

UBER : UNE INNOVATION AU SERVICE DE LA CROISSANCE

Réguler les VTC pour répondre aux défis économiques, sociaux et territoriaux

Janvier 2016

Rédacteur :

- **Charles-Antoine Schwerer**
Economiste chez Asterès

Sous la direction de :

- **Nicolas Bouzou**
Directeur fondateur d'Asterès



A S T E R è S
p r o d u c t e u r d ' i d é e s

PREAMBULE

Cette étude intitulée *Uber : une innovation au service de la croissance* résulte des travaux d'Asterès, cabinet de conseil et d'analyse économique, suite à une demande et un financement de l'entreprise Uber France.

L'étude analyse les mutations en cours dans le secteur des VTC, évalue l'impact économique d'Uber en France et propose un cadre réglementaire pour le secteur. Afin de mener ces travaux, le cabinet Asterès a pu utiliser des données transmises par Uber sur le montant, la fréquence ou encore la localisation des courses réservées sur la plateforme. L'étude a été réalisée suivant la charte éthique édictée par Asterès.

Les propos tenus dans cette étude n'engagent que ses rédacteurs, Charles-Antoine SCHWERER et Nicolas BOUZOU, et en aucune façon l'entreprise Uber ou l'un de ses représentants.

Charles-Antoine SCHWERER

Economiste chez Asterès



Nicolas BOUZOU

Economiste, Directeur – Fondateur d'Asterès



SYNTHESE

L'application Uber a transfiguré le secteur des véhicules de transports avec chauffeur (VTC) en générant des gains de productivité considérables. En quatre ans, 10 000 emplois de chauffeurs affiliés à la plateforme ont été créés en Ile-de-France¹. Une simplification administrative du marché des VTC pourrait permettre de créer plus de 100 000 emplois sur le territoire français. Le cas Uber symbolise l'innovation digitale : en bousculant un marché, une plateforme crée de l'emploi, génère des gains de productivité et invite les institutions à se renouveler.

1

LE NOUVEAU VISAGE DE LA CROISSANCE

Uber illustre le processus de « destruction créatrice » à l'heure numérique. En alliant plateforme digitale, optimisation organisationnelle et travail indépendant, l'entreprise a rapidement conquis le marché de la réservation VTC. Le modèle Uber génère des gains de productivité rapides et déstabilise les acteurs dominants.

La digitalisation d'un marché renouvelle le stock d'emplois : certaines fonctions sont détruites, d'autres créées :

- La nouvelle offre élargit le marché et concurrence les acteurs en place. Des emplois sont créés chez Uber et les startups concurrentes et devrait à terme être détruits dans les centrales de réservations traditionnelles.
- La digitalisation d'un marché modifie les habitudes de consommation. La demande de VTC explose et Uber crée indirectement des emplois de chauffeurs indépendants.
- La plateforme impacte le budget des ménages. Les clients historiques des VTC gagnent en pouvoir d'achat, le dépensent par ailleurs et créent de l'emploi dans d'autres secteurs. Inversement, les dépenses en VTC des nouveaux clients créent un effet d'éviction sur d'autres postes de consommation.



Chaque vague d'innovation déstabilise les acteurs en place et les institutions. Les pouvoirs publics doivent alors limiter les barrières à l'entrée des marchés pour permettre l'arrivée de nouveaux acteurs, l'accélération des gains de productivité

¹ Les sources de l'ensemble des données présentées dans la Synthèse sont disponibles dans le corps de l'étude.

et la croissance du PIB. La régulation des marchés en mutation doit être préventive et non réactive et au cas par cas.

2 UBER : IMPACT ET PERSPECTIVES D'UNE INNOVATION

L'application développée par Uber a fait exploser la demande de VTC et donc l'emploi dans le secteur. En 4 ans en Ile-de-France, l'entreprise a créé directement une soixantaine de postes (préposés principalement au marketing et à la communication) et indirectement 10 000 emplois de chauffeurs indépendants.



Le marché français des taxis et des VTC est obstrué par de fortes barrières à l'entrée (licences pour les taxis, formation longue et onéreuse pour les VTC). La France dispose d'1 chauffeur (taxi et VTC) pour 1 000 habitants contre 4 en Angleterre. **Au regard des comparaisons internationales, une réglementation adaptée pourrait permettre de créer plus de 100 000 emplois de chauffeurs.**

L'offre de VTC désenclave certains territoires : chaque jour 44% des courses Uber arrivent ou partent de la banlieue parisienne. La mutualisation des véhicules **libère de l'espace urbain et génère des gains de temps pour les passagers**. A Londres, les services de VTC sont utilisés majoritairement par les ménages modestes. Le développement d'une offre *low cost* permettrait ainsi de démocratiser la mobilité.

Deux sujets régulièrement évoqués doivent être abordés avec rigueur :

- **Le statut d'auto-entrepreneur n'introduit pas de distorsion de concurrence entre taxis et VTC** car les artisans taxis peuvent bénéficier d'un régime similaire (la micro-entreprise). Ce régime est moins favorable fiscalement que celui d'artisan et sert à lancer son activité, non à la faire prospérer.
- **L'essor du marché alimente les recettes publiques via l'activité des chauffeurs**. Actuellement, les impôts et charges issues du secteur VTC s'élèvent à environ 150 millions € par an.

3 PARTICULIERS, VTC, TAXIS : UNIFIER LE MARCHÉ



L'essor du marché des VTC est suspendu aux décisions de politique publique. La demande est forte, les acteurs prêts à développer l'offre mais la réglementation limite structurellement le marché.

Le coût du lancement d'une activité VTC est de 5 000 € minimum en France contre 500 € à Londres, New-York ou Washington. La formation exigée s'étale sur

75 jours à temps plein. **La loi impose l'utilisation de véhicules haut-de-gamme** (de plus de 4,5 mètres de long et 114 chevaux de puissance). **La création des 100 000 emplois potentiels dépend ainsi d'un choc de simplification.** Un permis B, une assurance adaptée et des contrôles médicaux et judiciaires devraient suffire pour conduire en sécurité et lancer son activité. Si un contrôle supplémentaire est jugé nécessaire, un examen libre d'accès est préférable à la formation actuelle de 75 jours. Les chauffeurs suivraient *a posteriori* des formations continues. Hormis des considérations sécuritaires ou environnementales tout type de véhicule doit être autorisé. Les coûts de lancement et de fonctionnement seraient réduits pour les chauffeurs qui verraient leur pouvoir d'achat augmenter.

Des offres low cost et moyen-de-gamme pourraient alors apparaître. Les succès passé d'UberPop (500 000 utilisateurs et 4 000 conducteurs) et présents de Heetch (200 000 utilisateurs et 5 000 conducteurs) ont démontré l'existence d'une demande sur ces segments. La levée des barrières permettra aux conducteurs occasionnels de devenir des chauffeurs VTC *low cost* et donc de payer leurs charges, taxes et impôts.

Le monopole des taxis doit se concentrer sur la maraude physique : lorsqu'un client hèle un taxi, un seul véhicule s'arrête et il n'y a pas de concurrence. La réglementation des prix est dans ce cas nécessaire. En revanche, pour la réservation ou la « maraude électronique » le client compare les offres. Les tarifs des taxis, en concurrence avec les VTC, doivent alors être libres. L'exemple de New York montre que le prix des licences, qui répond à des logiques spéculatives et s'assimile à un placement financier, ne s'en trouvera pas automatiquement diminué.

L'essor économique du secteur passe en dernier lieu par la régulation des plateformes numériques. La coopération avec l'administration permettrait de tracer les paiements et de réduire l'économie grise. La vérification des normes encadrant les chauffeurs (casier judiciaire vierge) relèverait de la responsabilité de l'application. La prudence est cependant de mise : une régulation trop poussée pourrait créer des barrières à l'entrée et protéger la position du *leader* Uber au détriment des chauffeurs et des clients.

SOMMAIRE

1

LE NOUVEAU VISAGE DE LA CROISSANCE



- 1 L'ubérisation accélère la création de valeur
- 2 La digitalisation d'un marché crée de l'emploi
- 3 Les institutions doivent capitaliser sur l'innovation

2

UBER : IMPACT ET PERSPECTIVES D'UNE INNOVATION



- 1 Perspectives de création d'emploi grâce à Uber
- 2 Les VTC au service du désenclavement et de l'urbanisme
- 3 Les faux débats : concurrence « déloyale » et fiscalité

3

PARTICULIERS, VTC, TAXIS : UNIFIER LE MARCHÉ



- 1 Heetch et UberPop : passer de l'informel au *low cost*
- 2 Les VTC : ouvrir le marché pour stimuler la croissance
- 3 Les taxis : libérer la réservation et préserver la maraude
- 4 L'application Uber : réguler les plateformes numériques

1

LE NOUVEAU VISAGE DE LA CROISSANCE

L'application développée par Uber, une plateforme de mise en relation entre chauffeurs et clients, a transformé en quelques années le secteur du transport avec chauffeur. Par son *business model*, sa vitesse de diffusion et ses enjeux sociopolitiques, l'entreprise éclaire le nouveau visage de la croissance économique.

Le cas d'Uber illustre la « destruction créatrice schumpetérienne » à l'heure numérique. Le nouvel entrant bouleverse rapidement les équilibres de marché, crée peu d'emplois directs mais beaucoup d'emplois indirects (de chauffeurs en l'occurrence) et permet des gains de productivité.

La nouvelle offre incite les acteurs traditionnels à s'adapter ou au contraire à faire dresser des barrières réglementaires pour se protéger. L'impact social de l'innovation est optimal lorsque les pouvoirs publics capitalisent sur la nouveauté pour gagner en efficacité et favorisent l'ouverture des marchés.



« Uberisation », le fordisme du XXI^{ème} siècle ?

En 1908 Henri Ford, ingénieur américain, lance sa production de Ford T suivant trois principes : division du travail, standardisation de la production, salaires élevés pour les ouvriers. Le fordisme est né et prépare nos sociétés à l'industrialisation à grande échelle et à la consommation de masse des 30 Glorieuses.



En 2015, un nouveau mot fait florès dans le débat public français : « l'uberisation »¹. En quelques mois, l'entreprise Uber, une application qui met en relation offre de transport par voiture et demande de mobilité, a bouleversé un secteur et créé indirectement des milliers d'emplois de chauffeurs. La formule se compose d'une plateforme digitale, d'optimisation organisationnelle et de travail indépendant.

Comme l'entreprise Ford avait symbolisé l'innovation et le fonctionnement des marchés au XX^{ème} siècle, Uber illustre les mutations en cours au début du XXI^{ème}. L'uberisation constitue le bouleversement d'un secteur par un nouvel entrant numérique.

² Le terme a été popularisé par Maurice Lévy, PDG du Groupe Publicis, dans un entretien au Financial Times en décembre 2014, arguant que « tout le monde a peur de se faire ubériser ». L'usage de l'expression s'est répandu à partir de juin 2015 selon l'indicateur Google Trend.



L'ubérisation accélère la création de valeur

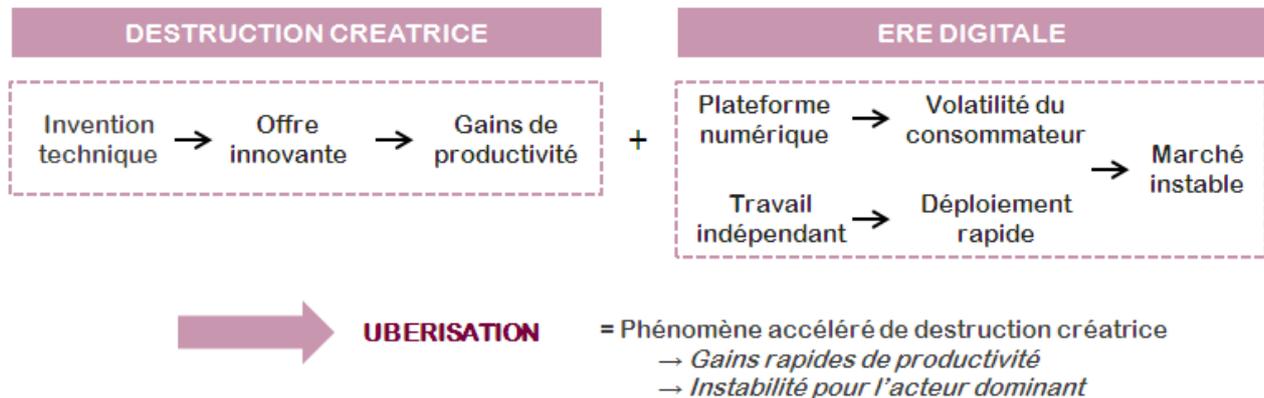
Le processus d'ubérisation constitue une « destruction créatrice » rapide et inattendue. C'est la forme numérique du concept connu depuis le XIX^{ème} siècle et les travaux de Joseph Schumpeter³. Un entrepreneur (Travis Kalanick) se saisit d'une innovation numérique (le smartphone et sa géolocalisation) pour lancer une nouvelle offre (l'application Uber) avec un meilleur rapport qualité-prix que les offres préexistantes. Le processus débouche sur des gains de productivité et une réallocation des facteurs de production.

L'innovation Uber repose sur une plateforme digitale qui met en relation des travailleurs indépendants (les chauffeurs) et des consommateurs. La spécificité de l'ubérisation tient à la vitesse de diffusion des innovations numériques :

- Une fois la plateforme mise en ligne, ce sont les producteurs du service (ici les chauffeurs) qui investissent (ici dans les véhicules et la formation) pour développer l'activité. Le déploiement sur un nouveau marché nécessite seulement quelques mois car il repose sur une multitude d'acteurs.
- Dans le monde numérique, le coût du changement pour l'utilisateur est faible et il est aisé de comparer les offres. Une nouvelle offre compétitive va aisément conquérir des parts de marché et voir croître sa base d'utilisateurs.
- L'industrie des plateformes a tendance à se constituer en position dominante : les producteurs et les consommateurs ont intérêt à se rassembler sur la même application car les rendements sont croissants. Une position de leader bénéficie rapidement d'un phénomène de *winner takes all*.

