The Place of Culture in Social Theory*. New York: Cambridge Univ. Press

Battilana, J., Leca, B., & Boxenbaum, E., 2007. 'How Actors Change Institutions: Toward a Theory of Institutional Entrepreneurship'. *The Academy of Management Annals*, 3:1, 65-107

Bardhi, F. et Eckhardt, G. M. (2012). 'Access-based consumption: The case of car sharing'. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898.

Barley, S. R., & Tolbert, P. S. 1997. Institutionalization and structuration: Studying the links between action and institution. *Organization Studies*, 18: 93-117.

Barnes S.J. et Mattsson J. (2016). 'Understanding current and future issues in collaborative consumption : A four-stage Delphi study'. *Technological Forecasting & Social Change*, volume 104. 200-211

Baron, Reuben M. et Kenny, David A. (1986). « The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations », *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), pp. 1173-1182.

Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600

Benkler, Y. 2006. *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven and London: *Yale University Press*

Bierman, H., Jr., Bonini, C. P., & Hausman, W. H. 1969. *Quantitative analysis for business decisions* (3rd ed.). Homewood, IL; Irwin.

Blau PM, Schwartz JE. 1984. *Crosscutting Social Circles: Testing a Macrostructural Theory of Intergroup Relations*. Orlando, FL: Academic

Botsman, R., et Rogers, R. (2010). Beyond Zipcar: Collaborative consumption. *Harvard Business Review*, 88(10), 30-30.

Botsman, R. & Rogers, R. 2010, *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption*, 1st edn, Harper Business, New York.

Boyle. R., & Bonacich, P. 1970. The development of trust and mistrust in mixed-motive

games. *Sociomefrr*, 33: 123-139.

Braithwaite, J. & Braithwaite, V. 1995. The Politics of Legalism: Rules versus Standards in Nursing-Home Regulation. *Social and Legal Studies*

Campbell JL. 1998. Institutional analysis and the role of ideas in political economy. *Theory Soc.* 27:377-409

Carley K. 1989. The value of cognitive foundations for dynamic social theory. *J Math. Sociol.* 14:171-208

Carley K. 1991. A theory of group stability. *Am. Social. Rev.* 56:331-54

Cheng M. (2016). 'Sharing economy : A review and agenda for future research'. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 57, 60-70

Child, J., Lua, Y., & Tsai, T. (2007). Institutional entrepreneurship in building an environmental protection system for the People's Republic of China. *Organization Studies*, 28(7), 1013–1034.

Clemens ES. 1993. Organizational repertoires and institutional change: women's groups and the transformation of U.S. politics, 1890-1920. *Am. J. Sociol.* 98:755-98

Clemens ES. 1997. *The People's Lobby: Organizational Innovation and the Rise of Interest Group Politics in the United States, 1890-1925*. Chicago: Univ. Chicago Press

Clemens, E.S. & Cook, J.M. 1999, 'Politics and institutionalism: Explaining durability and change'. *Annual Review of Sociology*, vol. 25, pp. 441-466.

Coase, R. 1937. "The Nature of the Firm" in *Economica*, Vol. 4, No. 16, pp. 386–405.

Codagnone C. et Martens B. (2016). 'Scoping the Sharing Economy: Origins. In: Definitions, Impact and Regulatory Issues'. Institute for Prospective Technological Studies, Sevilla.

Cohen, Jacob. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, N.J : L. Erlbaum Associates.

Cohen, Jacob. (2003). *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences* (3rd ed.). Mahwah, N.J : Lawrence Erlbaum Associates.

Cohen B. et Kietzmann J., (2014). 'Ride on! Mobility business models for the sharing economy'. *Organ. Environ.* 27 (3), 279–296,

Coleman. I. S. 1990. *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Colomy, P., & Rhoades, G. (1994). Toward a micro corrective of structural differentiation theory. *Sociological Perspectives*, 37(4), 547–583.

Colomy, P. (1998). Neofunctionalism and neoinstitutionalism: Human agency and interest in institutional change. *Sociological Forum*, 13(2), 265–300.

Corbitt, B.J., Thanasankit, T. & Yi, H. 2003, "Trust and e-commerce: a study of consumer perceptions", *Electronic Commerce Research and Applications*, vol. 2, no. 3, pp. 203-215.

Cusumano M. A., (2015). How traditional firms must compete in the sharing economy. *Communications of the ACM*, 58(1), 32–34.

Delmestri, G. (2006). Streams of inconsistent institutional influences: Middle managers as carriers of multiple identities. *Human Relations*, 59(11), 1515–1541.

Department for Business Innovation and Skills, (2015). 'Independent Review of the Sharing Economy: Government Response'. Department for Business, Innovation and Skills, London.

DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. 1983. The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48: 147-160.

DiMaggio, P. J. 1988. Interest and agency in institutional theory. In L. Zucker (Ed.), *Institutional patterns and organizations* (pp. 3–22). Cambridge, MA: Ballinger.

DiMaggio PJ, Powell WW. 1991. 'The New Institutionalism in Organizational Analysis'. Chicago: Univ. Chicago Press

Dingler, A. 2008. *Betrug bei Online-Auktionen*, Aachen: Shaker Verlag.

Eisenstadt, S.N. (1964). Institutionalization and change. *American Sociological Review*, 29(2), 235–247.

Eisenstadt, S.N. (1980). Cultural orientations, institutional entrepreneurs, and social change: Comparative analyses of traditional civilizations. *American Journal of Sociology*, 85(3), 840–869.

Ellingson S. 1995. Understanding the dialectic of discourse and collective action: public debate and rioting in antebellum Cincinnati. *Am. J. Sociol.* 101:10044

Evans D.S. et Schmalensee R., (2010). 'Failure to launch: Critical mass in platform businesses'. *Rev. Netw. Econ.* 9 (4).

