

| FICHE TECHNIQUE 4 |

Viser des marchés caractérisés par des appartenances communautaires fortes



Si les plateformes collaboratives classiques rassemblent des communautés touchées par un besoin commun, le lien qui unit leurs membres reste faible (dispersion géographique, communauté très grande, contacts ponctuels). Les plateformes coopératives doivent valoriser ce potentiel avantage distinctif.

- **En B2B :** s'adresser à des niches professionnelles (ex : les artistes et travailleurs intermittents pour Smart, les agriculteurs pour Agriéchange).
- **En C2C :** développer des offres autour de passions/activités de divertissement/plaisir.

Par ailleurs, l'appartenance communautaire peut se nourrir de facteurs géographiques en structurant le modèle d'affaire autour de marchés très localisés (quartiers, villages). Il s'agit par exemple de la stratégie de Wibee. En ce sens, il y a certainement des synergies intéressantes à construire avec les dispositifs de monnaies locales qui exploitent déjà cette fibre de solidarité entre habitants d'une même région.