

Les rapports sociaux dans la *gig economy*: d'employeur à *gate keeper*?

Laurent Wartel, Patricia Vendramin

DANS LES POLITIQUES SOCIALES 2023/1 (N° 1-2), PAGES 24 À 37
ÉDITIONS SERVICE SOCIAL DANS LE MONDE

ISSN 1374-1942

DOI 10.3917/lps.231.0024

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://www.cairn.info/revue-les-politiques-sociales-2023-1-page-24.htm>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...

Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour Service social dans le Monde.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Les rapports sociaux dans la *gig economy* : d'employeur à *gate keeper* ?

Laurent Wartel * et Patricia Vendramin**

* PhD en sciences politiques et sociales, Chercheur associé UCLouvain – CIRTES

** Professeure, UCLouvain – IACCHOS

Introduction

Depuis quelques années a émergé un phénomène qualifié d'« économie des plateformes », c'est-à-dire l'usage d'outils numériques pour coordonner la mise en relation d'une offre et d'une demande sur des marchés multifaces. En cela, les plateformes court-circuitent les professionnels, les producteurs, les prestataires, les réseaux et les modèles classiques d'une profession. Parmi les plateformes les plus connues, on peut évoquer Airbnb, qui met en relation une offre et une demande de logement, ou Blablacar, sur le marché des transports. L'originalité de certaines est de mettre en relation l'offre et la demande d'une marchandise particulière : du travail rémunéré à la tâche (Uber, Deliveroo, Upwork, etc.). Si ce phénomène a été tour à tour qualifié d'économie collaborative, d'ubérisation, de capitalisme de plateformes, la littérature privilégie néanmoins le concept de *gig economy* (Heeks, 2017) ou « économie des petits boulots » en français. Cet article propose de mieux cerner cette mutation du travail. Il caractérisera d'abord les plateformes (de travail) à partir d'une typologie de la *gig economy*. Dans un deuxième temps, il proposera un cadre pour saisir les rapports sociaux de production. Il s'agira de passer de la figure de l'employeur, héritée de l'entreprise industrielle et centralisée, vers celle du *gate keeper*, plus à même d'intégrer la place du marché et du réseau dans la *gig economy*.

1. La *gig economy*

Pour appréhender la spécificité des rapports sociaux dans la *gig economy*, il convient au préalable d'ordonner la multiplicité des situations

désignées par l'appellation « travail de plateformes », et d'identifier celles qui sont pertinentes dans le cadre de cet article.

1.1. Les plateformes : des intermédiaires et des tiers de confiance

Les plateformes sont des outils numériques d'intermédiation qui coordonnent la mise en relation d'une offre et d'une demande sur un marché multiface. Ces marchés multifaces supposent au moins deux types d'agents tout à fait différents, appelés des « faces », dont l'une des particularités est qu'elles sont rendues interdépendantes par des effets de réseau croisés positifs (Rochet & Tirole, 2003). Cela signifie que l'utilité et l'attractivité d'une plateforme pour une face du marché (ex. avec Airbnb : les propriétaires) dépendent directement du nombre d'utilisateurs présents sur l'autre face (ex. : les locataires). Les opérateurs de plateformes ne produisent donc pas les biens ou services consommés, mais leur valeur économique dépend de la coordination de réseaux distribués d'offres et de demandes. De ce fait, l'activité n'est rentable qu'à la condition qu'il y ait une masse critique d'utilisateurs permettant une rencontre efficace sur le marché. En même temps, ces différents usagers n'entreront dans le réseau que si celui-ci répond à leur besoin (trouver des clients, une audience, un service, etc.) ; c'est pourquoi plus le réseau grandit, plus il devient attractif. Pour cette raison, des plateformes subsidient l'une des deux faces, ou les deux, afin d'attirer ces utilisateurs. L'objectif est d'atteindre la masse critique permettant d'enclencher un cercle vertueux appelé « effet de réseau » (Belleflamme & Peitz, 2021).