Feick, J., & Werle, R. 2010. Regulation of Cyberspace. *Oxford Handbooks Online*

Feld S. 1981. The focused organization of social ties. *Am. J. Sociol.* 86:1015-35

Fligstein, N. (1997). Social skill and institutional theory. *American Behavioral Scientist*, 40(4), 397–405.

Friedland, R., & Alford, R. R. 1991. Bridging society back in: Symbols, practices, and institutional contradictions. In W. W. Powell & P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*: 232-263. Chicago: University of Chicago Press.

Gansky L., (2010). 'The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing'. Portfolio Trade, London.

Garud, R., & Karnøe, P., 2003. 'Bricolage vs. breakthrough: Distributed and embedded agency in technology entrepreneurship'. *Research Policy* 32: 277–300.

Garud, R., Jain, S., & Kumaraswamy, A. (2002). Institutional entrepreneurship in the sponsorship of common technological standards: The case of Sun Microsystems and Java. *Academy of Management Journal*, 45(1), 196–214.

Garud, R., Hardy, C., Maguire S. 2007. 'Institutional Entrepreneurship as Embedded Agency: An Introduction to the Special Issue Organization Studies'

Geertz, C. (1973) *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.

Giddens A. 1984. *The Constitution of Society: Outline of a Theory of Structuration*. Berkeley: Univ. Calif. Press

Goldsmith & Wu, T. 2006. *Who Controls the Internet? Illusions of a Borderless World*, Oxford: *Oxford University Press*

Gramsci A. 1971. *Selections from the Prison Notebooks*. New York: Int. Publ.

Greenwood, R., Suddaby, R., & Hinings, C.R. (2002). Theorizing change: The role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. *Academy of Management Journal*, 45(1), 58–80p.

Hair, Joseph F., Tatham, Ronald L., Anderson, Rolph E. et Black, William. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.

Hair, Joseph F., Tatham, Ronald L., Anderson, Rolph E. et Black, William. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.), 49-59p. Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.

Hartl B, Hofmann E et Kirchler E., (2015). 'Do we need rules for « what's mine is yours » ? Governance in collaborative consumption communities'. *Journal of Business Research* Volume 69, Issue 8

Haveman H, Rao H. 1997. Structuring a theory of moral sentiments: institutional and organizational coevolution in the early thrift industry. *Am. J Social.* 102: 1606-51

Hecló H. 1974. *Modern Social Politics in Britain and Sweden: From Relief to Income Maintenance*. New Haven, CT: Yale Univ. Press

Heinrichs, H. (2013). Sharing economy: A potential new pathway to sustainability. *Gaia Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), 228–231.

Hern, A., (2015). 'Why the Term 'sharing Economy' Needs to Die', Tiré de : <http://www.theguardian.com/technology/2015/oct/05/why-the-term-sharing-economy-needs-to-die>.

Hirsch PM. 1986. From ambushes to golden parachutes: corporate takeovers as an instance of cultural framing and institutional integration. *Am. J. Sociol.* 91: 800-37

Hoffman, A. J. 1999 'Institutional evolution and change: Environmentalism and the US chemical industry'. *Academy of Management Journal* 42: 351–371.

Hofstede, G. 1980, "Motivation, leadership, and organization: Do American theories apply abroad?", *Organizational Dynamics*, vol. 9, no. 1, pp. 42-63.

Holm, P. 1995. The dynamics of institutionalization: Transformation processes in Norwegian fisheries. *Administrative Science Quarterly*, 40: 398-422.

Hood, C. 2006. 'The Tools of Government in the Information Age', in M. Moran, M. Rein, and R. E. Goodin (eds.), *The Oxford Handbook of Public Policy*, Oxford: *Oxford University Press*.

Jepperson, R.L. 1991 'Institutions, institutional effects and institutionalism' in *The new institutionalism in organizational analysis*. W.W. Powell, and P. J. DiMaggio (eds). Chicago: The University of Chicago Press: 143–163.

Johnson, D. R., Crawford, S. P. & Palfrey, J. G. 2004. The Accountable Internet: Peer Production of Internet Governance. *Virginia Journal of Law & Technology*

Kee, H. W.. & Knox. R. E. 1970. Conceptual and methodological considerations in the study of trust. *Journal of Conflict Resolution*. 14: 357-366.

Kerwer, D. 2005. Rules that Many Use: Standards and Global Regulation. *Governance*

Kirzner, I.M. 1997 'Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach'. *Journal of Economic Literature*, 35: 60–85.

Koopman, C., Mitchell, M. D. et Thierer, A. D. (2014). 'The sharing economy and consumer protection regulation: The case for policy change'

Koh, J., and Kim, Y. G. Sense of virtual community: a conceptual framework and empirical validation. *International Journal of Electronic Commerce*, 8, 2, 2004, 75–93.

Krasner SD. 1984. Approaches to the state: alternative conceptions and historical dynamics. *Comp. Polit.* 16(2):223-46

Leblebici H, Salancik GR, Copay A, King T. 1991. Institutional change and the transformation of interorganizational fields: an organizational history of the U.S. radio broadcasting industry. *Admin. Sci. Q.* 36: 333-63

Lemley, M. A. & Lessig, L. 2004. 'The End of End-To-End. Preserving the Architecture of the Internet in the Broadband Era', in M. N. Cooper (ed.), *Open Architecture as Communications Policy*, Stanford: *Centre for Internet and Society*

Levitt B, March JG. 1988. Organizational learning. *Annu. Rev. Sociol.* 14:319-40

Lewis, J.D. & Weigert, A. 1985, "Trust as a Social Reality", *Social Forces*, vol. 63, no. 4, pp. 967-985.

