

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

Déclaration du groupe UNSA

L'implication du consommateur dans la production n'est pas nouvelle, mais l'arrivée du numérique en modifie les paramètres, accélère, voire « disrupte » nos modèles économiques et sociaux et leurs segmentations : consommateur/producteurs, créateur/prescripteur, salariés/individuels, et fait apparaître une nouvelle valeur économique : la donnée.

Si l'éclosion de cette nouvelle économie est pleine de promesses tant pour le consommateur (avec une plus grande flexibilité d'usage et personnalisation de ses relations) que pour nos entreprises qui en ont intégré ses usages et plus encore nos start-up, elle crée également de nouvelles césures.

Il s'agit en premier lieu de l'accès, suivi de l'appropriation de l'outil numérique, que ce soit du côté des particuliers mais aussi des entreprises. Se saisir de cette nouvelle économie, nécessite des infrastructures adaptées tant en haut débit qu'en relais pour les personnes plus éloignées d'un usage aisé et sécurisé. Il ne suffit pas de savoir jouer ou « googliser » pour anticiper sur le fonctionnement d'un algorithme d'interface. Des relais physiques restent nécessaires notamment pour les services publics.

La coproduction liée au numérique, et plus encore avec l'intelligence artificielle, illustre également combien les métiers sont percutés dans le rapport aux compétences et les valeurs redistribuées, suivant que l'on maîtrise ou que l'on soit mis en concurrence avec la technologie. Pour y répondre, l'accent doit être mis sur la formation initiale bien sûr et ce dès le plus jeune âge, mais aussi tout au long de la vie, car les langages de codes évoluent et plus encore l'approche systémique qui en découle. Une attention plus particulière doit être mise en place pour accompagner la mutation des emplois dans les secteurs les plus fragilisés structurellement, par exemple le secteur bancaire.

Si dans un premier temps ce sont les plates-formes elles-mêmes qui ont introduit un nouveau modèle économique, l'analyse montre que plus que le

support, c'est la structure même de la chaîne de valeur et de sa redistribution (nature des investissements dans la production, modèle coopératif ou captateur, répartition fonctionnelle territoriale) qui induisent les plus fortes ruptures. De plus, la constitution de valeur via la coproduction peut se faire à un double niveau, dans la production elle-même mais aussi en termes d'informations particulières et de données personnelles que l'on communique plus ou moins volontairement et consciemment. Les réponses sont donc plurielles.

Pour les consommateurs, il s'agit de renforcer leur véritable capacité d'appréhension des plateformes et les célèbres GAFAs, mais aussi de la nature réelle de leurs contributions et de la valeur de cette dernière dans la production et la création de richesse.

L'UNSA soutient donc les propositions du CESE concernant l'étude d'évaluation de la contribution des consommateurs et d'établir dès à présent les conditions de régulations et de réglementations de l'économie de plateforme afin d'assurer une meilleure transparence et respect des consommateurs dont le respect de la vie privée et des données personnelles « sensibles » (notamment dans le domaine de la santé).

Notre modèle social est également questionné, c'est à toutes les parties prenantes de se saisir du sujet pour favoriser un modèle inclusif et limiter les processus d'évitement : Berlin a su sérieusement contraindre Airbnb et New York Uber.

Dans un objectif de justice fiscale et d'accès à tous, la DGCCRF doit formuler des priorités sur ce type d'investigation, et les régulations à apporter. L'UNSA soutient également la nécessité d'établir un véritable statut juridique européen de la plateforme numérique et permettre ainsi une fiscalité européenne et/ou nationale appropriée.

L'UNSA a voté favorablement cet avis.