

La coproduction à l'heure du numérique. Risques et opportunités pour le consommateur et l'emploi

Déclaration du groupe CFTC

La CFTC a à cœur de guider les changements résultant de la troisième révolution industrielle. Elle peut, en effet, être vecteur d'un nouveau contrat social dans un monde en plein bouleversement, plus juste pour les travailleurs, à condition d'en prévoir et d'en accompagner les mutations.

L'un des changements les plus visibles réside dans l'acte de consommation : la consommation de masse perd de la vitesse au profit d'une consommation de plus en plus personnalisée, les consommateurs désirant eux-mêmes davantage de services intégrés à leurs achats. Dans ce contexte, se développent de nouvelles formes de coproduction.

La CFTC insiste sur les deux modes de coproduction repris dans l'avis : L'une passive, à la faveur du numérique, donc imposée et obligatoire par le fournisseur public ou privé. Celle-ci nécessite l'accessibilité par et pour tous.

L'autre, à la faveur de la révolution numérique, plus active, plus dynamique et plus utile pour l'utilisateur ou le consommateur, dès lors qu'elle est volontaire. L'avis en cite deux :

- le marketing participatif qui repose sur la participation volontaire des consommateurs ;
- la coproduction relevant de l'initiative des consommateurs.

Les préconisations de cet avis servent à améliorer les différents dispositifs à mettre en œuvre.

Pour la CFTC, seules ces formes actives appellent une adaptation de la réglementation de cette nouvelle forme de travail. Ces formes de coproduction réduisent peu à peu la frontière entre le travail, la production et la consommation. La CFTC insiste sur le fait que tout travail doit créer du droit

social. De même, il est impératif que l'individu puisse choisir de ne pas être un.e « consom-acteur.rice ».

La CFTC appuie particulièrement les recommandations entourant et réglementant l'utilisation des données personnelles, notamment celles relatives aux mineurs et à la santé des personnes.

Elle appuie les propositions liées à l'impulsion des programmes de formation et de reconversion professionnelle. C'est dans cet esprit que la CFTC parle des emplois nouveaux, émergeant de ces technologies, et rappelle que toute activité doit permettre d'acquérir des droits attachés à la personne dès lors que nous raisonnons en termes de formes nouvelles et élargies d'activité qui seront susceptibles d'alimenter le CPA.

Toutefois, la CFTC considère que l'inflation normative – qui ne ferait qu'instaurer des barrières financières et sociales à une frange de la population souvent exclue du marché du travail – ne devrait pas être le guide de cette troisième révolution.

La CFTC est consciente que la réglementation et le cadrage sont des éléments importants mais ceux-ci devraient davantage accompagner les effets positifs de la coproduction.

Notre seul petit regret dans l'avis est d'avoir inscrit prioritairement dans le texte les risques de cette mutation plutôt que d'en développer les probables avantages.

Les atouts de la coproduction sont indéniables :

développer l'imagination pour proposer des biens et services de plus en plus personnalisés ;

faire émerger de nouvelles formes de travail ;

inciter les personnes à se former pour suivre ses évolutions, et bien d'autres.

La question de la rétribution de la coproduction est peu abordée dans cet avis, cependant la CFTC établit un lien avec les travaux en cours sur le revenu citoyen.

Le groupe de la CFTC a voté favorablement l'avis.