

# JUSQU'OU L'UBERISATION VA-T-ELLE ALLER ?

De meilleurs services pour un prix plus bas... la révolution des applis est une aubaine pour les consommateurs. Mais elle risque d'accroître le chômage et la précarité. Voici à quoi nous devons nous attendre.

**A**voir son siège parisien, un simple appartement de 200 mètres carrés perché au-dessus d'un vendeur de scooters dans le quartier du Sentier, on imagine mal que Creads puisse faire trembler les empereurs de la publicité. «En France, Publicis et Havas se partagent le gâteau depuis trop longtemps. Il faut les bousculer!», plastronne pourtant Julien Mechin, le cofondateur de cette start-up de 40 salariés. Le secret de ce Robespierre 2.0 pour décapiter les multinationales? Quand les agences paient des milliers de créatifs, lui n'en salarie aucun. Il a simplement constitué un réseau de 50 000 travailleurs indépendants, que les annonceurs (Citroën, La Poste...) peuvent mettre en compétition en quelques clics et à moindres frais. «Seuls les dix meilleurs projets sont rétribués et nous conservons la moitié des gains», précise le patron. Au printemps dernier, 175 membres de sa communauté ont planché sur le nom d'une carte de crédit pour la Société générale. Premier prix pour la gagnante? 200 euros. Un bel exemple d'uberisation.

**UBERISATION? CE NÉOLOGISME À LA MODE** cache un tsunami économique. Grâce à la démocratisation du haut débit, des smartphones et de la géolocalisation, des petits malins lancent partout de nouvelles plateformes en ligne, le plus souvent des applications, qui mettent en relation des travailleurs free-lance et leurs clients sans passer par les intermédiaires classiques. Ces croqueurs de capitaines d'industrie se rémunèrent généralement à la commission. Leurs modèles?

Airbnb, l'hôtelier sans hôtels devenu premier logeur mondial (1,5 million de chambres), et, bien sûr, Uber, l'application qui a bouleversé le secteur ultraréglementé des taxis sans salarier aucun chauffeur et que les investisseurs valorisent désormais autant que General Motors : 51 milliards de dollars. Nombreuses sont les start-up qui rêvent de faire aussi bien! «Dans un tiers des demandes d'investissement que je reçois, le business model est basé sur de l'uberisation», témoigne le serial investisseur Marc Simoncini, jadis créateur du site de rencontres Meetic. Transport, logistique, tourisme, services à la personne, restauration, banque et même industrie du sexe... Cette nouvelle forme d'activité est en train de gagner du terrain de façon fulgurante dans presque tous les secteurs. Selon les experts du cabinet Deloitte, qui la qualifie d'«économie à la demande», elle devrait peser 100 milliards de dollars d'ici trois ans. Certes, son chemin n'est pas tracé d'avance, car la vieille économie fait tout pour se défendre contre l'envahisseur. Uber et ses chauffeurs, par exemple, affrontent depuis des mois sur tous les continents des caillassages, des grèves et des procès, comme celui qui s'est tenu le mois dernier en Californie. Mais ces escarmouches d'arrière-garde ne pourront que ralentir le mouvement irrémédiablement engagé. «Bientôt, tous les intermédiaires sans valeur seront balayés», confie Stanislas de Bentzmann, le président de CroissancePlus. Faut-il s'en plaindre ou s'en réjouir?

Tout dépend de quel côté l'on se place! Du point de vue du consommateur, l'uberisation est incontestablement une aubaine. D'abord parce que la technologie qu'elle met en branle permet d'améliorer les services. Grâce au système de notes et d'appréciations mis en place sur la plupart des plateformes, par exemple, l'évaluation des services rendus est permanente, et ce



### TAXIS

#### A PARIS, UBER A DÉJÀ DYNAMITÉ LE MARCHÉ

En quelques mois, Uber, Lecab ou Heetch ont ringardisé les taxis de la capitale. Ils y exploitent plus de 4 000 véhicules.