Lin, H. F. Understanding behavioral intention to participate in virtual communities. *CyberPsychology & Behavior*, 9, 5, 2006, 540–547.

Lounsbury, M., & Glynn, M.A. 2001. 'Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy and the acquisition of resources'. *Strategic Management Journal* 22: 545–564.

Lounsbury, M., & Crumley, E.T. (2007). New practice creation: An institutional perspective on innovation. *Organization Studies*, 28(7), 993–1012.

Mackinnon, D., Warsi, G. & Dwyer, J. 1995, "A simulation study of mediated effect measures", *Multivariate Behavioral Research*, vol. 30, no. 1, pp. 41-62.

Maguire, S., Hardy, C., & Lawrence, T.B. (2004). Institutional entrepreneurship in emerging fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada. *Academy of Management Journal*, 47(5), 657–679.

March JG. 1991. Exploration and exploitation in organizational learning. *Org. Sci.* 2:71-87

Mark NP. 1998. Beyond individual differences: social differentiation from First Principles. *Am. Sociol. Rev.* 63:309-30

Martin, C.J., (2016). 'The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?' *Ecol. Econ.* 121, 149–159

Matthew K. O. Lee & Turban, E. 2001, "A Trust Model for Consumer Internet Shopping", *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 6, no. 1, pp. 75-91.

Mayer, R.C., Davis, J.H. & Schoorman, F.D. 1995, "An integrative model of organizational trust", *Academy of Management Review*, vol. 20, no. 3, pp. 709-734.

Mayntz, R. 2009. The Changing Governance of Large Technical Infrastructure Systems, in R. Mayntz (ed.), *Über Governance: Institutionen und Prozesse politischer Regelung*, Frankfurt: *Campus Verlag*

McEvily, B., Perrone, V., & Zaheer, A. 2003. Trust as an organizing principle. *Organization Science*, 14: 91-103.

McKnight, D.H. & Chervany, N.L. 2001, "What Trust Means in E-Commerce Customer Relationships: An Interdisciplinary Conceptual Typology", *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 6, no. 2, pp. 35-59.

McKnight, D.H., Choudhury, V. & Kacmar, C. 2002, "Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce: An Integrative Typology", *Information Systems Research*, vol. 13, no. 3, pp. 334-359.

Meyer, J.W., and B. Rowan 1977 'Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony'. *American Journal of Sociology* 83: 340–363.

Meyer, R.E. (2006). Visiting relatives: Current developments in the new sociology of knowledge. *Organization*, 13(5), 725–738.

Minkoff DC. 1994. From service provision to institutional advocacy: the shifting legitimacy of organizational forms. *Soc. Forces* 72:943-70

Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193–207.

Morrill C. Forthcoming. Institutional change and interstitial emergence: the growth of alternative dispute resolution in American law, 1965-1995. See Powell & Jones Forthcoming

Mukherjee, A. & Nath, P. 2007, "Role of electronic trust in online retailing", *European Journal of Marketing*, vol. 41, no. 9/10, pp. 1173-1202.

North, D.C. 1990 'Institutions, Institutional Change and Economic Performance'. New York: Cambridge University Press

OCDE, (2016). 'Policies for the Tourism Sharing Economy'. *Oecd Tourism Trends and Policies 2016*. OECD Publishing, Paris

Powell WW. 1991. Expanding the scope of institutional analysis.

Powell WW, Koput KW, Smith-Doerr L. 1996. Interorganizational collaboration and the locus of innovation: networks of learning in biotechnology. *Admin. Sci. Q.* 41:11645

Preacher, K.J. & Hayes, A.F. Behavior Research Methods, Instruments, & Computers (2004) 36: 717.

PwC, (2015a). 'The Sharing Economy'. PwC, London,

PwC, (2015b). 'The Sharing Economy—Sizing the Revenue Opportunity', tirés de : www.pwc.co.uk/issues/megatrends/collisions/sharingeconomy/the-sharingeconomy-sizing-the-revenue-opportunity.html

Rauch, D. E. et Schleicher, D. (2015). Like Uber, but for local governmenta, policy: The future of local regulation of the 'Sharing Economy'.

Rempel, J.K., Holmes, J.G. & Zanna, M.P. 1985, "Trust in Close Relationships", Journal of Personality and Social Psychology, vol. 49, no. 1, pp. 95-112.

Seo, M., & Creed, W.E.D. 2002. Institutional contradictions, praxis, and institutional change: A dialectical perspective. *Academy of Management Review*, 27(2), 222–247.

Schneiberg M. 1998. From associations and states to markets and hierarchies: endogenous price shifts, models of rational order, and the process of institutional change. Presented at the Am. Sociol. Assoc., San Francisco.

Schofield, H., 2014. Short-let apartments spark Paris row as Airbnb thrives [En ligne]. BBC News Available <http://www.bbc.co.uk/news/world-europe-30580295> [Accessed 19th January 2015].

Schoorman, F.D., Mayer, R.C. & Davis, J.H. 1996, "Including versus excluding ability from the definition of trust", *Academy of Management. The Academy of Management Review*, vol. 21, no. 2, pp. 339.

Schoorman, F.D., Mayer, R.C. & Davis, J.H. 2007, "An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future", *The Academy of Management Review*, vol. 32, no. 2, pp. 344-354.

Schor J.B. et Fitzmaurice C.J., (2015). 'Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy'. In: Reisch, L., Thøgersen, J. (Eds.), *Handbook of Research on Sustainable Consumption*. Edward Elgar, Cheltenham, UK, p. 410.

