

LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES PLATEFORMES :

économie collaborative ou réorganisation des chaînes de valeur ?

Anne-Marie Nicot

Anact, chargée de mission - Département Études, Capitalisation, Prospective
am.nicot@anact.fr

Les plateformes « collaboratives » numériques (comme Uber, Airbnb, etc.) font régulièrement la une de l'actualité, en raison de la rapidité fulgurante de leur développement¹. En raison, aussi, des nombreux conflits et interrogations que leur développement suscite. Car le développement ultra-rapide de ces nouvelles formes d'opérateurs économiques s'appuie sur un modèle d'affaires qui se situe souvent à la limite des catégories habituellement en usages dans les raisonnements économiques et juridiques établis. Le débat est aujourd'hui ouvert entre, d'une part, ceux qui voient dans ces plateformes le modèle économique et social d'avenir pour l'ensemble des secteurs - modèle auquel il convient donc d'adapter l'ensemble du système juridique et réglementaire pour faciliter le développement de cette « nouvelle économie » - et, d'autre part, ceux qui s'interrogent sur la soutenabilité de ce modèle d'affaire pour les économies dans lesquelles il s'implante. Dans cet article, après avoir précisé la définition de ces plateformes « collaboratives », nous verrons que, si leur modèle d'affaire présente des caractères de nouveauté radicale, il ne s'inscrit pas moins dans la continuité d'évolutions antérieures, tant en ce qui concerne la réorganisation (mondiale) des chaînes de valeur, que la mobilisation de l'activité du client et le développement de marchés à plusieurs « faces ». La spécificité majeure du modèle d'affaire des plateformes réside surtout dans l'effet « réseau » qui les conduit à investir d'emblée des ressources importantes dans une croissance accélérée au niveau mondial. Les effets monopolistiques liés à cet effet réseau ne sont pas sans poser question, notamment quant à la soutenabilité d'un modèle qui renforce des tendances problématiques antérieures (polarisation sociale, effets sur la santé, notamment). Ce texte entend contribuer à une description réflexive et problématique des enjeux posés par le développement des plateformes aujourd'hui.

MOTS-CLÉS

plateformes,
modèles d'affaires,
coût de transaction,
réseaux,
soutenabilité,
chaîne de valeur,
économie collaborative.

— 1. LES PLATEFORMES « COLLABORATIVES » : UN TYPE D'ACTEUR NOUVEAU

Les plateformes « collaboratives » peuvent être définies comme des services électroniques exerçant une fonction d'intermédiaire. Leur caractéristique est de proposer des biens, des services ou des contenus à des clients qui sont produits, mis à disposition ou vendus par des contributeurs, qui peuvent être des professionnels ou de simples particuliers. Comme le précise l'IGAS (2016, p. 3), ces plateformes « (...) sont, au sein des plateformes digitales (...), celles qui s'inscrivent dans une relation d'intermédiation entre pairs ». Elles ne sont donc :

« (...) qu'une des catégories des plateformes digitales (...), comme les moteurs de recherche (Google, Yahoo ou Bing), qui sont des plateformes de référencement et non d'échanges, les réseaux sociaux (Facebook, Instagram ou Twitter), qui offrent à leurs utilisateurs des espaces d'expression ainsi que des canaux d'édition et de transmission de contenus, les répertoires audiovisuels dématérialisés (Spotify, Deezer ou Netflix) qui éditent de leur propre initiative des contenus, ou les mettent à disposition par des accords avec les producteurs de musique ou de cinéma et proposent aux consommateurs des playlists, les applications de communications comme Skype ou Whatsapp, (...) les plateformes de partage de vidéos comme Youtube, les systèmes de paiement comme PayPal » (ibid. p. 12).