##### ► Gain pour le consommateur

Sourire, bouteille d'eau, voiture impeccable, tarif connu à l'avance, moindre attente, géolocalisation du véhicule qui vient vous chercher... Les nouveaux services n'ont que des avantages. Le prix, lui, peut être inférieur ou supérieur, selon la demande.

##### ► Conséquences sociales

Comme Uber n'a pas de plaque à payer pour ses véhicules, la profession dénonce une concurrence déloyale. Le service Uberpop (n'importe qui peut s'improviser chauffeur avec sa propre voiture) a, quant à lui, été interdit.



### SEXE

#### TOUJOURS LE PEEP-SHOW... MAIS À DOMICILE!

Terminé les clubs douteux où l'on entre en rasant les murs. Désormais, les amateurs de strip-tease peuvent voir les shows proposés en direct par des pros ou des madames Tout-le-Monde sur leur écran, via des sites spécialisés.

##### ► Gain pour le consommateur

Plus confortable, plus propre, plus discret, le système a deux défauts. Les effeuilleuses en ligne n'apparaissent pas en chair et en os. Et, à 4 euros la minute, la note peut monter très vite.

##### ► Conséquences sociales

Étudiantes ou ménagères pas farouches peuvent gagner 250 euros de l'heure. Mais les sites masquent souvent des usines à call-girls en Europe de l'Est, où les filles sont sordidement exploitées.



### CRÉDITS

#### PLUS BESOIN DE BANQUE POUR EMPRUNTER

De nouvelles plates-formes, comme Unilend ou Pret-dunion, mettent en relation particuliers ou PME qui veulent emprunter avec ceux qui peuvent prêter.

##### ► Gain pour le consommateur

Tout le monde est gagnant. Les prêteurs empochent des intérêts souvent supérieurs au marché. Les emprunteurs, eux, se financent plus vite et plus facilement, sans avoir à fournir beaucoup de garanties. Les mécanismes de crowdfunding (dons) peuvent aussi prendre le relais lorsque les banques refusent les projets.

##### ► Conséquences sociales

Toutes les activités bancaires traditionnelles sont remises en question. A terme, des milliers d'emplois pourraient être menacés.



### LIVRAISONS

#### N'IMPORTE QUI PEUT S'IMPROVISER COURSIER

Un repas à se faire livrer? Un colis à déposer? Avec Deliveroo ou Toktoktok, plus besoin de coursiers professionnels. Ce sont des particuliers qui font le boulot.

##### ► Gain pour le consommateur

Plus de souplesse, plus de rapidité (32 minutes en moyenne pour Deliveroo), une facture plus faible et la possibilité de suivre son colis par GPS: ces nouvelles applis sont tout bénéfice pour le client. Et comme les porteurs sont notés, ils travaillent bien!

##### ► Conséquences sociales

Ce service va permettre à des milliers d'étudiants, de chômeurs ou de précaires de gagner jusqu'à 25 euros de l'heure. Par contre, il risque de fragiliser des centaines de sociétés de coursiers.

système vertueux suffit à écarter sans délai les mauvais. Vous aviez l'intention de mettre en location sur Drivy l'épave qui dort dans votre garage? Vous feriez bien de renoncer! Chez le leader français de la location de voitures entre particuliers, tous les véhicules sont systématiquement notés sur un barème d'une à cinq étoiles. Et leurs propriétaires évalués à la rubrique commentaire. «Loueur disponible, arrangeant, réactif... Je le recommande vivement», indique par exemple Julie, à propos de Gaël C., le particulier qui lui a loué un fourgon Renault Master à Saint-Maur-des-Fossés (94). Sur le site de Drivy, au design bien plus intuitif que ceux d'Avis ou de Hertz, même le temps de

réponse moyen du loueur est répertorié. Gare à ceux qui mettent plus de trois heures à rappeler les clients...