Schumpeter, J. 1939. *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, McGraw-Hill, New York, NY.

Schumpeter, J. 1942. *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper and Brothers.

Schwartz M. 1976. *Radical Protest and Social Structure: The Southern Farmers' Alliance and Cotton Tenancy, 1880-1890*. New York: Academic

Scott, R. W. 1991. Unpacking institutional arguments. In W. W. Powell & P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*: 164-182. Chicago: University of Chicago Press.

Scott W. 1995. *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage

Scott, C. 2010. Standard-Setting in Regulatory Regimes. *Oxford Handbooks Online*

Sewell WH Jr. 1992. A theory of structure: duality, agency, and transformation. *Am. J Sociol.* 98:1 29

Shane, S., & Venkataraman, S. 2000. 'The promise of entrepreneurship as a field of research'. *Academy of Management Review*. 25: 217–226.

Sitkin, S. B., & George, E. 2005. Managerial trust-building through the use of legitimating formal and informal control mechanisms. *International Sociology*, 20: 307–338.

Soysal YN. 1994. *Limits of Citizenship: Migrants and Postnational Membership in Europe*. Chicago: Univ. Chicago Press

Stearns LB, Allan KD. 1996. Institutional environments: the corporate merger wave of the 1980s. *Am. Sociol. Rev.* 61:599-718

Stephany A., (2015). 'The Business of Sharing: Making It in the New Sharing Economy'. Palgrave Macmillan, New York.

Stinchcombe AL. 1968. *Constructing Social Theories*. New York: Harcourt, Brace & World

Stinchcombe AL. 1978. *Theoretical Methods in Social History*. New York: Academic

Stryker R. 1994. Rules, resources, and legitimacy processes: some implications for social conflict, order, and change. *Am. J Socio.* 99(4):847-910

Stryker R. 1999. Legitimacy processes as institutional politics: implications for theory and research in the sociology of organizations. In *Research in the Sociology of Organizations: Organizational Politics*, ed. SB Bacharach, EJ Lawler. Greenwich, CT: JAI

Suchman, M.C. 1995 'Managing legitimacy – strategic and institutional approaches'.
Academy of Management Review 20: 571–610.

Suitor J, Keeton S. 1997. Once a friend, always a friend? Effects of homophily on
women's support networks across a decade. Soc. Networks 19:51-62

Swidler A. 1986. Culture in action: symbols and strategies. Am. Sociol. Rev. 51:273-
86

Tabachnick, Barbara G. et Fidell, Linda S. (2007). Using Multivariate Statistics (5th
ed.). Boston : Pearson A & B.

The Economist, (2013). The Rise of the Sharing Economy, tiré de : <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-risesharing-economy>

Thelen K. 1991. Union of Parts: Labor Politics in Postwar Germany. Ithaca, NY:
Cornell Univ. Press

Tussyadiah, I. (2015). An exploratory on drivers and deterrents of collaborative
consumption in travel. In I. Tussyadiah, & A. Inversini (Eds.), Information &
Communication Technologies in Tourism 2015. Switzerland: Springer International
Publishing.

Warner, Rebecca M. (2008). Applied Statistics: From Bivariate Through
Multivariate Techniques. Thousand Oaks, Calif : SAGE Publications.

Westney DE. 1987. Imitation and Innovation: The Transfer of Western Organizational Patterns to Meiji Japan. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press

Williamson, O. 1985 The Economic Institutions of Capitalism. New York: Free Press.

Wrightsman, L.S. (1991). *Interpersonal trust and attitudes toward human nature*, San Diego, Measures of Personality and Social Psychological Attitudes Academic Press, 373-412 p.

Yoon, S. 2002, "The antecedents and consequences of trust in online-purchase decisions", *Journal of Interactive Marketing*, vol. 16, no. 2, pp. 47-63.

Zhao, L., Lu, Y., Wang, B., Chau, P.Y.K. & Zhang, L. 2012, "Cultivating the sense of belonging and motivating user participation in virtual communities: A social capital perspective", *International Journal of Information Management*, vol. 32, no. 6, pp. 574-588.

Zhou X. 1993. Occupational power, state capacities, and the diffusion of licensing in the American states, 1890 to 1950. *Am. Sociol. Rev.* 58:536-52

Zucker LG. 1977. The role of institutionalization in cultural persistence. *Am. Sociol. Rev.* 42:726-43

Zucker LG. 1988. Where do institutional patterns come from? Organizations as actors in social systems. In *Institutional Patterns and Organization: Culture and Environment*, ed. LG Zucker, pp. 23-52. Cambridge, MA: Ballinger

Zuckerman E.W., 1999. 'The categorical imperative: Securities analysts and the illegitimacy of discount'. *American Journal of Sociology*, 104: 1398–1438.

ANNEXES

ANNEXE CHAPITRE 2 – Questionnaire

Annexe 2.1 – Questionnaire

Message d'introduction au questionnaire

Ce questionnaire confidentiel vous est soumis dans le cadre d'un travail de recherche universitaire à but non-commercial. Le travail auquel vous participez vise à mieux comprendre la relation entre les fonctionnalités des plateformes de consommation collaborative (type Airbnb, Blablacar, Amigo Express, Couchsurfing, etc.), la perception des risques liés à l'utilisation de leurs services et le développement de la confiance entre les utilisateurs.

À ce titre, les questions posées sur les risques et l'influence des fonctionnalités de la plateforme sont parfois redondantes. Il importe donc de bien vérifier quels sont les sujets testés!

Toutes les questions sont posées sous la forme de choix de réponses et la durée pour compléter ce questionnaire est estimée à 10 minutes.

Merci d'avance de votre contribution !

