
**Mémoire en science politique[BR]- Travail écrit : "Quels processus de valuation
pÿ sont à l'Suvre dans l'économie des plateformes numéri
pragmatique du pouvoir de valorisation des plateformes[BR]- Séminaire
d'accompagnement à l'écriture**

Auteur : Hanin, Jonas

Promoteur(s) : Delvenne, Pierre

Faculté : Faculté de Droit, de Science Politique et de Criminologie

Diplôme : Master en sciences politiques, orientation générale, à finalité spécialisée en politiques européennes

Année académique : 2019-2020

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/9302>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.



Faculté de Droit, de Science Politique et de Criminologie

Département de Science Politique

Quels processus de valuation sont à l'œuvre dans l'économie des plateformes numériques ?

Une approche pragmatique du pouvoir de valorisation des plateformes.

Jonas Hanin

Mémoire

Master en sciences politiques, à finalité politiques européennes

Année académique 2019-2020

Membres du jury

Pierre Delvenne (promoteur)

Virginie Xhaufclair (lectrice)

Maxime Counet (lecteur)

Remerciements

Je tiens à remercier du fond du cœur toutes les personnes qui, de près ou de loin, m'ont aidé à la réalisation de ce mémoire.

Je tiens tout particulièrement à témoigner ma reconnaissance

À Monsieur Delvenne pour avoir accepté d'être promoteur de ce travail ainsi que pour ses conseils précieux et sa disponibilité.

À Monsieur Counet pour avoir accepté d'être lecteur de ce mémoire ainsi que pour sa disponibilité, ses remarques avisées et encourageantes et sa bienveillance.

À Madame Xhaufclair pour avoir accepté d'être lectrice de ce mémoire.

À mes proches pour leur soutien infaillible malgré tout ça.

Surtout à maman, à mes sœurs, à papa, à grand-ma et à Thibault pour leur aide aussi précieuse qu'indispensable.

À toutes les personnes qui ont accepté de répondre à mes questions et aux réponses desquelles je n'ai pu que trop peu faire justice.

Jonas Hanin

Table des matières

| | |
|--|----|
| Introduction | 5 |
| I. Cadre théorique : les valuations studies, une approche de la valeur par la mesure | 8 |
| 1. De la valorisation comme déplacement du capitalisme..... | 8 |
| a. Plus-value marchande et formes de mise en valeur..... | 9 |
| b. Les limites de la valorisation <i>sans travail</i> | 11 |
| 2. La valeur économique : Entre évaluer et valoriser, la valuation | 15 |
| a. Les études de la valeur : entre marché et travail, la valeur balance..... | 15 |
| b. La valuation : une approche de la valeur par la mesure | 19 |
| II. La présentation du terrain et de la méthodologie | 22 |
| 1. Le terrain | 22 |
| a. Présentation des plateformes étudiées : | 24 |
| b. Présentation des personnes interrogées : | 25 |
| 2. La méthodologie..... | 26 |
| III. Les dispositifs de valuation P2P approchés par l'expérience des utilisateur.trice.s | 30 |
| 1. ListMinut et Vinted : les plateformes-marchés et la valuation P2P | 30 |
| a. La notation P2P comme conditionnalité des transactions futures | 31 |
| b. La notation P2P pour valoriser l'humain..... | 34 |
| 2. Les plateformes de livraison : La plateforme-cadre et la coordination P2P | 39 |
| a. Le choix du restaurant et la notation P2P | 39 |
| b. La coordination des coursier.ère.s par la notation P2P..... | 40 |
| IV. La dataification : la valuation en données numériques..... | 42 |
| 1. Les données numériques : nouvelles source de valeur | 43 |
| 2. L'atomisation des tâches comme processus de dataification | 44 |
| 3. La dataification comme processus capitaliste | 45 |
| 4. La dataification en action : une approche empirique de la collecte de données | 47 |
| a. L'extraction à des fins commerciales des données..... | 48 |
| b. Les acteur.trice.s face à la dataification de leurs activités | 52 |
| Conclusions et ouvertures | 55 |
| Bibliographie | 59 |
| Annexes | 64 |

Introduction

« We know that this business model works, that it *provides value* to users and it can be profitable ». ¹ Ces mots, Thomas Plantenga les a prononcés à l'issue de la levée de fonds organisée en novembre 2019 au cours de laquelle Vinted, une plateforme de vente de vêtements de seconde main dont il est le CEO, a rassemblé 128 millions d'euros auprès d'investisseur.euse.s financier.ère.s afin de poursuivre son développement. Ce montant porte la valeur financière de l'entreprise à plus d'un milliard d'euros, la faisant entrer dans le club des *licornes* du numérique. ²

À première vue, la valeur financière que lui reconnaissent les investisseur.euse.s, qui sont par ailleurs principalement des fonds de capital-risque, s'éloigne de la *valeur* dont Plantenga fait mention et que Vinted *fournit* à ses utilisateur.trice.s. En effet, on peut raisonnablement penser que ceux/celles-ci ne possèdent pas tou.te.s des actions Vinted.

Mais alors, de quelle valeur parle Plantenga? Que renferme ce terme et comment la plateforme numérique la distribue-t-elle à ses membres ?

Si d'aucuns voient dans le développement des plateformes numériques un nouvel avatar de l'exploitation capitaliste du travail, ³ voire même une expression nouvelle du capitalisme, ⁴ d'autres y décèlent les potentialités d'une refonte de la valeur, notamment à travers les dispositifs de notation *peer-to-peer* que certaines établissent. ⁵

Avant de chercher à traiter ces questions, il nous paraît important de revenir sur les questionnements théoriques entourant la notion de valeur.

D'un point de vue structurel, nous nous intéresserons d'abord aux déplacements des pouvoirs de valorisation en tant que source de profit. Dans une approche pragmatique, nous chercherons à approcher la valeur en nous intéressant aux acteur.trice.s des plateformes et à leurs pratiques.

¹ Thomson, Amy, « Used Clothing Just Gave Lithuania Its First Tech Unicorn », *BloombergQuint*, 28 novembre 2019, disponible à <https://www.bloombergquint.com/markets/first-lithuanian-unicorn-born-as-vinted-raises-140-million> (consulté pour la dernière fois le 11 juin 2020). C'est nous qui soulignons.

² Par le terme *licorne*, on désigne les entreprises *de la Tech* dont la valeur financière est évaluée à plus d'un milliard de dollars.

³ Voy. par exemple, Gomes, Barbara, « La plateforme numérique comme nouveau mode d'exploitation de la force de travail », *Actuel Marx*, vol. 1, n°63, 2018, pp. 86-96.

⁴ Srnicek, Nick, *Platform Capitalism*, Polity Press, Cambridge, 2016, 171 p.

⁵ Arvidsson, Adam, et Elanor Colleoni, « Value in Informational Capitalism and on the Internet », *The Information Society*, vol. 28, n° 3, mai 2012, pp. 135-50.

C'est dans ce sens que nous reviendrons sur l'intérêt du développement des *valuation studies* qui constitueront le cadre théorique de notre travail. Ces développements théoriques nous invitent à penser les dispositifs d'évaluation comme des processus concomitants de valorisation.⁶ S'intéresser aux dispositifs de valuation revient alors à interroger *ce que vaut* une chose en questionnant aussi *ce qui fait valoir* cette chose.

La détermination de *ce qui vaut* relève d'un *pouvoir* de valorisation⁷ dont jouissent, et c'est là notre hypothèse principale, les plateformes numériques.

Avant d'entamer notre travail, nous proposons en guise de problématisation de notre question de donner une définition de la *plateforme numérique*. Soit les plateformes numériques : « des mécanismes multiface de coordination algorithmique qui mettent en relation diverses catégories d'utilisateurs produisant de la valeur. Elles captent cette valeur et, tout en étant des entreprises, la font circuler en leur sein sur le principe de marché ».⁸

Cette définition posée par Antonio Casilli caractérise le modèle de plateforme numérique en tant qu'hybride marché-entreprise par trois éléments qui nous paraissent essentiels. Premièrement, la plateforme constitue la construction d'un mécanisme *multifaces* de coordination des échanges entre plusieurs parties, soit un marché multiface (*multisided market*). Deuxièmement, dans un contexte global de désintégration verticale de la firme⁹, la plateforme structure la production par l'utilisation d'outils algorithmiques basés sur les données générées par ses utilisateurs, soit une coordination managériale des forces productives. Troisièmement, la plateforme se singularise par sa capacité à capter la valeur que ses utilisateurs génèrent, notamment en les traduisant en données numériques et en monétisant celle-ci, soit un intermédiaire sociotechnique qui possède un pouvoir de valorisation.

⁶ Vatin, François, « Valuation as Evaluating and Valorizing », *Valuation Studies*, vol. 1, n° 1, avril 2013, pp. 31-50. Ce texte est une version augmentée de l'original : Vatin, François, « Evaluer et Valoriser », in Vatin, François (dir.), *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, 2009, p. 17-37. Nous avons travaillé avec les deux versions.

⁷ Bessy, Christian, et Pierre-Marie Chauvin, « The Power of Market Intermediaries: From Information to Valuation Processes », *Valuation Studies*, 1, n° 1, avril 2013, pp. 83-117.

⁸ Casilli, Antonio, *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*, Le Seuil, coll. La couleur des idées, 2019, p. 64.

⁹ Cézanne, Cécile, et Laurence Saglietto, « Capital humain, prestataires de services logistiques et frontières de la firme », *Revue d'économie industrielle*, n° 135, septembre 2011, pp. 71-88.

Dans cette conception, nous étudions trois plateformes numériques et leurs utilisateur.trice.s afin d'explorer les possibilités empiriques de telles questions.

La première partie de notre travail reviendra sur le développement de la valorisation en tant que déplacement du capitalisme et puis sur l'intérêt des *valuations studies* afin d'approcher de manière concrète le sens de la mesure comme travail technique et la valeur qu'il porte.¹⁰

La deuxième partie sera dédiée à la présentation de notre terrain, de la manière avec laquelle nous avons eu accès à celui-ci ainsi qu'à la méthodologie qui cadre notre travail.

Les troisièmes et quatrièmes parties comprendront la dimension empirique de notre mémoire. Dans la partie III, en suivant les pistes suggérées par l'étude des valuations, nous étudierons empiriquement les processus de valuations à l'œuvre sur trois plateformes à travers les dispositifs de mesure qu'elles établissent. Nous accorderons une attention particulière aux dispositifs de notation peer-to-peer, ceux-ci constituant une des innovations importantes amenées par les plateformes numériques.¹¹

Dans la partie IV, nous approcherons le pouvoir de valorisation des plateformes dans sa relation aux déplacements du capitalisme en étudiant les processus de dataification qu'elles mettent en place et qui, en évaluant les actions des leurs membres de manière particulière, les valorisent en données numériques.

Finalement, nous reviendrons sur les enseignements exploratoires que nous pouvons tirer de ce travail et proposerons des pistes de réflexion à approfondir.

¹⁰ Bidet, Alexandra, Manuel Boutet, Thomas Le Bianic, Odette Minh Fleury, Camille Palazzo, Gwenaële Rot, et François Vatin, « Le sens de la MESURE », *Terrains travaux*, n° 4, n° 1, 2003, 207-14.

¹¹ Beauvisage, Thomas, Jean-Samuel Beuscart, Vincent Cardon, Kevin Mellet, et Marie Trespeuch. « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane », *Réseaux*, n° 177, n° 1, mai 2013, pp. 131-61.

I. Cadre théorique : les valuations studies, une approche de la valeur par la mesure

Afin d'aborder la notion de valeur dans l'économie de plateforme, il nous paraît important de revenir brièvement sur les débats qui ont entouré, et entourent toujours, l'étude de la notion même de *valeur*. Cette étude est au cœur de l'entreprise de nombreux développements et courants de pensée. Dans le cadre restreint de ce travail, nous laisserons un très grand nombre d'entre eux de côté pour ne retenir que certaines positions typiques qui nous permettent d'illustrer le cheminement théorique qui sous-tend notre approche.

Cherchant à nous inscrire dans une perspective proche du structuralisme pragmatique de Boltanski et Esquerre, nous chercherons d'abord à interroger la valeur dans son rôle structurel au sein des déplacements du capitalisme en suivant toujours les voies proposées par les deux théoriciens de *l'économie de l'enrichissement*.

Par un retour à la distinction théorique entre les notions d'*évaluation* et de *valorisation* à l'aide d'un bref détour historique, nous suivrons la piste proposée par les études de la valuation, et plus précisément de François Vatin, qui défendent que ces notions doivent être entendues séparément mais également nécessairement intriquées.¹² L'examen de la *valuation*, à travers l'étude de la mesure tout au long de la chaîne de production – et des dispositifs qui la soutiennent – permet alors de comprendre la valeur de manière dynamique. À l'aune des développements sur la valuation nous visons à interroger le rôle continu des acteur.trice.s dans la constitution de la valeur et remettons en cause les perspectives théoriques qui établissent que la réalisation de celle-ci dépend uniquement du *marché*.

1. De la valorisation comme déplacement du capitalisme

Dans leur ouvrage *Enrichissement. Une critique de la marchandise*,¹³ Boltanski et Esquerre défendent que tout bien, quel qu'il soit, doit faire l'objet d'une mise en valeur de façon spécifique pour pouvoir être échangé. C'est alors la *forme de mise en valeur* d'une chose qui déterminera son *prix*. C'est alors les discours, sélectionnant et mettant en avant certaines qualités plutôt que d'autres, qui permettent d'établir la valeur d'une chose et d'en justifier la métrique monétaire, soit le prix.

¹² Vatin, François, « Valuation as Evaluating and Valorizing », op. cit.

¹³ Boltanski, Luc et Arnaud Esquerre, *Enrichissement: Une critique de la marchandise*, coll. NRF Essais, Gallimard, Paris, 2017, 672 p.

Par leur théorie de « l'économie de l'enrichissement » et surtout « leur critique de la marchandise », Boltanski et Esquerre nous permettent de penser pratiquement la valeur des choses comme une construction et comme la justification d'une métrique. Les deux auteurs reconnaissent par cette mise en exergue de différentes formes de mise en valeur une pluralité des normativités en jeux.

a. Plus-value marchande et formes de mise en valeur

Soit une marchandise, « toute chose qui *change de mains* en étant associée à un *prix* »¹⁴ et soit les « structures de la marchandise », ce qui permet à une personne de s'orienter et de comprendre ce qui unit une chose au prix qui lui est attaché.

Boltanski et Esquerre défendent que les structures de la marchandise, changent dans le temps et se modifient en fonction des déplacements du capitalisme et de « l'articulation entre ordre et désordre qui en est le moteur »¹⁵. Elles ont par là un caractère historique et, en influençant les manques et les choses déterminées, les structures de la marchandise se « tiennent au point d'indistinction entre objectivité et subjectivité »¹⁶.

Ils inscrivent de ce fait les dynamiques de profits des acteur.trice.s capitalistes dans leur capacité à déplacer les frontières entre le marchandisable et le non-marchandisable, c'est-à-dire dans leur potentielle réussite à marchandiser d'avantage d'éléments d'un *métaprix*, soit une métrique (non monétaire) attribuée une valeur qui est dépourvue d'un prix. On retrouve alors une perspective marxiste du développement capitaliste qui, selon les termes de Rosa Luxembourg, nécessite « une strate sociale non capitaliste en tant que marché pour sa plus-value, en tant que source d'approvisionnement pour ses moyens de production et en tant que réservoir de forces de travail pour son systèmes salarial »¹⁷.

Dans ce contexte, on comprend les dynamiques capitalistes à l'œuvre dans l'économie de l'enrichissement étudiée par Boltanski et Esquerre : le capitalisme ne détruit pas toujours les particularités attachées aux choses, comme cela a souvent pu être avancé dans l'étude du capitalisme industriel, mais il exploite également les différences, les singularités, si celles-ci sont réparties de façon asymétrique. Toutefois, la mise en avant de ces particularités se fera au

¹⁴ Ibid., p. 109.

¹⁵ Ibid., p. 13.

¹⁶ Ibid., p. 14.

¹⁷ Citée in Lund, Arwid, « A Critical Political Economic Framework for Peer Production's Relation to Capitalism », *The Journal of Peer Production* [En Ligne], n°10, mai 2017, disponible à www.peerproduction.net, (consulté pour la dernière fois le 8 novembre 2019).

détriment d'autres caractéristiques singulières et amènera à la destruction d'une autre valeur. On retrouve ici une actualisation du principe de *destruction créatrice* comme moteur du capitalisme tel qu'identifié par Schumpeter.¹⁸ Ainsi, les acteur.trice.s capitalistes perçoivent le profit le plus élevé en favorisant une certaine forme de mise en valeur, la plus susceptible d'exploiter au mieux la chose en question, et en composant des discours qui constituent cette valorisation. La recherche de profit guide donc la mise en concurrence de différents régimes de valeur.

Afin de comprendre ces profits et « les groupes de transformation du *cosmos* de la marchandise » qui sont issus de cette dynamique, Boltanski et Esquerre utilisent la notion de *plus-value marchande* établie par Braudel. Ce dernier distingue l'économie de marché – présente dans toutes les sociétés selon lui - du capitalisme et pose que ce dernier opère « dans "la zone du contre marché" [et, ce qu'il appelle les *surprofits*] s'obtiennent, [dans le commerce au loin], en jouant sur "les prix de deux marchés éloignés l'un de l'autre et dont l'offre et la demande, ignorantes l'une de l'autre, ne se rejoignent que par le truchement d'un intermédiaire" »¹⁹.

Dans des travaux braudéliens, la réussite des échanges, loin de dépendre de la rationalité des agents de l'économie néo-classique, « dépend [...] surtout de la capacité à exploiter une pluralité de différentiels, ce qui suppose de la capacité, d'une part, au niveau local, l'établissement de relations de "coopération" et de "confiance", prenant appui sur des dispositifs tels que "la réputation", la "réciprocité", [...], et, d'autre part, sur une bonne connaissance des rapports de force globaux, notamment entre entités politiques. C'est cette compétence de se déplacer du local au global qui permet de jouer sur le prix des marchandises, pourtant traduit dans des métriques différentes aux différentes étapes de leur trajet, et de l'anticiper dans la perspective d'un profit »²⁰.