Et, l'économie « collaborative » (également appelée « économie de partage » ou « économie de plateforme ») est le plus souvent décrite comme constituée par des transactions entre pairs - avec les plateformes dans le rôle de courtiers entre ceux-ci. Pour améliorer l'efficacité des transactions, la plateforme ne se limite pas à fournir une interface technique, elle organise et hiérarchise les contenus en vue de leur présentation et de la mise en relation des utilisateurs finaux. En effet, loin d'être de simples catalogues en ligne, les plateformes collaboratives animent des relations triangulaires entre les pairs (contributeurs et clients) et jouent donc un rôle de tiers de confiance. Car leur fonction d'intermédiation électronique s'appuie sur le développement d'un ensemble de services qui sécurisent les transactions entre utilisateurs (mise en visibilité, publicité, notation, sécurisation du paiement, assurance, garantie, etc.). Drahokoupil et Fabo (2016, p. 2) résumant assez bien les ingrédients du succès de ces nouveaux opérateurs :

« Premièrement, les plates-formes offrent un algorithme qui permet une correspondance efficace entre les fournisseurs (...) et les utilisateurs. Deuxièmement, la technologie réduit les coûts de transaction dans la mesure où les plates-formes peuvent également faciliter les micro-transactions. Troisièmement, les plates-formes fournissent des services pour réduire ou gérer les risques impliqués dans les transactions sur le marché² »,

notamment, dans ce dernier cas, au moyen des systèmes de notation, d'une part, et de sécurisation des paiements, d'autre part.

— 2. LA RÉORGANISATION DES CHAÎNES DE VALEUR ET LA POLARISATION DES EMPLOIS

Le développement des plateformes « collaboratives » s'inscrit dans la continuité des évolutions des entreprises observées depuis une trentaine d'années sur des aspects importants de leur modèle d'affaire (cf. Weil, 2014, p. 7 sq.). En effet, depuis la fin des années 1980, les grandes entreprises des pays développés ont entrepris un large mouvement de réorganisation des chaînes de valeur par l'externalisation et la délocalisation de leurs activités. Dans un premier temps, les entreprises se sont

séparées d'activités considérées comme périphériques dans leurs modèles d'affaire. Ce recentrage sur le « cœur de métier » concernait d'abord des champs d'activité limités. Au fil du temps, les tâches jugées périphériques au cœur de métier – maintenance, sécurité, etc. – sont devenues de plus en plus nombreuses. Et le processus s'est développé pour inclure des activités qui jusqu'alors faisaient partie du métier de ces entreprises.

Ce recentrage continu des entreprises sur les activités les plus lucratives (et le développement de la sous-traitance qui l'accompagne) se traduit donc par le remplacement de la relation salariale par la relation marchande.

Les technologies de l'information et de la communication ont facilité cette transformation cachée du travail. Car ces technologies permettent aux entreprises leaders de promulguer et d'appliquer des normes de produits et de qualité essentielles à leurs stratégies commerciales. C'est ce qui leur permet de maintenir la réputation de leurs biens et services et de conserver un niveau de prix élevé auprès de la clientèle fidèle à leur marque.

Les entreprises sous-traitantes, quant à elles, se retrouvent confrontées à des pressions pour réduire les coûts afin d'obtenir le marché. Étant donné que l'activité sous-traitée nécessite souvent beaucoup de main-d'œuvre, la pression pour réduire le coût du travail est importante. Il en résulte une première tendance à la polarisation des emplois, avec des métiers plus qualifiés, plus autonomes, mieux rémunérés chez les donneurs d'ordres alors que les sous-traitants, dans la quête continue d'une baisse des coûts, tendent à choisir des modes d'organisation plus « tayloriens » (avec des postes moins qualifiés, des tâches plus répétitives, moins d'autonomie et d'occasion de développer ses compétences) et des relations d'emploi plus précaires (pour « ajuster » la main-d'œuvre aux variations de l'activité). De ce point de vue, la tendance des plateformes « collaboratives » à concentrer sur elles-mêmes la majeure partie du pouvoir et de la richesse produits tout au long de la chaîne de valeur, « en privant ainsi toutes les autres entreprises de la capacité d'investir, d'innover et de fournir des salaires et des conditions de travail correctes » (Degryse, 2016, p. 41) n'est qu'une prolongation et une accentuation des tendances antérieures observées dans l'ensemble des entreprises.

Et d'ailleurs, bien avant l'avènement des plateformes collaboratives, le travail ne s'effectuait plus uniquement dans le cadre de la relation d'emploi classique fondée sur le lien de subordination entre un employeur et un salarié. Des brouillages complexes de frontières sont apparus entre industrie et service, entre salariat et travail indépendant, entre travail rémunéré et travail gratuit et bénévole, entre travail et temps personnel.