Questions sur le profil d'utilisation

Répondre aux questions suivantes en fonction de votre utilisation de la plateforme. Si vous utilisez plusieurs plateformes veuillez répondre en fonction de celle à laquelle vous participez le plus / êtes le plus attaché.

Par Ex: Si vous utilisez à la fois Airbnb, Blablacar et AmigoExpress, identifier celle que vous connaissez/utilisez le plus pour répondre à l'ensemble des questions qui suivront.

Votre choix sera alors traduit par le terme "la plateforme" dans les questions.

Q1 1. Quelle plateforme de consommation collaborative utilisez-vous? Attention, choix unique: Veuillez choisir UNE SEULE PLATEFORME pour répondre à l'ensemble du

questionnaire. (exemple de plateforme: Airbnb, Couchsurfing, Blablacar, Amigoexpress, Netlift, Uber, Lyft, etc...)

Espace de réponse

Q2 2. Depuis combien de temps utilisez-vous la plateforme? (*Mesure la variable contrôle «ancienneté»*)

- Moins de 6 mois (1)
- Entre 6 mois et 1 an (2)
- Plus d'un an (3)

Q3 3. À quelle fréquence utilisez-vous la plateforme? (*Mesure la variable contrôle «Fréquence d'utilisation»*)

- Rarement, quelques fois par an (1)
- Au moins une fois par mois (2)
- Régulièrement, plusieurs fois par mois (3)

Q4 4. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? (*Mesure la variable contrôle «Type d'utilisation»*)

- Consommateur : Recherche de biens/services (1)
- Fournisseur : Mise à disposition de biens/services (2)

Questions sur la perception des autres membres (*Mesure la variable «Perception des antécédents de confiance via le profil d'un membre»*)

Lisez attentivement chacun des énoncés suivants et indiquez, pour chacun, comment les informations disponibles sur le profil d'un membre vous permettent de vous faire une

opinion de ce dernier. Que ces opinions soient favorables ou défavorables n'importe pas.

Grâce aux informations fournies sur le profil d'un membre (photos, infos, notations, commentaires, etc.) je sais si ce membre...

Q1 Agi au mieux des intérêts des autres

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** : Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q2C Fais de son mieux pour fournir le service

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Fournisseur : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q2F Fais de son mieux pour être respectueux dans l'utilisation d'un service

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q3 Se soucie du bien-être des autres et pas uniquement du sien

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q4 Est digne de confiance

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q5 Est honnête

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q6 Est respectueux de ses engagements

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q7 Est sincère et authentique

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Questions sur la perception des risques (*Mesure la variable «Risques Acceptés»*)

Lisez attentivement chacun des énoncés suivants et indiquez, pour chacun, comment vous percevez ces risques dans votre décision de participer aux activités de la plateforme

Dans ma décision de participer de participer à une transaction via la plateforme, je suis sensible au fait que...

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** : Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q1C Le service offert par un membre pourrait ne pas rencontrer mes attentes, en cela qu'il ne sera pas conforme avec ce qui aura été présenté sur son offre

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** : Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q2C Le service offert par un membre pourrait ne pas être de bonne qualité

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** : Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q3C Le service offert par un membre pourrait ne pas être livré dans les délais convenus

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** : Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q4C Je pourrais avoir affaire à un membre, ou un bien/service, dangereux pour ma sécurité

Répondre seulement si vous ou votre entourage êtes amenés à rencontrer physiquement le membre

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Fournisseur** : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q1F L'utilisation des bien(s)/service(s) que je mets à disposition de ce membre pourrait ne pas rencontrer mes attentes, en cela qu'elle pourrait ne pas être conforme à ce qui aura été convenu

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Fournisseur** : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q2F Le membre pourrait ne pas être respectueux du bien/service que je lui fourni

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Fournisseur** : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q3F Un membre pourrait occasionner des bris/dégradations sur le bien que je partage

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Fournisseur** : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q4F Je pourrais avoir affaire à un membre dangereux pour ma sécurité ou celle de mon entourage

Répondre seulement si vous ou votre entourage êtes amenés à rencontrer physiquement le membre

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Questions sur la propension à faire confiance (*Mesure la variable «Confiance de disposition»*)

Lisez attentivement chacun des énoncés suivants et indiquez, pour chacun, comment ils correspondent à votre perception des gens en général, sans prendre en compte vos expériences via la plateforme

Q1 De façon générale, les gens se soucient du bien-être des autres

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q2 Généralement, les gens sont sincèrement préoccupés par les problèmes des autres

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q3 La plupart du temps, les gens essayent d'aider les autres au lieu de simplement penser à eux-mêmes

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q4 En général, la plupart des gens tiennent leurs promesses

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q5 Je pense que les gens essayent généralement d'honorer leurs promesses par leurs actions

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q6 La plupart des gens sont honnêtes lorsqu'ils font des affaires avec les autres

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Questions sur l'impact du système de contrôles fournis par la plateforme sur la perception des risques (*Mesure la variable «Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle et de soutien de la plateforme»*)

Lisez attentivement chacun des énoncés suivants et indiquez, pour chacun, comment les systèmes de sécurité, de soutien, d'assurance, etc., fournis, imposés et mis en place par la

plateforme, impactent votre perception des risques suivants. ATTENTION : QUE VOUS SOYEZ SENSIBLE OU NON AUX RISQUES EN QUESTION N'IMPORTE PAS.

Savoir que la plateforme met à disposition des systèmes de sécurité, de soutien et d'assurance me rassure, car ces systèmes...