D'autre part, la production et la consommation distribuées en réseau posent le problème du « Principal-Agent », c'est-à-dire le fait qu'un acteur (appelé Principal) dépend de l'action d'un autre (l'Agent), le premier étant imparfaitement informé sur le dernier et sur le bien ou le service qu'il propose (Laffont, 2003). Or, cette asymétrie de l'information a pour conséquence de générer de « l'aléa moral », c'est-à-dire que l'Agent risque de profiter du manque d'informations du Principal pour en abuser à son avantage. Par exemple, lorsqu'un client commande une pizza à emporter mais qu'il n'est pas identifié et ne paie pas à l'avance, le risque de *no show* (réservation non honorée) augmente.

Pour contourner ce problème d'aléa moral, il est possible d'intégrer dans la transaction un acteur tiers dont le rôle est de garantir la qualité de celle-ci. Dans l'économie des plateformes, les opérateurs sont ces « tiers de confiance » qui réduisent le risque d'aléa moral. Concrètement, ces entreprises garantissent la qualité de l'interaction Princi-

pal-Agent grâce à différents outils : des assurances portant sur le bien échangé, le contrôle des transactions financières, la géolocalisation des utilisateurs, la gestion des conditions d'annulation et de remboursement, etc. (Liu *et al.*, 2021). Certaines mettent aussi en place des systèmes d'*e-reputation* pour que le réseau s'autorégule (ex. : notation avec des étoiles). En agissant comme tiers de confiance, les opérateurs tendent alors à encadrer les interactions entre les acteurs économiques afin de générer cet effet de réseau favorable à leurs activités. Toutefois, dans le cas où l'opérateur intermédie une marchandise particulière – du travail –, cet encadrement risque d'entrer en conflit avec le droit, puisque cela peut s'apparenter à une forme de subordination hors du salariat.

1.2. Les caractéristiques des plateformes de travail

L'une des différences profondes entre le salariat et un travail à la demande est que dans le premier cas, un travailleur n'est pas rémunéré parce qu'il a effectivement déployé sa force de travail, mais parce qu'il a vendu sa bonne volonté à travailler. C'est la responsabilité de l'employeur de fournir des tâches au travailleur, et celui-ci sera rémunéré pour le temps durant lequel il est subordonné au premier, qu'il ait effectivement travaillé ou non. Au contraire, dans la *gig economy*, seule l'activité effectivement appariée par la plateforme – et donc la force de travail effectivement consommée sur le marché – est rémunérée. C'est le principe de la rémunération à la tâche plutôt qu'à la promesse, l'opposition entre la marchandisation du travail et le salariat. Ainsi, la *gig economy* suscite l'intérêt car elle ressaisit, à l'aune des technologies numériques, la question des risques sociaux associés à la marchandisation du travail – sécurité d'emploi, assurances sociales, conditions de travail, etc. (Supiot, 2019). Mais les situations sont très diversifiées.

Afin de mieux situer les plateformes de travail dans l'économie des plateformes en général, Mallargé *et al.* (2017) proposent de classer l'ensemble des plateformes à partir de quatre contreparties entre l'offreur et le demandeur : une contrepartie monétaire, une contrepartie en nature, une contrepartie sous forme de troc et enfin les plateformes sans contrepartie formelle. Une définition restrictive du travail permet de considérer que la valorisation financière est la condition qui distingue le « vrai travail » d'autres activités humaines de production – tâches domestiques, art, hobbies, etc. (Harribey, 1998). En conséquence, cet article considère que toutes les plateformes de la *gig economy* sont des plateformes monétaires. Il est en outre possible de classer le travail des plateformes en fonction de la taille géographique du marché (local ou

international) et de la nature physique ou numérique de la prestation. L'intensité du cadrage de la relation plateforme-travailleur amène aussi des distinctions. La figure 1 synthétise la classification des plateformes de travail proposée.

