

| FICHE TECHNIQUE 3 |

S'emparer de marchés qui n'intéressent pas les plateformes dominantes classiques



Il s'agit en d'autres termes de s'extraire de l'emprise des externalités de réseau ou du moins diminuer leur impact. Cette caractéristique contraint effectivement les nouveaux acteurs à une croissance rapide que ne peuvent effectivement pas supporter bon nombre de projets de plateformes coopératives par manque de moyens.

En particulier, on peut citer les opportunités que représentent les marchés suivants :

Marchés trop petits, marchés de niches

A titre Secteurs professionnels ciblés :

- à l'instar des anciennes corporations de métiers (ex: plateforme [www. agri-echange.org](http://www.agri-echange.org) développée par France Barter est inspirante)
- Autoentrepreneurs en phase de lancement d'exemples, on peut imaginer:

Marchés impliquant un investissement interrelationnel élevé

Marchés sur lesquels les seuls leviers de la marque, des notations et des algorithmes sont insuffisants pour convaincre, qui nécessitent des rapports interpersonnels directs et de confiance (B2B, soin à la personne, éducation, garde d'enfants...)

Marchés locaux et multi-locaux

Dans le champ coopératif Wibee (location de voiture partagée) qui essaime son modèle à plusieurs villes ou, dans le champ non-coopératif, la startup liégeoise Kotaliege qui après avoir validé et ajusté son business modèle à l'échelle du marché liégeois s'implante dans d'autres villes universitaires de Belgique francophone (Brukot, Kotanamur, Kotalouvain, Kotamons) puis néerlandophone (Kot Gent, Uw Kot in Antwerpen, Uw Kot in Leuven).