Le modèle Uber permet de se déployer rapidement puis de bouleverser le rapport de marché à son avantage. La vitesse d'exécution du nouvel entrant et la surprise des acteurs traditionnels sont deux composantes clés de l'ubérisation.

³ Joseph Schumpeter, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, 1942.



Un leader numérique peut-il être uberisé ?



La mutation rapide d'un marché physique par un nouvel entrant numérique est courante. Mais peut-on imaginer le bouleversement d'un marché déjà numérisé ? Les disparitions de MySpace, Lycos ou MSN Messenger en constituent les preuves passées.

L'économie Internet est une économie de position dominante : Facebook sur les réseaux sociaux, Google sur les moteurs de recherche, Youtube sur les vidéos, Tripadvisor dans les conseils touristiques, Booking dans la réservation d'hôtels, Blablacar pour le covoiturage, Uber pour les VTC, etc.

La spécificité du numérique tient à l'instabilité de ces positions dominantes. Changer d'application ou de plateforme a un coup très réduit pour le consommateur. La contestation peut alors venir de l'idée innovante d'une start up (What's App et la messagerie en ligne) ou de la diversification d'un voisin (Amazon et les services aux entreprises, Facebook et l'information).

Afin de préserver la constestabilité des marchés et l'instabilité des dominations, il convient cependant que les autorités concurrentielles veillent : l'acteur dominant ne doit pas profiter de sa position pour imposer des barrières aux nouveaux entrants ou pour s'octroyer une rente indue. Alors, l'uberisation pourra durer et les gains de productivité s'accumuler.

1.2

La digitalisation d'un marché détruit et crée de l'emploi

Une innovation est adoptée par le public parce qu'elle génère des gains de productivité. Une offre innovante crée ainsi de la richesse et renouvelle le stock d'emplois puisque certaines fonctions sont détruites et d'autres créées. Lors de la digitalisation d'un marché, le solde création-destruction dépend de la densité en main d'œuvre du service, des gains de pouvoir d'achat pour les clients et de l'effet d'éviction sur d'autres postes de consommation. Une politique publique d'innovation et de compétitivité doit permettre de former la main d'œuvre pour monter en gamme et de capter les créations d'emplois sur un territoire.

Fin XVIII^{ème}, un orchestre était nécessaire pour écouter de la musique. Aujourd'hui il suffit d'un abonnement streaming sur smartphone. L'industrialisation puis la digitalisation musicale ont totalement renouvelé l'emploi par trois voies : directe, indirecte et induite.

- **La nouvelle offre élargit le marché et concurrence les acteurs en place : le nouvel entrant attire des consommateurs supplémentaires et cannibalise les clients du service traditionnel.** L'écoute de musique est plus répandue aujourd'hui qu'au XVIII^{ème} lorsqu'il fallait payer un orchestre. Des emplois ont été créés chez Deezer, Spotify ou iTunes et détruits dans la musique « à domicile »⁴. Le solde de création-destruction direct dépend de la hausse de la demande et de la densité en main d'œuvre de la nouvelle offre.

U
B
E
R

Une application de réservation comme Uber devrait à terme détruire de l'emploi dans les centrales traditionnelles de réservation de taxis et VTC pour en créer en interne (environ 60 salariés en France à date). Le marché s'élargit⁵ et le solde d'emplois directs est *a priori* positif.

- **La nouvelle offre modifie la chaîne de valeur : les habitudes de consommation et la propension à consommer évoluent.** Le consommateur paie quelques centimes pour écouter son morceau mais des centaines d'euros pour acheter son smartphone ou assister à un concert public. La valeur se déplace, des emplois sont créés indirectement chez Samsung, Apple, Sony,

⁴ D'où l'inquiétude de John Maynard Keynes de voir les machines remplacer la main d'œuvre et de créer un « chômage technologique ». *Economic possibilities for our grandchildren*, 1930.

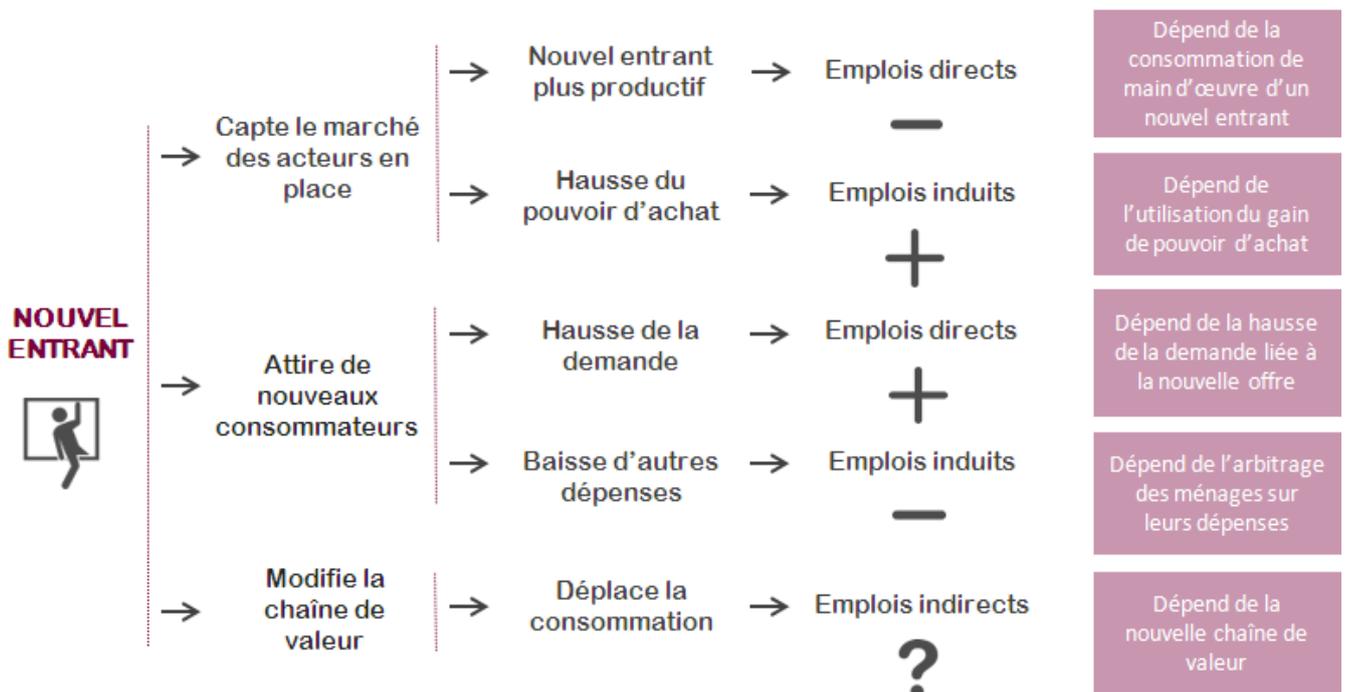
⁵ D'après l'enquête *Usages, usagers et impacts des services de transport avec chauffeur* menée en 2015 par Nicolas Louvet et 6-t Bureau de recherche pour le compte d'Uber, 27% des trajets Uber n'auraient pas eu lieu sans la plateforme.

dans le spectacle vivant et le merchandising, et d'autres détruits indirectement chez les fabricants d'instrument, les professeurs de musique et les disquaires. Le solde création-destruction indirect dépend de la nouvelle chaîne de valeur du secteur.

**U
B
E
R** En optimisant l'accès aux VTC, l'application Uber crée des milliers d'emplois indirects de chauffeurs. Les destructions d'emplois dans les taxis, bus ou métros devraient être nulles vu la pénurie d'offre de mobilité urbaine. Le solde attendu d'emplois indirects est largement positif.

- **La nouvelle offre impacte le budget des ménages : le client historique gagne en pouvoir d'achat et peut consommer par ailleurs, le nouveau client doit couvrir sa dépense supplémentaire et se restreindre par ailleurs** (ou puiser sur son épargne). Par exemple, le consommateur de CD qui passe au streaming peut s'offrir une place de cinéma par semaine. L'abonné streaming qui n'achetait jamais de disque doit se priver d'une autre dépense. Le solde création-destruction induit dépend des effets d'incitation ou d'éviction sur la consommation des ménages. Les créations-destructions sont diffusées à l'ensemble de l'économie et dépendent de la densité en main d'œuvre des postes de consommation impactés.

**U
B
E
R** Uber attire de nouveaux clients du transport avec chauffeur et crée un effet d'éviction sur d'autres dépenses. Les prix du service étant variables, le gain de pouvoir d'achat pour les utilisateurs historiques dépend du type de course. Le solde d'emplois induits est inconnu.



Airbnb et les *low costs* aériennes : le nouveau créateur de l'emploi

A Paris, 27% des touristes qui logent en Airbnb ne seraient pas venus sans le service de mise en relations entre particuliers. Grâce au gain de pouvoir d'achat, les utilisateurs séjournent 5 jours au lieu de 2 en moyenne pour les hôtels. Leurs dépenses globales sont deux fois plus élevées. Résultat : le marché s'élargit, le pouvoir d'achat augmente et la valeur se déplace vers les restaurants, les bars, les musées. Les hôtes, eux, voient leur revenu augmenter. Au global, l'effet direct, indirect et induit de la plateforme à Paris s'est élevé en 2012 à 185 millions € et 1 100 emplois⁴.

Dans l'aérien, l'arrivée des compagnies *low cost* a élargi le marché (+112% entre 2007 et 2009 à Lyon). Le pouvoir d'achat a bondi de 7 millions € par ligne aérienne et par an. Enfin, la valeur s'est déplacée puisque 35% à 60% des voyageurs ont reporté sur l'hébergement l'économie sur le billet. D'après l'économiste Emmanuel Combe, ce sont plus de 50 000 emplois qui ont ainsi été créés en 2007 par l'activité des compagnies *low cost* dans les régions françaises⁵.



⁶ Etude : la communauté Airbnb contribue à l'économie parisienne à hauteur de 185 millions d'euros, Communiqué de presse Airbnb à partir des travaux d'Asterès, 13 juin 2013.

⁷ Les vertus cachées du *low cost* aérien, Fondapol, Emmanuel Combe, 8 novembre 2010.

1.3

Les institutions doivent capitaliser sur l'innovation

Chaque vague d'innovation déstabilise les acteurs en place et les institutions.

Prix Nobel d'économie en 1982, Georges Stigler a mis en lumière la notion de « capture réglementaire » : les entreprises traditionnelles tentent d'influencer la réglementation pour dresser des barrières à l'entrée de nouveaux acteurs. Parallèlement, les vagues d'innovation modifient les rapports de production⁸ et les structures sociales, bousculant le fonctionnement des institutions.

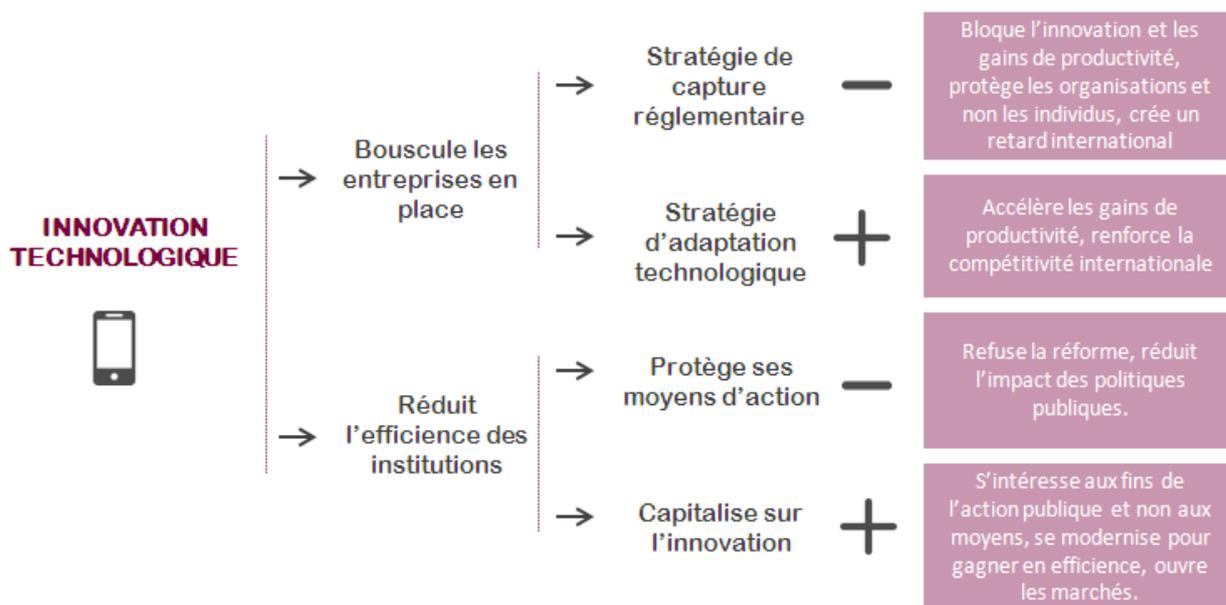
Avec l'émergence rapide du paradigme digital, l'efficacité des institutions décroît dans un premier temps. La Sécurité sociale peine à protéger efficacement les travailleurs *free lance*. La fiscalité doit s'adapter aux plateformes numériques supranationales. Les droits de propriété sont dépassés par le téléchargement illégal. Le modèle concurrentiel est questionné par la multiplication de positions dominantes en ligne. Ces enjeux de protection sociale, de fiscalisation, de gestion des données et de domination du marché se posent pour l'application Uber comme pour toute entreprise de ce type.

Dans les phases de mutation technologique, comme aujourd'hui, les pouvoirs publics ont de deux rôles supplémentaires :

- **Limiter les barrières des marchés pour permettre l'entrée de nouveaux acteurs** et accélérer les gains de productivité (et donc ne pas céder aux stratégies de « capture réglementaire » des entreprises en place).
- **Renouveler leurs leviers d'action et capitaliser sur les innovations pour regagner en efficacité** et accompagner les « perdants » de l'innovation.

⁸ La notion de « rapport de production » est particulièrement utilisée par Karl Marx, notamment dans sa *Contribution à la critique de l'économie politique* de 1859. Le rapport de production constitue la relation entre deux acteurs économiques et détermine le partage des profits. L'esclavage, le fermage, le salariat, le travail indépendant sont des rapports de production.