Dans des termes éclairants, Boltanski et Esquerre résument alors les dynamiques capitalistes de profit et d'accumulation :

« Lorsqu'un objet marchand est déplacé, à chaque étape de son trajet, il est considéré depuis "un point de vue" différent en fonction de la place qu'il occupe dans l'ensemble des choses usuelles, dont dépend sa valeur différentielle [...], en sorte que "le sens" »

¹⁸ Voy. Schumpeter, Joseph, *Capitalisme, socialisme, et démocratie*, Payot, coll. Bibliothèque historique, 1990 (1947), particulièrement le chapitre VII, pp. 113-120.

¹⁹ Cité in Boltanski et Esquerre, op. cit., p. 384.

²⁰ Ibid., p. 611

donné de cette chose est posé relativement à celui d'autres choses, et que de même, son prix, lorsqu'elle fait l'objet d'une transaction, peut être dit relatif, puisqu'il est jugé par référence à celui des autres choses donnant lieu localement à des échanges. Ce genre de commerce suppose la confrontation de points de vue profondément asymétriques. Le premier est local ou, si l'on veut, indigène. Le second est global ou, si l'on veut, allogène. Tandis que, considérée d'un point de vue indigène, la chose se détermine par référence à l'ensemble où elle est plongée et où elle trouve son prix, en sorte que deux positions distantes ne comprennent jamais les "mêmes" choses, la particularité du point de vue allogène (ou global) est de se doter de la possibilité de suivre le trajet d'une chose entre différentes positions, où son prix se déterminera de façon différente, en considérant qu'il s'agit bien de la "même" chose, ou, si l'on veut, de prendre un point de vue surplombant sur l'ensemble du parcours commercial »²¹.

On aura compris que dans l'objet d'étude de Boltanski et Esquerre – ainsi que dans le nôtre –, ce n'est pas (seulement) la distance géographique et la capacité de traduction d'une valorisation *locale* à une valorisation *globale* qui constitue les forces de profit et des acteur.trice.s capitalistes, mais que celles-ci résident plus largement dans le passage d'une forme de mise en valeur à l'autre, autrement dit dans la mise en lumière de différences plutôt que d'autres. Le profit correspond alors au maniement des asymétries entre formes de mise en valeur, entendez au « différentiel entre un prix et un métaprix, ce qui engage la valeur, en tant que justification du prix, et par conséquent des formes de mise en valeur »²².

Le rôle des institutions – et de la sémantique que celles-ci greffent aux choses afin d'en diminuer l'incertitude – est prépondérant dans la constitution de positions surplombantes, elles-mêmes génératrices de profit. Comme l'explique Braudel avec le cas de la finance, les institutions permettent de rendre compte des choses en détachant celles-ci de leur situation particulière et ainsi permettent de profiter des asymétries entre leurs valorisations. Ce rôle de traduction des institutions peut se concrétiser comme nous allons le voir dans des dispositifs d'évaluation, en suivant la suggestion *des valuations studies*.

En se concentrant sur le commerce, ils délaissent explicitement l'analyse du travail en tant que producteur de valeur, ce qui peut s'avérer problématique comme nous le verrons maintenant.

b. Les limites de la valorisation *sans travail*

²¹ Ibid., p. 384.

²² Ibid., p. 492.

Boltanski et Esquerre considèrent que la *valeur* d'une chose ne peut être comprise que lorsqu'elle intervient dans la justification, ou la critique, du prix de cette chose. Cette critique du prix dans sa relation avec la chose à laquelle il est attaché, soit une marchandise, repose selon les auteurs sur la référence à des métaprix qui correspondent à l'expression de la valeur (autre que celle exprimée par le prix) de la chose en question dans une métrique. Cette hypothèse suppose trois éléments : qu'une chose peut faire l'objet de différentes formes de mise en valeur ; que les prix sont centraux dans ce processus ; et que la valeur ne peut être entendue « qu'en aval » d'un prix. Premièrement, nous résumerons le caractère construit et circonstanciel de la valeur, cette question ayant déjà fait l'objet de développement ci-dessus. Deuxièmement, nous discuterons de cette centralité accordée aux prix par les deux auteurs, car ils seraient la seule métrique qui permettrait de rendre compte de la valeur et que, par-là, les prix disent quelque chose sur le réel. Troisièmement, nous chercherons à mettre en évidence que cette absence de considération pour la production ne rend pas compte du travail d'évaluation qui est à l'œuvre et ce faisant, rend invisibles les potentiels conflits sociaux existants autour des différentes valorisations laissées pour compte.

D'abord, la valeur selon Boltanski et Esquerre n'est interprétée que par rapport à un prix qui lui-même ne peut s'entendre que relativement à d'autres prix. Envisagée dans l'échange, la valeur suppose alors qu'il existe plusieurs formes de mises en valeur de la chose concernée, ce qui explique l'établissement de *métaprix*. « En effet, si les choses s'échangeaient toujours de la même manière, et donc au même prix, elles n'auraient pas besoin d'être mises en valeur, il n'y aurait pas besoin de faire appel à la valeur, et il n'y aurait pas de métaprix »²³. La valeur possède alors un caractère circonstanciel dans la mesure où elle dépend du processus de valorisation qui la fonde et qui procède en discriminant certaines particularités de la chose. La critique d'un échange – c'est-à-dire lors du moment de *l'épreuve* – consiste alors en la remise en cause des circonstances de *l'évènement* de la transaction. Les métaprix, soient toutes expressions métriques qui ne seraient pas issues d'un échange commercial, permettraient une mise en comparaison du prix.

« La valeur est traitée ainsi comme si elle était plus réelle que le prix, en sorte que la distinction entre le prix et la valeur peut être décrite comme une tension entre deux façons de poser le *réel* par rapport à l'artificiel. [...] Mais le problème est que, comme l'a montré l'échec des tentatives des classiques pour constituer une métrique spécifique

²³ Ibid., pp. 139-140.

de la valeur sur la base du travail, la valeur ne possède pas de métrique qui lui soit propre et qui puisse par conséquent permettre de l'objectiver indépendamment du prix. En sorte qu'à un *réel* circonstanciel – celui des prix – s'oppose un *réel* idéal ou fictionnel – celui de la valeur. Confrontée aux prix qui sont réels au sens où ils sont le résultat de cette épreuve spécifique que constitue l'échange, la valeur a toujours un caractère fictionnel. Même lorsqu'elle est traduite dans la métrique des prix [...], la valeur n'a jamais un caractère impératif suffisamment fort pour contraindre les échanges et leur imposer une traduction rigide en termes numériques»²⁴.

À notre avis, cette position dénonce à juste titre la vision des classiques qui conçoivent la valeur comme un élément stable d'une chose, comme si elle possédait une certaine substantialité propre. Ils dénoncent également celles de la Théorie critique qui, en voyant les prix comme nécessairement arbitraires, méconnaît qu'elle s'appuie, pour observer cela, sur une *autre* réalité. Bien plus encore, ils énoncent à l'aide du concept de métaprix, la nécessaire *évaluation* d'une valeur, c'est-à-dire sa transcription en des termes commensurables, pour que celle-ci existe de fait. Mais, et c'est là notre deuxième point, en entendant les prix monétaires comme étant en quelque sorte la seule métrique disant le réel²⁵, Boltanski et Esquerre limitent très fortement les possibilités de déconstruction, voire d'émancipation, qu'ils fondent eux-mêmes dans leur théorie. Si à travers les métaprix, ils conçoivent en fait que *d'autres* valeurs que celle établie sur le marché (qui s'exprime dans un prix) soient évaluées et qu'une forme numérique (ou autre) en rende compte, ils ne peuvent penser la réalisation de ces valeurs que dans leur critique (ou justification) d'un prix monétaire. Et bien qu'ils avancent que ces derniers soient à la fois des *événements* (vu qu'ils dépendent des circonstances de l'échange) et des *faits*²⁶, en ne concevant que la monnaie comme possible de la valeur, ils participent à une certaine naturalisation des prix.

« Les acteurs sociaux procèdent en recourant à l'artifice de la distinction entre prix et valeur. Or les prix sont les prix réalisés, ils sont pris à la fois dans un événement et dans

²⁴ Ibid., p. 141.

²⁵ « Or les prix constituent dans les sociétés complexes une composante essentielle de la réalité sociale, en tant qu'instruments de mise en équivalence reposant sur une métrique commune, grâce auxquels les choses peuvent donner lieu à des transactions et changer de mains sans que ces transactions s'inscrivent dans des rapports de réciprocité engageant les personnes sous une pluralité de dimensions ». Ibid. p. 145.

²⁶ D'une part, « [Les prix] ont un caractère *circonstanciel* (et c'est en ce sens que l'on peut dire que les prix qui se dégagent à l'issue de chaque échange doivent être assimilés à des *événements*) ». D'autre part, les prix sont *réels* « dans la mesure où ils sanctionnent effectivement le résultat de cette épreuve que constitue chaque échange marchand » et ils « sont des *faits*, au sens où, *en ayant lieu*, ils appartiennent à un certain *état de choses* » et qu'ils « prennent appui sur une métrique permettant des mesures collectivement partagées », Ibid. p. 128.

une épreuve, et sont inscrits dans un système monétaire. Mais ces prix réalisés sont confrontés à un attribut de la chose qui serait sa valeur. Cet attribut est supposé inhérent à la chose, essentiel, et donc plus stable, plus fondamental, que le prix. Mais, pour décrire et mesurer cet attribut, la valeur, on n'a d'autre langage que celui des prix, puisqu'il n'y a pas de métrique spécifique de la valeur. La référence à la valeur est centrale pour maintenir la réalité de la réalité, c'est-à-dire ici le prix relatif des différentes choses et les métaprix »²⁷

Se pose alors la question, en troisième lieu, d'observer dans des expériences concrètes si d'autres métriques qu'un prix monétaire, issues d'une évaluation, traduisent une forme de mise en valeur d'une chose. Si cette valeur relève du domaine économique en exprimant un rapport entre deux caractéristiques dont les acteur.trice.s chercheraient l'optimisation.

À notre sens, c'est dans la volonté, dirons-nous presque walrassienne, de délaissier le travail comme fondement de la valeur – idée qu'ils évacuent en posant le concept de *métaprix*²⁸ – que réside le fond du problème de la théorie de Boltanski et Esquerre. En suivant les développements de la section précédente de ce travail relatifs à l'étude des valuations, on s'intéressera alors au travail d'évaluation en tant que nécessaire métrologisation de(s) valeur(s) qui permet ainsi d'en rendre compte et, par-là, de les faire exister. Boltanski et Esquerre ne mettent pas en avant comment se réalise la synthèse (temporaire) de plusieurs régimes de valeur qui sont (toujours) en confrontation et que l'établissement d'une métrique, qu'elle soit sous la forme d'un prix ou sous une autre forme, rend commensurable. Ainsi, ils ne tiennent pas compte des conflits autour des définitions valorielles d'une chose qui se réalisent – ou se taisent – dans l'établissement d'une métrique, et ils entendent les marchandises comme nécessairement homogènes²⁹ (entendez valorisées d'une seule manière), comme l'avance Ravelli qui défend la

²⁷ Ibid., p. 130.

²⁸ Qui, bien qu'ils formulent toutefois toujours en terme de prix, « incorpore[nt] une référence aux opérations au cours desquelles des prix se forment »

« Les métaprix ne sont pas des faits, ils n'appartiennent pas à l'évènement, mais ils surviennent en amont et en aval de celui-ci. Ils sont *méta-* en ce qu'ils sont le support d'une réflexion sur les prix (d'une discussion, d'une comparaison, d'une critique, d'une justification, etc.). Ils sont attribués à la chose au titre d'*estimations* – qui peuvent prendre appui sur des bases diverses et très inégalement réalistes –, c'est-à-dire en tant que *potentialités* traitées comme actualisables mais à la condition d'être projetées dans d'autres contextes circonstanciels – en d'autres lieux ou dans d'autres temps –, dont les contours sont seulement esquissés, voir *imaginés*, sans donner lieu à une tentative d'objectivation ». Ibid, p. 130-133.

²⁹ Ravelli pose également d'autres critiques à ce travail notamment sur le manque de fondements empiriques de leur thèse, sur le caractère (trop) linguistique du pragmatisme de Boltanski et Esquerre et sur la surinterprétation du rôle de l'économie de l'enrichissement aux côtés des économies industrielle et financière. Voy. Ravelli Quentin, « L'économie de l'enrichissement : nouveau stade du capitalisme ou illusion d'optique ? Pistes de réflexion pour

distinction marxienne entre valeur d'usage et valeur d'échange pour remédier à ce problème. La volonté de mettre de côté le travail, pour l'étude exclusive du commerce (qui d'ailleurs, constitue sans doute lui-même une forme de travail), amène à l'absence de prise en compte de la composition hétérogène des choses mais également à l'invisibilisation des conflits sociaux qui peuvent naître de cette hétérogénéité, en amont de la marchandisation.³⁰

2. La valeur économique : Entre évaluer et valoriser, la valuation

Pour permettre une étude pragmatique de la valeur à travers le travail que fait l'évaluation, nous utilisons l'approche de Vatin qui, dans le but de déterminer si une théorie du marché se suffit à elle-même, revient sur la distinction entre l'évaluation et la valorisation. Pour ce faire, il procède d'une part en débattant de la nécessité de cette distinction dans la compréhension de l'accumulation de valeur et, d'autre part, en critiquant son interprétation stricte, ces deux moments étant selon lui en continuelle interaction.³¹

Après être revenus sur un bref historique des discussions autour de cette distinction par lequel Vatin a montré l'intérêt d'une théorie de la *valuation*, nous nous intéresserons alors à l'étude conjointe des deux processus.

a. Les études de la valeur : entre marché et travail, la valeur balance

Comme nous allons le voir, dans la théorie économique néoclassique, l'attribution d'une valeur prend nécessairement place dans l'échange et possède une dimension statique, celle-ci ne créant en soi pas de valeur

Ainsi, Léon Walras, faisait confondre les deux moments de l'évaluation et de la valorisation en défendant que la valeur des choses ne s'exprime que durant l'échange marchand, c'est-à-dire durant leur confrontation avec d'autres choses en vue, pour les parties à l'échange, d'acquérir une utilité plus grande. Dans cette conception, c'est la rencontre entre l'offre et de la demande qui attribue naturellement une valeur aux biens. La discipline qui étudie l'échange, *l'économie politique pure*, relève alors d'une *science* dont, ayant pour objet comme toutes les autres

la critique de la marchandise », *Revue de la régulation* [En ligne], vol. 22, Automne 2017, disponible à <http://journals.openedition.org/regulation/12454> (consulté pour la dernière fois le 22 décembre 2019).

³⁰ Cette absence de conflictualité chez Boltanski et Esquerre est renforcée par l'utilisation de la dichotomie riches/pauvres au détriment des classes sociales qui ne définit plus les individus selon leur insertion dans les rapports de production mais uniquement à travers leur propension à consommer.

On notera que Boltanski et Esquerre conçoivent cette hétérogénéité composite des choses mais ne parlent pas la manière avec laquelle elle s'exprime, lorsqu'ils parlent de « détermination » : Pour que les prix soient stables, il faut que la chose ait été déterminée – « c'est-à-dire que la définition de la ou des choses sur lesquelles porte le prix ait été stabilisée ». Boltanski et Esquerre, op. cit., p. 126.

³¹ Vatin, François, « Valuation as Evaluating and Valorizing », op. cit.

sciences des faits dont l'origine est *naturelle*, le rôle se résume à l'observation, l'exposition et à l'explication de ceux-ci.³² Les choses *rare*s, selon Walras, sont nécessairement « valables et échangeables » dès lors que, « par définition », elles sont appropriées.³³ Dans ces conditions, c'est du rapport naturel de choses avec d'autres dont la valeur des choses échangées dépend. Elles sont dès lors dépourvues de valeur intrinsèque, car c'est au moment précis de l'échange marchand que se manifestent les conditions de leur production et de leur obtention ainsi que leur rapport utilitaire.

Cette théorie qui présente le *modèle d'équilibre général de la valeur* expliquant la valeur par la rencontre de l'offre et de la demande et comme s'exprimant dans un prix d'équilibre théorique, celui-ci n'ayant lieu que dans un contexte de concurrence parfaite, connaît une dimension statique qui devient problématique quand il s'agit de penser la dynamique de l'accumulation de valeur. En effet, dans le schéma de Walras, « la valeur est créée par la combinaison complexe de l'ensemble des évaluations (la confrontation des offres et des demandes) »³⁴, ce qui ne permet pas de rendre compte des profits réalisés par les parties à l'échange. Toute dissociation entre évaluation et valorisation étant alors impossible, cette dimension statique se révèle encore plus clairement lorsque Walras réfute la théorie des Classiques qui fait du travail – et de l'accumulation de celui-ci dans les choses – la source de toute valeur, pour lui substituer la

³² Walras distingue la science, l'art et les mœurs qui respectivement s'attachent aux faits naturels, aux relations des hommes avec les choses et aux relations des personnes entre elles, et dont les « critères respectifs sont [donc] le *vrai*, l'*utile* ou l'intérêt, et le *bien* ou la justice » (22). Il distingue alors dans l'économie politique trois pans d'étude qui répondraient chacun d'une logique d'un des trois types de disciplines énoncés : l'*économie politique pure* qui s'attache à l'étude de l'échange, fait naturel et donc relevant de la science et pouvant par-là s'exprimer dans le langage scientifique : les mathématiques ; l'*économie politique appliquée* qui s'attache à l'étude et la prescription de la production, relation entre des personnes et des choses et donc relevant de l'art ; et l'*économie sociale* qui s'attache à la question de la (juste) répartition de la production, relation entre personnes et relevant donc des mœurs. Voy. particulièrement la quatrième leçon de Walras, Léon, *Éléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale*, Laumin & Cie., Lausanne, 1874, 208 p., disponible en ligne sur www.books.google.be (consulté pour la dernière fois en janvier 2020).

³³ Les choses rares, c'est-à-dire qui à la fois sont utiles et qui existent en quantité limitée, sont nécessairement appropriables et appropriées selon Walras. De là, en découle leur valeur d'échange issue de la rencontre – constitutive de la rareté des choses – entre l'offre et la demande de celles-ci.