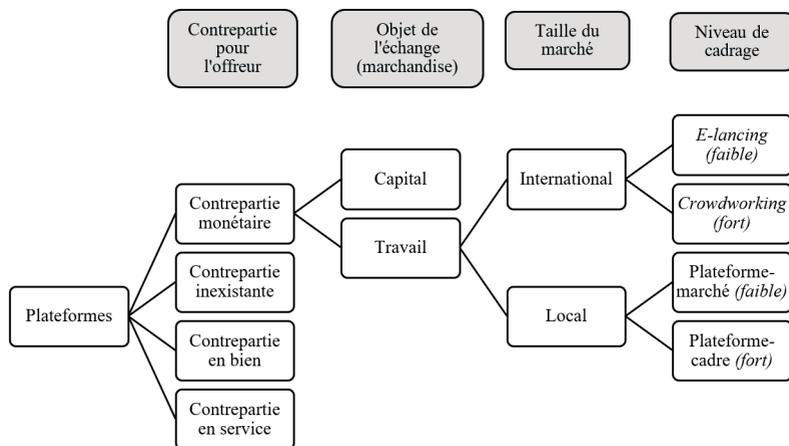


Figure 1 – Schématisation des plateformes de travail dans l'économie des plateformes

De manière synthétique, on peut donc retenir de la littérature trois caractéristiques des plateformes de travail agissant dans la *gig economy*:

- 1) Ces plateformes coordonnent numériquement la « marchandisation du travail » sur un marché multiface et distribué. Elles ont donc un double rôle d'intermédiaire et de tiers de confiance.
- 2) Le travailleur est appelé sur le marché, rémunéré à la tâche, et maintenu hors du salariat (indépendance juridique).
- 3) Le travail peut être exécuté en ligne (dématérialisé internationalement), ou hors ligne (matérialisé localement).

À partir de ces trois caractéristiques et de la classification proposée, il est à ce stade possible d'identifier quatre types de travail avec des plateformes. Il s'agit du *crowdfunding* et du *e-lancing* à un niveau dématérialisé, et du travail local de plateforme qui se divise entre plateforme-cadre et plateforme-marché.

1.3. Le *crowdworking* et le *e-lancing*, un travail dématérialisé

Le *crowdworking*, approximativement traduit en français par le terme de « travail de foule », renvoie aux (micro)tâches effectuées pour le compte d'un client rencontré par l'intermédiaire d'une plateforme, et souvent rémunérées de quelques centimes. Le *crowdworking* est directement réalisé en ligne. Il s'agit, par exemple, d'identifier des objets sur des photos, de dupliquer des données, de « liker », mais aussi de coder une ligne de programmation (Casilli, 2019). Selon un rapport d'Eurofound (2020), le *crowdworking* se caractérise par le fait qu'il s'agit à l'origine d'un plus grand projet, atomisé en tâches puis exécuté en ligne au travers d'une plateforme. Même si la tendance est au travail peu qualifié, il existe une multitude de profils de travailleurs. Il y a également une forte polarisation mondiale, avec la majorité des acteurs venant du monde anglo-saxon ou de l'Asie. Le rapport pointe aussi un système d'enchères favorable aux travailleurs qui demandent le moins d'argent, et pour cette raison le *crowdworking* s'apparente à du travail sur appel, avec de nombreux répondants du fait de la dimension internationale du marché. D'un point de vue juridique, le cadre légal – lorsqu'il existe – est celui du droit commercial et non du droit social. Dans la pratique, on peut constater que c'est en fait souvent le travail proposé par certaines plateformes bien identifiées (Clickworker, AMT, etc.) que les auteurs désignent par ce concept.

Le *e-lancing*, contraction de *electronic* et de *freelancing*, désigne quant à lui les *freelancers* qui trouvent, grâce à des offres sur Internet, des opportunités de projets (Stanford-Smith et al., 2002). Si les plateformes de *crowdworking* proposent une version moderne, mais surtout numérique, du travail sur appel très divisé, les plateformes de *e-lancing* mettent en relation une offre et une demande de travail plus complète et généralement destinée à l'attention d'experts. C'est le cas par exemple des entreprises Upwork ou PeoplePerHour. Ces plateformes sont les héritières d'une autre plus ancienne, Elance, dont le modèle consistait à mettre en relation des freelances de différentes expertises (informatique, ingénierie, conseil juridique, etc.) avec des entreprises (B2B). Contrairement au *crowdworking*, le *e-lancing* concerne une plus grande diversité de pays à travers le monde – en ce compris les pays les plus développés (Graham et al., 2017). Enfin, le niveau de qualification des prestataires diminue les risques sociaux encourus par rapport aux *crowdworkers*.