Un document de travail de la Commission européenne (2016, p. 40-41) note ainsi que l'augmentation du pourcentage de travailleurs indépendants et de salariés cumulant plusieurs emplois a commencé avant le début de l'économie collaborative et correspond donc à des changements à plus long terme du marché de l'emploi dans l'UE. L'émergence des nouvelles formes de travail numérisé s'inscrit ainsi dans une tendance plus large à la déréglementation du travail, la diffusion généralisée du travail non standard et à la polarisation de l'emploi, par l'élimination des emplois de niveau intermédiaire standard. Pour l'OIT (De Stefano, 2016, p. 6) :

« La flexibilité extrême, le transfert des risques sur les travailleurs et l'instabilité des revenus sont depuis longtemps devenus une réalité pour une partie de la main-d'œuvre sur les marchés du travail actuels, qui va bien au-delà des personnes employées dans le travail pour des plateformes. On peut en effet affirmer que [le travail pour des plates-formes] fait partie d'une tendance beaucoup plus vaste à la précarisation du travail. »

D'ailleurs, le travail pour les plateformes est l'une des neuf formes de travail atypiques identifiées par Eurofound (2015, p. 107), à côté du travail occasionnel (comme le contrat « zéro heure » au Royaume-Uni) ou du travail basé sur des chèques (type « chèque emploi service » en France), par exemple. C'est pourquoi l'administration américaine (sous la présidence Obama) se refusait à faire des plateformes en ligne un cas particulier, dans le souci de ne pas détourner l'attention de ce qui constituait son cœur de cible, c'est-à-dire les conséquences de l'externalisation par les entreprises d'une part croissante de leurs activités, notamment par la transformation de relations de travail salarié existantes en relations de prestation de services (cf. IGAS, 2016, p. 56).

— 3. LES COÛTS DE TRANSACTION : LE RÔLE CENTRAL DES NOTATIONS PAR LES CLIENTS

Dans ces processus de réorganisation des chaînes de valeur, la maîtrise de l'incertitude liée à la bonne exécution du contrat est une question stratégique, quel que soit le type d'entreprise (plateforme ou entreprise « classique »). Elle se formule cependant dans des termes nouveaux avec les plateformes, car celles-ci ne sont plus qu'un intermédiaire entre le client et le prestataire de service et ne prennent donc pas directement le risque lié à une mauvaise réalisation du service³. Il n'en reste pas moins que leur développement repose sur leur capacité à fournir des outils qui permettent de sécuriser au mieux la transaction pour chacune des parties (bonne exécution du service et du paiement, en particulier). C'est d'ailleurs sans doute l'une des raisons majeures du succès des plateformes « collaboratives » : un nombre croissant de personnes laissent des étrangers dormir dans leurs lits et conduire leurs voitures ou garder leurs enfants – autant d'activités qu'ils n'auraient auparavant confiées qu'à des personnes qu'ils connaissaient, comme des voisins ou des amis. La capacité à établir une relation de confiance, à grande échelle, entre des personnes qui ne se connaissent pas (à une échelle mondiale parfois) est un élément déterminant du modèle d'affaire des plateformes. Elles s'appuient pour cela sur les outils de notation et de construction de réputation en ligne – qui ne sont pas sans poser de réelles questions, comme nous le verrons plus loin, quant à la situation des travailleurs prestataires des plateformes.

De ce fait, les notations et commentaires postés par les clients sur la plateforme constituent un actif stratégique pour celle-ci. La mobilisation de l'activité du client dans la production du service, si elle n'est pas nouvelle⁴, prend ici une nouvelle forme :

« L'acte de chaque travailleur [est] constamment tracé, surveillé et évalué à « la lumière crue de la satisfaction du client » car le pouvoir de supervision - une prérogative traditionnellement réservée à l'encadrement - est partiellement délégué aux utilisateurs » (Aloisi, 2016, p. 662).

Comme le fait observer Antonio Casilli (2015, p. 2 sq.), ce type de travail combine un haut degré d'exploitation (la valeur produite à partir de ces interactions numériques est très élevée) et un faible degré d'aliénation, car l'extraction de valeur se fonde sur les mêmes technologies sociales qui entretiennent le lien personnel entre l'usager-travailleur et sa communauté : les utilisateurs des plateformes n'ont pas le sentiment de « travailler » quand ils notent un chauffeur ou un hébergement sur le site d'une plateforme, par exemple. Ils ont au contraire une relation d'autant plus positive à la plateforme que celle-ci se présente souvent sous l'apparence d'un service gratuit et de grande qualité pour ses utilisateurs.