« Les choses rares étant une fois appropriées (et celles-là seules le sont, et toutes celles-là le sont) il s'établit entre toutes ces choses un rapport consistant en ceci que, indépendamment de l'utilité directe qui lui est propre, chacune d'elles acquiert, comme une propriété spéciale, la faculté de s'échanger contre chacune des autres dans telle ou telle proportion déterminée. Si on possède quelqu'une de ces choses rares, on peut, en la cédant, obtenir en échange quelque autre chose rare dont on manque. Si on ne la possède pas, on ne peut l'obtenir qu'à la condition de céder en échange quelque autre chose rare dont on est pourvu. Et si on ne l'a pas, et qu'on n'ait rien à donner en échange, il faut s'en passer. Tel est le fait de la valeur d'échange qui ne porte, comme le fait de l'appropriation et de la propriété, que sur la richesse sociale et qui porte, comme lui, sur toute la richesse sociale ». Walras, op. cit., pp. 25-26.

³⁴ Vatin, François, « Evaluer et Valoriser », op. cit., p. 19.

rareté d'une chose, établie par la rencontre entre l'offre et la demande et déterminant *l'utilité marginale* d'une chose qui décroît donc selon sa quantité disponible.

Un autre écueil de cette approche réside dans la séparation qu'elle pose entre jugement et calcul. Les néoclassiques affirment que *la* valeur économique, déterminée par le marché, pourrait s'exprimer de manière rationnelle par un calcul économique. Or, comme le rappellent Barraud de Lagerie et al.,³⁵ le calcul économique repose sur la détermination d'un *ratio* en vue de maximiser un bénéfice. La rationalité s'opère alors dans un cadre déterminé où ce qui est placé au numérateur et au dénominateur du *ratio* en question relève du jugement : qu'est-ce que l'on vise à optimiser ? L'idée que la valeur se réaliserait exclusivement sur le marché tant à nier cette dimension normative et à naturaliser des options en niant leur caractère relatif et historique.

Cette idée qu'une théorie du marché se suffirait à elle-même dans l'explication de la valeur des choses a été critiquée par plusieurs courants théoriques dont *l'économie des conventions*, *la nouvelle sociologie économique* et *l'économie des grandeurs*, qui ont tracé la voie pour les études de la *valuation*.

Les tenants de *l'économie des conventions* posent comme nécessaire, avant tout échange, que les acteur.trice.s s'entendent, ou plutôt, partagent une *convention* sur la *qualité* sur base de laquelle ils appréhendent les caractéristiques d'un bien qu'ils échangent et qui, en fixant un cadre cognitif, leur permet de diminuer l'incertitude liée à l'action de chacun.e d'eux/elles.³⁶ Les économistes conventionnalistes défendent alors qu'avant d'échanger des choses sur un marché, les acteur.trice.s doivent se mettre d'accord sur les mesures aux vues desquelles la valeur de ceux-ci sera déterminée. « Il faut en somme *évaluer* pour *valoriser* »³⁷. Elle trace ainsi la voie à l'examen du pouvoir de valorisation des acteur.trice.s qui déterminent ces conventions³⁸, notamment des plateformes numériques comme nous allons le voir dans la suite de ce travail. Si cette démarche a le mérite de mettre en lumière la diversité des processus de valorisation, le caractère historique de ceux-ci et l'ancrage de l'économie dans le monde social, à côté de l'établissement des prix, elle rend difficilement compte du caractère continu de la

³⁵ Barraud de Lagerie, Pauline, Alexandra Bidet et Etienne Nouguez, « Ce que mesurer veut dire : disputes autour de la quantification et de la valuation en sociologie », in Vatin, François (dir.), *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, op. cit., pp. 305-326.

³⁶ Eymard-Duvernay, François, « Conventions de qualité et formes de coordination », *Revue Economique*, 40 (2), 1989, pp. 329-359.

³⁷ Vatin, « Evaluer et valoriser », op. cit. C'est Vatin qui souligne.

³⁸ Bessy et Chauvin, op. cit.

relation entre évaluation et valorisation, celles-ci se réalisant, selon Vatin, chacune toute au long de la chaîne productive. De ce fait, l'économie des conventions continue à placer la réalisation finale de la valeur dans le marché bien qu'elle entend montrer ses fondements extérieurs. « L'enchaînement reste linéaire, avec le marché pour point de fuite : il s'agit de penser les conditions sociales qui rendent le marché possible »³⁹.

Pour sa part, *la nouvelle sociologie économique* cherche plus globalement, depuis le début des années 2000, à montrer que le marché est « encasté » dans des relations sociales et des institutions qui le soutiennent et que par-là il ne se suffit pas à lui-même. Mais à nouveau, l'échange marchand reste le centre des études.

Dans le même sens, *l'économie des grandeurs* pose que les acteur.trice.s s'inscrivent dans des principes d'évaluation qui déterminent un cadre dans lequel l'échange de marchandises est rendu possible en posant des principes supérieurs communs à la lumière desquels la valeur des choses est justifiée ou critiquée par les agents s'y engageant. Elle reconnaît par-là différentes normativités à l'œuvre et révèle le caractère socialement construit de la valeur. Ne s'intéressant qu'à la justification que cette approche déplace l'incommensurabilité des choses vers ces principes d'évaluation dont les effets sur les valeurs peuvent pourtant bel et bien être mesurés et donc être comparés.

Tout en rappelant le principe d'équivalence marxien qui, faisant du travail la seule source de valeur, repose sur l'idée que « penser la valorisation, c'est penser l'acte créateur du travail en deçà de la sphère marchande : sur le marché, ne se "réalisent" que des valeurs *déjà là*, qui sont le produit du travail »⁴⁰, Vatin critique les théories économiques qui posent le marché comme unique point d'expression de la valeur. Il synthétise alors les deux concepts avant de proposer une étude de la valuation.

D'un côté, *évaluer* une chose - il en va de même pour les actes et les personnes - revient à la rendre commensurable, à attribuer un signe à une valeur *déjà-là* afin d'en permettre la comparaison avec d'autres choses. Evaluer correspondrait alors à dire (et à mesurer) « ce que telle chose vaut » au regard d'autres choses, généralement dans le langage d'une métrique commune.

D'un autre côté, *valoriser* une chose revient à déterminer les caractéristiques de celle-ci qui valent et, par-là à augmenter sa valeur, c'est-à-dire à lui ajouter une plus-value par son

³⁹ Vatin, « Evaluer et valoriser », op. cit.

⁴⁰ Ibid., p. 18-19.

appréciation. La valorisation possède alors une dimension dynamique en consistant en l'action par laquelle une chose voit sa valeur gagner en importance suite à une mise en valeur particulière. Dans cette conception, la valeur est pensée dans l'activité car valoriser signifierait donc déterminer « ce qui (d'une production) vaut ». La valorisation d'une chose consiste alors à mettre en avant une des normativités attachées à celle-ci au détriment des autres, en la consacrant par un dispositif d'évaluation. Si l'on cherche à comprendre la valeur d'une chose, il importe dans ce sens d'identifier les différentes normativités qui peuvent entourer une chose et d'observer à quels moments elles s'articulent, voire se confrontent. Dans une perspective politique, il s'agira de procéder à l'identification des acteur.trice.s qui portent telle normativité plutôt qu'une autre et/ou qui bénéficient de cette mise en avant. Dans une situation où toutes les parties n'ont pas le même degré de connaissances des différentes normativités potentielles d'une chose – soit quasi tout le temps mais avec des intensités différentes –, c'est-à-dire lorsqu'il règne entre elles une asymétrie d'information, l'acteur.trice jouissant de cet avantage pourra déterminer la chose en sa faveur, c'est-à-dire faire preuve d'un pouvoir de valorisation.⁴¹

b. La valuation : une approche de la valeur par la mesure

Selon le courant d'étude de la *valuation*, si les deux moments de l'évaluation et de la valorisation doivent être pensés séparément pour pouvoir comprendre l'accumulation de valeur, il est nécessaire de les entendre comme continuellement intriqués. En effet, l'évaluation est déterminée par la chose (et la valorisation de celle-ci) qu'elle examine, cependant les modes de valorisation (et de production) seront eux (toujours) influencés par les exigences que lui posent les différents systèmes d'évaluation. Chaque force productive agit selon des normes qui lui sont propres mais elle fait également preuve d'une certaine réflexivité quant à la manière avec laquelle son travail est évalué. Suivant les développements de la section précédente, on peut alors établir que « la valorisation est présente dans les actes d'évaluation au sens où ils constituent des modalités provisoires d'établissement d'une valeur en constitution »⁴². Pour comprendre la continuité de la relation entre évaluation et valorisation, les *valuation studies* proposent d'examiner les conséquences pratiques des instruments de mesures à l'œuvre tout au long de la chaîne productive et d'examiner quelle(s) valeur(s), ils laissent de côté, autrement dit, chercher à comprendre la raison de l'autorité de la normativité qui prévaut. Dans ce sens, Vatin vise à se situer « dans l'esprit d'une sociologie empirique qui cherche à identifier les

⁴¹ Bessy et Chauvin, op. cit.

⁴² Vatin, « Evaluer et valoriser », op. cit., p. 34.

espaces métrologiques élaborés par les acteur.trice.s, le sens qu'ils leur donnent et l'effet de ces dispositifs de mesure sur les relations sociales »⁴³.

Pour ce faire, les études de la valuation posent la nécessité de rompre avec une fracture théorique, héritée de Walras, reposant sur l'idée que l'étude du marché, lieu de l'échange commercial, relèverait du domaine de l'économiste alors que les relations sociales qui précèdent cet échange, notamment celles prenant place autour de la production d'une chose dans l'entreprise, relèveraient du domaine du sociologue. Or, dans cette perspective, les biens et services arrivant sur un marché ont déjà fait l'objet de choix, par les travailleurs⁴⁴, relevant de l'économie. Il défend dans cette perspective, une interprétation de « l'économie » au sens « d'acte de gestion » qui signifie que des choix, des évaluations – parfois dissonantes- ont été posées dans le but d'atteindre une optimisation, c'est-à-dire le meilleur *ratio* entre un numérateur et un dénominateur. La question est alors de savoir ce qui est mis au numérateur et au dénominateur, ce qui en fait est évalué et mis en avant. C'est la question de la valorisation, « qu'est-ce qui vaut ? »⁴⁵ Il s'agit de remonter la chaîne productive afin d'interroger les différentes normativités à l'œuvre tout au long du processus et, à travers les instruments opérant, de voir les moments qui les font coexister et assoient la prééminence de l'une sur l'autre. « Aucun [travail] ne se réduit à une pure et simple application [de] mesures sans nécessiter de traductions qui engagent, à des degrés divers, la normativité propre du travailleur »⁴⁶.

La mesure possède donc un rôle important dans la détermination de ce qui est évalué et par conséquent, de ce que valent les choses. En effet, les choses – comme les activités d'ailleurs – ne sont jamais présentées « à nu », elles ne sont pas livrées à elles-mêmes mais formatées dans un ensemble homogène. De fait, tout peut alors être rendu commensurable (bien que cela ne soit pas nécessairement souhaitable mais c'est une autre question), c'est-à-dire placé dans un rapport systémique, et ce même si certaines spécificités sont mises en avant pour justifier « l'immesurable », ou la singularité.⁴⁷

⁴³ Ibid., pp. 26-27. Vatin qui s'inscrit dans la lignée de la *socio-économie* et des *valuations studies*, cherche, en considérant la phase de production et celle de l'échange comme nécessairement intriquées, à « renouer en quelque sorte avec le questionnement de Marx sur le lien nécessaire qu'il faudrait établir entre une théorie de la production et du travail et une théorie du marché et de la valeur ». Mais dans le même temps, il rejette la solution que Marx a proposée à ce problème, l'établissement d'une valeur-travail, qu'il juge dogmatique et privilégiera une analyse pragmatique, au niveau des acteur.trice.s.

⁴⁴ Au sens force productive de travail, et ce, sans considération de l'échelon auquel ils se situent : qu'ils soient gestionnaires, ingénieurs ou vendeurs.

⁴⁵ Barraud de Lagerie, op. cit.

⁴⁶ Vatin, « Evaluer et valoriser », op. cit., p. 31.

⁴⁷ Barraud de Lagerie et Al., op. cit., p. 309

Si les prix constituent une métrique importante qui permettent la comparaison, ils ne sont pas seuls constitutifs de ce fait. En effet, la scène marchande constitue un cadre particulier pour l'échange d'équivalents mais elle se « déploie sur un fond d'une multitude incalculable d'externalités, [c'est-à-dire toutes les différences, les valeurs laissées de côté]. Or, en dehors de la scène de l'échange, la commensurabilité devient elle-même problématique. Ne pouvant plus s'appuyer sur l'existence des prix monétaires, elle appelle l'enquête: comment compter, et mettre en équivalence des éléments disparates ? »⁴⁸

C'est alors que l'étude de la mesure en s'intéressant à ses dispositifs pratiques de mise en œuvre nous semble pertinente :

« En suivant le fil de la transformation des produits, de leurs mises en forme et de leurs métriques, la question de la mesure émancipe l'économique, comme catégorie de l'expérience, du seul cadrage marchand, tout en replongeant la valeur économique dans le bain de nos valuations quotidiennes »⁴⁹.

Considérer l'enquête de la mesure, de ce qui rend commensurable, à côté de la métrique établie des prix ouvre plusieurs voies. On peut premièrement réinterpréter les chaînes de production, et observer une « valeur économique [qui ne soit plus] ici dissociable d'autres registres de valeur sociale. Il s'agit de saisir comment de multiples dispositifs d'évaluation conduisent de fait à la circulation de valeur économique au sens strict, c'est-à-dire à la genèse de flux monétaires »⁵⁰.

On peut également, et pas nécessairement en opposition à la première hypothèse, questionner ce qui est optimisé, en vue de quoi et au profit (ou au détriment) de quoi, de qui. Replacer l'économique hors du cadre marchand peut rendre cette dernière conflictuelle, voire agonistique⁵¹, et peut permettre de dénoncer des « évaluations aliénantes »⁵². L'économie pourrait alors être entendue comme une « architecture de 'pouvoirs de valorisation' »⁵³, c'est-à-dire l'organisation d'une puissance qui pourrait déterminer « ce qui vaut ». Rapatriées dans une perspective d'étude du capitalisme, ces questions reviennent à interroger qui détermine, et

⁴⁸ Ibid., p. 310.

⁴⁹ Ibid., p. 326.

⁵⁰ Vatin, « Evaluer et valoriser », op. cit., p. 34.

⁵¹ Au sens qu'en donne Chantale Mouffe. Voy. par exemple, Mouffe, Chantal, *L'illusion du Consensus*. Albin Michel, Paris, 2016, 196 p.

⁵² Tsing, Anna, « Sorting out commodities: How capitalist value is made through gifts », *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, vol. 3, n° 1, juin 2013, pp. 21-43.

⁵³ Ce concept a été forgé par François Eymard-Duvernay et a été repris dans Barraud de Lagerie et Al., op. cit.

dans quelle proportion, les caractéristiques qui valent afin d'en tirer un profit. Prise sous un autre angle, mettre en évidence les différences qui sont laissées pour compte revient à faire surgir les rapports de domination à l'œuvre.

À travers l'étude de notre terrain, nous allons tenter d'identifier de tels pouvoirs dans l'économie de plateforme en interrogeant, comme on l'a suggéré plus haut, les dispositifs de mesure établis – et ceux qui ne le sont pas – et la pratique des acteur.trice.s qui se cristallise autour de ceux-ci et participent à leur redéfinition.

II. La présentation du terrain et de la méthodologie

Afin de répondre à notre question de recherche et de vérifier les hypothèses que nous avons posées dans l'introduction, il convient de délimiter un terrain, « champs des analyses empiriques »⁵⁴ qui constituent un mémoire, et une méthode visant à récolter les données qui composeront ce matériau.

1. Le terrain

Quels processus de valuation sont à l'œuvre dans l'économie de plateforme ? Telle est la question qui nous amène à déterminer un terrain afin d'y répondre. D'emblée, il nous apparaît important de réaffirmer le caractère exploratoire de notre travail. En effet, l'état de l'art actuel ainsi que le cadre restreint dans lequel notre mémoire prend place ne nous a pas permis de prétendre à une montée en généralité des données que nous avons récoltées. Nous espérons alors que les réflexions et les enseignements qui sont issus de ce travail amèneront modestement à de plus amples développements.

Comme nous avons cherché à le montrer avec l'exposé relatif à notre cadre théorique, nous nous intéressons tant aux instruments de mesure établis par les plateformes numériques qu'à la pratique des acteur.trice.s dont ils rendent compte.

Cherchant à éviter « les déterminismes techniques ou sociologiques à travers leur appréhension croisée »⁵⁵, nous nous inspirons, dans notre étude du travail de mesure de la valeur, des approches sociotechniques qui distinguent le cadre de fonctionnement technique du cadre

⁵⁴ Grandjean, Geoffrey, *Guide de la rédaction du mémoire*, Université de Liège, Département de Science Politique, 2014, p 59.

⁵⁵ Coutant, Alexandre, « Les approches sociotechniques dans la sociologie des usages en SIC », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 6, janvier 2015, p. 1.

d'usage mais conçoivent les deux comme s'influçant mutuellement.⁵⁶ Cette interdépendance entre objet technique et relations sociales qui l'entourent⁵⁷ se révèle particulièrement importante dans le cadre multipartite que composent les plateformes numériques. En effet, comme l'a montré l'étude de Bailly et Boudot-Antoine, si l'approche du cadre de l'intermédiation que constituent la plateforme numérique et ses composantes permet de saisir sa capacité contraignante, cette dernière se voit toujours relativisée par l'action de ses utilisateur.trice.s qui renforcent ou transgressent ce cadre, notamment en nouant des relations hors du spectre de la plateforme.⁵⁸

Dans cette perspective nous avons relevé trois types de données qui nous semblaient pertinentes. D'une part, nous tentons de saisir les dispositifs, particulièrement ceux qui sous-tendent un processus de valuation, installés par les plateformes étudiées ainsi que leur mode de fonctionnement. D'autre part, nous cherchons à faire ressortir le fonctionnement des plateformes et ce qu'elles cherchent à établir par la mise en place de leurs dispositifs à travers les documents qui explicitent cela. Nous interrogeons enfin les acteur.trice.s qui agissent sur ces plateformes à propos de leur expérience, en portant une attention particulière à leurs interactions avec les dispositifs relevés précédemment afin de saisir la manière avec laquelle leurs fonctionnements sont recomposés à travers les usages qui en sont faits.

