

Comment les entreprises transforment leurs clients et utilisateurs en travailleurs gratuits

En partageant massivement vos données sur Facebook ou en effectuant vos virements par Internet, vous effectuez un travail bénévole qui représente un gain considérable pour les grandes entreprises.

Vous ne l'aviez peut-être pas remarqué, mais vous travaillez gratuitement pour une quantité de grandes entreprises. Vous effectuez vos virements directement sur Internet. Vous scannez vos courses à une caisse automatique. Vous remplissez en ligne les formulaires des administrations. Vous affranchissez vos colis en libre service. Vous signalez les radars et embouteillages sur Waze. Vous donnez des conseils de voyage sur TripAdvisor. Vous écrivez des articles sur Le Plus de l'Obs.

Bienvenue dans l'ère du self-service

Faire faire par le consommateur ce qui était auparavant effectué par un employé n'est certes pas un processus nouveau. Cela fait bien longtemps qu'on ne voit plus de poinçonneurs dans les métros. Mais les nouvelles technologies lui ont fait prendre une toute autre ampleur. La chaîne de magasins Scottage a par exemple créé un site où les clientes peuvent imaginer leur propre vêtement. Les créations les plus plébiscitées étant ensuite produites et vendues en magasins. Plus besoin de styliste maison ! Spotify contourne les maisons de disque en offrant un accès direct de ses données aux artistes afin qu'ils gèrent eux-mêmes leur marketing ou leurs tournées. La plateforme communautaire Braineet permet aux internautes de suggérer des

idées de produits et services aux grandes marques. Amora a par exemple fait appel au site pour dénicher sa nouvelle recette de moutarde.

Chez Bouygues Telecom, plus de 500 000 clients répondent chaque mois à 1,2 million de demandes d'aide. « *Ce qui permet à l'opérateur de n'avoir que 50 conseillers clients en interne* », souligne Le Monde. La Maif, quant à elle, a lancé une offre d'assurance spécifique pour les Repair Café, où l'on répare soi-même sa voiture ou son fer à repasser. Stade ultime de la démarche : quand le client fabriquera chez lui ses objets sur son imprimante 3D. Le distributeur Boulanger a ainsi récemment mis en ligne une plateforme pour imprimer soi-même les pièces détachées de ses appareils.

Une concurrence frontale avec le travail salarié

Bien sûr, si vous effectuez tout ce travail gratuit de bonne grâce, c'est que vous en tirez (ou que vous espérez en tirer) des bénéfices. Enregistrer soi-même ses bagages sur Internet est plus rapide que de faire la queue à l'aéroport. Devenir « chroniqueur » gratuit pour le Huffington Post assure une reconnaissance et permet de faire partager son avis à un large public.

Le problème survient lorsque ce travail « gratuit » entre en concurrence frontale avec le travail rémunéré. Dans la banque, par exemple, 30 000 suppressions de postes ont déjà été annoncées en Europe depuis le début de l'année, en grande partie à cause de la digitalisation. Selon une étude de la Fondation pour l'information et l'innovation technologique (ITIF), un organisme américain, une transaction passée via Internet coûte à la banque 0,20 dollar contre 4,24 dollars si cette transaction est effectuée par un conseiller à la banque. De même, la dématérialisation de tous les tickets d'avion ferait économiser aux compagnies aériennes américaines plus de 3 milliards de dollars annuellement.

« *Alors même que l'économie numérique investit l'intimité de milliards d'individus, sa valeur ajoutée nous échappe* », souligne le rapport sur la fiscalité du numérique rendu en 2013 au gouvernement. « *Les utilisateurs bénéficiaires d'un service rendu deviennent ainsi des quasi-collaborateurs, bénévoles, des entreprises* ». Et c'est bien « *l'absence de contrepartie monétaire à cette activité qui explique les gains de productivité spectaculaires dans cette économie* ».

Minis effectifs, maxi profits

L'application de messagerie Snapchat, valorisée plus de 25 milliards de dollars (23 millions d'euros), compte ainsi à peine 500 salariés. Par comparaison, le constructeur français Renault, valorisé 22 milliards d'euros, emploie lui 120 000 personnes. « *Les nouvelles startups du digital créent très peu*

*d'emplois » rappelle l'économiste Marc Fiorentino. Et pour cause : elles ont une armée d'utilisateurs prêt à fournir gratuitement leurs données et leur temps. Au 3e trimestre 2016, Facebook a encore engrangé un bénéfice record de 2,4 milliards de dollars. Chaque utilisateur lui rapporte aujourd'hui 4 dollars (et même 15,6 dollars pour la zone Etats-Unis et Canada), une augmentation de 50% en moins d'un an. Apple, lui « *bénéficie de l'investissement gratuit que représentent les 700 000 applications mobiles disponibles dans l'App Store, développées par des tiers qui portent seuls le risque d'investissement et d'exploitation* », met en avant le rapport sur le numérique.*

Le jeu est peut-être gagnant pour les consommateurs, qui bénéficient grâce à ces services web de l'équivalent de 280 milliards de dollars par an de services « gratuits », selon The Economist. Encore n'ont-ils souvent pas le choix, de nombreux services autrefois fournis par les entreprises ayant tout simplement disparu (dans certains hôtels il n'a plus d'agent d'accueil par exemple).

Mais les perdants, bien que moins visibles, sont nombreux : les salariés, d'abord, qui voient leurs emplois s'évanouir, surtout lorsque le salaire minimum est élevé, comme en France, et rend leur travail d'autant moins compétitif. Les petites et moyennes entreprises, ensuite, étouffées par la domination écrasante des leaders de la tech. Enfin, les contribuables, appelés à compenser le manque à gagner fiscal, car bien entendu ce travail « caché » n'est soumis à aucune imposition. D'où l'idée de certains de taxer la donnée, seule capable de matérialiser le travail bénévole fourni par les masses d'utilisateurs. En attendant, ces derniers continuent à nourrir leurs services favoris.