— 4. « GRATUITÉ », EFFETS RÉSEAU ET TENDANCES MONOPOLISTIQUES

Cet effort massif sur « l'expérience utilisateur » (service de grande qualité, gratuit ou à prix cassé) est une caractéristique distinctive du modèle d'affaires des plateformes. Il est sous-tendu par leur capacité à valoriser les échanges qui se déploient sur leurs sites en développant un marché à plusieurs « faces » (clients, fournisseurs, annonceurs). Alors que les entreprises classiques font leur marge sur la différence entre le prix de vente au client et le coût de revient du produit ou service rendu, les plateformes peuvent choisir de fournir gratuitement leurs services aux clients parce qu'elles se rémunèrent sur d'autres « faces » (sous-segments de clientèle, fournisseurs du service, annonceurs achetant les données ou les espaces publicitaires, etc.).

Ce modèle d'affaire s'est développé initialement dans les médias, qui se financent en partie sur la vente d'espaces publicitaires (dont la valeur est fonction du nombre de lecteurs, auditeurs ou spectateurs). Comme le précise l'IGAS (2016, p. 18) :

« La rémunération des plateformes passe généralement par plusieurs outils : la collecte de revenus publicitaires, la vente d'abonnements comme sur GuestToGuest, le prélèvement d'une commission pour frais de service (entre 5 % et 30 %) sur le montant de la transaction comme sur Blablacar, La Ruche Qui Dit Oui, Booking, la revente de données personnelles comme sur Couchsurfing, voire une combinaison de ces modalités. »

Investir sur une face du marché génère des effets d'entraînement sur les autres faces. Car la pratique de la « gratuité » est très liée à une autre spécificité de l'économie numérique que sont les effets de réseau : pour un consommateur, il sera d'autant plus intéressant d'utiliser une plateforme de VTC que le délai d'attente sera court à raison du nombre d'autant plus élevé de chauffeurs connectés⁵ ; en retour, plus le nombre de consommateurs utilisant une plateforme de mobilité est élevé, plus un chauffeur aura intérêt à se connecter à l'application pour trouver rapidement un client. La même chose est vraie pour les sites de covoiturage, de réservation hôtelière⁶, etc. Le service fourni gratuitement au client favorise sa diffusion massive et installe la plateforme. Et l'effet de réseau permet à la plateforme de devenir un intermédiaire incontournable (voire monopolistique) pour les différentes « faces » de son marché.

Ce modèle économique particulier amène les entreprises de l'économie numérique à faire des levées de fonds massives alors que leurs investissements en « capital de production » est très faible par rapport à une entreprise classique⁷ : il leur faut se développer rapidement (et d'emblée à une échelle internationale) en jouant sur les différentes faces de leur marché sans chercher la rentabilité - mais la croissance. Car, quand le marché arrive à maturité (comme c'est actuellement le cas, par exemple, pour les moteurs de recherche ou les réseaux sociaux), il reste un ou deux acteurs qui se partagent l'essentiel du marché et les autres disparaissent : « le gagnant emporte tout ».

C'est à ce moment-là que ces entreprises deviennent très rentables et acquièrent la puissance financière pour racheter, dans l'écosystème numérique, toutes les start-ups susceptibles d'améliorer ou compléter leurs propres services (Instagram et Whatsapp rachetés par Facebook, Youtube, Waze, etc. rachetés par Google, etc.). Cette puissance financière (combinée à l'internationalisation) permet à ces entreprises de développer une stratégie du fait accompli pour faire pression sur les réglementations (donc, de fait, d'agir aux marges de la légalité) comme, par exemple, quand Google numérise

des livres sans l'accord des auteurs et des éditeurs. Ces possibilités sont offertes par une technologie qui évolue plus vite que la réglementation :

« Ces plateformes numériques se sont, d'une certaine manière, développées « de façon sauvage », du moins d'un point de vue juridique : entrer d'abord sur un marché, profiter de sa position dominante, exercer un contrôle important sur les travailleurs, en évitant les réglementations, et seulement ensuite négocier une mise en conformité » (Aloisi, 2016, p. 686).