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** :

Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q1C Ils permettent à la plateforme de s'assurer de la conformité des services qu'elle réfère

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** :

Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q2C Ils permettent à la plateforme de s'assurer de la qualité des services offerts par ses membres

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** :
Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q3C Ils permettent à la plateforme de s'assurer du respect des délais convenus

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? **Consommateur** : Recherche
de biens/services Est Sélectionné

Q4C Ils permettent à la plateforme de s'assurer que les services et les membres qu'elle
réfère ne seront pas dangereux pour ma sécurité Répondre seulement si vous ou votre
entourage êtes amenés à rencontrer physiquement le membre

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Fournisseur : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q1F Ils permettent à la plateforme de m'assurer que mon bien/service sera utilisé de façon conforme par les autres membres

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Fournisseur : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q2F Ils permettent à la plateforme d'assurer une utilisation respectueuse de mon bien/service par les autres membres

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Fournisseur : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q3F Ils permettent à la plateforme de s'assurer que les autres membres n'occasionneront pas de bris/dégradations au bien/service que je met à leurs dispositions

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Answer Si 3. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Fournisseur : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q4F Ils permettent à la plateforme de s'assurer que les membres qui me sont référés ne seront pas dangereux pour ma sécurité Répondre seulement si vous ou votre entourage êtes amenés à rencontrer physiquement le membre

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Question sur l'attribution des résultats de vos expériences (*Mesure la variable «Attribution des résultats»*)

Q1 En général, suite à une expérience positive avec un autre membre, à quoi en attribuez-vous le succès ? Est-ce, selon-vous, davantage dû à l'efficacité des systèmes de contrôles imposés et fournis par la plateforme, ou plutôt, à l'intégrité et la bienveillance du membre avec lequel vous avez interagi ?

J'attribue davantage le succès de mes expériences à...

- L'efficacité des systèmes de contrôles (1)
- La bienveillance et l'intégrité des membres (2)

Questions mesurant la qualité des expériences humaines via la plateforme (*Mesure la variable «Sentiment d'appartenance»*)

Q1 J'ai été susceptible de ressentir des similarités dans mes valeurs, le style de vie, etc., avec les autres membres de la communauté de la plateforme

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q2 J'ai été susceptible de tisser des liens et/ou ressentir une certaine complicité vis-à-vis de certains membres avec lesquels j'ai participé aux activités de la plateforme

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q3 Je ressens un sentiment d'appartenance vis-à-vis de la communauté de la plateforme

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Q4 Je me considère comme un membre de la communauté de la plateforme

- Pas du tout en accord (1)
- Plutôt en désaccord (2)
- Neutre (3)
- Plutôt en accord (4)
- Tout à fait en accord (5)

Questions sur le profil sociodémographique

Q1 Quel âge avez-vous?

- 18-25 ans (1)
- 26-35 ans (2)
- 36-45 ans (3)
- 46 ans et plus (4)

Q2 Quel est votre niveau de scolarité?

- Primaire (1)
- Secondaire (2)
- Collégial (3)
- Universitaire 1er cycle (4)
- Universitaire 2eme cycle (5)
- Universitaire 3eme cycle (6)

Q3 Quel est votre statut d'emploi?

- Temps plein (1)
- Temps partiel (2)
- Retraité (3)
- À la maison (4)
- Étudiant à temps plein (5)
- Sans emploi (6)

Q4 Quel est approximativement votre revenu annuel avant impôt?

- 20,000\$ ou moins (1)
- 20,001 - 40,000\$ (2)
- 40,001 - 60,000\$ (3)
- 60,001 - 80,000\$ (4)
- 80,001 - 100,000\$ (5)
- 100,001\$ et plus (6)

Answer Si 4. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Consommateur : Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q5C À combien estimez-vous vos dépenses annuelles via la plateforme? (Indiquer le total de vos dépenses si vous utilisez la plateforme depuis moins d'un an) Format : Par exemple, pour 1200\$, indiquez simplement "1200"

Espace de réponse

Answer Si 4. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Consommateur : Recherche de biens/services Est Sélectionné

Q6C À combien estimez-vous vos dépenses annuelles pour ce même genre de service, en dehors de la plateforme? Si vous consommez ce genre de services seulement sur la plateforme, indiquez 0. Format : Par exemple, pour 1200\$, indiquez simplement "1200"

Espace de réponse

Answer Si 4. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Fournisseur : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q5F À combien estimez-vous vos gains annuels via la plateforme? (Indiquer le total de vos gains si vous utilisez la plateforme depuis moins d'un an) Format : Par exemple, pour 5,400.00\$, indiquez simplement "5400"

Espace de réponse

Answer Si 4. Quel principale utilisation faites-vous de la plateforme? Fournisseur : Mise à disposition de biens/services Est Sélectionné

Q6F À combien estimez-vous vos gains annuels pour le même service rendu en dehors de la plateforme? Si vous ne proposez pas ce service en dehors de la plateforme, indiquez

0. Format : Par exemple, pour 5,400.00\$, indiquez simplement "5400".

Espace de réponse

Commentaires et Suggestions

Avez-vous des commentaires ou des suggestions ?

