

Uberisez moi ?

Audric Dubuis, Steve Maibach, Filipe Nobrega, Loïc Postec

Etudiants en ingénierie des médias, 1^{ère} année, HEIG-VD

Les temps changent. Les médias évoluent au même rythme que les tendances sociétales. Désormais, internet est partout. Ainsi, l'humanité a rencontré le phénomène de l'*uberisation*, mais de quoi parle-t-on exactement ? D'où vient cet étrange succès ? Ce phénomène s'est-il simplement arrêté à la société Uber ou alors continue-t-il une marche aussi inexorable que silencieuse vers d'autres secteurs ? Le visage d'une société encore plus numérisée semble inéluctablement se dessiner. Pour le meilleur ou pour le pire ?

Le terme *uberisation* s'imisce continuellement dans nos médias traditionnels traitants de l'actualité depuis déjà plusieurs années. L'essor d'internet et des smartphones a su ériger de véritables géants faisant frémir les plus grandes entreprises aux quatre coins du globe. Dans nos contrées, la venue sur le marché européen de la start-up californienne *Uber* a été vécue tantôt comme une menace, tantôt comme un synonyme de nouveau départ. Somme toute, que nous soyons pour ou contre ce procédé en termes d'éthique personnelle, la société américaine se retrouve désormais valorisée à plus de 70 milliards de dollars¹. Doit-on s'en réjouir ou au contraire s'en inquiéter ?

L'UBÉRISATION, QU'EST-CE QUE C'EST ?

Pour le petit Robert, *uberiser* désigne le fait de déstabiliser et de transformer un secteur avec un modèle économique innovant en tirant parti des nouvelles voies de communication liées à la technologie. L'*uberisation* est liée étroitement au nom de l'entreprise Uber auquel elle fait référence. En effet, les entreprises faisant partie de ce nouveau phénomène ont développé un business model de plateforme collaborative, basé sur les mêmes préceptes que la société américaine. [Fig. 1] Le but visé est de réunir directement prestataire et client dans un même environnement apportant les fonctionnalités nécessaires à l'échange voulu. Ce modèle se distingue de celui que l'on observe généralement chez les entreprises traditionnelles qui produisent un service ou un bien qu'elles vendent par la suite au client. L'*uberisation* désigne alors en quelque sorte la crainte pour des entreprises en place, depuis des générations déjà, de se voir détrôner par des start-ups innovantes ou des auto-entrepreneurs utilisant de manière efficiente les nouveaux médias de communication.

L'*uberisation* est un phénomène global capable de toucher des marchés divers et variés. De multiples exemples existent dans de nombreux secteurs d'activité ; Airbnb est une

concurrence directe aux groupes hôteliers, Spotify bataille face à l'industrie de la musique, KissKissBankBank œuvre dans le domaine bancaire (le crowfunding remplaçant les prêts bancaires) ou encore plus proche de nous, la société Smood s'impose dans le domaine de la livraison à domicile en Suisse. Les métiers à haute qualification sont également touchés. Il n'est, par exemple, plus obligatoire de passer par un notaire pour rédiger son testament. La société Testamento offre ce service en ligne, aussi peu coûteux que rapide. La palette des secteurs touchés est donc riche et colorée. [Fig. 2]

POURQUOI UN TEL SUCCÈS ?

Ce nouveau type de modèle s'est fortement répandu grâce au web et aux smartphones qui permettent un contact à haut débit direct entre l'utilisateur final et le prestataire en délaissant les intermédiaires traditionnels. Nous parlons alors de désintermédiation, phénomène déjà connu, lui, depuis les années 80 et qui est à la base de l'*uberisation*.

Du point de vue légal, pas de TVA, pas de SMIC, pas de licence de travail, des normes pour les personnes handicapées ignorées, tout comme le temps de travail maximum. Cette concurrence jugée déloyale par les acteurs historiques les pousse à innover en baissant leur prix ou en proposant de nouveaux services. De plus, le processus en lui-même attire des prospects qui ne le seraient normalement pas et donc contribue à l'augmentation de la taille des marchés.

Un autre point essentiel réside dans le fait que les créateurs d'offre (particuliers) tirent autant de profit vis-à-vis de la plateforme que les consommateurs finaux. Par exemple, dans le cas d'Airbnb ; le locataire bénéficie tout autant de la plateforme que la personne qui effectue la location. Des algorithmes précis permettent également d'optimiser l'offre et la demande en guidant l'internaute et en fixant un tarif optimal.

L'accélération du rythme des innovations technologiques a généré du chômage à travers l'automatisation. En contrepartie, elle a également offert aux particuliers de nouveaux outils pour générer de l'activité et du revenu à travers une économie plus collaborative et circulaire décrite dans le phénomène de l'*uberisation*. Au final, lorsque nous parlons d'Uber, nous oublions facilement un point important. L'entreprise offre une solution, certes imparfaite et critiquable sur beaucoup de points, à un problème qu'elle n'a pas créé. La réussite de ces plateformes vient avant tout de la crise économique, de

¹ Tiré de <http://heig.ch/buyahe>

l'impact de l'automatisation sur l'emploi et par conséquent, de l'appauvrissement des classes moyennes.

QUELS SONT LES FREINS QUI S'Y OPPOSENT ?