**DEUXIÈME AVANTAGE: LE PRIX.** «Nos membres paient en moyenne 6 centimes par kilomètre», se félicite Frédéric Mazzella, le P-DG de BlaBlaCar, le leader européen du covoiturage. Imbattable! Certes, les tarifs des applis ne sont pas toujours plus compétitifs que ceux pratiqués par les acteurs classiques, mais ils ont le mérite d'être quasiment toujours fixés à l'avance, ce qui limite les mauvaises surprises. Terminé l'arnaque du plombier qui, sous prétexte qu'on l'a appelé en urgence pour une affaire de fuite d'eau sans prendre le

## “Chacun va pouvoir devenir son propre patron, le rêve de Marx!”

→ temps d'exiger un devis, en profite pour dévaliser votre portefeuille! Sur HelloCasa, une application 100% tricolore qui met directement en réseau clients et professionnels, toutes les prestations – plomberie, peinture, électricité, bricolage, jardinage – sont réglées d'avance et au forfait (à partir de 69 euros le déplacement à Paris, un quart de cette somme revenant à la start-up). Même principe chez Popmyday, une jeune pousse fondée par deux anciens d'HEC, qui propose des soins à domicile (coiffure, manucure, maquillage, etc.) sept jours sur sept, de 7 heures à 22 heures.

Les consommateurs bénéficient aussi des avantages de la géolocalisation, présente sur une bonne partie des applications. Sans elle, Deliveroo n'aurait jamais pu voir le jour. Cette pépite britannique a constitué un réseau de 1 200 coursiers indépendants (autoentrepreneurs, étudiants, sans-emploi) pour proposer aux restaurants qui ne disposent pas d'un service de livraison de servir leurs clients à domicile à leur place. D'un simple coup d'œil sur son smartphone, le citoyen affamé peut connaître en temps réel la position géographique du livreur et la distance qu'il lui reste à parcourir. De son côté, le restaurateur, qui a accès aux mêmes données, peut surveiller que la commande est bien arrivée à destination avant qu'elle ne refroidisse. Idem chez Uber, Lecab ou Chauffeur-privé : le voyageur pressé voit s'afficher en temps réel l'emplacement des berlines les plus proches et le temps qu'on mettra à venir le chercher, sans déboursier un centime de plus.

Ultime avantage pour les consommateurs : l'invasion des barbares sur leur territoire force les acteurs traditionnels à se bouger. «Pour conserver leurs parts de marché, ils doivent absolument se mettre au niveau des start-up qui les uberisent», explique Jean-Marc Liduena, associé stratégie et innovation chez Monitor Deloitte. Ainsi, les secteurs les plus touchés, comme l'hôtellerie, font des efforts sur les prix et certains chauffeurs de taxi commencent à offrir des bouteilles d'eau à leurs clients. Et l'Union nationale des taxis est en train de roder en ce moment dans les rues de Bordeaux une application sur le modèle de celle d'Uber.

**POUR CERTAINS SALARIÉS EN POSTE**, par contre, l'uberisation est une bien mauvaise nouvelle. Elle nous précipite en effet vers un monde sans CDI, où le Code du travail risque de devenir très vite un chiffon de papier. «Historiquement, l'organisation de la production à vaste échelle avait toujours supposé la mise en place d'une entreprise, or ce n'est plus nécessaire», observe l'économiste Jean Pisani-Ferry. Certes, l'incroyable souplesse du nouveau système va offrir bien des opportunités aux chômeurs et aux précaires qui croupissent du mauvais côté de la ligne. «À terme, et si tout se passe de manière idéale, le progrès technologique pourrait permettre à chacun de devenir son propre patron et de travailler où et quand bon lui semble. Le rêve de Marx en

somme!», se réjouit le président du think tank libéral GénérationLibre, Gaspard Koenig. «Aujourd'hui, une mère de famille qui veut travailler uniquement quand ses enfants sont couchés peut le faire très facilement», renchérit le P-DG de Foule Factory, Daniel Benoïd. En un sens, c'est une bonne nouvelle, car cela va permettre de dynamiser la ligne rouge qui fracture depuis des décennies notre marché du travail. Le problème, c'est que cette révolution sociale va se payer au prix fort pour les millions de salariés en poste.