Concrètement, notre terrain se compose de l'analyse de trois plateformes numériques : Vinted, ListMinut et Deliveroo. D'une part, le choix d'étudier plusieurs plateformes s'explique par le fait que la comparaison peut favoriser la dénaturalisation et, par-là, la politisation des processus de valuation, en soulignant les singularités de chacun et leurs points communs.⁵⁹

Dans le cadre restreint que constitue ce mémoire, nous avons dû faire des choix. En suivant la piste proposée par Bailly et Boudot-Antoine et leur séquençement de la chaîne d'échange en temps distincts,⁶⁰ nous avons étudié les processus de valuation mis au jour par nos entretiens aux différents moments de la chaîne d'échange : en amont de la mise en ligne de l'activité ; au moment de ce téléchargement sur la toile des objets des transactions ; lors de la conclusion de l'échange et de sa notation par les parties prenantes, soit la notation peer-to-peer ; et finalement

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Akrich, Madeleine, « Les formes de la médiation technique », *Réseaux*, n°60, juillet-août 1993, pp. 87-98.

⁵⁸ Bailly, Adrien, et Florent Boudot-Antoine, « Renforcement et transgression du cadre de l'intermédiation numérique », *Réseaux*, vol. 6, n° 212, décembre 2018, pp. 121-48.

⁵⁹ Helgesson, Claes-Fredrik, Monika Krause et Fabian Muniesa, « Attempting to bring valuation and politics together – The politics of valuation studies at a series of sessions in Copenhagen », *Valuation Studies*, 5(1), 2017, pp. 1-6.

⁶⁰ Bailly et Boudot-Antoine, op. cit.

lors de la traduction en données numériques des activités des utilisateur.trice.s par les plateformes. Mais cette analyse s'est avérée trop volumineuse pour un mémoire.

Dans l'idée d'étudier, comme nous l'avons souligné avec Boltanski et Esquerre, les processus de valuation dans les déplacements du capitalisme, nous avons choisi de conserver nos analyses sur deux des quatre temps mentionnés ci-haut : le moment de l'évaluation P2P et le moment de « la mise en donnée » des activités et de mettre douloureusement les autres de côté

a. Présentation des plateformes étudiées :

Le périmètre de l'économie de plateforme étant large et flou⁶¹, nous avons porté notre intérêt sur des plateformes qui a première vue prévoient des dispositifs de notation P2P. Les trois plateformes ont été choisies en raison de notre présupposition sur leur relative accessibilité et pour la différence, supposée à première vue, du degré avec lequel elles cadrent les transactions qu'elles supportent.

D'abord, l'étude de Vinted, plateforme de vente d'articles de seconde main entre particulier.ère.s, nous semble pertinente dans la mesure où elle constitue une « plateforme-marché »⁶² par excellence. A priori, ce *marketplace* laisse ses utilisateur.trice.s choisir parmi un grand nombre de propositions sans faire peser sur l'offre de fortes restrictions.⁶³

Ensuite, ListMinut, plateforme de prestations de services entre particulier.ère.s, correspond également à une plateforme-marché mais qui présente des mécanismes d'encadrement plus importants que Vinted. Des outils de notation P2P spécifiques sont prévus par la plateforme.

Enfin, Deliveroo, plateforme de livraison de repas s'apparente à une « plateforme-cadre » en déterminant quel.le livreur.euse effectuera la livraison. L'intérêt d'étudier les « plateformes-cadres » que constituent ces plateformes de livraison est d'observer si le pouvoir de valorisation des plateformes d'échange de pair-à-pair que sont Vinted et ListMinut est autant prégnant sur les utilisateur.trice.s des plateformes numériques lorsque ceux/celles-ci ne doivent pas se vendre – entendez faire valoir les évaluations résultant des dispositifs établis par chaque plateforme. De fait, les plateformes de livraison réalisent d'office la rencontre entre le/la

⁶¹ Lambrecht, Maxime. « L'économie des plateformes collaboratives », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, n° 2311-2312, 2016, 80 p.

⁶² Flichy, Patrice, « Le travail sur plateforme: une activité ambivalente », *Réseaux*, n° 213, n° 1, mars 2019, pp. 173-209.

⁶³ Nous devons déjà souligner que suite à la pandémie de Coronavirus qui a touché l'Europe dans le courant de cette année 2020, Vinted a restreint exceptionnellement les échanges aux territoires nationaux des Etats dans lesquels elle opère.

coursier.ère et les deux autres parties prenantes à l'échange, le restaurant et le/la client.e, ce/cette dernier.ère, ne pouvant choisir quel.le livreur.euse réalisera la course.

D'emblée, nous soulignerons que pour des soucis d'accès aux coursier.ère.s, en grande partie dus à la diminution de leur présence dans les rues à cause de la fermeture de nombreux restaurants durant les mois de mars et avril 2020, période de collecte de nos données, suite à la crise du Coronavirus qui touche la Belgique, nous avons été amenés à interroger deux coursiers qui n'officient pas sur Deliveroo mais sur UberEats, autre plateforme de livraison. Si les dispositifs établis par UberEats ne sont pas exactement semblables à ceux prévus par Deliveroo, il nous a semblé que la conduite de ces deux entretiens nous permettaient quand même d'approcher l'expérience de coursier.ère.

Les trois plateformes étudiées l'ont donc été de deux manières : d'une part, nous avons relevé à travers notre expérience d'utilisation les dispositifs qui y étaient établis et, d'autre part, notre analyse des documents relatifs à leurs conditions générales d'utilisation et à leur politique de confidentialité nous ont permis d'approcher leur pouvoir de valuation au niveau des données numériques.

b. Présentation des personnes interrogées :

Par la logique pragmatique dans laquelle s'inscrit notre travail, cherchant à donner la parole aux acteur.trice.s, et surtout par le cadre d'étude des valuations studies, nous avons chaque fois cherché à interroger les acteur.trice.s qui se situent des « deux côtés » de l'échange, des offreur.euse.s et des demandeur.euse.s. Ces deux côtés se traduisent de manière distincte selon la plateforme : sur ListMinut, nous avons contacté des *prestataires*, qui offrent leurs services, et des *demandeurs*, qui postent une annonce ; sur Deliveroo, nous avons contacté des *coursiers* et des *client.e.s* ; finalement, sur Vinted, il s'est avéré que ces deux côtés n'étaient pas étanches et que les vendeur.euse.s étaient également des acheteur.euse.s, c'est pourquoi nous avons interrogé les *Vinties*⁶⁴ sans distinguer au préalable leur assimilation à l'une ou l'autre partie de l'échange mais en leur posant des questions sur les deux types d'activités.

Nous avons également envisagé d'interroger les gestionnaires des plateformes interrogées mais nous n'avons malheureusement pas eu de réponse positive à nos sollicitations.⁶⁵ En raison de nos ressources limitées en temps et en moyen humain, nous avons également exclu d'interroger

⁶⁴ Nom que se donnent les membres de Vinted entre eux/elles.

⁶⁵ Nous avons finalement reçu une réponse favorable du CEO de ListMinut, Jonathan Schokaert mais nous n'avons pu organiser l'entretien dans un délai raisonnable au regard du dépôt de notre travail.

les restaurants qui proposaient leurs menus sur Deliveroo ou les tenancier.ère.s des points-relais par lesquels transitent les colis échangés sur Vinted.

Notre but étant d’observer des « composantes non strictement représentatives mais caractéristiques de la population »⁶⁶ du phénomène que nous souhaitons étudier, nous avons cherché à interroger des personnes dont les profils en termes de notation P2P et d’expérience sur la plateforme variaient. Comme nous le détaillons dans la section qui suit, si ces critères ont été pris en compte pour la prise de contact et se retrouvent assez bien dans les profils des répondant.e.s,⁶⁷ c’est finalement la réactivité des personnes sollicitées qui détermina surtout notre échantillon.

Nous avons finalement réalisé seize entretiens répartis entre les plateformes comme suit :

| ListMinut | Deliveroo | Vinted |
|------------------------------|------------------------|-------------------------|
| 4 prestataires interrogé.e.s | 4 coursiers interrogés | 4 Vinties interrogé.e.s |
| 2 demandeurs interrogés | 2 clientes interrogées | |

Répartition des entretiens entre les plateformes étudiées

2. La méthodologie

Les contraintes méthodologiques doivent être vues non pas comme un carcan, mais bien comme un moyen pour « le chercheur de voir ce qu’il ne pensait pas voir [et de] se mettre en situation d’être systématiquement surpris »⁶⁸. Nous avons alors établi différentes orientations méthodologiques qui visent à garantir une rigueur dans la recherche mais également à nous permettre de maximiser nos chances d’apprentissage.

Vu l’objet de notre recherche au caractère exploratoire, soit une approche pragmatique des processus de valuation présents sur les plateformes, nous avons choisi de mettre en place une recherche qualitative au moyen d’entretiens semi-directifs et de l’analyse d’un corpus de

⁶⁶ Van Campenhoudt, Luc et Raymond Quivy, *Manuel de recherche en sciences sociales*, 4e édition revue et augmentée, Dunod, Paris, 2011, p. 149.

⁶⁷ Lorsque nous les avons interrogé.e.s, les Vinties cumulaient entre 93 et 525 évaluations. Le niveau de confiance des prestataires de ListMinut allait lui de nouveau à ambassadeur.

⁶⁸ Ibid., p. 142-143.

documents.⁶⁹ En suivant Lemoine et Al.⁷⁰, ce type de recherche nous a semblé le moyen le plus à même d'observer des données susceptibles de répondre à nos questions.

Selon les publics interrogés, différentes stratégies de contact ont été utilisées. Pour les coursier.ère.s Deliveroo, nous nous sommes rendus aux endroits où plusieurs d'entre elles/eux se rassemblent durant l'attente d'une commande, que nous avons identifiés lors de repérages préalables. Nous nous sommes alors adressés à elles/eux dans leur environnement de travail en leur proposant de participer à notre enquête et en prenant leurs coordonnées afin de les recontacter plus tard, lorsqu'ils/elles donnèrent une réponse positive. Si les personnes interrogées dans la rue répondaient généralement positivement à notre requête, nous n'avons finalement matérialisé que deux entretiens grâce à cette méthode. Nous avons alors eu recours au *snowball sampling*⁷¹ en demandant à l'un des premiers coursiers interrogés s'il ne connaissait pas un.e autre livreur.euse qui accepterait de répondre à nos questions. Nous avons interrogé un troisième coursier grâce à cette méthode. Finalement, nous avons eu recours au *hacking d'un groupe Facebook*⁷² reprenant des coursier.ère.s liégeois et avons réussi à contacter un nouveau répondant par ce moyen. Les deux clientes contactées l'ont été grâce à un effet boule de neige pour l'une, par la diffusion de notre requête dans nos cercles de connaissances pour l'autre.⁷³

Concernant les vendeur.euse.s sur Vinted, nous avons d'abord demandé autour de nous si quelqu'un.e ne connaissait pas un.e utilisateur.trice de Vinted. Nous avons eu deux réponses favorables. À cela, s'ajoutent deux autres stratégies de contact qui nous ont permis chacune d'interroger une personne supplémentaire. D'un côté, Vinted permet d'envoyer des messages personnels entre membres, nous avons alors privilégié ce canal de contact dans l'idée de rester

⁶⁹ Nous avons choisi de ne reproduire dans les annexes que les retranscriptions des entretiens que nous avons menés et les protocoles qui nous ont aidé à conduire ceux-ci. Nous avons en effet estimé que les documents relatifs aux conditions et termes généraux d'utilisation des plateformes et à leur politique de confidentialité respective étaient facilement accessibles par les liens internet que nous référençons. Voy. Grandjean, op. cit. pp. 87 et s.

⁷⁰ Lemoine, Laurence, Samy Guesmi, et Walid Hadhri, « La construction de la confiance sur une plateforme de l'économie collaborative. Une étude qualitative des critères de choix d'un covoitureur sur BlaBlaCar », *Question(s) de management*, n° 19, décembre 2017, pp. 77-89.

⁷¹ Naderifar, Mahin, Hamideh Goli, et Fereshteh Ghaljaei, « Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research », *Strides in Development of Medical Education*, septembre 2017, pp. 1-4.

⁷² Dinhopl, Anja, « Hacking Facebook Groups for Research », *Medium.com*, 6 septembre 2017, disponible à <https://medium.com/facebook-research/hacking-facebook-groups-for-research-74ed30b17f2d> (consulté pour la dernière fois le 23 mai 2020). Nous avons intégré le groupe « Driveroo Coursiers – Liège ».

⁷³ Nous soulignons dès lors que ce genre d'approche renforce la non-prétention à la généralisation des enseignements de notre travail, les personnes répondant étant souvent des utilisateur.trice.s reconnu.e.s pour l'intensité de leur activité sur la plateforme. Le recours au *snowball sampling* peut avoir les mêmes conséquences. À ce sujet, voy. Biernacki, Patrick, et Dan Waldorf, « Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling », *Sociological Methods & Research*, 10, n° 2, novembre 1981, pp. 141-63.

à nouveau dans l'environnement qui occupe notre recherche. Nous avons envoyé toute une série de messages expliquant notre travail et nos motivations à des personnes sélectionnées au hasard sur la page d'accueil de la plateforme. De l'autre, nous avons également posté deux messages sur le forum de la plateforme introduisant notre requête.

Concernant ListMinut, les prises de contact se sont avérées plus compliquées étant donné que la plateforme ne permet pas de contacter directement les prestataires. En effet, son modèle d'affaire reposant sur le prélèvement de commissions sur les transactions effectuées, elle interdit tout échange de coordonnées sans avoir contracté de prestation. Nous avons alors créé trois annonces dans lesquelles nous mentionnions expressément la recherche de participant.e.s pour le travail qui nous occupe. Nous avons reçu plusieurs réponses favorables mais nous avons découvert que même une fois l'annonce postée, l'échange de coordonnées restait impossible, celles-ci étant automatiquement masquées lors des discussions avec les candidat.e.s. Nous avons alors dû faire preuve d'ingéniosité et poster comme photo de description de notre demande une image reprenant notre adresse de contact. Nous avons à nouveau utilisé une stratégie de snowball sampling, ou référencement en chaîne, afin d'avoir les coordonnées des deux demandeurs que nous avons interrogés.

Les gestionnaires de plateformes avaient eux/elles été contacté.e.s via les coordonnées de contact disponibles sur le site de la plateforme.

Dans un souci de rigueur méthodologique et souhaitant rendre comparable nos données, nous avons établi des guides d'entretien qui ont été amenés à évoluer au fur et à mesure des interviews afin d'affiner notre collecte de données.⁷⁴ Ces guides sont repris en annexe. Nous avons demandé à chaque répondant.e.s s'il/elle acceptait que nous enregistrions notre discussion et s'il/elle souhaitait une anonymisation de celle-ci.

Ne voulant causer de tort à aucune des personnes interrogées par la diffusion des informations recueillies, nous avons finalement pris le parti d'anonymiser toutes les retranscriptions des entretiens ainsi que leurs parties reproduites dans ce travail, en attribuant des prénoms d'emprunt à chacun.e. L'ensemble des retranscriptions de nos entretiens, qui ont été écrits dans

⁷⁴ La conception de ces guides a été pensée comme très souple : hormis les questions de début et de fin de guide, l'ordre des questions n'est présent qu'à titre indicatif : le timing avec lequel les questions seront posées dépendra du déroulement de l'entretien – certaines pouvant même sauter si la discussion les a déjà confrontées –, le but étant de construire une discussion où l'interrogé.e peut exprimer au mieux le sens qu'elle/il donne à ces pratiques. Des catégories de questions ont également été indiquées pour nous permettre de nous y retrouver plus facilement durant l'entretien et de nous assurer que tous les aspects d'intérêt pour notre thématique aient bien été traités.

leur entièreté et en cherchant à rester le plus fidèle possible à l'expression originale, sont repris en annexe.

Nous avons analysé tous nos entretiens ainsi que les documents relatifs aux plateformes en utilisant un logiciel de taggage afin de faire ressortir les éléments qui, soit leur sont communs, soit les différencient.⁷⁵

D'un point de vue du développement méthodologique, il nous paraît intéressant de revenir sur les obstacles que nous avons rencontrés lors de nos tentatives pour entrer en contact avec les prestataires sur ListMinut. En effet, notre inscription sur les plateformes ainsi que certaines de nos expériences d'utilisation s'apparentent à des procédés *d'observation directe*, voire *participante*. Dans un environnement technique qui est particulièrement réflexif à chaque action posée par ses utilisateur.trice.s, et donc par le/la chercheur.euse durant ce type d'observation, on soulignera le caractère singulièrement transformatif, voire performatif, que la recherche peut avoir.⁷⁶

Pour terminer cette section, nous revenons sur notre choix – qui n'aura pas échappé au/à la lecteur.trice attentif.ve – de rédiger notre mémoire en utilisant l'écriture inclusive. Même si technique peut alourdir la lecture le temps de l'adaptation, il nous a semblé important d'y recourir. En effet à notre sens, face aux défis actuels, la recherche, quel que soit le niveau où elle est menée, se doit d'inclure de toutes ses forces le moindre outil qui permet de combattre les instruments de domination établis.⁷⁷

⁷⁵ Nous avons utilisé la version bêta du logiciel *Corpus* développé par des membres de l'université de Liège. Le programme est disponible à <https://liltl.be/login>.

⁷⁶ Combe, Celik C., « Questions méthodologiques autour de l'étude de deux plateformes interactives multimodales : de la communauté de contenu à l'application intimiste », *Línguas e Instrumentos Linguísticos*, 37, 2016, disponible à <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01615562> (consulté pour la dernière fois le 13 mai 2020).

⁷⁷ À ce sujet, voy. Abbou, Julie, Aron Arnold, Maria Candea, et Noémie Marignier, « Qui a peur de l'écriture inclusive ? Entre délire eschatologique et peur d'émasculation », *Semen : Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, 44, n° 1, 2018, pp. 133-150, disponible à <https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal:198013> (consulté pour la dernière fois le 25 novembre 2019). Nous n'avons pas appliqué l'écriture inclusive aux citations mobilisées dans notre travail.

III. Les dispositifs de valuation P2P approchés par l'expérience des utilisateur.trice.s

Afin d'approcher la nature de la plateforme, hybride entre marché et entreprise, nous avons donc pris le parti d'étudier les dispositifs de notation peer-to-peer qui nous semble permettre une qualification marchande des biens et des personnes mais également d'organiser la production au regard de cette évaluation.