La régulation préventive doit devenir la méthode de référence de l'action de politique économique : poser un cadre global *a priori* et non réagir au cas par cas *a posteriori*. Les interventions politiques visant à influencer un *business model* spécifique créent une incertitude qui dissuade d'investir. La loi sur le prix unique du livre (dite « Anti-Amazon »), la loi Thevenoud (sur les VTC), le blocage de la vente de Dailymotion à Yahoo sont des interventions ponctuelles *a posteriori*. Elles ne s'inscrivent pas dans un cadre de régulation *a priori*. La lisibilité réglementaire constitue un levier fort de compétitivité hors-coût et d'attractivité internationale.



⁹ Marc Giget, *Conférence aux Rencontres du numérique*, Cité des Sciences et de l'Industrie, 17 avril 2013.

Les leçons de Gutenberg

L'invention de l'imprimerie, en 1492, déstabilise la filière des producteurs de parchemins, des moines copistes et des relieurs-enlumineurs. Parallèlement, le pouvoir royal s'inquiète de voir les idées circuler trop librement. L'alliance de l'entreprise en place sur le marché (en l'occurrence l'Eglise) et du pouvoir politique (la royauté) débouche sur une décision sous-optimale : interdire l'imprimerie. Première leçon : la capture réglementaire ne date pas d'hier.

Constatant chez nos voisins européens l'utilité d'une telle invention, voulant réduire la contrebande et percevoir des taxes, le pouvoir autorisera l'imprimerie 35 ans plus tard. Le retard pris dans la maîtrise de la technologie est trop grand et le marché français est envahi par les imprimeurs italiens. Deuxième leçon : pour être compétitif, mieux vaut entrer tôt sur le marché.

L'imprimerie incarne la notion de destruction-créatrice. Selon Marc Giget, en un siècle, 9 000 emplois sont détruits en Europe dans la copie et 100 000 sont créés dans l'imprimerie (du fait de l'explosion de la demande)⁷. Les institutions doivent s'adapter pour conserver leur mainmise sur les idées et Richelieu nomme en 1629 des responsables publics de la censure. Colbert créera ensuite la Direction de la Librairie. L'imprimerie participe de la Réforme et favorise donc une évolution des valeurs. Troisième leçon : les marchés, les institutions et les valeurs finissent toujours par s'adapter.



2

UBER : IMPACT ET PERSPECTIVES D'UNE INNOVATION

L'application Uber a permis l'essor rapide du marché des VTC : le nouvel accès au service a offert un gain de compétitivité au secteur. 10 000 emplois indépendants de chauffeurs ont déjà été indirectement créés en région parisienne.

Les comparaisons internationales montrent qu'une réglementation adaptée pourrait permettre de créer plus de 100 000 emplois de chauffeurs en France. L'application porte aussi des effets économiques induits sur les recettes publiques, l'investissement et la consommation.

En favorisant le développement d'une nouvelle forme de mobilité, la plateforme **Uber participe au désenclavement des territoires, à la démocratisation de l'offre de transport et à l'aménagement urbain.** Enfin il convient d'évacuer deux faux débats : le statut d'auto-entrepreneur ne crée de concurrence « déloyale » et l'émergence des VTC alimente les recettes publiques.



Comment Uber a révolutionné la mobilité

Le fonctionnement du marché des véhicules de transport avec chauffeur (VTC) a été simplifié en juillet 2009 par la loi Novelli. Le transport de voyageur avec réservation préalable, dont le développement avait été obéré par la réglementation à partir des années 70, a alors repris son essor. En décembre 2011, l'entreprise technologique Uber a annoncé le lancement de son activité à Paris.



L'offre vise à optimiser la mise en relation de professionnels du transport VTC et de particuliers en demande de mobilité via une plateforme de géolocalisation et une fluctuation des prix à certains horaires. L'application Uber envoie le chauffeur le plus proche du client et permet donc un gain de temps en comparaison avec les centrales de réservations téléphoniques qui envoient le premier chauffeur sur liste d'attente. Les courses d'approche sont réduites et ne sont pas facturées avec Uber. La plateforme, qui digitalise la réservation de chauffeurs, perçoit une commission d'environ 20% du prix de la course.

Une offre est lancée en 2013 pour inclure les taxis parisiens sur la plateforme. Seuls 66 d'entre eux s'inscrivent, contre 14 000 à New York. L'offre s'étend en février 2014 au transport entre particuliers, avec UberPop, qui se revendique du transport « occasionnel ». S'ouvre un débat juridique sur le caractère professionnel des conducteurs et le service est suspendu en juillet 2015. Pour le festival de Cannes 2015, Uber propose de rallier Nice et la Croisette en hélicoptère. Enfin, l'application UberPool permet de partager sa course avec les passagers intéressés par le trajet.

VTC, taxi, conducteur occasionnel, livraison, hélicoptère : peu importe le transport, Uber constitue une plateforme de mobilité urbaine qui optimise les déplacements par une application et un modèle économique. Uber n'est pas une entreprise de VTC mais bien une start-up technologique. L'application concurrence en premier lieu les centrales de réservation des taxis ou des VTC. Les professionnels qui en font bon usage (en majorité des VTC) gagnent ensuite en compétitivité face à ceux qui ont refusé d'utiliser l'application (en majorité des taxis). Par sa plateforme, Uber a permis un saut de compétitivité des VTC et a révolutionné les rapports de marché.

2.1

Perspectives de création d'emplois grâce à Uber

L'application Uber a largement contribué à l'expansion rapide du marché des VTC en France. En Ile-de-France comme en régions, l'offre de chauffeurs (taxis et VTC) est sous dimensionnée. Les perspectives de création d'emplois sont donc considérables : au regard des comparaisons internationales, plus de 100 000 postes de chauffeurs sont à créer en France.

Uber a déjà créé indirectement des milliers d'emplois dans les VTC

L'application développée par Uber fait exploser la demande de VTC et donc l'emploi dans le secteur. La plateforme de mobilité urbaine optimise trois leviers :

- la commande d'un VTC grâce à l'application mobile et le paiement automatisé,
- le temps d'attente des clients et le roulage à vide des chauffeurs *via* à la géolocalisation,
- le nombre de chauffeurs actifs en heure pleine avec la modulation du prix des courses.

A San Francisco, le temps d'attente moyen d'un chauffeur est de 2,5 minutes. La demande de transport personnel est fortement réactive au temps d'attente¹⁰. Puisqu'elle optimise la mise en relation, l'application Uber fait exploser la demande de VTC. **En région parisienne, l'entreprise a créé directement une soixantaine de postes** (principalement orientés marketing et communication envers les utilisateurs et les chauffeurs) **et indirectement plus de 10 000 emplois de chauffeurs indépendants affiliés à la plateforme en 4 ans**¹¹.

Les créations d'emploi dans secteur des VTC en Ile-de-France dépassent déjà les plans sociaux cumulés de MoryGlobal (2 000 personnes), La Halle aux vêtements (1 500), Vallourec (900), Renault Trucks (600), Gefco (500) et Radio France (400).

¹⁰ Maya Bacache-Beauvallet et Lionel Janin, *Réglementation, déréglementation et concurrence : le cas des taxis*, avril 2014, Revue Concurrence.

¹¹ Données transmises par Uber France.

La réglementation sous-dimensionne l'offre de chauffeur

En France, il existe 1 chauffeur (taxi et VTC cumulés) pour 1 000 habitants contre 4 en Angleterre¹². A Paris, le ratio est de 4 pour 1 000 contre 13 à New York ou 11 à Londres¹³. L'offre française de transport avec chauffeur est largement sous-dimensionnée.

La pénurie de chauffeurs (de taxis ou de VTC) s'explique par la stratégie de capture réglementaire des taxis et par les hésitations des pouvoirs publics. **Les marchés français des taxis comme des VTC sont limités par de conséquentes barrières à l'entrée :**

- **Pour exercer comme taxi, il convient de disposer d'une licence** (officiellement une « autorisation de stationnement »). Leur nombre limité est du ressort du Préfet de Police à Paris et des maires dans le reste du territoire. Le volume de taxis parisiens n'a pas varié de 1945 à 1990 (14 000¹⁴). Malgré l'octroi de nouvelles licences ces dernières années (2 000 supplémentaires entre 2007 et 2014), la pénurie subsiste. Les prix et le nombre de taxis étant réglementés, la hausse de la demande implique une inflation du temps d'attente.
- **Pour devenir VTC, les obligations légales augmentent régulièrement depuis la réouverture du marché en 2009.** Les pouvoirs publics ont progressivement dressé des barrières à l'entrée de nouveaux chauffeurs, notamment une formation de 250 heures au coût prohibitif (entre 3 000 € et 6 000 €), l'immobilisation de 1 500 € si le chauffeur n'est pas propriétaire du véhicule et une réglementation précise de la voiture (plus de 4,5 mètres et plus de 114 chevaux de puissance). La croissance du nombre de chauffeurs a connu un coup d'arrêt : en 2015, seules 2 400 cartes de VTC auraient été accordées quand 35 000 personnes auraient contacté Uber

 Pays	 Taxis et VTC / 1 000 hab
ANGLETERRE	4,2
FRANCE	1,0
Mégapoles	
NEW YORK	13,5
LONDRES	10,8
SEOUL	7,0
PARIS	3,7
Métropoles	
DUBLIN	17,3
STOCKHOLM	17,0
MIAMI	6,9
SAN FRANCISCO	6,7
MARSEILLE	2,4

Sources : Ministère de l'Intérieur, Rapport Thévenoud, travaux de Richard Darbéra.

¹² Richard Darbéra, *VTC et PHV, une étude comparative de la manière dont les Anglais régulent l'offre de transports particuliers de personnes*, Revue Transport, 29 mars 2014.

¹³ Rapport Thévenoud.

¹⁴ Ministère de l'Intérieur.

pour devenir chauffeur¹⁵. Un arrêté définissant les modalités de la formation était attendu pour fin 2015. Son absence gèle *de facto* le nombre de chauffeurs VTC.

Les perspectives de création d'emplois sont considérables

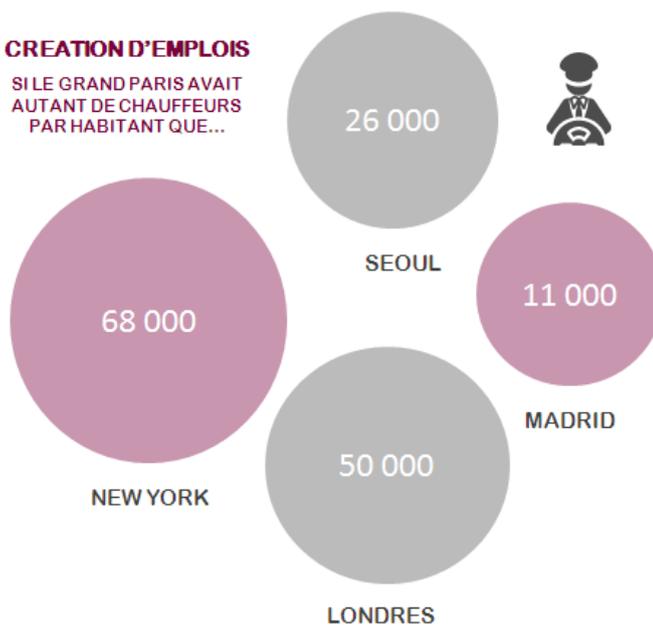
Avec une réglementation adaptée, ce sont plus de 100 000 emplois de chauffeurs (taxi ou VTC) qui pourraient être créés sur le territoire français à moyen-terme. A population équivalente, il existe 210 000 chauffeurs de moins en France qu'en Angleterre¹⁶, 68 000 de moins à Paris qu'à New York¹⁷, ou encore 12 000 de moins à Marseille qu'à Stockholm ou à Dublin¹⁸. Ces comparaisons n'intègrent pas les différences d'étalement urbain ou d'offre de transport en commun mais fournissent un ordre de grandeur.

	Population (millions)	Taxis	VTC
ANGLETERRE	53	73 000	149 000
FRANCE	66	55 000	12 000

A population équivalente, 210 000 chauffeurs de moins en France

Sources : Ministère de l'Intérieur, Department of Transport Statistics

CREATION D'EMPLOIS SI LE GRAND PARIS AVAIT AUTANT DE CHAUFFEURS PAR HABITANT QUE...



Sources : Rapport Thévenoud et FFTPR

¹⁵ D'après Uber France en janvier 2016. Notons que le 3 juillet 2015, Thibaud Simphal, DG d'Uber France, évoquait le chiffre de 25 000 demandes dans un entretien accordé au Monde.

¹⁶ Department for Transport Statistics.

¹⁷ Thomas Thévenoud, *Un taxi pour l'avenir des emplois pour la France*, avril 2014. Dit « Rapport Thévenoud ».

¹⁸ FFTPR, Fédération Française du Transport de Personne sur Réservation.



Sous Louis XIV, étaient distinctes les voitures de places, qui maraudent dans la rue, et les voitures de remise, que le client réserve à l'avance. La « grande remise » transportait les personnalités quand la « petite remise » était réservée aux plus modestes. Trois siècles plus tard, les voitures de places sont devenues des taxis, la grande remise des VTC et la petite remise a disparu. Entre temps, les pouvoirs publics ont tergiversé, de rapports en réformes, pour faire cohabiter ou non les trois modèles.

En 1960 le rapport Armand Rueff recommande « d'élargir l'accès à la profession » de taxi, en introduisant 1 000 nouvelles licences par an, et « d'assurer une meilleure utilisation du parc ». Le nombre de licences restera stable jusqu'aux années 1990. Parallèlement, une innovation technologique bénéficie à la petite remise : le téléphone. En réservant sa course à l'avance, le service gagne en compétitivité. Le nombre de voitures de petite remise grimpe alors jusqu'à 6 000 à la fin des années 1970.

Une série de décret complexifie progressivement l'offre des petites remises. Les autorisations de transport en petite remise sont incessibles et une circulaire demande en 1993 aux préfets « de ne pas étendre à l'excès le nombre des exploitants de voiture de petite remise ». Le secteur disparaît progressivement.