1.4. Le travail local de plateforme-cadre et de plateforme-marché

Les travailleurs locaux de plateformes se démarquent des *crowd-workers* et des *e-lancers* par un travail commandé en ligne, mais exécuté hors ligne. Il peut s'agir d'activités très variées comme conduire une voiture, livrer un repas, jardiner, donner des leçons, faire du *baby-sitting*, etc. Uber, Deliveroo, Ring Twice (ex-Listminut) ou Yoojo (ex-Youpi-job) incarnent ce type de plateformes. La littérature distingue alors deux types de plateformes de travail local: d'une part celles qui se limitent à une fonction d'intermédiaire et offrent un service proche de celui des petites annonces, proposant des tâches variées, avec peu de prescriptions et dont le prix fixé reste à l'appréciation du travailleur; d'autre part celles qui agissent comme des intermédiaires et des parties prenantes de la production, encadrant le travail, fixant le prix et évaluant la qualité du produit. Flichy (2019) propose de qualifier les premières de plateformes-marchés (Taskrabbit, Superprof, etc.), et les secondes de plateformes-cadres (Uber, Deliveroo, etc.).

Les mécanismes de gestion des plateformes-cadres, qui visent à assurer le rôle de tiers de confiance, peuvent être exacerbés vers une forme de management algorithmique (Lee *et al.*, 2015), c'est-à-dire la gestion et l'évaluation du travailleur et du processus de production à travers des algorithmes qui s'appuient eux-mêmes sur des informations numériques. Cette standardisation, par la plateforme-cadre, a pour conséquence que l'expérience ne peut que varier faiblement pour les clients, et la plateforme ne propose dès lors pas le choix entre plusieurs travailleurs. Par exemple, il n'est pas possible de sélectionner son chauffeur ou son coursier avec Uber et Deliveroo et ceux-ci apparaissent, de fait, interchangeables. Au contraire, les plateformes-marchés laissent au client la possibilité de sélectionner le travailleur correspondant le mieux à son besoin (Eurofound, 2020).

La subordination au management algorithmique soulève de nombreux débats concernant le statut d'emploi – salarié ou indépendant – des travailleurs de plateformes-cadres. Cela est d'autant plus vrai lorsque ce travail est circonscrit localement, puisque l'institutionnalisation du droit et les lignes d'influence syndicales et patronales restent toujours très fortement attachées aux États (Supiot, 2019). Pour cette raison, la littérature en sociologie et en droit du travail a tendance à distinguer les opérateurs de plateformes selon qu'ils agiraient comme des employeurs ou de simples places de marché. Ce faisant, les rapports sociaux sont replacés dans le cadre classique des statuts d'emploi, qui ne prend pas en compte les dimensions de la coordination sur

le marché multiface distribué (l'intermédiation numérique et le tiers de confiance). À côté de ces travaux, la seconde section de cet article tente de mieux comprendre les rapports sociaux qui peuvent se tisser entre les travailleurs et les différents types d'opérateurs de plateformes, y compris la dépendance économique, sans se référer à cette distinction employeur-employé.

2. Les rapports sociaux de production et les plateformes de travail

La relation classique employeur-travailleur est questionnée par les types de relations de travail et de dépendance qui fondent le travail de plateformes. Aussi est-il suggéré de mobiliser une approche des rapports sociaux à partir de la notion de *gate keeper d'un marché*.

2.1. Les limites de la conception classique des rapports sociaux dans l'économie des plateformes

Si en principe « capitalistes » et « travailleurs » ont la même liberté de s'engager contractuellement, leur pouvoir de négociation est de fait inégal. Ainsi, un contrat de travail dont les termes seraient conclus dans le cadre d'un marché purement dérégulé porterait en son sein les sources de l'injustice sociale. L'organisation des travailleurs en syndicats a permis d'établir un rapport de force avec le patronat et d'institutionnaliser le conflit social. La négociation collective cherche alors à corriger cette asymétrie socioéconomique, notamment à travers le statut d'emploi salarié qui offre plus de droits mais implique la subordination de l'employé à l'employeur (Castel, 2007). Le statut d'indépendant, quant à lui, est moins protecteur, mais il met en place moins d'obligations. Enfin, il convient de rappeler que c'est le critère de la subordination qui détermine le statut juridique de la relation d'emploi, alors que la dépendance économique n'est qu'un indice de ce lien de subordination (Supiot, 2019).