Ce ne sont donc pas seulement les acteurs économiques « traditionnels » d'un secteur qui sont « disruptés » par l'arrivée des nouveaux acteurs du numérique. Ce sont les règles mêmes de fonctionnement des marchés. D'autant plus que les plateformes utilisent aussi toutes les ressources qui leur sont accessibles pour maximiser leurs gains, qu'il s'agisse des ambiguïtés de leur statut « d'intermédiaire »⁸ ou de leur caractère à la fois ubiquitaire et complètement délocalisé. En effet, comme ces entreprises opèrent principalement ou exclusivement sur le Web, elles n'ont pratiquement aucun salarié dans un lieu physique donné. Et il devient très difficile pour les autorités fiscales d'allouer des bénéfices à une juridiction nationale spécifique. Dans l'hypothèse où le travail sur plateforme se propagerait aussi rapidement qu'annoncé, de nombreux acteurs s'interrogent donc sur :

« (...) les implications à long terme d'une situation dans laquelle un pourcentage du coût de chaque transaction se retrouve dans les coffres d'une entreprise qui peut être basée sur un autre continent, et dont il est très peu probable qu'elle contribue au coût de l'éducation, de la santé, du logement, de la garde d'enfants, de la retraite ou des infrastructures de la région où vivent ceux qui travaillent pour elle » (Huws, 2016, p. 27).

Alors que les nouvelles opportunités d'emploi et de revenus offertes à ceux qui ont du mal à s'insérer sur le marché du travail « traditionnel » constituent souvent un argument en faveur du développement des plateformes « collaboratives », les interrogations sur la qualité de ces « nouvelles opportunités » demeurent.

— 5. PRIMAUTÉ DES REVENUS DU CAPITAL

Il existe aujourd'hui très peu de données statistiques publiques sur les personnes travaillant pour les plateformes (combien sont-elles, quelles sont leurs quotités de travail, leurs revenus, etc.). Cependant, les premiers éléments chiffrés disponibles donnent plutôt à voir un renforcement des inégalités :

« Aux Etats-Unis, les personnes qui gagnent des revenus plus élevés à titre principal sont aussi celles qui ont des revenus accessoires plus élevés sur les plateformes collaboratives, alors que celles qui ont des revenus faibles à titre principal sont également celles qui tirent de moindres revenus des plateformes » (IGAS, 2016, p. 74).

Cela tient notamment au fait que, sur les plateformes, les revenus du travail sont plutôt faibles comparés aux revenus du capital (location de logements sur de courtes durées, par exemple). Les plateformes permettent, en fait, aux personnes qui ont un capital d'en augmenter l'utilité marginale :

« Sous l'apparence trompeuse de l'économie des fonctionnalités – modèle dans lequel ne sont plus vendus des objets mais des services –, le capitalisme de plate-forme accentue en réalité le fossé entre propriétaires et non propriétaires. D'un point de vue théorique, cette accentuation devrait être particulièrement marquée dans des secteurs économiques concernés par la rente – dans lesquels, ce ne sont pas tant les coûts de production que la rareté qui détermine la valeur d'échange » (Szoc, 2015, p. 6) – comme, par exemple, l'immobilier dans les grandes villes.

— 6. LES AVANTAGES DE L'INDÉPENDANCE ?

D'autres avantages du travail pour les plateformes semblent aussi peu vérifiés dans les faits, comme, par exemple, les flexibilités offertes par ce type de travail (possibilité de choisir quand, où et sur quoi on veut travailler). En effet, dès lors que les travailleurs des plateformes en attendent autre chose qu'un revenu accessoire, ils deviennent dépendants de la demande : c'est d'abord celle-ci qui détermine ce qu'ils auront à faire et quand. D'ailleurs, certaines plateformes (comme Uber) modulent les tarifs pour inciter leurs contributeurs à travailler là où la demande est la plus forte.

Si les plateformes ont décidé de classer les travailleurs comme entrepreneurs indépendants, c'est d'abord pour se dégager des principales obligations de la relation d'emploi, comme le salaire minimum ou les heures supplémentaires, la sécurité sociale ou la sécurité d'un environnement de travail sain et sécurisé. En conséquence, ce sont les travailleurs des plateformes qui supportent l'ensemble des coûts (outils de travail, formation, charges sociales, etc.) et des risques (variation de l'activité et des revenus, refus de payer ou défaillance des clients, accident ou maladie, etc.). Or, cette indépendance est toute relative car les travailleurs des plateformes ne sont pas toujours en mesure de négocier leurs prix : ceux-ci peuvent être fixés par les demandeurs ou par l'algorithme de la plateforme.

