

---

# Table des matières

---

<b>Introduction</b> . . . . .	9
<b>Chapitre 1. Un environnement turbulent et paradoxal</b> . . . . .	15
1.1. La financiarisation de l'économie et ses enjeux . . . . .	15
1.2. La diffusion massive de l'Internet et ses conséquences . . . . .	16
1.3. Coexistence paradoxale de la rareté et de l'abondance autour des données . . . . .	18
1.4. Simultanéité singulière de la crise et de l'immobilisme . . . . .	22
1.4.1. Le secteur de la banque en ligne . . . . .	22
1.4.2. Le secteur postal . . . . .	24
1.4.3. Le secteur télévisuel . . . . .	24
1.4.4. Le secteur de l'enseignement et de la recherche . . . . .	25
1.4.5. Conclusion de ces cas : la foule une ressource encore sous-exploitée . . . . .	27
<b>Chapitre 2. Le crowdsourcing : une nouvelle forme d'externalisation</b> . . . . .	29
2.1. Le concept d'externalisation . . . . .	31
2.2. La notion de relation . . . . .	32
2.3. La notion de foule . . . . .	33
2.3.1. La foule en relation . . . . .	34
2.3.2. Connaître la foule . . . . .	36
2.3.3. Foule et expert . . . . .	39

<b>Chapitre 3. Crowdsourcing et création de valeur</b> . . . . .	41
3.1. La création de valeur . . . . .	42
3.2. Quel type de valeur ? . . . . .	45
3.3. Quel type de foule ? . . . . .	46
3.3.1. La communauté des « passionnés-compétents » (PC) . . . . .	46
3.3.2. La communauté des « compétents-passionnés » (CP) . . . . .	48
3.3.3. La communauté hybride . . . . .	49
3.4. Vers un business model adapté . . . . .	51
<b>Chapitre 4. Les formes du crowdsourcing</b> . . . . .	57
4.1. Crowdjobbing . . . . .	59
4.1.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	59
4.1.2. Pourquoi cela marche. . . . .	61
4.1.3. Les limites . . . . .	63
4.1.4. Le futur . . . . .	64
4.2. Crowdwisdom . . . . .	65
4.2.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	66
4.2.2. Pourquoi cela marche. . . . .	66
4.2.3. Les limites . . . . .	67
4.2.4. Le futur . . . . .	67
4.3. Crowdfunding . . . . .	68
4.3.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	68
4.3.2. Des exemples emblématiques. . . . .	70
4.3.3. Pourquoi cela marche. . . . .	73
4.3.4. Les limites . . . . .	77
4.3.5. Le futur . . . . .	78
4.4. Crowdsourcing et forecasting (C&F) . . . . .	79
4.4.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	80
4.4.2. Un exemple emblématique . . . . .	80
4.4.3. Pourquoi cela marche. . . . .	82
4.4.4. Les limites . . . . .	83
4.4.5. Le futur . . . . .	83
4.5. Crowdsourcing et innovation (C&I) . . . . .	84
4.5.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	84
4.5.1.1. La nature même de l'innovation appréhendée soit en termes de résultat, soit de processus . . . . .	85
4.5.1.2. Les principales classifications de l'innovation. . . . .	85
4.5.1.3. Le système de référence utilisé pour apprécier la nouveauté . . . . .	86

---

4.5.2. Pourquoi cela marche. . . . .	86
4.5.3. Les limites . . . . .	87
4.5.4. Le futur . . . . .	88
4.6. Crowdsourcing et authenticité (C&A) . . . . .	89
4.6.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	89
4.6.2. Pourquoi cela marche. . . . .	92
4.6.3. Les limites . . . . .	92
4.6.4. Le futur . . . . .	93
4.7. Crowdauditing . . . . .	94
4.7.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	95
4.7.2. Pourquoi cela marche. . . . .	96
4.7.3. Les limites . . . . .	97
4.7.4. Le futur . . . . .	98
4.8. Crowdcontrol. . . . .	99
4.8.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	99
4.8.2. Pourquoi cela marche. . . . .	100
4.8.3. Les limites . . . . .	100
4.8.4. Le futur . . . . .	101
4.9. Crowdcuration . . . . .	102
4.9.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	102
4.9.2. Un exemple emblématique . . . . .	103
4.9.3. Pourquoi cela marche. . . . .	104
4.9.4. Les limites . . . . .	105
4.9.5. Le futur . . . . .	105
4.10. Crowdcare. . . . .	106
4.10.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	106
4.10.2. Un exemple emblématique. . . . .	107
4.10.3. Pourquoi cela marche. . . . .	109
4.10.4. Les limites . . . . .	109
4.10.5. Le futur . . . . .	109
4.11. Crowdtesting . . . . .	110
4.11.1. Qu'est-ce que c'est ? . . . . .	110
4.11.2. Un exemple emblématique. . . . .	110
4.11.3. Pourquoi cela marche. . . . .	111
4.11.4. Les limites . . . . .	111
4.11.5. Le futur . . . . .	112
<b>Chapitre 5. Les dangers du crowdsourcing . . . . .</b>	<b>113</b>
5.1. L'éthique en question . . . . .	113
5.2. La bêtise des foules . . . . .	113

5.3. Le crowdsourcing au service de l'illégalité . . . . .	114
5.4. Le rôle potentiellement néfaste des faiseurs d'opinion . . . . .	114
<b>Chapitre 6. Le futur du crowdsourcing.</b> . . . . .	117
6.1. De la discontinuité... . . . . .	117
6.2. ... à la continuité dans le processus de crowdsourcing... . . . . .	118
<b>Conclusion. Une dernière réflexion</b> . . . . .	123
<b>Bibliographie</b> . . . . .	125
<b>Webographie</b> . . . . .	131
<b>Index</b> . . . . .	133