En 2008, le rapport Attali réactive le débat en proposant de relancer la petite remise tout en augmentant le nombre de taxis. La loi Novelli, en 2009, modernise et simplifie le cadre de la grande remise, abaissant les barrières à l'entrée mais conservant les exigences de standing pour le véhicule. Devenue VTC, la grande remise, est un succès et environ 10 000 postes de chauffeurs sont créés sur le territoire. Le nombre de licences de taxi augmente lui de 2 000 à Paris en 6 ans.

En 2014, le Premier Ministre commande alors un rapport au député Thomas Thevenoud car « la diffusion massive et rapide de nouvelles technologies, ainsi que le développement de nouvelles offres de transports ont remis en cause l'équilibre » entre taxis et VTC. Les propositions du député visent à interdire la géolocalisation aux VTC pour l'imposer aux taxis, à généraliser le paiement par carte et à créer des forfaits aéroports pour les taxis, ou encore à renforcer la formation des chauffeurs VTC.

La loi qui en découle, adoptée en septembre 2014, impose aux VTC une formation longue durée (250 heures), leur interdit la géolocalisation et la tarification horokilométrique. L'usage du service de transport urbain entre particuliers, UberPop, est interdit aux conducteurs. Le service est maintenu dans l'attente du décret d'interdiction de l'application.

En mai 2015, le Conseil Constitutionnel se prononce sur trois points de la loi soulevés par Uber :

- L'entreprise obtient le droit de fixer librement le prix des courses.
- Les VTC seront bien obligés de rentrer au garage entre deux courses, comme les taxis lorsqu'ils seront en banlieue de Paris.
- La « maraude électronique » qui permet au client de voir la géolocalisation des voitures et leur temps d'arrivée est interdite aux VTC.

L'entreprise Uber attend la décision de la Commission européenne suite à sa plainte contre la loi Thevenoud au nom de la liberté d'entreprendre et de l'absence de notification préalable.

2.2

Les VTC au service du désenclavement et de l'urbanisme

L'application Uber et l'essor du marché des VTC améliorent la mobilité urbaine et produisent ainsi des externalités positives : la société bénéficie de retombées globales pour lesquelles le service n'est pas directement rémunéré. Les plus modestes accèdent à une meilleure mobilité, des territoires défavorisés se désenclavent progressivement, les usagers gagnent du temps et de l'espace urbain se libère.

Les VTC peuvent démocratiser la mobilité

L'innovation permet de démocratiser un service (la mobilité avec la voiture, le cinéma avec la télévision, le savoir avec Internet). **L'application Uber et les VTC ouvrent ainsi progressivement l'accès au transport avec chauffeur.** Le succès passé d'UberPop (500 000 utilisateurs étaient revendiqués) et actuel de Heetch (200 000 utilisateurs sont revendiqués¹⁹) a mis en lumière la forte demande pour un VTC d'entrée de gamme.

A Paris, les ménages les plus modestes utilisent peu le taxi, contrairement à Londres et ses minicabs (équivalents à des VTC *low cost*). Les 20% de ménages les plus modestes concentrent ainsi 9% des courses parisiennes contre 26% des courses londoniennes²⁰. Les VTC ont démocratisé le service de transport avec chauffeur au Royaume-Uni. En France, UberPop suivait cette voie jusqu'à sa suspension. Le service était majoritairement utilisé par des jeunes (63% de moins de 30 ans) et en grande partie par des étudiants (34% des utilisateurs)²¹. Heetch revendique un positionnement similaire (80% des utilisateurs auraient entre 18 et 25 ans)²².

¹⁹ Le blog Heetch.

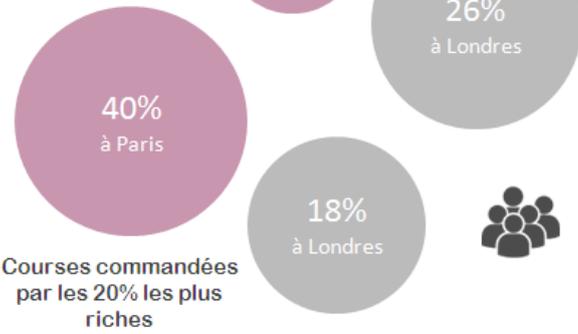
²⁰ FFTPR.

²¹ Nicolas Louvet, *Usages, usagers et impacts des services de transport avec chauffeur*, 6-t Bureau de recherche, 2015.

²² Teddy Pellerin, PDG de Heetch, dans un entretien au Parisien, en date du 5 juillet 2015.

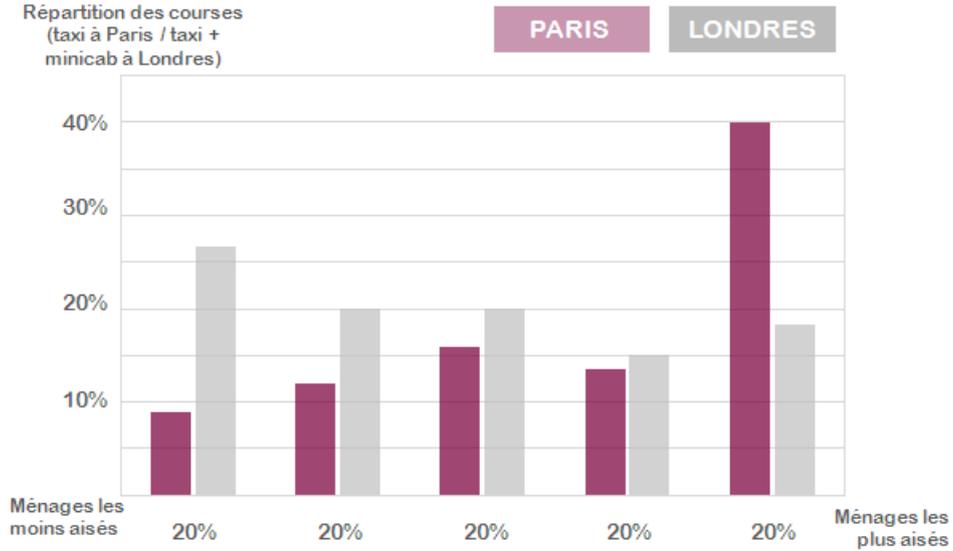
ACCESSIBILITE SOCIALE

PART DES COURSES SELON LE REVENU



Source : Uber France et FFTPR

Répartition des courses (taxi à Paris / taxi + minicab à Londres)

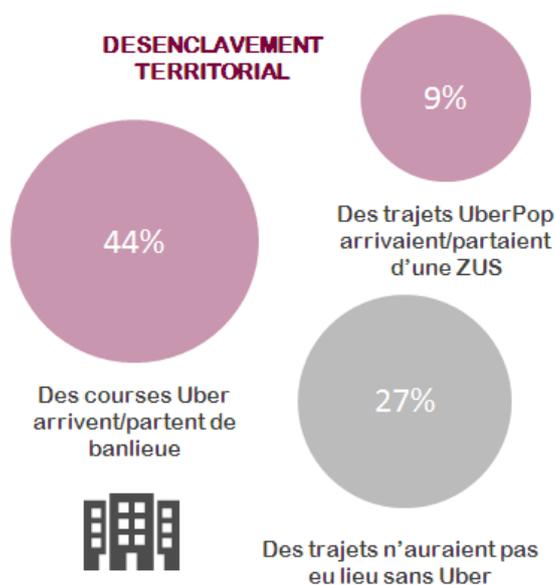


Source : FFTPR

L'application favorise le désenclavement des territoires

La démocratisation de la mobilité avec chauffeur implique la conquête de nouveaux territoires. L'essor de l'offre de VTC permet ainsi de désenclaver certaines zones urbaines sensibles (ZUS) où les transports en communs sont parfois insuffisants et où 44% des ménages n'ont pas de voiture (contre 26% des ménages urbains et 32% des ménages franciliens)²³. Le service entre particuliers UberPop était particulièrement utilisé dans ces territoires : 9% des trajets partaient de ZUS ou y arrivaient²⁴.

Les services Uber viennent combler un manque d'offre de mobilité : 27% des passagers estiment que leur trajet n'aurait pas eu lieu sans l'offre de VTC²⁵. *De facto*, le service s'étend largement au-delà du centre parisien puisque 44% des courses franciliennes arrivent ou partent de banlieue²⁶.



Source : Uber France et 6-t Bureau de recherche

²³ Institut d'Aménagement et d'urbanisme, Insee.

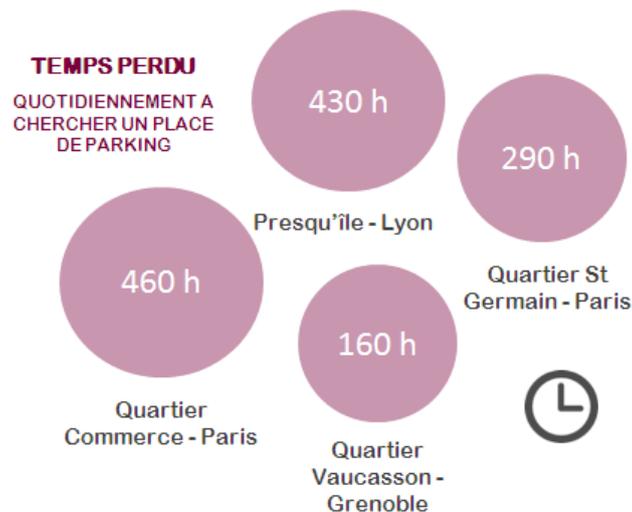
²⁴ Données transmises par Uber France.

²⁵ Nicolas Louvet, *Usages, usagers et impacts des services de transport avec chauffeur*, 6-t Bureau de recherche, 2015.

²⁶ Idem.

L'essor et l'optimisation des VTC et des taxis impliquent un gain de temps et d'espace urbain

Le recours aux services de chauffeurs (taxis ou VTC) évite au client la recherche d'une place de parking. Pour les quartiers les plus denses de certaines agglomérations, cela constitue un gain non négligeable : le temps cumulé par jour en recherche d'une place de parking s'élève à 460h dans le quartier Commerce à Paris et 430h dans la presqu'île à Lyon²⁷.



Les services de taxis, de VTC, d'autopartage et de location de voitures peuvent en partie remplacer la propriété de véhicules personnels (notamment en ville) et libérer les emplacements de parking. A Paris, 80% des véhicules qui occupent les 142 000 places en surface circuleraient moins d'une fois par semaine²⁸. L'absence de véhicule personnel n'est possible que si l'offre alternative de transport est suffisamment fiable et développée. Financièrement, l'usage de VTC ou de location de voiture pour les longues distances est rapidement rentable : le budget automobile mensuel moyen s'élève à 360 € par ménage²⁹ quand une voiture reste stationnée 95% du temps³⁰.

²⁷ Amélie Lefauconnier, Eric Gentelet, *La recherche d'une place de stationnement : stratégies, nuisances associées, enjeux pour la gestion du stationnement en France*, Sareco pour le compte de l'Ademe.

²⁸ Conseil de Paris.

²⁹ Joan Sanchez-Gonzalez, *Depuis 2008 la consommation automobile pâtit de la crise économique*, Insee, octobre 2014.

³⁰ EMD Standard Certu.

2.3

Les faux débats : concurrence « déloyale » et fiscalité

Deux sujets régulièrement évoqués dans les débats publics doivent être évacués. En premier lieu, le statut d'auto-entrepreneur ne crée pas de distorsion majeure de concurrence entre VTC et taxis. En second lieu, l'émergence du marché des VTC alimente les recettes publiques : Uber paye peu d'impôts mais les chauffeurs beaucoup.

Le mythe de la concurrence déloyale

La part des chauffeurs de VTC exerçant en auto-entrepreneur est inconnue³¹. Certains taxis critiquent ce statut, arguant que les auto-entrepreneurs paieraient moins de charges et impôts, et qualifient cette concurrence de « déloyale ». En réalité, **l'auto-entrepreneuriat n'introduit pas de distorsion de concurrence entre taxis et VTC** et permet de lancer son activité, pas de la faire prospérer.

- **Les artisans taxis peuvent bénéficier du régime de micro-entreprise, identique à celui d'auto-entrepreneur** sous les mêmes conditions (chiffre d'affaires annuel inférieur à 32 900 €).
- **Le régime d'auto-entrepreneur (ou de micro-entreprise) est moins favorable fiscalement que le régime d'artisan.** Pour la part du chiffre d'affaires inférieur à 32 900 €, les prélèvements obligatoires représentent 32% du prix de la course VTC en auto-entrepreneur contre 25% à 32% pour les artisans taxis³².
- **Quel que soit le statut du chauffeur, il paye à chaque course autant d'impôts et charges qu'il se verse de revenu.** En d'autres termes, les prélèvements obligatoires sont globalement équivalents au revenu après impôt. Pour un chauffeur propriétaire de son véhicule, les prélèvements obligatoires et le revenu s'élèvent respectivement à 38% et 37% du prix de la course pour un artisan taxi, 34% et 33% pour un VTC travailleur indépendant et 32% et 34% pour un VTC auto-entrepreneur³³.

³¹ Le Rapport Thévenoud évoque une fourchette particulièrement large, de 20% à 80% des chauffeurs selon les sources.