Le salariat est donc le produit d'un rapport de force issu d'un contexte, le capitalisme industriel, concentré autour de l'entreprise, dans laquelle les rôles sont établis entre « les apporteurs de l'outil de production » et « les apporteurs en travail ». Au contraire, dans le capitalisme de plateforme, la propriété des actifs physiques n'est pas centralisée mais distribuée dans le réseau. Le travailleur investit lui-même du capital et il assume le risque y afférant. De même, si les opérateurs

ne possèdent pas d'actifs physiques, cela ne signifie pas qu'ils ne consentent pas à des investissements, mais ceux-ci sont tournés vers « l'effet de réseau », dans le but de contrôler le plus de parts de marché. La levée de capitaux des opérateurs de plateformes (à l'origine en tant que start-up ou licornes) poursuit cet objectif de *winner takes all* (Auttenne & de Ghellinck, 2019).

On pourrait évoquer une forme de tertiarisation du rôle du capitaliste dans les rapports sociaux de production. Il devient un « apporteur de clients » et propose l'entrée dans un marché *as a service*. On peut ainsi émettre l'hypothèse que dans la *gig economy*, l'instrument au centre de la dépendance du travail vis-à-vis du capital n'est plus la propriété des moyens de production centralisés dans l'entreprise (les outils, les infrastructures, l'usine), mais le contrôle de l'accès numérique au marché.

Or, avec la propriété des moyens de production, le capitaliste était exposé à différentes actions à l'encontre de ses actifs : blocage ou détérioration lors des grèves, expropriation, nationalisation, etc. Ainsi, ce sur quoi repose la force du capitaliste est en même temps un levier exploitable dans un conflit social. À l'inverse, la *gig economy* distribue la propriété dans le réseau, ce qui implique que chaque travailleur supporte une partie du risque financier. En tant que « qu'apporteur de clients », c'est en revanche le fait de garder l'accès au marché qui offre une position dominante à l'opérateur de plateforme. Établir un rapport de force devient alors plus difficile puisqu'il faut agir soit sur sa capacité à coordonner l'offre et la demande, soit sur les données et leur collecte. En outre, grâce à l'effet *winner takes all*, certains opérateurs deviennent pour ainsi dire propriétaires du marché (en situation de monopole), et le bannissement de la plateforme revient à une fermeture du marché. Tandis qu'un travailleur qui arrive à prospecter par lui-même ses clients se libère en même temps de sa dépendance à la plateforme. À partir de cette analyse, le concept de *gate keeper* est proposé pour appréhender les rapports sociaux dans la *gig economy*. Au lieu de considérer l'opérateur de plateforme comme un employeur, celui-ci sera considéré comme un *gate keeper* sur son marché.

2.2. Le *gate keeping* sur un marché

Le concept de *gate keeper* n'est pas mobilisé par la littérature sur la *gig economy*. Pourtant, son intérêt heuristique mérite d'être souligné, ce que fait la Commission européenne dans un accord préliminaire pour un *Digital Market Act* (DMA) conclu en 2022. Celui-ci fait du *gate keeper*

– traduit en « contrôleur d'accès » dans la version française du texte – la pierre d'achoppement de la gouvernance des plateformes. Selon ce DMA, les plateformes « constituent des éléments structurants clés pour l'économie numérique actuelle, servant d'intermédiaires pour la majorité des transactions entre les utilisateurs finaux et les entreprises utilisatrices. Certaines grandes plateformes jouent de plus en plus le rôle de points d'accès ou de *gate keeper* entre les entreprises utilisatrices et les utilisateurs finaux et jouissent d'une position solide et durable [...] Ces *gate keepers* ont une incidence majeure sur les marchés numériques, exercent un contrôle substantiel sur l'accès à ces marchés, et sont ancrés dans ces marchés, ce qui entraîne une forte dépendance à ces *gate keepers* pour de nombreuses entreprises utilisatrices. [...] [Ce sont] : 1) des services de plateformes multifaces fortement concentrées, où, en règle générale, une ou très peu de grandes plateformes numériques fixent les conditions commerciales avec une autonomie considérable ; 2) quelques grandes plateformes numériques agissent en tant que points d'accès permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs clients et vice versa ; et 3) les grandes plateformes numériques abusent souvent de leur pouvoir de *gate keepers* à l'égard des entreprises utilisatrices et des consommateurs qui en sont économiquement dépendants. » (Commission européenne, 2020, p. 1.)