**N'Y ALLONS PAS PAR QUATRE CHEMINS** : pour le moment, uberisation rime avec précarisation. Non seulement les nouveaux employés «indépendants» ne bénéficient d'aucune garantie, mais ils sont souvent payés au lance-pierre. Il faut dire qu'une bonne partie des tâches proposées par les applis sont très peu lucratives. Sur le Turc mécanique d'Amazon, par exemple, une plate-forme qui permet aux entreprises de déléguer des tâches administratives à des foules d'internautes, le tarif est librement fixé par le donneur d'ordre. Cela tire les prix vers le bas. Il faut dire aussi que les start-up imposent elles-mêmes une limitation des rémunérations (souvent 33 000 euros par an, le plafond de l'autoentrepreneuriat) de peur de voir leurs «employés» requalifiés en salariés. Ajoutons que la quasi-totalité de ces jeunes pousses n'est pas rentable : Airbnb devrait perdre 150 millions de dollars cette année et Uber trois fois plus. En cas de faillite, des milliers de personnes verront fondre leurs revenus!

Mais il y a plus grave : l'économie à la demande risque d'anéantir bien plus d'emplois qu'elle ne va en créer. «Jusqu'à présent, les cycles d'innovation avaient toujours permis de compenser les postes détruits. Mais cette fois-ci la donne va changer», pronostique Bruno Teboul, directeur scientifique chez Keyrus et coauteur de «Uberisation = Economie déchirée?» (Editions Kawa). Prenons l'exemple de la banque. Si les Français se prêtent de l'argent directement entre eux grâce aux plates-formes de financement participatif (comme Kisskissbankbank ou Lendingclub) et règlent toutes leurs opérations courantes (virements, etc.) depuis des applications dédiées, à quoi diable pourront bien servir les guichetiers?

La classe moyenne sera la première à souffrir de la situation. «Aux Etats-Unis, la polarisation du monde du travail a déjà commencé et c'est inquiétant», alerte Jean Pisani-Ferry. D'un côté les entreprises américaines se battent pour attirer les profils les plus rares, de l'autre elles soustraient en masse le maximum de tâches. Du coup, là-bas, un actif sur trois trime déjà en free-lance. «La plupart préféreraient occuper des emplois bien payés et plus sécurisés», a récemment regretté l'ex-secrétaire au Travail de Bill Clinton, Robert Reich, pour qui l'apparition de ces nouveaux jobs est un «cauchemar». Pas étonnant qu'outre-Atlantique l'uberisation soit présentée comme un sujet phare de la prochaine présidentielle.



L'uberisation va détruire plus d'emplois qu'elle n'en créera”

Bruno Teboul, chargé de cours à Paris-Dauphine, coauteur de «Uberisation = Economie déchirée?» (Ed. Kawa)



### TÂCHES CRÉATIVES

#### BIENTÔT LA FIN DES AGENCES DE PUB ?

Slogan à trouver, logo à dessiner... Depuis quelques mois, des sites mettent en relation les donneurs d'ordre avec un réseau de milliers de créatifs indépendants. L'offre est proposée à tout le monde, chacun est libre d'y répondre.

#### ► Gain pour le donneur d'ordre

Fini les facturations lourdes et opaques des agences ! Avec ce système, les prestations peuvent coûter cent fois moins cher. La Société générale s'est ainsi offert un nouveau nom de carte de crédit pour... 400 euros !

#### ► Conséquences sociales

Agences de pub et de com vont y laisser des plumes. Les créatifs aussi, car seul le vainqueur de l'appel d'offres est rémunéré. Les autres travaillent pour rien.