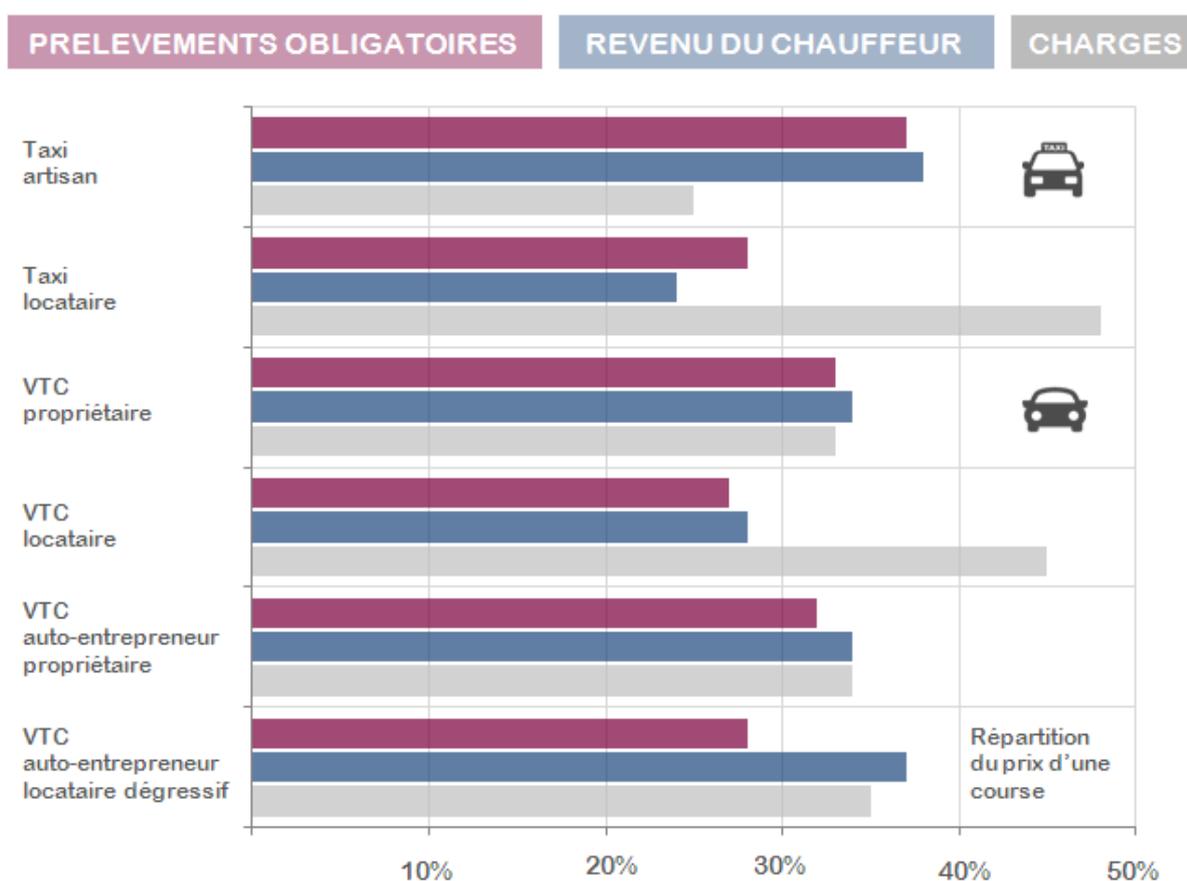
³² Rapport Thévenoud. L'auto-entreprise ne permet pas de déduire ses charges (essence, véhicule) du chiffre d'affaires imposable.

³³ Idem.

Le seul cas de distorsion fiscale est constitué par les VTC auto-entrepreneurs qui louent leur véhicule à un prix dégressif en fonction du nombre de courses. Le montage abaisse les prélèvements obligatoires à 28% du prix de la course en maintenant à 37% les revenus du chauffeur³⁴. La distorsion de concurrence subie par les autres VTC et par les taxis est alors limitée dans le temps. En moyenne, le plafond d'activité d'une auto-entreprise serait atteint par les chauffeurs en 6 mois³⁵. Ainsi, le statut d'auto-entrepreneur constitue seulement un cadre pour lancer une activité de chauffeur VTC.

CONCURRENCE FISCALE ET SOCIALE

REPARTITION DU PRIX D'UNE COURSE SELON LE STATUT DU CHAUFFEUR



Source : Rapport Thévenoud d'après DGCCRF

³⁴ Idem.

³⁵ Le chiffre d'affaires moyen des chauffeurs VTC serait de 6 000 € par mois selon Benjamin Cardoso, Président de Le Cab, *Le Figaro*, 10/02/2014.

Remplacer le droit du travail par le droit des actifs ?



La décision de la Commission du Travail de l'Etat de Californie a été rendue publique en juin 2015 : Barbara Ann Berwick, chauffeur affiliée à la plateforme Uber, est reconnue comme salariée de l'entreprise. Son contrat de services est requalifié en contrat de travail, lui assurant de nouveaux droits et le remboursement de certains frais d'activité.

En France, la distinction entre service externe et salariat dépend du degré de dépendance économique et juridique. En théorie, le travailleur indépendant a la capacité de décider de son temps et de ses conditions de travail, contrairement au salarié subordonné. Le droit du travail se concentre sur la protection du salarié puisque l'indépendant a la capacité de se protéger lui-même.

Le travail indépendant concerne aujourd'hui 12% des actifs en France et connaît une hausse soutenue (+4% entre 2011 et 2013 quand le nombre de salariés baissait de 2%). Aux Etats-Unis, ce sont déjà 25% des actifs qui ne sont pas salariés. La hausse est structurelle, nourrie par l'organisation des entreprises, l'aspiration à l'autonomie, la réduction des coûts de transaction et la croissance des plateformes numériques.

Dans ce contexte, une question devient majeure : doit-on assurer aux indépendants un minimum de droits au travail ? Pour un indépendant franchisé, un entrepreneur avec un seul client, un taxi dépendant d'une centrale de réservation, ou pour Barbara Ann Berwick, les notions de dépendances économiques et juridiques sont parfois ténues. Mettre en place une base de droit des actifs permet de dépasser le débat sur l'indépendance du travailleur pour actualiser le modèle social français.

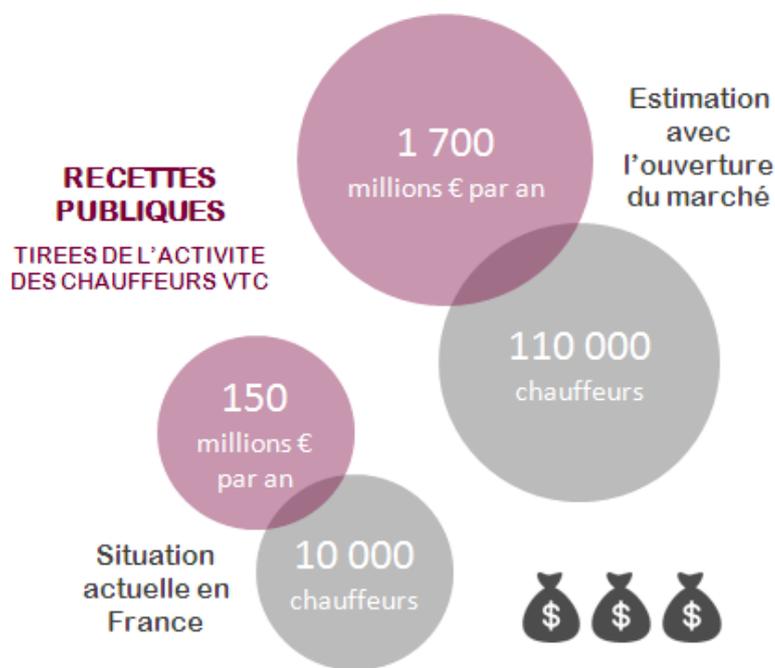
Avec une telle réforme, les chauffeurs affiliés à Uber, les artisans taxis, les salariés de la SNCF auraient les mêmes droits fondamentaux²⁹. A chacun ensuite de négocier avec soi-même, son client ou son employeur les conditions exactes de son exercice.

³⁶ La notion de droits des actifs est développée par Denis Pennel dans sa contribution *Pour un statut de l'Actif – Quel droit du travail dans une société post-salariale ?*, publiée par le think-tank Génération Libre en septembre 2015. Les modalités d'application de certains droits fondamentaux y sont détaillées.

Les recettes publiques issues du secteur proviennent des chauffeurs

La contribution du marché des VTC aux recettes publiques repose principalement sur la taxation de l'activité des chauffeurs et moins sur la plateforme Uber.

- La filiale française Uber France SAS se charge de la promotion, du marketing et de la relation avec les chauffeurs. La filiale néerlandaise Uber UBV facture les courses. Son résultat net en France étant à ce jour négatif, l'entreprise ne paye pas l'impôt sur les sociétés. **La contribution directe d'Uber aux recettes publiques passe par les impôts locaux et les charges sociales des salariés.** Le cas Uber illustre ainsi la faible fiscalisation des plateformes numériques et la nécessité d'y répondre au niveau européen³⁷.
- Les chauffeurs et les entreprises de VTC qui proposent leurs services sur l'application Uber sont immatriculés en France. **En 2015, les recettes publiques issues de l'activité des VTC (impôts et charges) s'élèvent à environ 150 millions €.** Le développement du marché, qui pourrait créer 100 000 nouveaux emplois de chauffeurs en France³⁸, permettrait d'atteindre les 1,7 milliards € de recettes publiques par an.



³⁷ Le Rapport Collin – Colin, intitulé *Mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique*, rendu en janvier 2013, fait référence sur le sujet. La coopération fiscale internationale y est avancée comme seule issue viable.

³⁸ D'après les comparaisons internationales évoquées en 2.1.

3

PARTICULIERS, VTC, TAXIS : UNIFIER LE MARCHÉ

L'essor du marché des véhicules avec chauffeur est suspendu aux décisions de politique publique. La demande est forte, les acteurs sont prêts à développer l'offre mais la réglementation limite structurellement le marché.

L'abaissement des barrières à l'entrée constitue la clef de la création d'emplois. **Les anciens conducteurs UberPop et les actuels conducteurs Heetch doivent devenir des VTC low cost** et payer leurs charges. Le marché des VTC doit élargir sa gamme. **Les taxis doivent conserver leur monopole sur la maraude physique** et exercer librement pour la réservation et la maraude électronique.

Les ex-conducteurs UberPop, les chauffeurs VTC et les taxis sont en concurrence de fait. **L'alignement des conditions d'exercice et l'unification du marché passent aussi par une meilleure régulation des plateformes de réservation.**



3.1

Heetch et UberPop : passer de l'informel au *low cost*

L'éphémère succès du service de transport urbain entre particuliers UberPop, relayé par celui de l'application Heetch ont éclairé le fonctionnement actuel du marché français des VTC : la demande existe pour une offre d'entrée de gamme rendue impossible par la réglementation. Pour éviter de fortes distorsions de concurrence³⁹, les actuels conducteurs Heetch et les anciens UberPop doivent devenir des VTC *low cost* et payer leurs charges et impôts comme des chauffeurs professionnels.

Heetch et UberPop mettent en lumière l'absurdité de la réglementation VTC

Suspendu par l'entreprise en juillet 2015 alors qu'il était en cours d'interdiction, le service de transport entre particuliers se revendiquait du « transport occasionnel » de personnes. De fait, UberPop se distinguait du covoiturage en deux points :

- le conducteur ne proposait pas un trajet *a priori* sur lequel se rajoutaient des particuliers mais s'adaptait à leur demande⁴⁰,
- le niveau des prix permettait potentiellement au conducteur de tirer un bénéfice, non simplement de couvrir ses frais.

A cet égard, l'offre de transport de Heetch tente de s'adapter à la réglementation (comme UberPop avant son interdiction⁴¹) : le compte des conducteurs est bloqué à 6 000 € de revenus, coût annuel estimé d'une voiture. La réalisation d'un bénéfice dépend de la définition adoptée. En rapportant les coûts au trajet, le conducteur peut dégager un bénéfice et le revenu dépasse ainsi l'indemnité

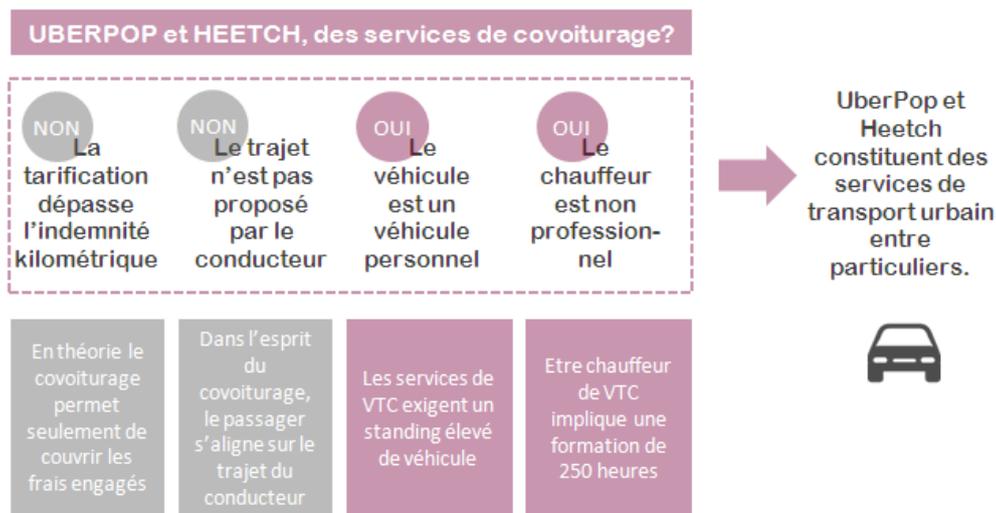
³⁹ La distorsion de concurrence s'oppose à l'expression anglaise de « same playing field » : un environnement qui n'avantage aucun acteur. Lorsque les exigences (réglementaires ou fiscales) ou les aides des pouvoirs publics sont différentes pour des acteurs qui agissent sur un même marché, leur concurrence est distordue. Le bien produit risque de s'éloigner du rapport qualité-prix optimal.

⁴⁰ En arrivant sur l'application UberPop, l'utilisateur visualisait la géolocalisation des conducteurs et commandait une course. Sur les sites de covoiturage, l'utilisateur visualise les trajets proposés par les conducteurs et s'y agrège. Avec UberPop, le trajet qui s'adapte à l'utilisateur et non l'inverse.

⁴¹ D'après les dirigeants d'Uber France, UberPop incluait la même clause de revenu maximum et demandait en plus aux conducteurs de se déclarer auto-entrepreneur et de s'assurer pour le transport de personnes à titre onéreux. Les dirigeants de Heetch déclarent se distinguer d'UberPop car leur service n'est disponible que la nuit et que le paiement de la course serait un « don ».

kilométrique (soit le coût estimé par les pouvoirs publics d'un kilomètre en voiture). En adoptant une vision globale et annualisée, le système permet seulement de couvrir les frais totaux du véhicule. La limite de ce modèle repose sur l'inscription concomitante à plusieurs plateformes : le conducteur pourrait dépasser la couverture des frais globaux en agissant *via* plusieurs applications de modèle Heetch.