Nous nous sommes alors plongés dans notre terrain afin d'y déceler si les dispositifs de valuation établis, les espaces d'autonomie dont jouissent et/ou peuvent s'aménager, les utilisateur.trice.s par rapport à ceux-ci. Pour ce faire, nous reprenons la piste que nous proposent Bailly et Boudot-Antoine par leur séquençement de la chaîne d'échange en temps distincts.⁷⁸

1. ListMinut et Vinted : les plateformes-marchés et la valuation P2P

Après chaque transaction, tant sur ListMinut que sur Vinted, l'offreur.euse et le/la demandeur.euse sont invité.e.s à noter l'autre partie sur une échelle allant d'une à cinq étoiles et à laisser un commentaire sur l'échange réalisé. Cette notation se révèle décisive pour les futures activités tant des vendeur.euse.s de Vinted que des prestataires de ListMinut voire même pour les demandeur.euse.s de services. L'évaluation de l'autre partie participe alors à la valorisation de celle-ci en tant que *bonne* marchande, *bonne* prestataire ou *bonne* cliente. Plus qu'une optimisation directe du revenu que les individus pourraient tirer de l'échange, il nous semble que c'est l'optimisation du calcul économique « augmenter son activité » - que ce soit la vente de biens ou la réalisation de prestation - qui est premièrement au centre de ce processus de valuation.⁷⁹ Si les deux plateformes utilisent le système de notes et avis, d'ailleurs répandu sur de nombreux autres sites web, on soulignera leurs mécanismes singuliers dans ces processus de notation P2P, afin de comprendre la logique de notation propre à chaque plateforme étudiée.

Dans l'expansion des dispositifs de notes et d'avis sur le web, Beauvisage et al. voient une diffusion de *l'évaluation profane* qui mime les modes de jugements de la critique professionnelle et qui rencontrent parfois une certaine opposition dans le chef des producteur.trice.s craignant l'arbitraire et l'imprévisibilité des personnes *lambda*.⁸⁰ Tant sur ListMinut que sur Vinted, des répondant.e.s nous ont indiqué avoir fait face à des notations

⁷⁸ Bailly et Boudot-Antoine, op. cit.

⁷⁹ En effet, on verra que pour certaines personnes interrogées, la notation P2P possède une valeur *pour elle*.

⁸⁰ Les auteurs rapprochent alors les controverses accompagnant la diffusion des évaluations profanes de celles qui ont entouré les développements des espaces d'expression sur Internet. « Le web rend en effet visible des prises de paroles d'individus ordinaires et non qualifiés, qui mettent à mal la conception traditionnelle de l'espace public (...). Le web prolonge un mouvement historique de l'espace public, en en élargissant l'ouverture à des individus non qualifiés et à des sujets non légitimes ». Beauvisage et al., op. cit., p. 158.

qu'ils/elles jugeaient illégitimes dans leurs fondements. Pour autant, la parole donnée à l'autre partie est généralement entendue de manière positive par les personnes interrogées :

« (Rachid) Il y a [des clients] qui me disent vraiment trois [sur cinq], voilà, c'est comme ça. Comme vous êtes entre les mains du client, s'il vous met un même si j'ai fait un travail comme il le faut, je ne peux rien faire voilà, ça arrive. (JH) Et c'est ça qui vous plaît alors? Que les seules personnes qui jugent votre travail, c'est les clients. Qu'il n'y ait pas un patron, ou une autre... (Rachid) Non, il n'y a pas de patron, c'est les clients qui jugent, je trouve ça normal, c'est bien »

a. La notation P2P comme conditionnalité des transactions futures

Les quatre Vinties que nous avons interrogé.e.s, ici en position d'acheteur.euse.s, posent qu'une bonne moyenne ainsi que des commentaires favorables conditionneront leur engagement dans une transaction. « Je vais regarder en premier lieu les commentaires et le nombre d'étoiles. S'il y a trop d'avis négatifs, en général, je ne commande pas » (Mathilde). Dans le chef des répondant.e.s, la notation de leurs paires apparaît d'abord pensée dans l'idée d'aider les futures échangeur.euse.s, comme le résume Delphine :

« (JH) Et vous, laissez-vous chaque fois un commentaire ? Que vous soyez contente ou pas contente ? (Delphine) Oui, toujours, dans les deux cas parce que je me dis que moi j'ai apprécié d'être "orientée" sur le profil de la personne, donc la personne qui va passer après moi, c'est sûr que ça va lui faire plaisir ».

Une observation semblable peut être posée pour la notation sur ListMinut, pour laquelle David nous indique :

« (JH) Lorsque vous avez noté les prestataires, quels ont été vos critères ? (David) La rapidité d'intervention, le sérieux, la qualité du travail et naturellement leur honnêteté. [...] c'est la moindre des choses [de laisser une notation], cela sert à tout le monde. L'appréciation c'est un plus pour tout le monde, pour le prochain ou tout autre personne. Ça a le mérite de faire état que les prestations étaient concluantes ».

De manière plus générale, on notera que ce régime de catégorisation se révèle déterminant pour les prestataires dans l'obtention de contrat face à d'autres candidat.e.s, parfois même plus que le prix demandé comme nous l'indique Rachid :

« [...] Si vous ne faites pas bien votre travail alors vous aurez de mauvaises évaluations et personne ne vous appellera plus tard. [...] C'est très important, ça c'est juste oui.

Comme on me dit : "je vous ai choisi pour votre profil et pas pour votre tarif" alors que j'ai demandé un tarif un peu plus élevé que les autres et malgré cela il me choisit. Un client m'a dit, "je vous ai choisi pour votre profil pas pour votre tarif parce que j'ai reçu des offres moins chères" ».

Il nous semble alors important, au regard de notre thématique, de mettre en évidence qu'à la métrique d'une valeur que constitue le prix monétaire est alors préférée une autre, qui, elle rend compte de *l'expérience du prestataire, de la qualité de son travail mais aussi parfois de sa sympathie*.

Cette importance de cumuler de bonnes notations P2P afin d'être choisi.e comme prestataire peut alors poser problème pour les nouveaux.elles arrivants sur le marché. « Donc, moi je pense que [les notations P2P], c'est quelque chose d'essentiel, mais voilà, si je prends mon cas, je n'ai jamais eu la possibilité de me mettre en piste, et bien mon profil, il est évalué à zéro, puisque je n'ai jamais presté » (Martin). Noé souligne également : « J'ai commencé vraiment et puis il faut quand même le temps de se faire connaître, parce que, moi, les appréciations etc..., nous aident à trouver plus facilement du travail par rapport à des nouveaux etc... »

Par ailleurs, sur Vinted, plus que diminuer le risque de perdre son argent, celui-ci étant déjà minimisé par le mécanisme de retenue établi par la plateforme⁸¹, Mathilde et Michel y voient un moyen de ne pas gaspiller leur temps à commercer avec des personnes peu sérieuses. De plus, il semblerait que, pour les Vinties que nous avons interrogé.e.s, les commentaires soient prépondérants par rapport aux notations sur cinq, les répondant.e.s tenant compte des évaluations automatiques que Vinted attribue lorsqu'une vente a été annulée ou qu'elle n'a pas abouti qui peuvent plomber une moyenne.⁸²

En effet, la plateforme de vide-dressing a installé des processus de notation automatique dans deux cas : lorsque que la transaction s'est déroulée sans encombre et dans les délais, et que

⁸¹ Sur Vinted, au contraire de ListMinut, l'acheteur.euse procède au paiement avant l'envoi du bien échangé mais le/la vendeur.euse ne recevra son dû qu'une fois que l'autre partie ait validé la réception de sa commande. Sans doute par le caractère incertain plus grand que peut comporter la réalisation d'une prestation (difficulté d'anticiper la durée exacte de son exécution, d'apprécier l'ensemble matériel nécessaire, de faire face à des imprévus, etc.), sur ListMinut la rémunération ne se fait qu'une fois le service rendu ce qui peut parfois amener à des problèmes lorsque le/la client.e se montre réticent.e à payer.

⁸² On remarquera qu'à l'exception de certain.e.s répondant.e.s qui voient dans les notes sur cinq, et parfois même dans les commentaires, des indicateurs peu fiables, de manière plus générale, ces outils sont définis comme des éléments fondamentaux dans les réalisations et l'engagement des acteur.trice.s. Nos observations semblent s'éloigner en partie de celles posées par Lemoine et al. dans leur étude de la plateforme Blablacar dans laquelle les utilisateur.trice.s interrogé.e.s ne font que peu confiance aux dispositifs de réputation établis sur la plateforme (notes et avis) voire s'en méfient, jugeant ceux-ci falsifiables, et privilégient les informations personnelles disponibles sur le profil des conducteur.trice.s pour poser leur choix. Voy. Lemoine et Al., op. cit.

l'acheteur.euse l'aura notifié.e comme telle mais qu'il/elle n'aurait pas noté l'autre partie, la plateforme attribue alors cinq étoiles sur cinq de manière automatique au/à la vendeur.euse ; dans le cas où ce/cette dernier.ère n'enverrait pas le colis dans les temps impartis, il/elle se verra également attribué.e une note automatique, cette fois de un sur cinq.



Exemples de notations automatiques sur Vinted.

Du côté de ListMinut, le *taux d'annulation* affecté à chaque prestataire – dont le pourcentage accepté de prestations annulées dépend de son *niveau d'expérience* – revêt un caractère important comme nous l'explique Noé :

« (Noé) En fait, on a un pourcentage d'annulations et si on annule de trop, trop de travaux, on est bloqué par le site aussi. Ce qui veut dire que si on est entre 80% et 100 % on a droit par exemple à avoir 20 jobs en cours, en même temps, 20 jobs qui ont été acceptés par les gens. Si vous avez moins de pourcents, vous n'avez droit peut-être qu'à cinq [jobs en cours]. Pour postuler, moi j'ai droit à 50 parce que je suis ambassadeur et que j'ai plus de 80 % etc. Mais ils ont évolué différemment parce qu'avant, les annulations on pouvait les expliquer mais maintenant c'est d'office dans le pourcentage. [...] Mais on peut vite redescendre dans les pourcents au début. Par exemple, je gardais les chiens... Par exemple, ils vont demander là maintenant pour le mois de septembre, et puis voilà ils ont trouvé un ami qui voulait bien les garder, et là...j'ai eu que des annulations dans les chiens. (JH) Donc, même si c'est le demandeur qui annule.... (Noé) Ah, oui, c'est pour notre pomme quand même. [...] les annulations de jobs, eux, le site, ils bloquent ça, parce qu'on pourrait passer à côté du site aussi »

Par la fin de cette citation, il nous semble important de souligner ici l'asymétrie au profit des demandeur.euse.s que ListMinut établit : si c'est le/la demandeur.euse qui se rétracte d'une prestation convenue, cette annulation impactera le/la prestataire sans qu'il/elle ne puisse faire quelque chose. L'évolution de l'outil, qui auparavant permettait une explication de l'annulation par le/la prestataire témoigne assez bien du pouvoir de valuation que possèdent les plateformes numériques de par la configuration des dispositifs qui les composent. Afin d'augmenter leur lutte contre le travail informel, soit de se constituer en intermédiaire obligé et donc de pouvoir prélever une commission sur les transactions réalisées, ListMinut a durci les règles diffusées par leurs instruments.

b. La notation P2P pour valoriser l'humain

La notation P2P apparaît également constituer une qualification par ses pairs de la personne en elle-même. Ainsi, les personnes interrogées utilisent le répertoire de la *fiabilité*, de l'*honnêteté* ou de la *sympathie* pour justifier l'octroi d'une bonne ou d'une mauvaise note.

« Après, oui, ça fait toujours plaisir de savoir que la personne a apprécié ce qu'elle a acheté. Que voilà, on n'est pas une arnaqueuse quoi. C'est un peu une façon de... On note un peu aussi l'honnêteté quoi. » (Delphine)

Cette évaluation qui semble alors se déplacer sur l'individu en tant que tel et non plus seulement sur la transaction paraît plus ou moins considérée selon les cas. Si Michel ne l'entend que dans la logique de favoriser ses ventes futures et se moque de ce que les gens pensent de lui, Mathilde et Delphine notent le plaisir de savoir l'autre partie satisfaite. Dans ce sens, cette notation peut servir un.e acteur.trice en tant que jauge de son action et permettra éventuellement de l'améliorer si nécessaire : Mathilde, après avoir reçu une remarque sur le soin de l'emballage d'un de ses colis, s'est « rectifiée et a fait mieux ». Dans le même temps, un jeu tacite se met en place par lequel la notation de la dernière des parties à coter constituera une réponse à celle d'autre.⁸³

« Tu mets souvent cinq étoiles, tout le temps, quand il n'y a rien à dire, c'est que... Par exemple, quand tu mets quatre, c'est qu'il y a eu un petit détail qui a changé, genre si les

⁸³ Face à ce jeu qui peut mener à des notes exagérées et non-crédibles, certaines plateformes ont introduit des mécanismes d'avis simultanés (*simultaneous reviews*) qui ne rendent la notation publique qu'une fois que les deux parties l'aient consultée. À ce sujet, voy. Möhlmann, Mareike, et Andrea Geissinger, « Trust in the Sharing Economy: Platform-Mediated Peer Trust », in Davidson, Nestor M., Michèle Finck, et John J. Infranca (dir.), *The Cambridge handbook of the law of the Sharing Economy*, Cambridge University Press, 2018, pp. 27-37.

gens sont pointilleux et qu'ils font chier, "a mis un peu de temps à envoyer le colis" : quatre étoiles, c'est très rare. Ben ouais, moi, si on me met quatre étoiles et qu'il n'y a pas... Genre, juste parce que le mec c'est juste chauffé à mettre quatre étoiles ben pareil. Moi, je vais lui en mettre quatre étoiles, pas cinq. Il y a vraiment, ouais du donnant-donnant, et t'essayes vraiment de garder un bon profil pour être sûr de continuer tes ventes. [...] Moi, souvent quand c'est des chouettes vendeurs ou acheteurs, je mets : "je recommande" et tout. Comme ça, c'est toujours cool et comme ça tu sais qu'ils vont le faire en retour pour toi. Et là, là-dessus, quand tu vois 5 étoiles partout et que tu vois full commentaires de : "je recommande", "personne patiente" ou "envoi rapide", franchement, ça marche blindé. Les gens sont vraiment super contents » (Michel)

Sans doute en raison de la nature de service qui lie irrémédiablement l'objet de la transaction (dans ce cas une prestation) à la personne qui la réalise (le/la prestataire)⁸⁴, ListMinut a érigé un arsenal assez conséquent d'outils de notation P2P pour qualifier dans le même temps la prestation et la/le prestataire. En effet, au système d'étoiles et de commentaires, la plateforme a joint une échelle de *niveaux d'expérience* qui classe les prestataires en cinq catégories, de *nouveau* à *ambassadeur*, selon plusieurs critères détaillés dans l'illustration ci-dessous⁸⁵ :

⁸⁴ En effet, à notre sens, si l'incertitude liée au fait que les deux parties ne se connaissent généralement pas avant la transaction existe de la même manière que sur Vinted, la diminution de celle-ci sur ListMinut est d'autant plus importante que les deux parties seront généralement appelées à se rencontrer physiquement et que la qualité (à ce stade, peu importe comment celle-ci est caractérisée) de la prestation est directement tributaire des compétences du/de la prestataire, là où la qualité d'un vêtement n'est que nettement moins associée à la personne qui le vend.

⁸⁵ En introduction de la page web reprenant le détail de ces niveaux, ListMinut explique ce qu'est un *niveau d'expérience* : « la communauté de ListMinut se base essentiellement sur la confiance entre ses membres. Dans le but de permettre à chaque demandeur de service de sélectionner le prestataire idéal, chaque prestataire dispose d'un niveau d'expérience affiché sur son profil et évoluant en fonction de son activité sur ListMinut ». On notera que la plateforme réaffirme la confiance entre ses membres comme base essentielle de son activité. Confiance dont les niveaux d'expériences seraient des témoins privilégiés, appelés d'ailleurs *trust scores* par ListMinut. Voy., <https://listminut.be/fr/trustscore> (consulté pour la dernière fois le 1^{er} juin 2020).

Les 5 niveaux d'expérience sur ListMinut

| | Nouveau | Habitué | Confirmé | Expert | Ambassadeur |
|------------------------------|---------|----------------|----------------|------------------|----------------------|
| Vérifications d'identité | @ | @ 📱 | @ 📱 👤 | @ 📱 👤 📄 | @ 📱 👤 📄 📄 |
| Nombre de Jobs réalisés | - | ✓ 1 ou plus | ✓ 5 ou plus | ✓ 20 ou plus | ✓ 50 ou plus |
| Moyenne des évaluations | - | ★ ≥ 80 % | ★ ≥ 85 % | ★ ≥ 90 % | ★ ≥ 95 % |
| Nombre de clients récurrents | - | - | ↔ 1 ou plus | ↔ ↔ 2 ou plus | ↔ ↔ ↔ ↔ 5 ou plus |
| Ancienneté sur ListMinut | - | 📅 15 jours | 📅 2 mois | 📅 4 mois | 📅 6 mois |

Vos récompenses sur ListMinut

| | Nouveau | Habitué | Confirmé | Expert | Ambassadeur |
|---------------------|---------|----------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------------|
| Frais de service | 📊 5% | 📊 5% | 📊 5% | 📊 4% | 📊 3% |
| Points Bonus Hubo 🔄 | - | - | % 5% | % 7,5% | % 10% |
| T-shirt ListMinut | - | 🏢 Au bureau | 📬 Envoi par la poste | 📬 Envoi par la poste | 📬 Envoi par la poste |
| Extras | - | 🏠 Visite gratuite | 📄 Carte de visite | 🍷 Apéros des experts | 📈 Réunions stratégiques |

« Le niveau d'Expérience sur ListMinut » :

Avoir un niveau d'Expérience élevé augmente la confiance qu'un demandeur de service accordera au prestataire. Ce qui signifie donc qu'il aura plus de chance d'être sélectionné pour un Job. Le niveau d'Expérience est basé sur les critères suivants :

- ✓ La vérification de l'identité : e-mail, téléphone, photo de profil et carte d'identité
- ✓ Le nombre de Jobs réalisés
- ★ La moyenne des évaluations
- ↔ Le nombre de clients récurrents qui refont appel au prestataire via ListMinut
- 📅 L'ancienneté sur ListMinut

Les niveaux d'expérience sur ListMinut et leurs avantages.