Les habitudes des consommateurs sont bousculées par ses nouvelles méthodes. Les lois ne sont pas encore adaptées à ce type de business model. Ces dernières sont perpétuellement en retard face aux flous juridiques dans lequel opèrent ce genre d'entreprise. Cependant, il n'est pas exclu que d'ici peu de temps, lorsque des normes seront mises en place de manière claire, celles-ci freineront les abus de ces nouvelles firmes. En Suisse, Uber a récemment décidé de restreindre son service en supprimant les chauffeurs UberPop². Les chauffeurs amateurs n'ont donc plus le droit de transporter des gens via la plateforme qui requiert désormais une licence professionnelle. Ce changement n'est pourtant pas dû à une nouvelle loi. C'est la firme elle-même qui a fait ce choix, estimant que cela serait plus durable sur le long terme de s'aligner sur les législations. Néanmoins, plusieurs chauffeurs UberPop s'étaient fait amender à Zurich et à Bâle car ils roulaient sans autorisation. Cela a donc dû implicitement inciter la société dans le processus de décision lié à ce changement.

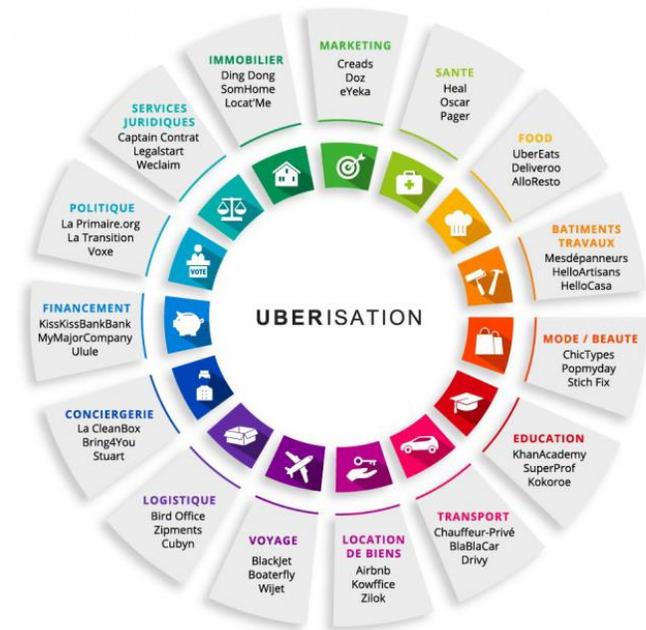
ET L'ÊTRE HUMAIN DANS TOUT CELA ?

De tout temps, la peur du changement a dominé les sentiments de l'homme lorsqu'il pensait à l'avenir de sa civilisation. L'homme a toujours été fasciné par le progrès et la modernité qu'il symbolise mais d'un autre côté, totalement effrayé par ses possibles dérives. La série *Black Mirror* traite de ce sujet, et donnerait le vertige à quiconque la regarderait. Cette déferlante numérique nous pousse à penser différemment, à vouloir tout et tout de suite. Mais jusqu'où cette tendance peut-elle vraiment aller ? Uber uberise désormais ses propres chauffeurs (sur lesquels elle a fondé sa propre richesse) en cherchant à créer des voitures autonomes. La volonté de la société serait-elle donc de faire disparaître le service *humain* petit-à-petit ? Cette tendance se dessine en tout cas de plus en plus dans nos sociétés modernes. Allons-nous nous faire uberiser tout un chacun d'ici peu ? Les robots pourraient bien se charger de toutes les activités redondantes de l'être humain. Offriront-ils un nouveau degré de confort, qui permettrait aux hommes de moins travailler afin d'être plus heureux ? Ou au contraire, est-ce que la perte de contact humain risquerait de nous lancer dans une spirale malsaine gouvernée par l'intelligence artificielle ? Le débat est lancé.

ILLUSTRATIONS



[Fig. 1] Business modèle de l'uberisation, mbamci.com/uberisation-se-faire-uberiser



[Fig. 2] Cercle des secteurs touchés par l'uberisation, spinpart.fr/uberisation

RÉFÉRENCES

- [1] AFP, 31.08.2017, « L'entrée en bourse d'Uber envisagée à court terme » <http://heig.ch/buyahe>
- [2] 24 Heures, 13.12.2017, « Uber renonce aux chauffeurs amateurs » <http://heig.ch/padu>
1. Observatoire de l'uberisation, <https://www.uberisation.org/fr>
2. Ubérisation: Entrez dans l'Uber-Society <https://ubersocietycontroversies.wordpress.com/>
3. Dictionnaire Le Petit Robert de la langue française, édition 2017
3. Géraldine Russell, 09.11.2015, « Ce que cache exactement le nouveau mot « ubérisation » » <http://heig.ch/bunaho>
4. Romain Caplanne, 29.11.2015, « « On va se faire uberiser ! » qu'ils disaient. » <https://mbamci.com/uberisation-se-faire-uberiser/>
5. Floriane Salgues, 09.02.2016, « Les entreprises traditionnelles peuvent-elles échapper à l'uberisation ? » <http://heig.ch/bepiju>
6. Maïté Darnault, 19.12.2016, « Demain, tout et tous uberisables ? » <http://heig.ch/sesa>
7. Chloé Zhang, 24.02.2017, « Ces mots qui font le buzz : Ubérisation » <http://www.spinpart.fr/uberisation/>
8. Olivier Passet, 13.03.2018, « Le numérique va-t-il provoquer la fin du salariat ? » <http://heig.ch/soni>

² Tiré de <http://heig.ch/padu>