Un conducteur qui couvre ses frais en acceptant un inconnu dans son véhicule fait du partage et doit simplement disposer de son permis B, d'une assurance responsabilité civile et d'une voiture en état de fonctionner. Lorsque ce conducteur effectue un bénéfice, il entre dans le champ VTC, doit passer 250 heures de formation et sa voiture faire au moins 114 chevaux et 4,5 mètres de long. La réalisation d'un bénéfice financier ne modifie pas les enjeux de sécurité et les obligations de formation ne devraient pas varier entre les deux cas. **La réglementation interdit aux VTC d'utiliser des voitures citadines bon marché. Pourtant, les succès passés d'UberPop (500 000 utilisateurs et 4 000 conducteurs) et présents de Heetch (200 000 utilisateurs et 5 000 conducteurs) symbolisent la forte demande pour des VTC d'entrée de gamme.**

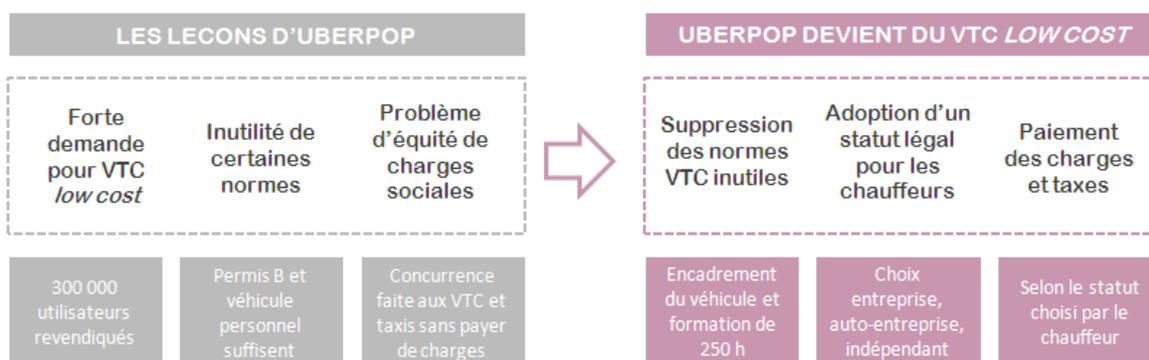


Pour que les conducteurs particuliers deviennent des VTC low cost

L'activité de particuliers conducteurs sur UberPop ou Heetch entre de fait en concurrence avec les services de VTC et de taxis, réglementés et soumis à charges sociales et TVA (contrairement à l'activité des chauffeurs-conducteurs d'UberPop ou Heetch). La différence de cadre institutionnel a créé des distorsions de marchés entre les acteurs, ce qui nuit à la concurrence, à l'innovation et à la création de valeur. En toute logique, les services de réservation par UberPop ou

Heetch, VTC et taxis doivent être soumis aux mêmes exigences réglementaires et fiscales.

La levée des barrières à l'entrée sur le marché des VTC doit permettre aux anciens conducteurs UberPop et aux actuels conducteurs Heetch de devenir des VTC *low cost* et donc de payer légalement leurs charges, taxes et impôts. Le montant des prélèvements dépendra alors du choix du statut (entreprise, auto-entreprise, indépendant).



UberPop a incarné un nouveau modèle : l'économie marchande du partage

Le service UberPop se revendiquait de l'économie du partage : un particulier partage son capital privé (ici sa voiture) avec autrui et lui fournit ainsi un service (ici un trajet). La logique du partage intègre la motivation financière mais exclue en théorie le profit : le coût d'un bien est divisé entre pairs moyennant usage partagé du bien.



Le système de fixation des prix de l'entreprise de covoiturage Blablacar évoque un glissement du partage vers le marchand. Les autres plateformes de covoiturage fixaient auparavant le prix par voiture avant de le diviser par le nombre de passagers. A l'inverse, Blablacar permet de fixer le prix indépendamment du remplissage du véhicule. Adieu le simple partage des coûts, bonjour la tarification d'un service.

Sur AirBnb, Blablacar ou Drivy, le service est monétisé et le prix fixé par le particulier. Le profit devient possible sous certaines conditions⁴⁰. Les particuliers y rentabilisent leur capital privé en fournissant un service rémunéré à un inconnu trouvé *via* la plateforme. La frontière entre travail indépendant et partage collaboratif tient alors à quelques euros et au choix du particulier. Le terrain d'UberPop, d'AirBnb ou de Blablacar est hybride : l'économie marchande du partage.

Sur ce nouveau terrain concurrentiel, des particuliers-producteurs concurrencent les acteurs traditionnels : les VTC et les taxis étaient contestés par les conducteurs d'UberPop, les hôteliers par les hôtes AirBnb et les lignes de TER par les covoitureurs Blablacar. Pour éviter une distorsion sociale et fiscale, les particuliers-producteurs doivent logiquement déclarer leur activité et les revenus tirés. Une collaboration avec les plateformes pourrait dès lors être envisagée.

En pénétrant sur certains marchés (tourisme et transport principalement), les particuliers-producteurs échappent aux normes en place. L'économie marchande du partage agit alors comme révélateur réglementaire : on constate de fait l'inutilité de certaines normes appliquées aux acteurs traditionnels (comme la loi qui oblige les VTC à avoir une voiture de plus de 4,5m). Aux pouvoirs publics de les supprimer.

La confiance et le contrôle sont générés par les notations des particuliers-clients *a posteriori*. Les exigences réglementaires qui visent à surveiller les vices cachés ou les effets induits restent évidemment valables. Il convient de les appliquer, le plus simplement possible, aux particuliers-producteurs et non seulement aux entreprises.

En permettant aux particuliers de concurrencer des entreprises classiques, l'économie marchande du partage pose un défi central aux pouvoirs publics : adapter les institutions pour éviter que les prélèvements sociaux et les exigences normatives ne distordent la concurrence et soient progressivement contournés.

⁴² Juridiquement, les conducteurs Blablacar ne font pas de bénéfice car les revenus d'un trajet doivent rester inférieurs à l'indemnité kilométrique. *De facto*, le caractère élevé de l'indemnité permet de dépasser les coûts induits par un trajet.

3.2

VTC : ouvrir le marché pour stimuler la croissance

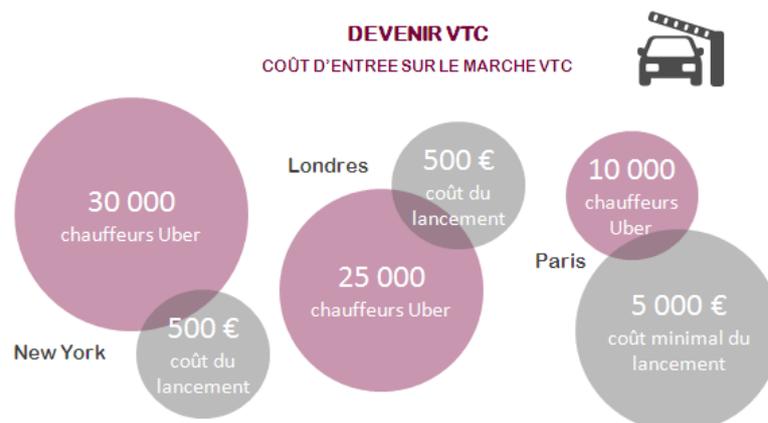
L'application Uber accueille 10 000 chauffeurs franciliens quand elle est déjà utilisée par 25 000 chauffeurs londoniens et 30 000 chauffeurs new-yorkais. Les écarts de réglementation expliquent le moindre développement du secteur en région parisienne. **Le coût d'entrée, le temps nécessaire pour débiter son activité et l'encadrement strict du type de véhicule réduisent structurellement le marché.**

Le coût pour devenir chauffeur constitue une barrière à l'entrée

Les chauffeurs doivent suivre une formation (non sanctionnée par un examen final) dont le prix oscille entre 3 000 € et 6 000 €. La formation s'étale sur 75 jours à plein temps, période durant laquelle il est impossible de travailler. Le temps d'attente pour obtenir une place en formation est d'environ 1 mois. Si le chauffeur n'est pas propriétaire du véhicule, l'immobilisation de 1 500 € de capacité financière est exigée.

A titre de comparaison, les minicabs londoniens n'ont pas de formation obligatoire mais doivent passer un test d'orientation dans la ville. Les VTC de Washington et de New York suivent une courte formation, sanctionnée par un examen, pour accueillir les personnes en situation de handicap et conduire prudemment.

Le coût du lancement de l'activité est de 5 000 € minimum en France (sans compter le manque à gagner pendant la formation) contre 500 € à Londres, New York et Washington. Le temps nécessaire pour devenir VTC est supérieur à 4 mois en France contre moins d'1 mois au Royaume-Uni et dans de nombreuses villes américaines.



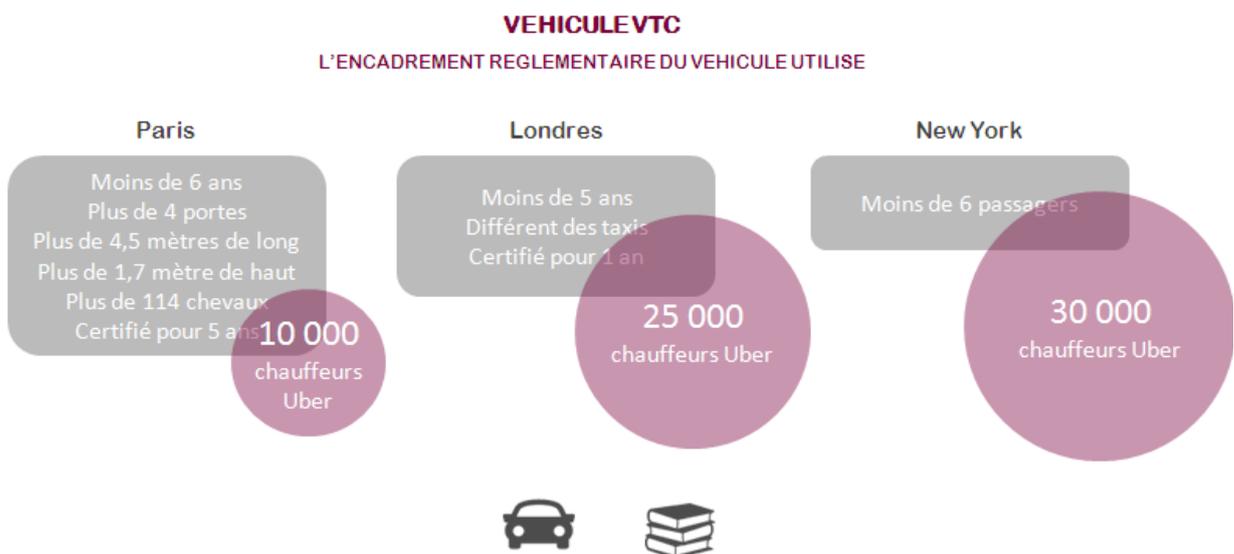
L'obligation de véhicule haut de gamme limite considérablement l'offre

La réglementation française encadre strictement le type de véhicule utilisé⁴³ : **les VTC sont la continuité historique de la « grande remise », un mode de transport haut-de-gamme avec chauffeur.** Le véhicule du VTC doit être :

- âgé de moins de 6 ans,
- doté au minimum de 4 portes,
- d'une longueur minimale de 4,5 mètres et d'une hauteur minimale de 1,7 mètre,
- d'une puissance nette supérieure ou égale à 84 kW, soit 114 chevaux.

Depuis mars 2015, une flotte VTC peut intégrer des véhicules hybrides ou électriques sans demander une autorisation préfectorale au cas par cas.

L'obligation réglementaire de se positionner sur un marché haut-de-gamme est anachronique et restreint considérablement le marché. A titre de comparaison, tout type de véhicule peut devenir un minicab londonien s'il a moins de 5 ans lors de l'enregistrement et si son apparence diffère des taxis traditionnels (les black cabs). La seule obligation à New York est d'accueillir moins de 6 places et à Washington, d'avoir 4 portes et moins de 8 passagers.



⁴³ Obligations rappelées et précisées par un arrêté du 25 mars 2015.

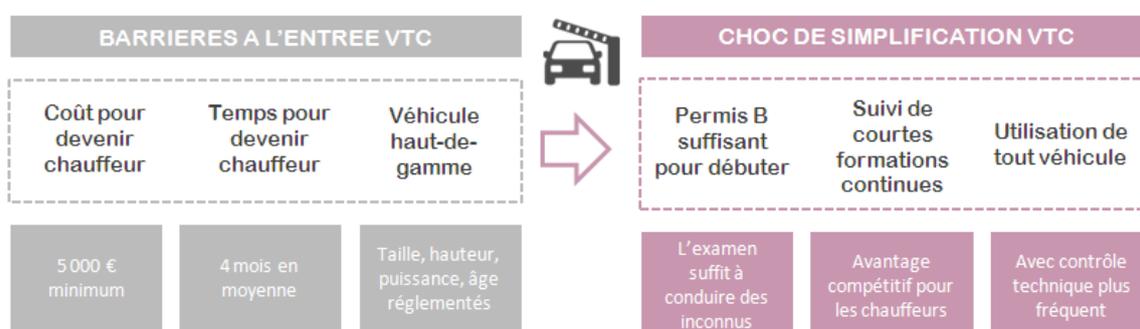
Pour un choc de simplification du marché des VTC

La création des 100 000 emplois potentiels sur le marché des VTC dépend directement de la réglementation. Dans l'esprit de la loi Novelli en 2009 qui a permis de créer 12 000 emplois dans les VTC haut-de-gamme dans toute la France, une ouverture plus large du marché serait l'occasion de développer encore ce segment et de créer des VTC moyen-de-gamme et *low cost*.

La formation de 250 heures apparaît démesurée en comparaison avec les exigences londoniennes ou new-yorkaises. Surtout, elle est plus longue que la formation du permis poids-lourd (105 heures). Logiquement, **un permis B, une assurance adaptée et des contrôles médicaux et judiciaires** (casier vierge) **devraient suffire pour conduire en toute sécurité et commencer l'activité VTC.** Si les pouvoirs publics et les acteurs estiment indispensable un contrôle supplémentaire, il convient d'instituer un examen libre d'accès plutôt qu'une formation de 250 heures. **Les chauffeurs pourraient ensuite suivre des formations continues** (sur la sécurité routière, l'accueil du handicap, la maîtrise des langues étrangères par exemple).