Les problématiques de conditions de travail et d'emploi sont assez bien illustrées par le conflit qui a opposé les chauffeurs de VTC à Uber en France fin 2016. Le médiateur désigné dans ce cadre constate ainsi que pour dégager un revenu net de 1700 euros par mois, un chauffeur doit remplir un certain nombre de conditions :

« (...) dont la réalisation est loin d'être générale. Des situations d'impasse financière sont fréquentes, avec le cortège de drames humains qu'elles entraînent. Reste qu'un équilibre économique, assurément modeste, est accessible (...). Les conditions impératives pour y parvenir sont les suivantes : avoir une durée d'activité particulièrement longue, avec 40 h d'activité hebdomadaire, l'équilibre financier est inaccessible. C'est de 60h dont il s'agit ici. (...) N'être ni malade ni accidenté car dans ces deux cas les charges (hors carburant) continuent de courir alors que la perte de revenus n'est pas compensée (...). Soit ne pas prendre de congés annuels, soit le faire en épargnant une partie du revenu mensuel lequel, dès lors, est amputé d'autant. (...) Avoir une pratique professionnelle (...) visant à optimiser les recettes : choisir plutôt le début de matinée, les heures de tarification majorée (...) »⁹ (Rapport 2017, p. 10-11).

L'utilisation d'un algorithme de tarification opaque par les plateformes¹⁰ les plus récentes (comme Uber, par exemple) pose aussi des questions spécifiques. Un certain nombre de travaux sur ces algorithmes :

« (...) montrent le fonctionnement d'un ensemble d'instruments de surveillance qui remplacent l'encadrement direct et créent des asymétries de puissance entre la plateforme et les conducteurs. Les piliers de ce système sont : les algorithmes d'affectation, les algorithmes de prix de période de pointe et l'évaluation semi-automatisée (qui combine le taux d'acceptation des conducteurs et les notes reçues par les passagers). Ceux-ci correspondent à trois aspects typiques de la gestion des ressources humaines : répartition du travail (affectation des passagers et planification prédictive), information (tarification dynamique des périodes de pointe) et évaluation. » (Codagnone, Abadie et Biagi, 2016, p. 38).

L'effet combiné de ces algorithmes est d'ailleurs que les conducteurs, bien que bénéficiant, en principe, de flexibilité lorsqu'ils activent l'application, sont indirectement poussés à travailler à des moments spécifiques pour gagner plus de revenus. Plus largement, le droit que s'est arrogé Uber de contrôler et de modifier unilatéralement le prix des courses et la commission qu'il prend sur celles-ci, lui donne un contrôle disproportionné sur la rémunération de ses chauffeurs¹¹.

— 7. DE NOUVEAUX TYPES DE RISQUES PSYCHOSOCIAUX ?

Une étude du parlement européen (2016, p. 15) en vient ainsi à constater que « le travail sur les plateformes a créé des risques psychosociaux inconnus à ce jour et qui sont fortement liés à leur philosophie de service à *la demande* et leurs systèmes de notation/réputation ». Les principaux risques identifiés sont : la précarité (l'absence de visibilité, même d'une heure à l'autre, sur le fait de savoir s'il y aura du travail à faire, ce qu'il demandera et combien il paiera), la pression continue pour être aimables, efficaces et serviables (une mauvaise évaluation d'un client, même injustifiée, peut faire perdre des revenus, voire son travail¹²), la nécessité de se rendre disponible très rapidement pour obtenir un travail (et parfois, constater que, s'ils tardent à répondre, le travail a déjà été donné à quelqu'un d'autre).

Ainsi, contrairement à ce qui est parfois annoncé, le remplacement de la relation salariale (avec le lien de subordination qu'elle implique) par une relation marchande ne se traduit pas nécessairement par une amélioration du statut des travailleurs. Comme le précise C. Degryse (2016, p. 37), les plateformes « collaboratives » :

« (...) développent actuellement un marché de l'emploi parallèle ultra-flexible, une forme α -contractuelle d'emploi. Dans cette forme d'emploi, n'existent plus ni contrat de travail, ni normes salariales, ni aucune réglementation en termes de temps de travail, d'horaires, de lieux de travail, de formation, d'accès aux organisations syndicales, à l'action collective. Le travailleur (...) se débrouille, avec un statut d'indépendant, pour sa propre protection sociale (chômage, pension, maladie professionnelle), la protection de sa santé et de sa sécurité au travail. (...) Si, pour une raison ou pour une autre, le partenaire ne convient plus, les gestionnaires de la plateforme désactiveront son compte, sans autre forme de procès ».