Illustration tirée de <https://listminut.be/fr/trustscore> (consulté pour la dernière fois le 1^{er} juin 2020).

Ces niveaux d'expérience constituent des indicateurs évaluatifs vecteurs de valorisation exemplaires, c'est-à-dire des outils de valuation, dans la mesure où ils rendront plus facile – ou

pas – le gain d'un service mais également car y est attachée toute une série d'avantage, de *récompenses* comme les appelle ListMinut qui sont pécuniaires (la commission prélevée par ListMinut, les *frais de service*, diminue) mais aussi inscrivent le/la prestataire dans une démarche que l'on pourrait qualifier de professionnalisante en lui octroyant toute une série d'outils (t-shirt officiel du site, carte de visite, réunion entre prestataires aguerris, ou données statistiques).⁸⁶

« J'ai vu "actif depuis 2012" ou "est un membre expert", ça veut dire qu'il a une certaine... je ne sais pas quoi... un certain nombre de travaux réalisés, je me suis dit ok, c'est bon. Je lui fais confiance, je suis pas sur un charlatan quoi » (Marc)⁸⁷

Sur ListMinut, si toutes les personnes interrogées conçoivent les notations P2P comme essentielles pour leurs activités futures, leurs motivations d'engagements semblent expliquer le sens de l'attachement qu'elles accordent aux évaluations. L'importance de la mesure sera alors entendue tantôt pour elle-même, faisant valoir les qualités qu'elle certifie - et ce parfois au détriment de la valeur monétaire -, tantôt dans une logique où la notation P2P constitue un instrument influençant simplement le cours d'une relation marchande classique. Ainsi, Julien dont l'activité s'apparente plutôt à un *hobby/une aide vécu autrement*⁸⁸ accorde une importance toute particulière aux cotations qu'il reçoit mais ne se préoccupe pas de voir sa moyenne dégradée suite à une prestation annulée.

« (Julien) Parce que j'essaye d'être correct avec les gens et si je pense que moi je n'ai pas pu aider les gens, je dis ben c'est pas grave, on va annuler, tant pis [quitte à dégrader sa note] Je m'en fous un petit peu, c'est pas ma source de revenu. Bien que j'attache beaucoup d'importance à l'évaluation et aux commentaires. Je trouve que ça reflète, est-ce que les gens ont été contents, est-ce que je n'ai pas été trop rapide, est-ce que j'ai été

⁸⁶ D'autres avantages que ceux détaillés dans l'illustration ci-dessus semblent s'ajouter aux prestataires jouissant d'un niveau élevé. De fait, Noé, ambassadeur, nous indique qu'il a reçu des mails d'information que des personnes au niveau plus bas que lui n'ont pas reçu. De plus, il nous a mentionné, comme Rachid, que lorsque ListMinut avait besoin d'un prestataire pour réparer les défauts d'exécution d'un autre, la plateforme faisait appel à eux de manière privilégiée, sans repasser par le système de marché.

⁸⁷ On notera que Marc n'apporte que peu de crédit aux cotes et avis - indiquant d'ailleurs qu'il ne noterait pas le/la prestataire auquel/à laquelle il avait fait appel - auxquels il préfère des métriques comme le prix, l'ancienneté ou le niveau d'expérience pour effectuer son choix. « (JH) Et vous avez un peu regardé les évaluations des prestataires ou pas du tout ? (Marc) Non, pas du tout... Ce genre de truc, moi je méfie toujours sur internet... Comme les restaurants bien cotés sur TripAdvisor, si tous les copains mettent un bon commentaire ou une bonne note, c'est complètement biaisé ».

⁸⁸ Voy. Beauvisage, Thomas, Jean-Samuel Beuscart, et Kevin Mellet, « Numérique et travail à-côté. Enquête exploratoire sur les travailleurs de l'économie collaborative », *Sociologie du travail* 60, n° Vol. 60, n° 2, mai-juin 2018, 22 p.

à l'écoute et des choses ainsi, c'est important. (JH) C'est plus alors pour une "reconnaissance" ? (Julien) Oui, une satisfaction personnelle, tout à fait, ce n'est pas mon but de faire de la pub, d'essayer d'être le mieux, le plus fort, le meilleur de chez ListMinut ».

De son côté, si Noé qui inscrit son engagement dans une logique professionnalisante reconnaît également une satisfaction personnelle à recevoir de notations positives, il montre dans le même temps une précaution bien plus grande à conserver un score favorable, celui-ci constituant une des bases de ses transactions futures. Il pense alors sa présentation à une demande à l'aune de ses compétences et approche le risque de mal faire en pensant aux conséquences potentielles sur son résultat personnel. De plus, il s'informe des notations antérieurement déposées par le/la demandeur.euse afin de s'assurer qu'il/elle n'est pas trop dure dans ses cotes. L'évaluation valorisante ne vise alors plus ici uniquement le/la prestataire mais également le/la demandeuse.

« Si le client est plus difficile, c'est plus dangereux. Mais si quelqu'un met une tonte de pelouse, je clique sur le profil de la demandeuse ou du demandeur, je sais voir tous les boulots qu'il a demandés, à qui il assigné des boulots et quelle évaluation il a mise, si je fais des recherches. Il faut savoir qu'il y a des demandeurs qui sont très difficiles, [...] Et maintenant, je regarde ça [...] S'il met des trois sur cinq et qu'il n'est jamais content et que je suis troisième à aller pour une haie, ben j'y vais pas. Je ne vais pas prendre le risque de me prendre un trois sur cinq, même si ce sera bien fait, la personne était super difficile et je me dis : je ne vais pas me prendre la tête et y aller pour ça. Le cousin de mon épouse a voulu aller chez quelqu'un, parce que j'ai vu qu'il avait postulé, je lui ai dit : ne va pas là-bas, parce que, la femme, c'est la quatrième fois qu'elle met cette annonce-là et elle n'est jamais contente, j'avais été voir les commentaires et elle mettait des uns et des deux. Les prestataires étaient peut-être mauvais, je ne critique pas, mais c'est un risque que je ne prendrais pas parce qu'un mauvais commentaire peut casser les 153 autres. Je dis toujours, vous allez dix fois au resto, vous allez bien aimer, la onzième fois, vous allez mal manger, c'est pas sûr que vous y alliez une douzième fois; c'est mon idée et c'est quelque chose que je regarde aussi. Mais je passe beaucoup de temps, sur le site »

Face à l'importance de la notation, s'ils/elles semblent se refuser à demander directement à l'autre partie de bien les noter⁸⁹, les acteur.trice.s interrogées mettent en place des pratiques qui visent à s'assurer un avis favorable. Concrètement, après la bonne correspondance de l'article à la description qui en avait été faite, l'emballage de celui-ci semble occuper une place stratégique dans la course aux bonnes notes, plusieurs personnes interrogées conservant des contenants qu'ils/elles adéquate pour leur futures vente. Mathilde et Delphine, elles, indiquent également joindre à l'article sujet de la transaction des petits cadeaux dans l'idée de se débarrasser de choses – pour Mathilde par exemple des échantillons de produits de beauté -, de faire plaisir mais également de s'assurer une bonne note en retour.

2. Les plateformes de livraison : La plateforme-cadre et la coordination P2P

a. Le choix du restaurant et la notation P2P

Les résultats exploratoires que nous avons pu tirer des entretiens avec deux clientes régulières de Deliveroo, nous paraît montrer les limites de la valorisation par l'évaluation P2P.

En effet, si bien sûr cela demandera de plus amples développements pour pouvoir être généralisé, les deux personnes interrogées n'indiquent que peu de considération pour les notes et avis attribués aux restaurants présents sur la plateforme de livraison. En effet, tant Chloé que Maïssa nous avancent qu'elles commandent principalement dans des établissements dont elles ont déjà testé la carte, ou que leurs proches leur ont renseignés.

« (Maïssa) Après, leurs photos de présentation jouent beaucoup, je pense, on a 10 fois plus envie de commander, les photos donnent envie, les plats sur les photos donnent envie, ça, ça joue beaucoup... et il y aussi une note qui est attribuée, des étoiles. (JH) Et ça compte pour toi? (Maïssa) Honnêtement, je jette un coup d'œil, mais ce n'est pas ce qui m'interpelle le plus. Donc ce qui compte le plus, ce sont les avis de tes potes et les photos? Oui, oui, c'est un peu ça, très commercial ... »

Maïssa paraît par-là plus sensible à la valorisation établie par d'autres dispositifs – dans ce cas les photos illustrant leurs plats - que ceux reposant sur la notation par les paires. Elle nous

⁸⁹ Toutefois, Noé nous indique que certain.e.s « mettent la pression pour avoir des cinq sur cinq, pour être bien vu.e.s même si le travail n'est pas super bien ». On resouligne ici le caractère exploratoire de notre travail qui n'a pas prétention à donner une analyse pouvant conduire à une montée en généralité des phénomènes observés.

informe également que l'ordonnancement des présentations des restaurants dans son application joue sur son choix.

Le caractère volontaire de la notation, et le fait la possibilité de noter ne soit pas du tout mise en avant par Deliveroo, semble également dégrader sa légitimité. En effet, Maïssa, tout comme Chloé d'ailleurs, nous indique qu'elle ne pense la notation que lorsque ce sont de nouvelles expériences ou lorsque ça s'est mal passé et que l'envie de marquer son mécontentement est présente. Les deux personnes interrogées se refusent alors de noter, considérant le système biaisé.

Si les enseignements en termes d'importance de l'évaluation P2P pour les client.e.s de Deliveroo, et des plateformes de livraison en règles générale, demande de plus amples développements, on soulignera à nouveau l'importance que revêt l'établissement ou pas de dispositifs rendant compte de certains sens d'engagement par les plateformes qui disposent, par-là, d'un pouvoir important bien que souvent invisible.

Ainsi, si elle utilise Deliveroo depuis longtemps maintenant, Chloé nous fait part qu'elle avait d'abord opté pour cette plateforme (plutôt que UberEats par exemple) parce qu'elle paraissait plus *ecofriendly*, insistant sur les livraisons à vélo de ses coursiers. Or, au constat de l'augmentation des livraisons en scooters ou en voiture qu'elle pose, et qui ceci dit en passant ne l'empêche pas de commander, elle déplore l'absence d'une option qui permettrait de demander des livraisons exclusivement réalisées à vélo.

Malgré cet attachement à l'aspect écologique des livraisons en vélo, Chloé nous fait savoir que d'ordinaire cela ne joue pas pour l'octroi d'un pourboire au livreur. Là aussi, on soulignera le design de la plateforme qui, en permettant aux client.e.s de choisir à l'avance de donner un pourboire ou pas, traite de indifféremment les livraisons à vélo et en scooter. Reste alors la possibilité de rajouter par après un pourboire, comme elle le souligne dans certains cas:

« [...] Vu qu'on met le pourboire avant, on ne voit pas si la personne est en vélo ou en scooter. Après, on peut rajouter un pourboire après. Nous ça nous est déjà arrivés par exemple que des vélos nous livrent alors qu'il neigeait, ben ça on a rajouté un pourboire après, parce ça on s'est dit "putain le pauvre gars, il est tout seul sur son vélo sous la neige alors que nous on est en train de bouffer des burgers", on a rajouté un pourboire après quoi » (Chloé)

b. La coordination des coursier.ère.s par la notation P2P

Nous soulignerons d'emblée que la manière avec laquelle les coursier.ère.s appréhendent la notation par les client.e.s de plateforme de livraison s'éloigne de la considération, vue plus haut, que peuvent lui porter les utilisateur.trice.s de Vinted ou de ListMinut. En effet, le fait que la note soit attribuée pour l'ensemble du service détache celle-ci de la personne du livreur.

« Je m'en fous un peu. Parce des fois, ils peuvent être de mauvaise humeur et pour un rien, ils peuvent noter les gens en moins. Donc c'est pas très ... Genre il manque une boisson, ce n'est pas de ma faute vu que c'est le resto que ne l'a pas donnée, il va mettre une étoile en moins. Il va dire "ah, il manque une boisson". Ou ma commande a pris trop de retard, si c'est moi d'accord, d'accord mais si c'est le resto, ils ne savent pas ça. Donc si c'est le resto qui a pris beaucoup de retard, on peut avoir des étoiles en moins juste à cause de ça aussi quoi » (Mohammed)

« Il y a souvent certains restaurants qui emballent mal les paquets, et à vélo, lorsqu'on pédale, il est important de vérifier si les paquets sont bien mis parce que nous... Je suis pas un mec qui a fouillé ce qu'il y avait dans le sac, si le restaurant a mal mis un paquet, c'est pas normal. Mais j'ai déjà fait des courses, où quand j'arrive, je vois que le sac s'était rabaissé ou le restaurant a mal attaché le sac, et la maintenant, le plus souvent tu te sens coupable mais pourtant c'est pas ta faute. T'es obligé de demander pardon au client, souvent les clients sont compréhensifs, ils disent "non, monsieur ça va", mais d'autres ne le sont pas. Et souvent, il y a des engueulades et tout. Ils peuvent se plaindre dans l'application ou mal te noter » (Ludovic)

D'autres plateformes de livraison permettent une notation individuelle du coursier ce qui semble d'avantage entendu positivement. En effet, celle-ci est perçue comme un feedback sur son activité et permet de s'améliorer. Face au taux de satisfaction présent sur UberEats,

« C'est plus souvent nous, les livreurs, qui voulons peut-être atteindre un 96%, un 99%. Voilà, entre nous, entre livreurs, on se demande "ah, toi t'as combien de pourcents de satisfaction?" » (Ludovic)

Le fait que le client.e ne choisisse pas son/sa coursier.ère, de par l'organisation mise en place par la plateforme, explique sans doute la grande différence de considération pour la notation P2P entre des plateformes comme ListMinut et Vinted d'une part, et Deliveroo ou UberEats, d'autre part.

De manière plus significative, il semblerait que les notations des coursier.ère.s constituent un moyen de discipliner les livreur.euse.s et de leurs faire respecter certaines règles de bon usage. En effet chez UberEats, la conservation d'un *taux de satisfaction* relativement élevé conditionnera la possibilité de continuer ses activités de livraison, comme nous l'explique Ludovic.

« Moi jamais je n'ai reçu ça mais il y a des gens qui sont à 50 %. UberEats bloque le compte pour quelques jours avant de leur réactiver, pour dire voilà, attention. Mais moi, je ne suis jamais passé à cette barre ».

Ce taux de satisfaction est par ailleurs vu par Amin comme une accumulation qu'il pourrait faire valoir auprès d'autres employeurs. Le droit à la portabilité de données deviendra alors un enjeu important.

« (Amin) Oui, je suis content [de recevoir de bonnes notes]. Parce qu'au moins, il y a un nombre de courses qui s'affichent, vous pouvez voir s'ils sont ..., vous pouvez voir 99 % taux de satisfaction. Voilà c'est bien parce au moins ça entre dans votre CV personnel. (JH) Vous pouvez le faire valoir auprès d'autres plates-forme ? Ou auprès d'UberEats ? (Amin) Je ne crois pas qu'on peut le faire. Mais vous pouvez le faire valoir auprès d'un restaurant qui voudrait engager des livreurs, avec des contrats. Ça peut vous aider. Parce que si un restaurant comme Pizza Hut ou McDo décide aujourd'hui de ne plus utiliser ces applications de livraison et qu'ils décident de recruter des livreurs, moi j'aurais davantage de chances d'être retenu. Parce que vous allez prouver que non seulement vous êtes un ancien livreur mais qu'aussi vous avez de belles notes ».

IV. La dataification : la valuation en données numériques

Cette partie s'intéressera au troisième élément de la définition de la plateforme étudiée en introduction de ce travail, à savoir sa capacité à capter une valeur produite par ses utilisateur.trice.s à travers l'établissement de certains dispositifs.

La diffusion du modèle de plateforme doit s'entendre comme une entreprise de « dataification » ou « datafication », les deux termes étant utilisés, c'est-à-dire de « mise en données du monde »⁹⁰.

⁹⁰ Cette expression est tirée de l'article de Cuckier Kenneth et Viktor Mayer-Schönberger, « Mise en donnée du monde, le déluge numérique », *Le Monde diplomatique*, Juillet 2013, pp. 1, 20 et 21.

1. Les données numériques : nouvelles source de valeur

À côté de la généralisation de la logique d'externalisation par les entreprises,⁹¹ le phénomène de plateformisation s'explique également par certaines particularités économiques de la fin du 20^e siècle et du début du 21^e siècle. En effet, dans un contexte de surproduction mondiale, la baisse de la croissance des secteurs manufacturiers dans les pays industrialisés ajoutée à des politiques monétaristes initiées par les banques centrales établissant des taux d'intérêts très bas, se sont traduites par une recherche élevée de nouveaux débouchés pour les acteur.trice.s détenant des capitaux financiers.⁹² Dans cette perspective, la plateformisation des entreprises, voire de la société, peut en partie s'expliquer par le fait que ces capitaux ont trouvé un nouveau secteur d'investissement, l'économie numérique, et particulièrement l'exploitation d'une nouvelle ressource : les données numériques ou *datas*.⁹³

Les données numériques consistent en l'information *qu'un évènement a eu lieu*. Elles ne constituent donc pas nécessairement un savoir qui expliquerait *pourquoi* telle chose s'est passée, pour autant elles peuvent très bien impliquer une telle connaissance.⁹⁴ L'essor des nouvelles technologies a rendu de plus en plus facile et de moins en moins coûteuse la *dataification*, c'est-à-dire le fait de faire des activités et des choses, des sources de données numériques. Ce phénomène, en pleine expansion, ne semble épargner que très peu de domaines d'activité et ce foisonnement de données amène au développement de nouveaux produits et de nouvelles activités économiques.⁹⁵

Les *datas* sont issues de toutes les activités numérisées c'est-à-dire les activités traduites d'une manière ou d'une autre sous une forme numérique.⁹⁶ Elles regroupent alors des ensembles d'objets vastes, à la diffusion exponentielle, allant du contenu généré explicitement par les utilisateur.trice.s - entre autres : des vidéos, des articles de blogs, des *wikis*, des podcasts, postés

⁹¹ Tsing, Anna, « Supply Chains and the Human Condition », *Rethinking Marxism : A Journal of Economics*, vol. 21, n° 2, août 2009, pp. 148-76.