Le strict encadrement du type de véhicule limite l'innovation et réduit structurellement le marché. La simplification de mars 2015 concernant l'utilisation de véhicules hybrides va permettre le lancement de nouvelles offres. A Londres, la moitié des chauffeurs Uber serait équipée de voitures hybrides. **Hormis les exigences sécuritaires ou environnementales⁴⁴, les obligations encadrant le type de véhicule utilisé doivent être levées.**

Le coût de la formation et du véhicule haut-de-gamme réduisent les marges des chauffeurs et leur revenu disponible. La baisse de 20% du prix de la course Uber à Paris à l'automne 2015 a mis en lumière un mécontentement chez certains chauffeurs. **L'amélioration des conditions financières des chauffeurs passe notamment par la baisse des coûts de lancement et fonctionnement induits par la réglementation.**



⁴⁴ Un amendement de la loi de transition énergétique, adoptée en deuxième lecture le 26 mai 2015 à l'Assemblée nationale, stipule que 10% de la flotte des taxis, VTC et loueurs de voiture devra être composée de « véhicules à faible émission » d'ici 2020.

3.3

Taxis : libérer la réservation et préserver la maraude

Les taxis constituent une profession réglementée, fruit de l'histoire et de la logique économique. Le coût d'achat de la licence est le principal obstacle à la plupart des réformes du secteur. **Afin de concilier logique économique et acceptation politique, une solution serait de préserver le monopole sur la maraude physique pour ouvrir à la libre concurrence la réservation et la maraude électronique.**

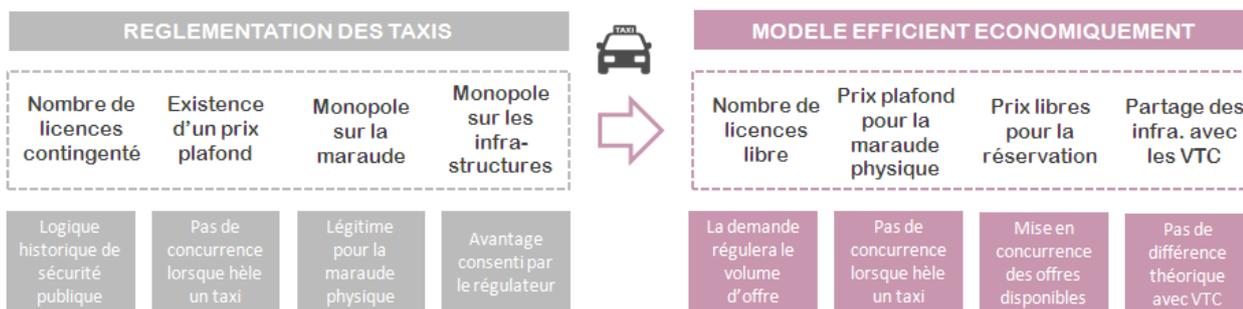
Le monopole des taxis est justifié pour la maraude physique uniquement

La profession de taxi est doublement réglementée : les prix sont plafonnés et le nombre de taxis en exercice est contingenté. **Le monopole et la réglementation des prix sont justifiés économiquement pour la maraude : lorsqu'un client hèle un taxi dans la rue, un unique véhicule s'arrête et il n'y a pas de mise en concurrence.** L'intervention du régulateur est nécessaire pour plafonner les prix et sélectionner les chauffeurs.

La géolocalisation des VTC, parfois appelée « maraude électronique », **relève d'une logique différente : le client compare les offres** (notation des chauffeurs, véhicules, prix de la course) **et les met ainsi en concurrence.** Économiquement, le monopole des taxis est uniquement justifié pour la maraude physique.

La logique économique voudrait que les taxis entrent dans le champ concurrentiel pour la maraude électronique et la réservation préalable, les prix devenant libres. Cela impliquerait une profonde mutation du *business model* du secteur : la maraude physique ne concentrait que 16% des courses de taxi en 2007⁴⁵. Les infrastructures réservées aux taxis relèvent d'une volonté publique de favoriser le service face aux voitures individuelles (voies de bus) ou d'améliorer l'accès à l'offre (station, bornes d'appel). En théorie, ces infrastructures pourraient être partagées avec les VTC.

⁴⁵ Pierre Chassigneux, *Proposition de réforme de la profession de taxi*, 2008. 40% de la demande provient des stations, 36% des centrales radios et 7% des bornes d'appel.



Le coût des licences bloque toute tentative de réforme

La question du coût des licences constitue le point d'achoppement de la plupart des tentatives de réformes du secteur. Les licences (ou « autorisations de stationnement ») sont données gratuitement par les pouvoirs publics. Les chauffeurs de taxis les revendent ensuite sur un marché de gré à gré. En avril 2014, le prix d'une licence était de 97 000 € en moyenne en France, de 235 000 € à Paris et de 80 000 € à Lyon⁴⁶.

Les chauffeurs de taxis investissent sur la licence en postulant que sa vente ou sa location leur assurera un capital pour leur retraite. Toucher au *numerus clausus* des taxis ou même aux tarifs de la course impliquerait une variation du prix de la licence et donc un risque de paupérisation pour les chauffeurs. La question concerne seulement 60% des chauffeurs, ceux qui sont propriétaires de leur licence⁴⁷.

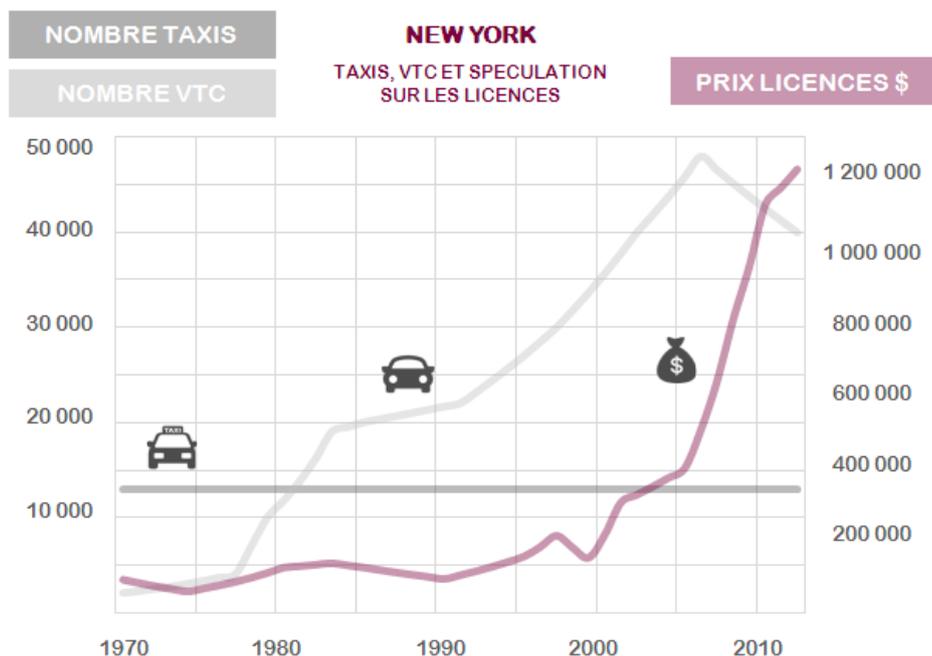
Le prix des licences répond à des logiques spéculatives et dépend de l'estimation du prix de revente et des revenus engendrés par sa possession. A Paris, entre 2007 et 2013, le prix d'une licence est passé de 180 000 € à 235 000 € alors même que la Préfecture de Police octroyait 2 000 nouvelles « autorisations de stationnement »⁴⁸. A New-York, les 13 300 taxis se concentrent sur la maraude car la réservation leur est interdite. Le prix de la licence a dépassé le million de dollar en 2013 malgré le développement considérable de l'offre de VTC (plus de 40 000 *liveries*) et l'utilisation de la « maraude électronique »⁴⁹.

⁴⁶ Rapport Thévenoud, d'après l'Observatoire de l'officiel des taxis en date d'avril 2014.

⁴⁷ Estimation du Rapport Chassigneux. Les 40% restant sont locataires ou salariés.

⁴⁸ Rapport Thévenoud, d'après l'Observatoire de l'officiel des taxis et le Ministère de l'Intérieur.

⁴⁹ FFTPR.



Source : FFTPR

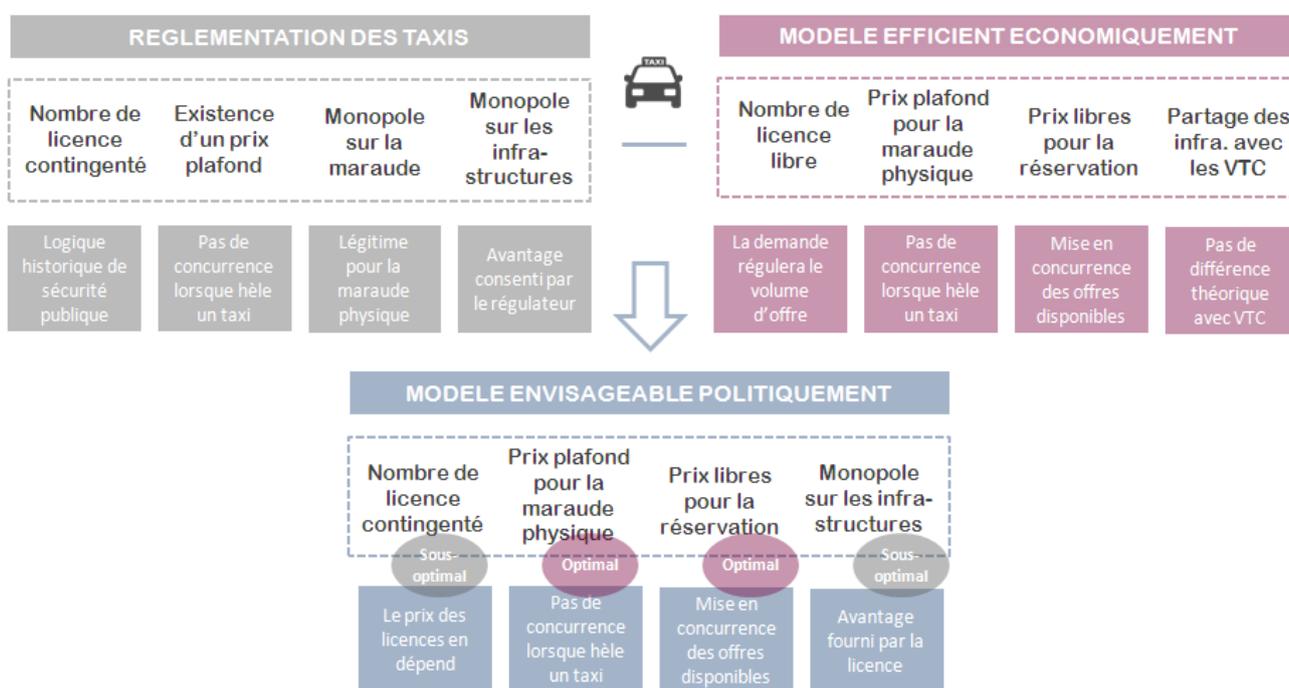
La licence constitue un droit à exercer la maraude et à utiliser les infrastructures dédiées aux taxis. Economiquement, l'artisan taxi est identifiable au commerçant qui a acquis son fonds de commerce : il rachète un droit pour exercer une activité. Si son activité (la vente) est concurrencée par une innovation (le e-commerce) et que son capital s'amenuise, il a simplement réalisé un mauvais placement financier, ce qui ne donne pas droit à une aide publique. En revanche, **si leur droit de propriété n'est pas respecté, les artisans taxis peuvent être indemnisés. L'indemnisation ne relève pas d'un choix de politique économique mais d'une décision de justice.**

Pour une sortie de crise entre théorie économique et réalisme politique

Les artisans taxis sont des investisseurs et des entrepreneurs. Ils ont besoin à ce titre d'un environnement réglementaire lisible et fiable. La théorie économique supposerait que le nombre de taxis en circulation devienne absolument libre, que les prix ne soient réglementés que pour la maraude physique et que les infrastructures dédiées soient partagées avec les VTC. La réalité politique revêt une extrême difficulté des pouvoirs publics à réformer le secteur (en témoigne le nombre inchangé de licences parisiennes entre 1945 et 1990 ou encore le don des nouvelles licences plutôt que leur vente).

Le rachat des licences par la puissance publique⁵⁰ doit à tout prix être évité. Cela constituerait un signal fort de l'impuissance publique à réformer et pourrait créer un précédent. Les fonds de commerce des librairies vidées par l'essor d'Amazon ne sont pas rachetés par l'Etat. Lorsque la voiture sans chauffeur mettra au chômage technique les moniteurs d'auto-école, ils ne seront pas indemnisés.

Une solution de conciliation pourrait consister à maintenir le contingentement des licences, à conserver le plafonnement des tarifs pour la maraude physique, à réserver aux taxis les infrastructures dédiées et à libéraliser la réservation et la maraude électronique. Sur ces deux segments, les chauffeurs de taxis seraient identifiés à des VTC et pourraient pratiquer des prix libres⁵¹. Face aux VTC ils bénéficieraient de l'accès aux voies de bus et aux emplacements de stationnement, liés à la possession d'une licence.



⁵⁰ Proposé notamment par Jacques Delpla et Charles Wyploz dans *La fin des privilèges : Payer pour réformer*, 2007.

⁵¹ La décision du Conseil Constitutionnel du 15 janvier 2016 (n°2015-516 QPC) a déclaré inconstitutionnelle l'interdiction de cumuler les professions de taxi et de VTC. Les chauffeurs de taxi pourraient ainsi s'inscrire sur les plateformes de type Uber pour exercer en VTC s'ils le souhaitent.