Espace de réponse

ANNEXE CHAPITRE 4 – Résultats intermédiaires des analyses du modèle

Annexe 4.1 – Résultats des effets de l'ensemble des variables prédictrices présumées sur les risques acceptés

Variables du modèle	R ²	Δ R ²	Δ F	β	t	VIF
Étape 1	,067	,067	4,47*			
<u>Fréquence</u>				-,259	<u>-2,113*</u>	1,000
Étape 2	,240	,173	4,486**		,000	
<u>Fréquence</u>				-,231	<u>-1,990*</u>	1,050
<u>Perception des PerA</u>				-,121	-1,012	1,119
<u>Confiance de disposition</u>				-,378	<u>-3,173**</u>	1,103
<u>Perception des SCP</u>				-,070	-,603	1,038

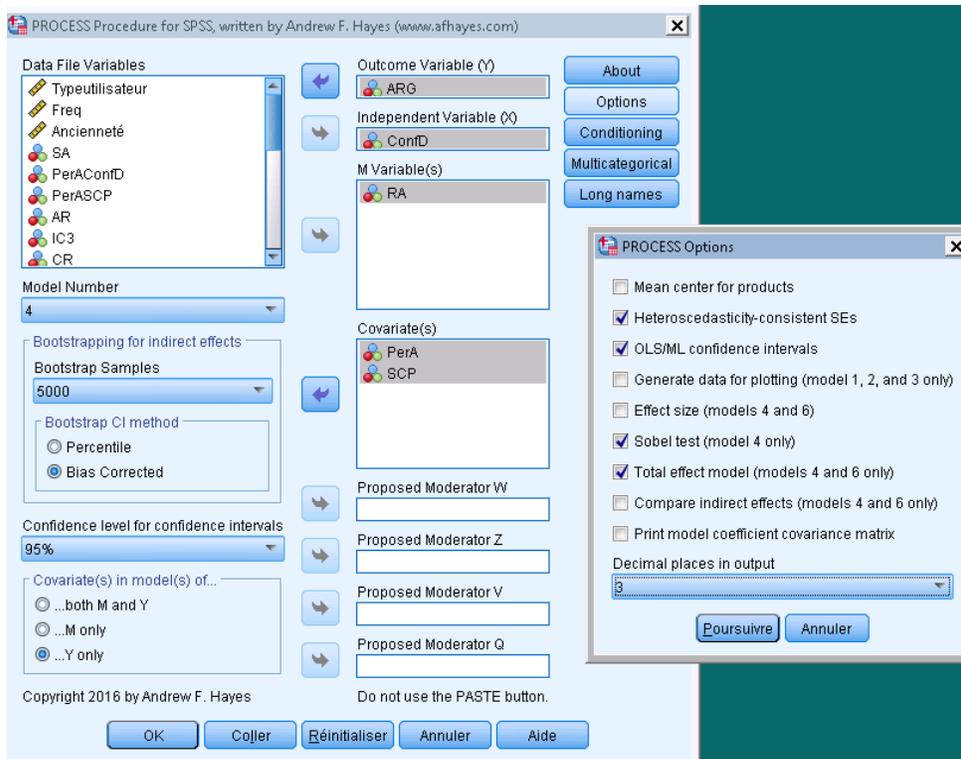
Étape 3	243	,003	,107		,000	
<u>Fréquence</u>				-,232	-1,938	1,083
<u>Perception des PerA</u>				,181	,238	43,393
<u>Confiance de disposition</u>				-,104	-,161	31,478
<u>Perception des SCP</u>				,040	,043	65,597
<u>Perception des PerA x Confiance de disposition</u>				-,406	-,438	64,975
<u>Perception des PerA x Perception des SCP</u>				-,138	-,132	83,235

* p < ,05; **p < ,01; ***p < ,001; n = 64

a. Variable dépendante : RA

Annexe 4.2 - Résultats de l'analyse de la régression partiellement médiée sur l'attribution des résultats:

Intégration du variables sur le macro « PROCESS » :



Résultats de l'analyse :

***** PROCESS Procedure for SPSS Release 2.16.1 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com

Documentation available in Hayes (2013). www.guilford.com/p/hayes3

Model = 4

Y = ARG

X = ConfD

M = RA

Statistical Controls:

CONTROL= PerA SCP

Sample size

64

Outcome: RA

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,396	,157	,856	14,026	1,000	62,000	,000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,000	,117	,000	1,000	-,234	,234
ConfD	-,396	,106	-3,745	,000	-,608	-,185

Outcome: ARG

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,572	,327	,673	6,976	4,000	59,000	,000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,000	,108	,000	1,000	-,216	,216
RA	-,180	,103	-1,745	,086	-,387	,026
ConfD	,147	,136	1,084	,283	-,125	,420
PerA	,314	,160	1,959	,055	-,007	,635
SCP	-,235	,102	-2,310	,024	-,439	-,031

***** TOTAL EFFECT MODEL *****

Outcome: ARG

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,547	,299	,690	8,770	3,000	60,000	,000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,000	,109	,000	1,000	-,217	,217
ConfD	,213	,127	1,684	,097	-,040	,467
PerA	,345	,158	2,180	,033	,028	,662
SCP	-,222	,104	-2,148	,036	-,430	-,015

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS *****

Total effect of X on Y

Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
,213	,127	1,684	,097	-,040	,467

Direct effect of X on Y

Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
,147	,136	1,084	,283	-,125	,420

Indirect effect of X on Y

Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
RA	,071	,046	,000

Normal theory tests for indirect effect

Effect	se	Z	p
,071	,046	1,537	,124

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Number of bootstrap samples for bias corrected bootstrap confidence intervals:

5000

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

NOTE: Some cases were deleted due to missing data. The number of such cases was:

3

NOTE: All standard errors for continuous outcome models are based on the HC3 estimator

----- END MATRIX -----

Annexe 4.3 - Résultats de l'analyse de la régression sur le sentiment d'appartenance, partiellement médiée par les risques acceptés :

Model = 4

Y = SA

X = ConfD

M = RA

Statistical Controls:

CONTROL= PerA Typeutil Freq

Sample size

64

Outcome: RA

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,396	,157	,856	14,026	1,000	62,000	,000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,000	,117	,000	1,000	-,234	,234
ConfD	-,396	,106	-3,745	,000	-,608	-,185