⁹² Srnicek, op. cit., particulièrement le chapitre 1.

⁹³ Si le terme *data* est issu de la langue anglaise, nous l'utiliserons de manière interchangeable avec celui de « données numériques », celui-ci étant entré dans la culture numérique francophone.

⁹⁴ Srnicek, op. cit.

⁹⁵ En 2018, une étude de la International Data Corporation définissait que le montant total de données d'alors équivalait à 33 zettabytes (soient 33 000 milliards de gigabytes) et qu'entre 2018 et 2025, ce nombre passerait à 175 zettabytes (soit cinq fois plus). Voy. Reinsel, David, et Al., « The digitization of the world. From Edge to Core », Novembre 2018, International Data Corporation, disponible à <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf>, consulté le 24 février 2020.

⁹⁶ On soulignera que si les *datas* bien que résolument numériques, elles nécessitent un enregistrement et un stockage qui se matérialisent par d'énormes infrastructures physiques, les *datas-centers*, et par une consommation énergétique importante. À ce sujet, voy. par exemple, Carnino, Guillaume, et Clément Marquet, « Les datacenters enfouissent le cloud : enjeux politiques et impacts environnementaux d'internet », *Zilsel*, n°3, 2018/1, 19-62.

en ligne - jusqu'aux informations captées par les objets connectés de « l'Internet des choses », en passant par les *cookies* qui prélèvent les *traces* des internautes sur les sites qu'ils consultent, par les historiques de consultation de pages web et par les différentes informations demandées directement par une plateforme : un mot de passe, un nom, un numéro de téléphone, etc.

Les datas peuvent alors être produites à différents moments de l'interaction avec des dispositifs en ligne ou connectés. En effet, les informations reprises par certaines données préexistent à l'échange numérique et ne font l'objet que d'une « numérisation », qu'une transcription en langage informatique. C'est par exemple le cas pour les informations d'identité d'un individu. Les données transactionnelles ou celles produites en ligne par les utilisateur.trice.s sont, elles, créées durant l'échange et n'existent donc pas préalablement à la sphère numérique. Il en va de même pour les données industrielles (*M2M*), celles de navigation et de comportement numériques, ou encore les données ancillaires (*by-product*) qui ont toutes pour particularité d'être produites par le dispositif même d'échange et non plus explicitement par les internautes.⁹⁷

2. L'atomisation des tâches comme processus de dataification

Pour extraire la valeur que constituent les datas, alors qu'elles se présentent comme des intermédiaires neutres qui ne serviraient que de support d'échange,⁹⁸ les plateformes sont en fait façonnées pour être rendues attractives à différents types d'utilisateur.trice.s et conditionnent la manière avec laquelle ceux-ci s'expriment, interagissent ou plus globalement produisent à travers elles. L'utilisation de boutons qui permettent de transformer en métriques des actions est alors essentielle et constitue un processus de valuation exemplaire.

D'ailleurs un des enjeux pour une plateforme, en termes de développement, consiste à gouverner son *écosystème* tout en veillant à permettre à ses utilisateur.trice.s de construire de manière créative et inattendue sur sa surface. Permettre l'expression de cette créativité peut être génératrice de bénéfices pour la firme.⁹⁹ Par exemple, c'est dans ce sens que Facebook, Apple ou Microsoft¹⁰⁰ laissent leurs utilisateur.trice.s développer des *applications* qui pourraient augmenter la fidélité des usagers à ces plateformes.

⁹⁷ Isaac, Henri, « La donnée, une marchandise comme les autres ? », *Enjeux Numériques*, n°2, Juin 2018, pp. 20-25.

⁹⁸ Gillespie, Tarleton L., « The Politics of "Platforms" », *New Media & Society* 12, n° 3; mai 2010, pp. 347-64.

⁹⁹ Cassili, Antonio, et Julian Possada, « The platformization of labor and society », in Graham, Mark, et William H. Dutton (dir.), *Society and the Internet: How networks of information and communication are changing our lives*, 2e Edition, Oxford University Press, Oxford, 2019, .pp. 293-306.

¹⁰⁰ Ces trois entreprises de l'économie numérique peuvent toutes trois être envisagées à travers leur modèle de plateforme bien que l'importance de ce type d'activité varie pour chacune d'elle. Ainsi, Facebook retire XXX% de ses revenus des données vendues à des fins publicitaires, alors que c'est la vente de terminaux et de logiciels qui constituent la majorité des revenus d'Apple et de Microsoft. Ces deux dernières ne sont pourtant pas en reste

Globalement, conjointement à la dynamique exacerbée d'externalisation qui est symbolisée par la gig-economy, les micro-tâches correspondent à une *servicialisation* du travail¹⁰¹. Ce service d'humain à la demande (*people-as-service* selon l'expression de Jeff Bezos¹⁰²) consisterait à ne faire appel aux travailleurs que lorsque l'on en aurait besoin et pour la durée nécessaire (même très courte) de l'action visée.

3. La dataification comme processus capitaliste

La prospérité d'une plateforme réside en partie dans sa faculté « à mettre ses usagers au travail »¹⁰³, c'est-à-dire leur faire générer et traiter – consciemment ou non- des données numériques. Pour ce faire, plusieurs stratégies sont à l'œuvre. D'abord, une plateforme peut opérer concrètement, en proposant de plus en plus de services connectés et donc générateurs de données, et en cherchant à augmenter la précision de cette collecte de données par le développement d'outils permettant l'expression de data « plus fines ». Par exemple, la transformation opérée par *Facebook* de son simple *Like* qui exprimait un intérêt pour une publication en une palette de 6 expressions participe de cette logique visant à atteindre des expressions plus précises. L'introduction d'outils tels que les ReCATCHPA de Google symbolise sans de manière éclairante cette mise au travail des utilisateur.trice.s, notamment via le *crowdsourcing*.¹⁰⁴

Une autre source de prospérité d'une plateforme réside dans la position de monopole, ou comme membre d'un d'oligopole, qu'elle aura su se constituer. En effet, plus une plateforme est incontournable pour certaines activités, plus les *effets de réseaux* qu'elle parviendra à générer seront importants. Les effets réseaux correspondent au fait que *plus la plateforme comprend*

concernant leur activité de plateforme (...) Voy. Data Book, « Les données ne sont pas le nouvel "or noir" », *Medium.com*, le 3 mai 2019, disponible à <https://medium.com/databook/les-donn%C3%A9es-ne-sont-pas-le-nouvel-or-noir-1ffe9b741fda>.

¹⁰¹ Casilli, Antonio, « De la classe virtuelle aux ouvriers du clic. La servicialisation du travail à l'heure des plateformes numériques », *Esprit*, n°5, mai 2019, pp. 79-88.

¹⁰² MIT World, « Opening keynote and keynote interview with Jeff Bezos », MIT TechTV, 27 septembre 2006, 63 minutes, disponible à <https://techtv.mit.edu/videos/16180-opening-keynote-and-keynote-interview-with-jeff-bezos> (consulté le 7 mars 2020), à 11 minutes 37.

On notera l'origine du nom d'*Amazon Mechanical Turk*, service de crowdsourcing d'Amazon. Le *turc mécanique*, « première intelligence artificielle », était un automate qui, au 18^e siècle, était capable de simuler des processus mentaux aux échecs face à des adversaires humains. Mais à l'intérieur de cet automate se cachait un individu en chair et en os. C'est cette invisibilisation du travail humain que décrit le nom de cette entreprise. Voy. Casilli, « De la classe virtuelle... », op. cit.

¹⁰³ Casilli et Posada, op. cit., p. 298.

¹⁰⁴ Von Ahn, Luis, Benjamin Maurer, Colin McMillen, David Abraham, et Manuel Blum, « reCAPTCHA: Human-Based Character Recognition via Web Security Measures », *Science*, vol. 321, n° 5895, septembre 2008, pp. 1465-68.

d'utilisateur.trice.s, voire de membres, plus le contenu généré sur celle-ci sera important, et donc plus il sera intéressant pour de nouveaux utilisateur.trice.s de s'y inscrire. En effet, les utilisateur.trice.s des plateformes augmentent, par leurs activités et leur présence, l'offre disponible sur celle-ci. Par exemple, l'intérêt de Facebook réside dans le fait qu'une très grande partie de la population y est inscrite et que, par-là, les chances que des personnes que l'on voudrait contacter y soient présentes augmentent. Dans la même idée, Uber ou Deliveroo s'appuient sur une importante flotte respectivement de chauffeur.euse.s et de coursier.ère.s, afin de quadriller des zones géographiques larges pour pouvoir répondre à une demande importante et donc pour devenir intéressant pour des client.e.s de s'y inscrire avec pour corollaire, dans le cas de Deliveroo, le même intérêt chez les restaurateurs d'y proposer leurs produits, ceux-ci ayant accès à un marché plus large.

Un autre pan des stratégies de plateforme s'inscrit dans une logique concurrentielle assez traditionnelle. La recherche de nouveaux utilisateur.trice.s les amène également à se développer d'une manière tentaculaire, vers chaque fois plus de nouveaux domaines d'activité. La course des différentes grandes organisations vers le développement de plateformes de vidéo à la demande, de jeux vidéo en ligne ou de mode de paiement fait écho à cette dynamique. Ces expansions se réalisent à travers le recours aux « *subventions croisées* ». Ce qui constitue une autre caractéristique du modèle de plateforme : une société compense la réduction du prix d'un bien ou d'un service (allant parfois jusqu'à le rendre gratuit) d'une de ses branches, afin d'attirer de nouveaux utilisateur.trice.s, par l'augmentation des prix d'autres branches. Cette attraction des utilisateur.trice.s se réalise dans une concurrence féroce entre les acteur.trice.s du secteur. « Vu que les plateformes doivent attirer un nombre de groupes différents, une partie de leur stratégies est d'affiner l'équilibre entre ce qui est payant et ce qui ne l'est pas, ce qui est subsidié et ce qui ne l'est pas »¹⁰⁵.

Si ces effets de réseaux ont pour conséquence une recherche toujours plus accrue de nouveaux.elles membres, de nouveaux.elles utilisateur.trice.s amenant de nouveaux.elles utilisateur.trice.s, et si c'est donc dans cette logique que résident les tendances monopolistiques des grandes firmes-plateformes, il faut toujours garder à l'esprit qu'un des buts derrière ces positions monopolistiques et derrière le fait d'avoir un grand nombre d'utilisateur.trice.s a trait aux données numériques. A ce propos, la centralité de la position d'une firme – dont l'expression la plus exacerbée est le monopole – constitue un avantage pour deux raisons. D'une

¹⁰⁵ Srnicek, op. cit., p. 46. Notre traduction.

part, elle permet un accès privilégié aux différents gisements de données – dont le nombre dépendra du nombre d'utilisateur.trice.s -, d'autre part, elle accorde à la plateforme un pouvoir dans la définition de la manière avec laquelle ces données seront exprimées.

Ces logiques monopolistiques et concurrentielles, classiques du capitalisme, expliquent l'adoption par de nombreuses « compagnies de la Tech » de modèles d'affaires basés d'une part sur une logique de réduction des coûts, d'autre part sur la logique de « la croissance avant le profit » (*Growth before profits*). D'une part, le recours à l'externalisation devient alors essentiel à leur mode de fonctionnement. D'autre part, encouragées par un environnement économique où les taux d'intérêt étant relativement bas, de nombreux capitaux financiers cherchant des débouchés, les plateformes les plus célèbres procèdent à d'importantes levées de fonds afin d'étendre leurs activités qu'elles soient cotées en bourse ou pas (encore) et ce, même si leurs activités ne génèrent pas de bénéfices, voire enregistrent de sévères pertes. C'est dans ce sens que Langley et Leyshon défendent que le modèle commercial des plateformes numériques exécute la « structure temporelle et de portefeuille des fonds de capital-risque [et s'est dès lors vue] étroitement liée au cycle actuel de l'industrie du capital risque »¹⁰⁶.

4. La dataification en action : une approche empirique de la collecte de données

Les données numériques, comme on l'a vu, constituent une marchandise particulière. Afin d'observer si et comment les trois plateformes étudiées s'inscrivent également dans cette logique, nous suivons la démarche entreprise par Alloing et Pierre¹⁰⁷ qui nous suggère d'étudier, à travers l'analyse de documents relatifs à leurs *conditions générales d'utilisation* et à leur *politique de confidentialité*, si les plateformes récoltent des données numériques produites par leurs utilisateur.trice.s, lesquelles et les utilisations qu'elles peuvent en faire.

Les documents qui nous intéressent indiquent d'ordinaire les données numériques peuvent se voir utilisées de plusieurs manières.¹⁰⁸ Une de leurs utilisations importantes se résume à assurer le fonctionnement de la plateforme en question, à l'améliorer ainsi qu'à le personnaliser pour chaque utilisateur.trice. Généralement, les plateformes numériques indiquent également pouvoir transférer les données collectées dans les cas où les activités de la plateforme seraient

¹⁰⁶ Langley, Paul et Andrew Leyshon, "Platform Capitalism: The intermediation and capitalization of digital economic circulation", *Finance and Society*, 2017, n°3, pp 26.

¹⁰⁷ Alloing, Camille et Julien Pierre, « Questionner le digital labor par le prisme des émotions : le capitalisme affectif comme métadispositif ? », *Communication (augmentée) au colloque « La communication numérique au cœur des sociétés : dispositifs, logiques de développements et pratiques »*, mai 2015, Grenoble, disponible à <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01171594> (consulté le 1er mars 2020).

¹⁰⁸ Ibid.

amenées à changer de mains que ce soit par la vente de celle-ci, par sa fusion avec une autre entreprise.¹⁰⁹ À ces fonctions s'ajoute, comme on l'a souligné avec Casilli, la captation d'une partie de la valeur que génèrent les données numériques par leur monétisation par les plateformes à travers, par exemple, « des accords avec des marques et des régies publicitaires pour permettre un ciblage personnalisé, avec des assurances ou des sociétés d'évaluation de la solvabilité ou encore avec des États à des fins de surveillance »¹¹⁰. Depuis l'essor de l'intelligence artificielle (IA), les datas des utilisateur.trice.s peuvent également être vendues à des sociétés qui élaborent des outils dont le développement repose sur l'IA. Nous porterons donc une attention particulière à la mention de ce type d'utilisation dans les documents des plateformes étudiées.¹¹¹

Ces dernières utilisations constituent l'objet de notre analyse afin de rendre compte des processus de valuation à l'œuvre au sein de l'économie de plateforme et dans leur génération de flux monétaires. Nous verrons donc ci-dessous les monétisations des données numériques potentiellement installées par les plateformes constitutives de notre terrain.

a. L'extraction à des fins commerciales des données

Du côté de ListMinut, leurs *conditions générales d'utilisation mises à jour* prévoient la possibilité « lorsque la loi le permet, [de] partager des données personnelles avec des affiliés au sein de [leur] groupe ou avec des parties tierces sélectionnées (ex. des entreprises de services financiers, des entreprises de marketing) pour leur permettre de vendre leurs propres produits ou services ou ceux de tiers sélectionnés [aux utilisateur.trice.s] »¹¹². La plateforme prévoit également des *cookies de publicités ciblées sur le comportement* afin de fournir des annonces commerciales qu'elle pense *appropriées* aux utilisateur.trice.s selon leurs centres d'intérêt. La plateforme illustre d'ailleurs la manière avec laquelle ces cookies¹¹³ fonctionnent :

¹⁰⁹ Dans les logiques d'acquisition et de fusion très présentes dans le capitalisme de plateforme (Voy. Srnicek, Nick, op. cit.), il est assez significatif que les différentes plateformes étudiées, comme beaucoup d'autres d'ailleurs, prévoient une cession de la propriété des données numériques (ou d'une partie d'entre elles) en cas de vente, de transfert ou d'attribution de tout ou d'une partie de leurs activités à une autre industrie.

¹¹⁰ Casilli, Antonio, *En attendant les robots*, op. cit., p. 82.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² ListMinut, « Conditions générales mises à jour », particulièrement le point 1.6, disponible à <https://listminut.be/p/condgen?locale=fr>, (consulté pour la dernière fois le 25 avril 2020).

¹¹³ Les cookies sont de petits fichiers textes contenant des informations qui sont téléchargés sur l'appareil utilisé pour se connecter à un site web. Ils sont alors renvoyés à site web original à chaque visite suivante ou lorsqu'un autre site reconnaît ce cookie. Ils peuvent avoir de nombreuses fonctions : ils permettent de reconnaître l'appareil d'un utilisateur.trice, d'analyser son action avec le site en question, etc.

« Si vous lisez un certain nombre d'articles sur la mécanique sur notre site web ou sur d'autres sites, un fabricant d'automobiles pourrait en déduire que vous êtes intéressé par ce sujet et vous fournir des publicités relatives à ses voitures. Vous pouvez voir ces publicités sur notre site internet et sur d'autres sites internet que vous visitez. Quoiqu'il en soit, nous n'indiquons pas à nos annonceurs qui vous êtes »¹¹⁴

La plateforme de prestation de service indique également que des annonceurs « utilisent parfois leurs propres cookies pour [...] fournir des publicités ciblées. Par exemple, les annonceurs peuvent utiliser un profil qu'ils ont construit sur base des sites que [les utilisateur.trice.s ont] préalablement visités, pour [leur] présenter des publicités plus appropriées pendant [leur visite de] notre site internet et de nos pages»¹¹⁵. ListMinut déclare également recourir à des *outils pixels*, soit des scripts invisibles présents sur des pages web, notamment sur les publicités qu'elles contiennent, qui permettent « d'informer les annonceurs du nombre d'utilisateur.trice.s total qui a cliqué sur la publicité »¹¹⁶. Outre les données classiquement récoltées par les plateformes numériques que l'on a décrites plus haut, on remarquera avec intérêt que ListMinut récolte le nombre d'annonces publiées, le taux de réponse aux messages mais aussi la moyenne des avis reçus, etc. À ce sujet, la plateforme pose comme interdiction aux prestataires de transférer leur compte y compris les évaluations vers un tiers sans son consentement.¹¹⁷

Les documents relatifs à Deliveroo font globalement mention des mêmes outils et utilisations que ceux exposés ci-haut pour ListMinut. On soulignera toutefois quelques éléments particuliers à la plateforme de livraison.