### LOCATION OU PRÊT D'OBJETS

#### ENTRE PARTICULIERS, C'EST MOINS CHER !

De nombreux sites comme Zylou, Ilokyou ou Lamachineduvoisin proposent aux particuliers de louer (ou de prêter) leurs outils, leur matériel ou leurs équipements électroménagers. Ils rencontrent un succès grandissant.

#### ► Gain pour le consommateur

Le système est plus souple et nettement moins coûteux qu'avec les loueurs traditionnels. Attention toutefois aux arnaques, fréquentes sur ces sites. Le système de notation et de commentaires, qui permet d'écarter les utilisateurs malhonnêtes, devrait contribuer à faire le ménage.

#### ► Conséquences sociales

A terme, les sociétés de location de matériel pourraient supprimer des milliers d'emplois.

### TÂCHES ADMINISTRATIVES

#### DES PETITES MAINS LIBRES À TOUT MOMENT

Classement de fichiers, référencement, dépistage d'avis ironiques... Ces microtâches très peu qualifiées, mais impossibles à réaliser avec des logiciels, vont être de plus en plus souvent externalisées. Des sites comme Foule Factory proposent de les confier à des milliers de particuliers volontaires. Il suffit qu'ils disposent d'un écran.

#### ► Gain pour le donneur d'ordre

Plus de souplesse et des économies substantielles.

#### ► Conséquences sociales

Le système permet à des milliers de gens dans le besoin de compléter facilement leurs revenus (jusqu'à 3 000 euros par mois). Mais il va précariser un peu plus les salariés non qualifiés.

### ET AUSSI

#### L'UBERISATION TOUCHE BIEN D'AUTRES SECTEURS

**Contenus vidéo** En permettant à chacun de partager et de monétiser ses vidéos, YouTube a, le premier, tracé la voie de l'uberisation.

**Services à domicile** Les applis Helloca ou Popmyday proposent du personnel à domicile pour toutes les tâches ou presque (plomberie, coiffure, etc.).

**Droit** Les start-up de conseil juridique fleurissent sur la toile et offrent des solutions rapides.

**Habillement** Plusieurs sites proposent aux particuliers d'échanger leurs vêtements.

**Tourisme** Les Airbnb, Homeaway, Homeexchange et autres dynamitent déjà l'hôtellerie.

**Alimentation** Il est possible de revendre une partie du dîner qu'on a cuisiné chez soi, via, entre autres, le site Super-marmite.

On n'en est pas encore là chez nous. Pour le moment, nos entreprises en sont plutôt à... regarder passer les trains. Dans un système où le premier raffle tout («the winner takes all»), les plates-formes dominantes, souvent américaines, font la pluie et le beau temps. Certes, nous possédons une belle pépite : BlaBlaCar, le champion du covoiturage, qui a levé sans problème 73 millions d'euros l'an dernier pour accompagner son développement international. «Mais c'est un cas isolé et, pour le reste, on est encore très loin des milliards que collectent les start-up anglo-saxonnes», observe Bruno Teboul. L'explication de ce retard ? Notre lourde fiscalité, qui refroidit les business angels hexagonaux, bien sûr, la barrière de la langue (le plus souvent, les applis sont d'abord lancées en français, ce qui ne facilite pas les

choses) et les difficultés de nos ingénieurs à communiquer sur leurs idées et à les populariser.

Le plus cocasse, c'est que la solution viendra peut-être de nos bons vieux groupes traditionnels. Face à la déferlante des start-up, certains ont en effet choisi de se jeter dans la bataille, sans craindre de cannibaliser leur business. Pour faire revenir les jeunes bidouilleurs habitués à louer le matériel des autres sur des sites comme Zilok, Mr Bricolage a lancé par exemple sa propre affaire de prêt d'outils entre particuliers, Ladepanne.fr. Même la SNCF s'uberise ! Depuis qu'elle s'est offert 75% du capital du loueur de voitures entre particuliers Ouicar (numéro 2 en France derrière Drivy, avec 400 000 membres), tous ses clients peuvent profiter de l'auto-partage. Prenez garde, Yankees, nous arrivons !