CONCLUSION

Au vu de ces éléments, les termes « plateformes collaboratives » ou « économie du partage » semblent assez mal décrire ces nouveaux acteurs et leur modèle économique et social :

« Le partage est une forme d'échange social qui a lieu entre des personnes qui se connaissent, sans aucun profit. (...) Lorsque le « partage » passe par la médiation du marché – lorsqu'une entreprise devient un intermédiaire entre des consommateurs qui ne se connaissent pas – il ne s'agit plus du tout d'un partage. (...) C'est un échange économique et les consommateurs sont à la recherche d'une valeur utilitaire et non d'une valeur sociale » (Eckhardt et Bardhi, 2015, p. 2-3).

La valeur principale de cette « nouvelle économie » réside dans le potentiel pour les entreprises et les particuliers d'accéder plus facilement aux travailleurs, aux biens et aux services exactement

lorsqu'ils sont nécessaires et à des coûts de transaction faibles. De manière marginale, cette baisse des coûts de transaction peut permettre aux plateformes de s'étendre à des sphères relevant antérieurement de l'économie informelle ou de relations non commerciales. Et, si la gratuité¹³ des services offerts par les plateformes a quelque peu brouillé les repères pour les consommateurs, il n'en reste pas moins que le profit est au cœur même du fonctionnement des grandes plateformes (d'Uber à la Ruche Qui Dit Oui, par exemple).

Il n'est donc pas étonnant que les réflexions et actions pour réglementer ce secteur se multiplient, que ce soit au niveau local (villes), national ou international (Union européenne). Car, comme le note l'OIT :

« (...) à l'heure actuelle, les plateformes ne sont pas réglementées par les gouvernements, mais cela ne signifie pas qu'elles ne sont pas réglementées ou que c'est un échange gratuit de services entre des parties indépendantes. En fait, les plateformes régissent le marché » (Berg, 2016, p. 18).

¹ Par exemple, en 2017, Airbnb (créé en 2008) recense 3 millions de logements répartis dans 65 000 villes à travers plus de 190 pays. La plateforme revendique 150 millions d'utilisateurs. Son chiffre d'affaires en 2016 est de 1,6 milliards de dollars (en hausse de 80 % sur un an). La part de marché de la plateforme se situe ainsi à la hauteur des cinq premières entreprises d'hôtellerie mondiale, alors qu'elle ne possède aucun hôtel et n'emploie qu'un nombre très limité de salariés.

² Les traductions sont d'A.-M. Nicot.

³ Les Conditions Générales d'Utilisation des plateformes sont souvent très explicites sur les limites de leurs responsabilités.

⁴ Le libre-service s'est généralisé dans le commerce au cours des années 1960-70, puis dans de nouvelles activités comme la banque, le transport, etc.

⁵ Comme le précise le médiateur du conflit entre les chauffeurs et Uber, « le lancement de l'activité (de la plateforme) implique un flux très élevé de nouveaux chauffeurs qui sont attirés par des promesses alléchantes : belle berline, statut envié, revenus élevés... Promesses qui ne dureront qu'un temps (...) Une telle stratégie présente le risque, après les pertes initiales consenties par les financeurs, de placer les chauffeurs en variable d'ajustement de l'équilibre d'ensemble du système. Car, pour maintenir ses positions de marché, la plateforme doit en permanence chercher à obtenir plus de chauffeurs – et à leur allouer moins (...) » (Rapport 2017, p. 25).

⁶ Cet « effet superstar » est assez bien illustré par la croissance d'Airbnb, par exemple, qui passe d'un million de réservations en février 2011 (trois ans après sa création) à cinq millions en janvier 2012 et dix millions en juin 2012.

⁷ Booking ou Airbnb n'ont aucun hôtel, Uber n'a pas de véhicule, etc.

⁸ Cette position d'intermédiaire leur permet de s'exonérer non seulement de coûts directs élevés, mais aussi des réglementations sectorielles, qui s'appliquent aux acteurs traditionnels.