Un *gate keeper* est donc un opérateur de plateforme qui s'est imposé sur son marché grâce aux effets de réseau (*winner takes all*), ces derniers résultant du tiers de confiance et du management algorithmique. C'est au regard de ces éléments qu'il faut comprendre l'opérateur comme un gardien de ses parts de marché, qui ouvre ou ferme ses portes en fonction des données qu'il collecte sur les transactions et les utilisateurs. Ainsi, l'opérateur sait non seulement lorsqu'il existe un petit boulot (*gig*), mais il peut aussi faciliter sa conclusion grâce à d'autres données : disponibilité, géolocalisation, prix, informations bancaires, moyens de contact, etc. Enfin, un opérateur peut aussi favoriser l'appariement des petits boulots à certains travailleurs mieux évalués. Il existe donc un lien entre données numériques et *gate keeping* qui peut être illustré, par exemple, à partir du fonctionnement algorithmique des plateformes de transport du type d'Uber.

Les plateformes de transport coordonnent leur marché à partir de deux catégories de données : les paramètres globaux, sur lesquels le comportement du chauffeur n'a pas ou peu d'impact (sa position relative au client, la topologie du trajet, le temps d'approche, etc.) ; et les paramètres individuels, qui sont directement liés au comportement

du chauffeur (son taux moyen d'acceptation, de refus, et sa notation client). De la sorte, si deux chauffeurs C1 et C2 sont à la même distance d'un client, mais que le chauffeur C1 a un taux d'acceptation moyen de 20 % et le chauffeur C2 un taux d'acceptation moyen de 60 %, l'algorithme attribuera d'abord le trajet au chauffeur C2. Il en ira de même en cas de différence de taux d'annulation (Heetch, 2020). Les opérateurs justifient cette pratique en soulignant qu'ils maximisent ainsi la probabilité globale que les différents trajets se réalisent. En effet, plus la plateforme met de temps pour trouver un chauffeur pour le client, plus la probabilité que celui-ci annule devient forte – cela est encore plus vrai dans un marché du transport concurrentiel et multimodal. Ainsi, selon les informations publiées par Heetch, l'algorithme hiérarchise les chauffeurs en cinq groupes.

Groupes	Taux d'annulation	Conditions	Taux d'acceptation	Seuil de notation client
A	< 20 %	ET	> 70 %	Non précisé
B	≤ 20 %		30 % - 70 %	
C	≤ 20 %		10 % - 30 %	
D	> 20 %	OU	< 10 %	
E	Exclus pour scores trop faibles			



Figure 2 – Exemple de taux d'annulation des courses

Au regard de cette description de l'algorithme, l'opérateur choisit d'ouvrir plus ou moins le marché en fonction des données numériques dont il dispose. C'est en ce sens qu'il est possible d'argumenter que le fonctionnement du *gate keeper* sur son marché est intimement lié à la collecte et au traitement des données numériques. En même temps, on voit se dessiner le risque de ne plus obtenir de petits boulots à cause de ces mêmes données.

Conclusion

La *gig economy* désigne les plateformes numériques qui coordonnent la marchandisation et la monétisation de petits boulots (les *gigs*). Ceux-ci peuvent être exécutés en ligne ou hors ligne. À partir de ces caractéristiques, de la taille du maché et du niveau de subordination, une typologie reprenant quatre types de plateformes de travail a été construite. Elle distingue le *crowdworking*, le *e-lancing*, les plateformes-cadres et les plateformes-marchés.