Outcome: SA

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,710	,504	,538	14,263	5,000	58,000	,000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,000	,097	,000	1,000	-,194	,194
RA	-,130	,104	-1,240	,220	-,339	,080
ConfD	,206	,118	1,740	,087	-,031	,442
PerA	,394	,131	2,999	,004	,131	,657
Typeutil	-,352	,102	-3,460	,001	-,556	-,148
Freq	,055	,125	,439	,662	-,195	,304

***** TOTAL EFFECT MODEL *****

Outcome: SA

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,701	,492	,543	16,332	4,000	59,000	,000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,000	,097	,000	1,000	-,194	,194
ConfD	,258	,120	2,147	,036	,018	,498
PerA	,408	,130	3,138	,003	,148	,668

Typeutil	-,335	,101	-3,335	,001	-,537	-,134
Freq	,090	,117	,771	,444	-,143	,323

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS *****

Total effect of X on Y

Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
,258	,120	2,147	,036	,018	,498

Direct effect of X on Y

Effect	SE	t	p	LLCI	ULCI
,206	,118	1,740	,087	-,031	,442

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
RA	,051	,042	-,018	,159

Normal theory tests for indirect effect

Effect	se	Z	p
,051	,045	1,141	,254

***** ANALYSIS NOTES AND WARNINGS *****

Number of bootstrap samples for bias corrected bootstrap confidence intervals:

5000

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,00

NOTE: Some cases were deleted due to missing data. The number of such cases was:

3

NOTE: All standard errors for continuous outcome models are based on the HC3 estimator

----- END MATRIX -----

Annexe 4.5 – Test de l’effet rétroactif du sentiment d’appartenance sur la propension à la confiance

Variables du modèle ^a	R ²	Δ R ²	Δ F	β	t	VIF
Étape 1	,061	,061	4,040*			
<u>Confiance de disposition</u>				,247	2,010*	1,000
Étape 2	,251	,190	15,449***			
Confiance de disposition				,030	,238	1,250
<u>Sentiment d’appartenance</u>				,487	3,931***	1,250

* p < ,05; **p < ,01; ***p < ,001; n = 64

a. Variable dépendante : Perception des antécédents de confiance via le profil des membres

Annexe 4.6 – Test de l’effet rétroactif du sentiment d’appartenance sur la perception de l’efficacité des systèmes de contrôles assurés par la plateforme

Récapitulatif des modèles^c

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Modifier les statistiques	
					Variation de R-deux	Variation de F
1	,387 ^a	,150	,136	,92930	,150	10,951
2	,388 ^b	,151	,123	,93659	,001	,038

Récapitulatif des modèles^c

Modèle	Modifier les statistiques		
	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	1	62	,002
2	1	61	,846

a. Prédicteurs : (Constante), Type d'utilisation

b. Prédicteurs : (Constante), Type d'utilisation, Sentiment d'appartenance

c. Variable dépendante : Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	-2,344E-10	,116		,000	1,000
	Type d'utilisation	,387	,117	,387	3,309	,002
2	(Constante)	-2,328E-10	,117		,000	1,000
	Type utilisateur	,399	,131	,399	3,033	,004
	SA	,026	,131	,026	,195	,846

a. Variable dépendante : Perception de l'efficacité des systèmes de contrôle assurés par la plateforme

Annexe 4.7 – Test de l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur les risques acceptés

Récapitulatif des modèles^c

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Modifier les statistiques	
					Variation de R-deux	Variation de F
1	,486 ^a	,236	,198	,89578	,236	6,170

2	,492 ^b	,242	,191	,89967	,006	,482
---	-------------------	------	------	--------	------	------

Récapitulatif des modèles^c

Modèle	ddl1	ddl2	Modifier les statistiques	
			Sig. Variation de F	
1	3	60	,001	
2	1	59	,490	1,725

a. Prédicteurs : (Constante), Perception des antécédents de confiance, Fréquence d'utilisation, Confiance de disposition

b. Prédicteurs : (Constante), Perception des antécédents de confiance, Fréquence d'utilisation, Confiance de disposition, Sentiment d'appartenance

c. Variable dépendante : Risques acceptés

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	7,369E-11	,112		,000	1,000
	Fréquence	-,231	,116	-,231	-2,000	,050
	Confiance de disposition	-,365	,117	-,365	-3,132	,003
	Perception des antécédents de confiance	-,120	,119	-,120	-1,003	,320
2	(Constante)	6,589E-11	,112		,000	1,000
	Fréquence	-,211	,120	-,211	-1,768	,082
	Confiance de disposition	-,329	,128	-,329	-2,572	,013
	Perception des antécédents de confiance	-,082	,132	-,082	-,624	,535
	Sentiment d'appartenance	-,101	,146	-,101	-,694	,490

a. Variable dépendante : Risques acceptés

Annexe 4.8 – Test de l'effet rétroactif du sentiment d'appartenance sur l'attribution des résultats

Variables du modèle ^a	R ²	Δ R ²	Δ F	β	t	VIF
Etape 1	,327	,327	7,162***			

Risques acceptés				-,186	-1,569	1,234
<u>Perception des systèmes de contrôle assurés par la plateforme</u>		,		-,243	-2,224*	1,044
<u>Perception des antécédents de confiance</u>				,325	2,894*	1,103
Confiance de disposition				,152	1,1267	1,267
Étape 2	,446	,119	12,504***			
Risques acceptés				-,128	-1,164	1,262
<u>Perception des systèmes de contrôle assurés par la plateforme</u>				-,214	-2,133*	1,051
Perception des antécédents de confiance				,153	1,353	1,349
Confiance de disposition				,027	,236	1,386
<u>Sentiment d'appartenance</u>				,439	3,536***	1,611

* p < ,05; **p < ,01; ***p < ,001; n = 64

a. Variable dépendante : Attribution des résultats