3.4

L'application Uber : réguler les plateformes numériques

Une innovation de politique publique est en marche : l'encadrement des plateformes numériques et non plus seulement des utilisateurs. Suite à la loi Alur, Airbnb va ainsi collecter la taxe de séjour auprès de ses hôtes parisiens. La régulation des plateformes peut permettre d'aligner les exigences normatives, fiscales et sociales entre les producteurs (particuliers, auto-entrepreneurs, indépendants ou entreprises). Cependant, l'encadrement des plateformes institue des barrières à l'entrée des marchés numériques et risque de renforcer les positions dominantes en ligne.

Le retour des politiques publiques via la régulation des plateformes ?

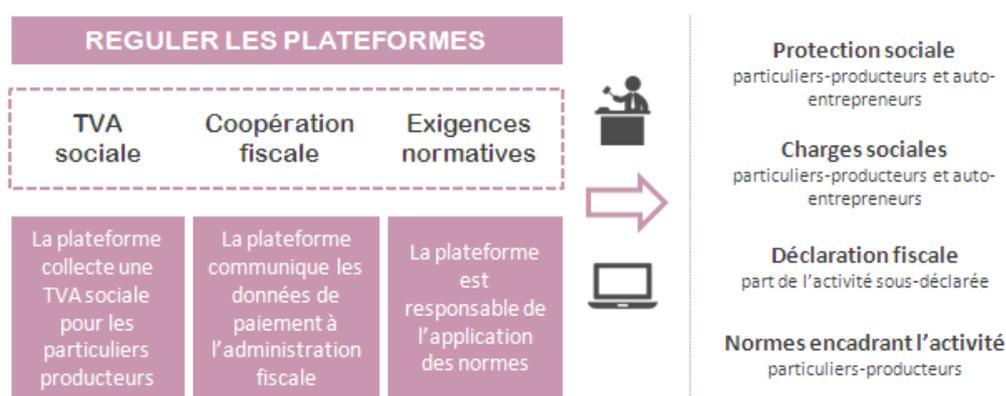
L'essor de l'économie du partage et de l'auto-entrepreneuriat crée un enjeu de normalisation, de socialisation et de fiscalisation de ces activités. Particuliers, auto-entrepreneurs, travailleurs indépendants et entreprises classiques répondent à une même demande de mobilité (covoiturage, VTC, taxis), d'hébergement (location entre particuliers, hôtellerie) ou de restauration (déjeuner partagé, livraison par des indépendants, restaurants). **Une nouvelle régulation des plateformes permettrait d'appliquer des charges sociales, une fiscalité et des normes similaires pour tous les acteurs.**

- Le système de protection sociale a été historiquement pensé pour le travail salarié. **Une TVA sociale⁵² collectée par les plateformes d'économie du partage permettrait aux particuliers de cotiser et de bénéficier d'une protection sociale.** Ce système aurait réduit la distorsion de concurrence sociale entre les conducteurs UberPop et les chauffeurs de taxis et VTC.
- La fiscalisation des activités dépend de leur déclaration par le particulier, le travailleur indépendant ou l'entreprise. **Puisque tout paiement digital est tracé, la coopération entre les plateformes et l'administration pourrait réduire l'économie grise.** Le rapport Thévenoud s'inquiétait de la sous-

⁵² Nous utilisons ici le terme « TVA sociale » par souci de compréhension. De fait, le nombre de taux de TVA est encadré par l'UE et dépend du produit, non du producteur. La taxe en question, qui relève de l'esprit d'une TVA sociale, devra donc en prendre une forme légèrement différente.

déclaration des revenus des taxis⁵³. La coopération des applications de réservation constitue ainsi l'occasion de fiscaliser l'activité non-déclarée.

- **Les obligations normatives ne s'appliquent pas aux particuliers mais seulement aux professionnels.** En ligne, la qualité de l'offre est régulée par la notation des utilisateurs (un logement Airbnb vétuste ne sera pas demandé) et par le degré d'exigence des plateformes (qui retirent les offres mal notées). **Les normes qui restent indispensables** (pour réduire les asymétries d'information ou servir des politiques publiques) **pourraient reposer sur la plateforme et son cahier des charges.** La vérification des 3 ans de permis ou de la virginité du casier judiciaire du chauffeur incomberait ainsi à Uber.



La régulation ne doit pas favoriser les rentes de monopole

L'application Uber est en position dominante sur le marché français de la réservation de VTC. En France, ses parts de marchés ne sont pas publiques mais l'entreprise est probablement devancée par les taxis G7 sur le marché global (VTC et taxis) de la réservation. Aux Etats-Unis, l'entreprise concentre la moitié des déplacements urbains d'affaires⁵⁴.

La baisse de 20% du prix de la course à l'automne 2015 en région parisienne symbolise l'incapacité pour Uber de se créer une rente de monopole malgré sa domination sur les VTC. **Les commissions perçues par Uber sont ainsi identiques à celles de Chauffeur-Privé et de Heetch, soit 20% de la transaction⁵⁵.** La réservation d'un taxi donne en revanche lieu à des rémunérations plus faibles pour l'intermédiaire (moins de 10% de la course). En effet, les centrales de réservation se rémunèrent par un abonnement qui oscillerait entre 300 et 600 €

⁵³ En p.35. L'économiste Jacques Delpla est régulièrement intervenu dans les médias sur le sujet.

⁵⁴ Bloomberg.

⁵⁵ *Chauffeur privé : un business qui roule pour l'entrepreneur de l'année*, Les Echos, 06/02/2014, pour Chauffeur privé et site internet de l'entreprise pour Heetch.

par mois⁵⁶ quand Taxibeat, la start-up de réservation de taxis, perçoit 0,99 € par trajet⁵⁷.

Les monopoles du numérique



L'économie des plateformes numériques est une économie de positions dominantes spontanées. Un ou deux acteurs dominant chaque segment : Youtube dans la vidéo, Facebook pour les réseaux sociaux, Booking pour la réservation d'hôtels, eBay et Leboncoin pour la vente entre particuliers, Uber pour la réservation de VTC, Netflix dans le streaming vidéo, Spotify et Deezer pour le streaming musical.

Les plateformes numériques constituent des monopoles naturels qui sont à la fois contestables et instables :

- Les plateformes physiques tendent naturellement vers un oligopole. Demandeurs et offreurs ont intérêt à se réunir sur la plateforme la plus large possible. Seulement, les marchés physiques perdent en efficacité à partir d'une certaine taille (temps d'attente, difficulté d'accès aux produits). L'optimum économique est atteint dans le monde physique par la coexistence d'un nombre limité de plateformes qui atteignent chacune leur taille critique.
- Avec le numérique, l'économie des plateformes glisse vers des monopoles naturels. Accueillir une vidéo supplémentaire sur Youtube, un logement de plus sur Airbnb ou un nouveau morceau sur Deezer a un coût quasi-nul. Les offreurs et les demandeurs ont intérêt à se réunir sur le même marché et ce marché n'a pas de limite de taille (le coût marginal est stable et très faible). Dans le monde numérique, l'optimum économique est atteint lorsque tous les offreurs et demandeurs se rencontrent sur la même plateforme.
- En ligne, les risques d'abus de positions dominantes sont réduits car le caractère contestable du marché augmente. La comparaison entre les offres numériques est plus aisée et le coût du changement presque nul. Lorsqu'une nouvelle offre plus compétitive émerge, elle acquiert rapidement des utilisateurs *via* un phénomène de *fly to quality*. Cependant, les coûts d'entrée sur un marché de plateforme restent élevés (en deçà d'un certain nombre d'utilisateurs, le service est inefficace).
- La rapidité des innovations numériques crée une instabilité qui remet en cause les situations de monopoles. La position dominante n'est pas contestée directement mais les habitudes de consommation évoluent et le marché disparaît ou se réduit. iTunes conserve sa place de leader du téléchargement payant mais cette pratique est rendue obsolète par l'essor des smartphones qui rendent compétitives les offres de streaming de Deezer et Spotify.

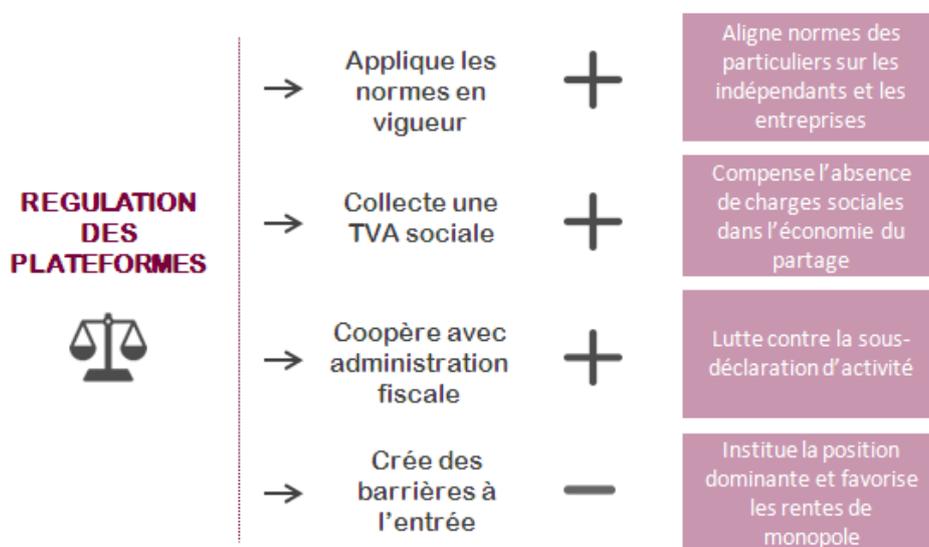
⁵⁶ *Taxis : comment G7 résiste aux assauts de la concurrence*, Les Echos, 06/02/2014.

⁵⁷ D'après l'entreprise Taxibeat.

L'absence de rente de monopole malgré la domination du marché s'explique par les pressions concurrentielles exercées sur Uber.

- **Les centrales de réservation de taxis** s'adaptent et lancent des offres innovantes. Le weekend de nuit, les Taxis Bleus plafonnent leurs courses à 10 € pour les trajets intramuros et G7 propose une baisse 40% des tarifs pour les jeunes. Le prix de la course d'approche va par ailleurs être plafonné à 4 €.
- **Les applications de transport occasionnel entre particuliers** offrent un produit substituable aux VTC et répondent à une demande *low cost*. L'application Heetch revendique ainsi 40 000 trajets par semaine en région parisienne⁵⁸.
- **Les plateformes VTC concurrentes**, notamment Chauffeur-Privé qui a levé 5 millions € il y a un an et mène une campagne de communication remarquée.

Le montant de la commission d'Uber ne constitue pas un problème si des applications concurrentes existent et offrent une alternative aux clients et aux chauffeurs. **La régulation des plateformes ne doit donc pas réduire la pression concurrentielle sous peine de créer des effets secondaires néfastes** : hausse des commissions du leader, augmentation des prix pour le client, réduction de l'offre (le nombre de chauffeurs). Les obligations normatives, fiscales et sociales qui s'appliquent aux plateformes doivent ainsi laisser le marché contestable.



⁵⁸ Le Blog Heetch, janvier 2016.

Les rédacteurs

Nicolas Bouzou

Economiste

Directeur fondateur d'Asterès

nbouzou@asteres.fr

Charles-Antoine Schwerer

Economiste

caschwerer@asteres.fr

Asterès

www.asteres.fr

contact@asteres.fr

81, rue Réaumur

75002 Paris

Tél. : + 33 1 44 76 89 16



Notre contact chez Uber

Alexandre Molla

General Manager, Uber Expansion, France

alexandrem@uber.com

ASTERÈS

producteur d'idées

Asterès est un cabinet d'**études économiques** et de conseil.

Nous proposons aux entreprises et au secteur public des outils de réflexion pour orienter l'action. Notre mission est de mettre l'expertise économique au service du développement de nos clients. Ainsi, nous donnons à l'analyse économique son rôle opérationnel.

Nous proposons à nos clients :

- des analyses macroéconomiques et sectorielles ;
- des prévisions ;
- des enquêtes de conjoncture.

Nous menons également des missions de conseil en développement & attractivité économique.

Asterès est une **entreprise citoyenne** et, à ce titre, nous respectons un certain nombre de principes :

- Réalisation d'activités non marchandes, notamment dans le domaine de la pédagogie économique et du conseil aux gouvernements (afin d'éviter tout risque de conflit d'intérêts) ;
- Promotion de la liberté individuelle et de la démocratie, notamment dans le cadre des missions réalisées dans les pays émergents.



Respect de l'environnement :

Asterès s'engage à limiter l'impact de son activité sur l'environnement par le recyclage, la dématérialisation, les économies d'énergie, et la limitation des déplacements en avion et en voiture ou leur compensation. Par ailleurs, nos analyses prennent en compte la dimension écologique et environnementale des phénomènes économiques. En matière de conseil, nos propositions sont formulées dans le souci du respect de l'environnement et de la durabilité du développement.

Activités de lobbying :

Asterès est régulièrement sollicitée par des entreprises et des fédérations professionnelles pour intervenir en amont de leurs activités de lobbying, particulièrement lors des débats d'orientation budgétaire. Asterès peut donc être amené à réaliser des travaux financés par des donneurs d'ordres et démontrant l'impact économiquement nocif d'une mesure qui pourrait leur être appliquée.

Dans ce cas, notre démarche répond à une charte éthique stricte. Notre client s'engage à accepter que les travaux menés par Asterès répondent aux principes intangibles suivants :

- Asterès ne peut s'engager sur les résultats d'une étude avant de l'avoir réalisée. Nous ne délivrons nos conclusions qu'au terme de nos analyses.
- Nos travaux suivent une méthodologie standard (top down), qui s'appuie sur l'utilisation de données statistiques publiques, ou conçues ou certifiées par nous-mêmes.
- Si un client souhaite modifier des conclusions de travaux réalisés par Asterès sans une totale approbation de nos consultants, il devient le seul signataire de l'étude, et n'a plus le droit d'utiliser la marque Asterès.
- Les consultants d'Asterès ne défendent dans le débat public que des travaux qu'ils ont réalisés eux-mêmes. En aucun cas ils n'acceptent de se faire le relais de travaux réalisés par d'autres.

Asterès intervient en tant que prestataire externe. Le cabinet ne saurait être tenu pour responsable des interprétations qui pourraient être données de ses travaux ou de leurs conséquences. Asterès est en outre tributaire de la qualité des statistiques utilisées, dont elle n'est pas responsable.