⁹ La fragilité du modèle économique des chauffeurs de VTC est telle que le médiateur envisage même que l'État ait à intervenir au « nom de l'ordre public social » pour imposer un « barème horokilométrique minimal » dans le cas où les mesures de traitement individuel de difficultés proposées par la plateforme ne suffiraient pas (Rapport 2017, p. 14).

¹⁰ Par opposition aux plateformes qui fonctionnent comme des marchés ouverts, où l'offre de biens et/ou service est transparente et les prix sont fixés par les contributeurs (par exemple, Ebay ou Airbnb).

¹¹ Le médiateur des VTC indique d'ailleurs « qu'il reste à établir la conformité des pratiques unilatérales des plateformes avec les règles légales du code de commerce relatives à l'interdiction de relations contractuelles commerciales déséquilibrées » (Rapport 2017, p. 7).

¹² Le compte d'un chauffeur Uber peut être désactivé s'il reçoit des notes trop faibles. Rapport (2017, p. 7) mentionne cette pratique comme une source majeure d'anxiété (et de ressentiment) chez les chauffeurs, qui en parlent comme d'un « pouvoir de vie et de mort dont dispose Uber et les autres plateformes à leur égard ».

¹³ Gratuité apparente car, comme nous l'avons vu, l'activité des clients sur les plateformes constitue un actif stratégique pour celles-ci.

Bibliographie

- Aloisi, A. (2016)**, « Commoditized Workers : Case Study Research on Labour Law Issues Arising from a Set of « on-Demand/ Gig Economy » Platforms », in *Comparative Labor Law & Policy Journal*, vol. 37, n° 3.
- Berg J. (2016)**, *Income Security in the on-Demand Economy : Findings and Policy Lessons from a Survey of Crowdworkers*, ILO, Geneva.
- Casilli A. (2015)**, *Le digital labor est conçu pour ne pas avoir l'apparence d'un travail*, <http://jefklak.org/?p=1467>.
- Codagnone C., Abadie F. et Biagi F. (2016)**, *The Future of Work in the « Sharing Economy », Market Efficiency and Equitable Opportunities or Unfair Precarisation?*, JRC Science for Policy Report
- Commission européenne, (2016)**, *Commission staff working document Accompanying the document « Communication from the commission to the European parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of regions : A European agenda for the collaborative economy »* [COM(2016) 356 final], Bruxelles.
- Conseil National du Numérique (2016)**, *Travail, emploi, numérique – les nouvelles trajectoires*, rapport, janvier.
- Degryse C. (2016)**, *Impacts sociaux de la digitalisation de l'économie*, ETUI, Working Paper 2016.02, Bruxelles.
- De Stefano V. (2016)**, *The rise of the « just-in-time workforce » : On-demand work, crowdwork and labour protection in the « gig-economy »*, ILO, Geneva.
- Drahokoupil J. et Fabo B. (2016)**, « The platform economy and the disruption of the employment relationship », in *ETUI Policy Brief*, n° 5, Bruxelles
- Eckhardt G.M. et Bardhi F. (2015)**, « The Sharing Economy isn't about Sharing at all », in *Harvard Business Review*, 28 janvier.
- Eurofound (2015)**, *New forms of employment*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Huws U. (2016)**, « Platform Labour : Sharing Economy or Virtual Wild West ? », in *Journal for a Progressive Economy*, January, p. 24-27.
- Inspection Générale des Affaires Sociales (2016)**, *Les plateformes collaboratives, l'emploi et la protection sociale*, rapport, mai.
- Maselli I., Lenaerts K. et Beblavý M. (2016)**, « Five Things we Need to Know about the On-Demand Economy », in *CEPS Essay*, n° 21/8 January.
- Parlement européen (2016)**, *The Situation of Workers in the Collaborative Economy*, In-depth-analysis, october.
- Rapport J. (2017)**, *Médiation VTC, Conclusion du médiateur*, janvier, <http://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/sites/default/files/Rapport%20du%20m%C3%A9diateur%20Jacques%20Rapport%2008022017.pdf>
- Szoc E. (2015)**, *Du partage à l'enchère : les infortunes de la « Sharing Economy »*, http://www.selfcity.be/uploads/3/8/5/1/38514543/sharingecon_szoc.pdf.
- Weil D. (2014)**, *The Fissured Workplaces – why Work Became so Bad for so Many and What Can be Done to Improve it*, Harvard, University Press, Cambridge, MA.