Si certains opérateurs de plateformes pourraient être (re)qualifiés d'employeurs, il est possible de mobiliser d'autres critères pour baliser les rapports sociaux dans la *gig economy*. Ils peuvent s'appréhender à partir des éléments suivants :

1. Le transfert de la propriété et du risque financier – précédemment centralisés dans l'entreprise – vers des travailleurs distribués dans le réseau. Les actifs des opérateurs de plateformes sont, quant à eux, essentiellement numériques.
2. Le risque de dépendance économique, associé à l'accès au marché (avoir de la demande, des clients et donc des petits boulots).
3. La place centrale des données numériques en tant qu'outil de contrôle de cet accès au marché. Les petits boulots sont distribués à partir des données collectées.

Les rapports sociaux de production se structurent ainsi autour d'un contrôleur d'accès au marché, le *gate keeper*, et d'un travailleur propriétaire de son outil (auxquels on pourrait encore ajouter le client, c'est-à-dire l'autre face du marché). La dépendance économique s'intensifie lorsque le travailleur dépend exclusivement des plateformes pour obtenir des petits boulots. Le risque est d'autant plus élevé lorsque la plateforme se confond pratiquement avec le marché (effet *winner takes all*). À partir de ce concept de *gate keeper*, la prochaine étape pourrait consister à imaginer un mode de gouvernance des rapports sociaux dans lequel le cœur des négociations porterait sur les données numériques et les garanties d'accès au marché.

Bibliographie

- Autenne, A., & de Ghellinck, É. (2019). L'émergence et le développement des plateformes digitales : les enseignements de la théorie économique de la firme. In *Revue internationale de droit économique*, XXXIII(3), 275-290.
- Belleflamme, P., & Peitz, M. (2021). *The Economics of Platforms. Concepts and Strategy*. Cambridge University Press.
- Casilli, A. (2019). *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*. Seuil.
- Castel, R. (2007). *Les métamorphoses de la question sociale. Une chronique du salariat*. Gallimard.
- Commission européenne. (2020). *Règlement du Parlement européen et du Conseil européen relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique (législation sur les marchés numériques)*.
- Eurofound. (2020). *Platform work: Platforms' business model*.
- Flichy, P. (2019). Le travail sur plateforme. Une activité ambivalente. In *Réseaux*, 213(1), 173-209.
- Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: impacts of global digital labour platforms and the *gig economy* on worker livelihoods. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 135-162.
- Harribey, J.-M. (1998). Travail, emploi, activité: essai de clarification de quelques concepts. In *Economies et Sociétés*, 20(3), 5-59.
- Heeks, R. (2017). *Digital Economy and Digital Labour Terminology: Making Sense of the "Gig economy", "Online Labour", "Crowd Work", "Microwork", "Platform Labour", Etc.* The University of Manchester.
- Heetch. (2020, November 24). Comment fonctionne l'algorithme d'attribution des trajets ? *HeetchPro*. [En ligne.]
- Laffont, J.-J. (Éd.). (2003). *The Principal Agent Model. The Economic Theory of Incentives*. Edward Elgar Publ.
- Lee, M.K., Kusbit, D., Metsky, E., & Dabbish, L. (2015). Working with Machines: The Impact of Algorithmic and Data-Driven Management on Human Workers. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1603-1612.
- Liu, M., Brynjolfsson, E., & Dowlatabadi, J. (2021). Do Digital Platforms Reduce Moral Hazard? The Case of Uber and Taxis. In *Management Science*, 67(8), 4665-4685.
- Mallargé, J., Zidda, P., & Decrop, A. (2017). Typologie des pratiques et profil des consommateurs collaboratifs. In *La consommation collaborative*.

Enjeux et défis de la nouvelle société du partage (1^{ère} éd., 51-80). De Boeck Supérieur.

Rochet, J.-C., & Tirole, J. (2003). Platform Competition in Two-Sided Markets. In *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990-1029.

Stanford-Smith, B., Chiozza, E., & Edin, M. (Eds.). (2002). *Challenges and achievements in E-business and E-work*. IOS Press.

Supiot, A. (2019). *Le travail n'est pas une marchandise. Contenu et sens du travail au XXI^e siècle*.