Récoltant les données de localisation, la personnalisation de leurs services se traduit en partie par la proposition de restaurants ou de partenaires publicitaires dans la zone géographique d'activité du/de la client.e à l'aide de son *profilage*. De plus, si l'utilisateur.trice adresse des feedbacks ou des commentaires concernant la plateforme et/ou les services qu'elle propose, ces avis pourront être utilisés sur les domaines de Deliveroo ainsi que « dans tout matériel marketing ou publicitaire »¹¹⁸.

Dans le cas de Deliveroo, il nous semble qu'une attention particulière doit être portée aux données collectées chez les coursier.ère.s qui opèrent sur la plateforme. En effet, des éléments

¹¹⁴ Ibid, point 2.4.4.

¹¹⁵ Ibid., point 2.4.5.

¹¹⁶ Ibid., point 1.12.

¹¹⁷ ListMinut, « Conditions générales "prestataires de service" », point 9, disponible à https://listminut.be/p/cgv_listworker (consulté pour la dernière fois le 3 juin 2020).

¹¹⁸ Ibid.

singuliers nous paraissent révélateurs de son fonctionnement. D’abord, la plateforme expose que les données issues de l’activité des coursier.ère.s pourront « entraîner [leurs] algorithmes afin de prendre les décisions les plus efficaces et les plus précises, comme l’entraînement de [leur] algorithme de répartition des ordres, Frank »¹¹⁹. On est donc ici face à la valorisation des activités des utilisateur.trice.s en tant qu’outils de développement d’une IA.¹²⁰

Ensuite, s’ils/elles utilisent des fonctionnalités de l’application basées sur la géolocalisation, la plateforme continue à collecter des données des livreur.euse.s lorsque ceux-ci/celles-ci sont *hors ligne*, soit qu’ils/elles se sont rendu.e.s indisponibles pour effectuer des commandes. Deliveroo indique alors à celles et ceux qui ne voudraient pas qu’elle puisse connaître leur position lorsqu’ils/elles ne travaillent pas qu’ils/elles ne doivent pas utiliser ces fonctionnalités. Comme on le verra plus bas, ce « choix » entre l’utilisation des services ou le refus de voir ses données collectées pose de grandes questions en termes de consentement.

De plus, le point 5 de la *politique de vie privée des livreurs indépendants en Belgique*, stipule que la plateforme collecte le degré d’assiduité des livreur.euse.s aux sessions qu’ils/elles auraient réservées, leur participation aux heures de pointe et s’ils/elles ont « évité de procéder à des annulations tardives »¹²¹. Ces données seront alors affichées dans l’application du/de la livreur.euse dans un onglet « Statistiques ». Or, dans le point 3.3.f de ce même document, la plateforme informe les coursier.ère.s que leur « niveau de priorité d’accès à la réservation [pourra être déterminé] en utilisant [les] données “Statistiques” ». On observe ici l’utilisation de la collecte de données numériques non plus dans un but monétaire mais dans une optique de management de la force de travail, deuxième élément de la définition de Casilli.

Pour finir le tour des plateformes sur lesquelles se base notre approche empirique, nous étudierons ci-dessous le cas de Vinted. Si on retrouve globalement les mêmes outils et les mêmes utilisations que dans les deux plateformes précédemment étudiées, Vinted se singularise par son utilisation de données collectées afin d’évaluer chacun.e de ses utilisateur.trice.s –

¹¹⁹ Deliveroo Belgique, « Politique de vie privée à l’égard des livreurs indépendants en Belgique », point 3.3.j, disponible à <https://rider.deliveroo.be/rider-privacy#information-collected-fr> (consulté pour la dernière fois le 27 avril 2020).

¹²⁰ On soulignera également qu’à des fins de stockage et d’analyse, les données collectées peuvent être transférées à des fournisseurs de services informatiques, y compris de services de *cloud computing*. Or, de plus en plus, le développement des AI est entendu de manière liée avec celui du cloud computing, notamment par les bases de données que ce dernier représente et qui peuvent permettre l’entraînement des algorithmes. Voy. par exemple, Rao, Srinivas, « How cloud computing influences artificial intelligence », Medium, mars 2016, disponible à <https://medium.com/@raosrinivas2580/how-cloud-computing-influences-artificial-intelligence-5f1a8a2f2d5a> (consulté le 27 avril 2020).

¹²¹ Deliveroo Belgique, op. cit., point 5.

auxquel.le.s elle attribue un *score de confiance* - dans le but de faire appliquer les règles qu'elle a fixées.

« Afin de calculer le score de confiance, afin d'assurer la sécurité de la Plateforme et de ses membres, Vinted effectue une prise de décision automatisée et donne à chaque membre un "score de confiance" calculé à l'aide d'un algorithme, qui permet de conserver une liste noire des données à caractère personnel des membres suggérant des activités illégales. Le "score de confiance" indique la probabilité d'une utilisation illégale de la Plateforme »¹²².

Dans ses utilisations de données à des fins monétaires singulières, on pourra également relever que la plateforme indique que les Vinties qui consentent à participer à ses campagnes publicitaires et de relations publiques pourront se voir proposer la diffusion de leur contenu (notamment de leurs photos) sur les réseaux sociaux de Vinted.

Finalement, le cas de Vinted nous apparaît particulièrement intéressant par les dispositifs que la plateforme a établis et qui permettent dans certains cas de refuser la collecte et l'utilisation des données à certaines fins. En effet, si de manière générale, elle indique avoir mis en place des outils de collecte et d'utilisation semblables à ceux installés par ListMinut et Deliveroo, la plateforme de vide-dressing détaille avec précision les différentes utilisations qu'elle prévoit pour les données qu'elle collecte et explique également les dispositifs qui permettent de désactiver certaines collectes de données – principalement à des fins de ciblage publicitaire ou d'analyse de performance- sans pour autant être exclu.e des services de la plateforme.¹²³

Si de tels mécanismes existent, il faudra observer dans les faits comme Vinted les appliquent. En effet, le point 15.5 des *termes et conditions* de la plateforme semble en contradictions avec les possibilités de refus de telles utilisations et paraît plutôt exprimer l'existence d'un mécanisme de captation du contenu générée par les utilisateur.trice.s sans qu'ils/elles doivent marquer leur consentement :

¹²² « Notre algorithme prend en compte les commentaires des membres sur un forum, les messages à d'autres membres, les articles proposés sur la Plateforme, les transactions, les rapports sur le membre par d'autres membres, le profil et les coordonnées du membre, les violations de nos CG par le membre, les adresses IP, les empreintes du navigateur, et d'autres contenus que le membre nous fournit. Lorsque l'évaluation du membre atteint certains seuils, son utilisation de la Plateforme est limitée ou il/elle est invité(e) à vérifier son numéro de téléphone ». Vinted, « Termes et conditions », point 2.4, disponible à https://www.vinted.fr/terms_and_conditions (consulté pour la dernière fois le 28 avril 2020).

¹²³ Vinted, « Politique de confidentialité », disponible à <https://www.vinted.fr/privacy-policy>, (consulté pour la dernière fois le 28 avril 2020).

« 15.5. La mise en ligne d'informations ou de données, notamment de photographies sur le Site, c'est-à-dire du "Contenu", signifie que les Utilisateur.trice.s du Site ou des Services concèdent par les présentes à VINTED et toute société appartenant au Groupe VINTED, sans contrepartie, une licence non exclusive d'utilisation du Contenu à travers le monde, valable pendant toute la durée des droits applicables, le cas échéant (et leurs possibles prolongations). Ladite licence comprend le droit d'utiliser, de copie, de reproduire, d'afficher et d'adapter du Contenu. VINTED peut utiliser ledit Contenu, sur tout support connu ou inconnu à ce jour et notamment à la télévision, dans les journaux, sur Internet (dans les bannières et les articles, les mettre sur d'autres sites internet) et sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram etc.), et ce à des fins commerciales, publicitaires et internes au Groupe VINTED, ce que l'Utilisateur accepte »¹²⁴

b. Les acteur.trice.s face à la datafication de leurs activités

Le consentement des utilisateur.trice.s aux conditions d'utilisation et à la politique de confidentialité reprenant les termes dans lesquels chaque plateforme récolte et utilise leurs données récoltées est généralement octroyé par ceux-ci/celles-ci par le simple fait d'utiliser la plateforme, sans une intervention expresse dans ce sens de leur part.¹²⁵ Afin de comprendre la manière avec laquelle les acteur.trice.s appréhendaient ce processus de valuation de leurs activités en ligne, nous avons interrogé nos répondant.e.s sur cette question de leur consentement à cette participation économique.

Notre exploration de cette relation à la collecte de données nous amène d'abord à relever que tant dans les personnes qui ont lu les documents en question que dans celles qui ne l'ont pas fait¹²⁶, une très grande partie des personnes interrogées voient dans cette collecte de données quelque chose *d'habituel* et de parfois *irrémédiable*.

¹²⁴ Vinted, « Termes et conditions », op. cit.

¹²⁵ Dans les cas où le seul moyen d'échapper à la collecte de ses données par la plateforme revient à ne pas utiliser celle-ci ou (une partie de) ses services, Rocca dénonce un « consentement arraché » s'éloignant de la dimension de liberté que devrait connaître le consentement. Voy Rocca, Marco, « Panorama des lois sur-mesure pour l'économie de plateforme », intervention dans *Deliveroo-nous du mal*, 26 octobre 2018, disponible à <https://www.youtube.com/watch?v=9UxBQAnqOS8> (consulté pour la dernière fois en mars 2019), 28^e -45^e min.

¹²⁶ De par le caractère exploratoire de notre enquête et sans prétendre à une généralisation de nos résultats, nous nous permettons de soulever une piste d'approfondissement de cette relation de l'acteur.trice à la collecte de ses données numériques en utilisant l'âge comme variable d'intérêt. En effet, il ressort de nos entretiens que les personnes de moins de 25 ans n'ont pour la plupart lu les conditions générales d'utilisation et la politique de confidentialité de la plateforme qu'elles utilisent, alors que cette lecture est presque chaque fois présente chez les personnes plus âgées. La lecture de ces documents paraît liée à une réflexion sur ces pratiques.

En effet, l'idée que tous les sites internet procèdent de la sorte nous a été exprimée à maintes reprises bien que dans des termes différents. Certain.e.s marquent que cette collecte n'est pas source de *tracas* – notamment parce qu'ils/elles estiment que les données fournies ne sont pas *sensibles* ou qu'ils/elles ne sentent pas *impacté.e.s*, voire *embêté.e.s*, par la publicité ciblée. Une partie des répondant.e.s s'accommodent assez bien de cette collecte voire y descelle des perspectives de développements économiques ou technologiques favorables, alors que d'autres expriment plutôt une forme d'impuissance, voire de peur :

« Je t'avoue que je ne sais pas du tout comment fonctionne ce genre de choses, mais je sais que tout est partagé quoi entre... Enfin, je pense que cela fonctionne comme cela, que beaucoup de données sont partagées et revendues ou je ne sais pas. [...] j'ai l'impression qu'aujourd'hui, peu importe où tu t'inscris, la confidentialité elle est complètement bafouée donc... [...] Honnêtement, je trouve ça un peu flippant quand même [...] mais en même temps comme tu ne le ressens pas au quotidien, tu n'y penses même pas » (Léa)

« Effectivement c'est inévitable : vous pouvez effacer vos données une fois, ils vont automatiquement savoir ce que vous regardez, vos données privées, un seul achat et vous êtes directement catalogués. Ce sont des sociétés étrangères [auxquelles sont transférées les données collectées] et vous ne savez rien faire ». (David)

Si l'on rappelle le cadre exploratoire de notre travail, les témoignages appellent à une recherche plus profonde et plus systématique de l'appréhension de la collecte de leurs données numériques par les utilisateur.trice.s des plateformes et notamment, de leurs connaissances de leurs droits. Dans le sujet qui nous préoccupe, les processus de valuation, nous soulignerons le pouvoir que détiennent les plateformes numériques dans la définition de cette collecte de données numériques, en tant qu'agents privilégiés qui capturent ces données et détiennent leur propriété. Les personnes interrogées semblent connaître de ce pouvoir comme l'illustre cette citation de Rachid :

« Oui, ben c'est normal [la collecte de données], on va dire que quelque part c'est eux les patrons mais ce n'est pas des patrons : parce que moi je suis indépendant, je suis le patron de moi-même, mais ils ont quand même un pouvoir quelque part, parce que c'est leur business, leur deal »

Dans la perspective de notre travail, on insistera sur le fait que c'est en effet les plateformes numériques qui déterminent précisément *ce qui fait* l'objet d'une mesure numérique – que ce

soit en incitant les utilisateur.trice.s à fournir directement tel type de données ; et/ou en établissant des capteurs à l'endroit de certaines pratiques d'utilisation – mais également qui décident de la manière avec laquelle elles la valoriseront. Dès lors, par la mise en évidence des différentes manières avec lesquelles les plateformes étudiées proposent – ou pas – des outils permettant de refuser la collecte de données à certaines fins sans pour autant devoir renoncer à leurs services, nous cherchons à faire ressortir le pouvoir que possèdent les plateformes numériques et par-là, la nécessité d'introduire la dimension politique de cette autorité.

Conclusions et ouvertures

De quelle *valeur* était-il question dans la déclaration du CEO de Vinted ? Pour tenter d'apporter des éléments de réponse à cette interrogation, nous avons cherché, dans la suite des pistes proposées par les *valuations studies*, à interroger les acteur.trice.s et leur relation au travail de la mesure.

D'un point de vue méthodologique, nous avons essayé de combiner deux sources originales pour appuyer empiriquement notre recherche. En effet, à l'aide d'un double terrain composé d'entretiens avec les utilisateur.trice.s des plateformes et d'un corpus reprenant des textes nous permettant d'approcher l'utilisation qui est faite par celles-ci des données numériques, nous avons voulu proposer des pistes d'approche pragmatique du phénomène d'expansion des plateformes numériques, dont les études commencent seulement à connaître une assise empirique forte.¹²⁷

Avec Casilli, nous avons identifié préalablement trois éléments essentiels qui caractérisent le modèle de plateforme numérique et qui en expliquent certaines raisons d'être. Nous avons alors posé comme hypothèse que les plateformes numériques, en constituant des hybrides marchés-entreprises, jouissent d'un pouvoir de valorisation.

Nous avons alors pu observer qu'effectivement les plateformes numériques possèdent un pouvoir de valorisation. Par les outils d'évaluation qu'elles instaurent, les plateformes numériques ne font valoir qu'une partie des motivations engagées par leurs utilisateur.rice.s, en invisibilisent d'autres et en construisent de nouvelles. En outre, elles jouissent d'un pouvoir de valorisation inédit en traduisant en données numériques les activités que ces utilisateur.rice.s réalisent sur leur interface.

En guise d'invitation à la réflexion, nous souhaitons revenir sur la valorisation comme déplacement du capitalisme. Si nous avons posé que le jeu autour des marges entre différentiels de valeur constitue une des caractéristiques des déplacements (et du renouvellement) du capitalisme, cette perspective peut également nous permettre de sortir de l'impasse qui pose le capitalisme comme invincible, étant toujours capable de se déplacer par la marchandisation et l'exploitation de nouveaux domaines et récupérant par ce fait toute critique lui étant émise. En exposant la possibilité de mettre en avant des valeurs « socialement construites » –autrement

¹²⁷ Cheng, Mingming, « Sharing economy: A review and agenda for future research », *International Journal of Hospitality Management*, vol. 57, août 2016, pp. 60-70.

valorisées que par l'institution du marché et par leur capacité à générer une accumulation de profit-, cela nous autorise alors à penser l'économie en dehors du cadre capitaliste. L'alternative est possible dans la mesure où,

« C'est au sein de ces formes de mise en valeur que des arguments critiques peuvent être utilisés pour faire varier les prix, et donc le profit. Lorsque la critique des prix pratiqués dans un certain domaine donnant lieu à une certaine forme de mise en valeur prend de l'ampleur et diminue par-là les chances de profit, le capitalisme doit alors se déplacer pour entreprendre de marchandiser des domaines qui ne l'étaient pas jusque-là. À chaque moment de l'histoire, le capitalisme travaille, en effet – comme on le dit des plaques tectoniques –, aux frontières du marchandisable et du non-marchandisable, frontières qui sont soutenues par des normes sociales et morales et qui sont souvent transcrites dans le droit »¹²⁸.

Toutefois, il semblerait que si leur intuition est éclairante et offre des perspectives réjouissantes dans l'étude du capitalisme, Boltanski et Esquerre pensent les résistances au capitalisme à l'intérieur des structures de la marchandise, et donc toujours dans le cadre de la valeur capitaliste. Or certains proposent d'explorer cette idée qu'il existe *d'autres* formes de valorisation. Par exemple, les *théories de la critique de la valeur*, et celles qui s'en inspirent, se sont attachées, comme Boltanski et Esquerre, à cette idée de déplacement du capitalisme à travers la marchandisation de nouveaux domaines.¹²⁹

Dans une perspective mêlant intuitions de la *Wertkritik* et éléments marxistes hétérodoxes, Lund propose un cadre d'analyse politique pour l'économie *P2P* et utilise les notions « d'intérieur » et « d'extérieur » au capitalisme telles que théorisées par Fleischer.¹³⁰ Le capitalisme, composé par des éléments « intérieurs » propres, serait alors caractérisé par « un extérieur substantiel et informel » comprenant les relations sociales non établies sur le marché. Comme nous l'avons vu plus haut grâce à Boltanski et Esquerre, une des caractéristiques du régime capitaliste serait la capacité de ses acteurs à jouer sur les différentes formes qui existent, profitant des distances (géographiques, matérielles ou même cognitives) qui les séparent, pour tirer le plus de profit possible des régimes de valeurs coexistant.

¹²⁸ Boltanski et Esquerre, op. cit., p. 492.

¹²⁹ Pour un rejet total des catégories capitalistes, voy. par exemple la courte introduction de Jappe à la théorie de la (nouvelle) critique de la valeur : Jappe, « Quelques éléments essentiels de la critique de la valeur », 11 septembre 2019, disponible à www.palim-psao.fr, consulté le 4 novembre 2019.

¹³⁰ Lund, op. cit.

Dans ce sens, Lund reprend les perspectives du marxiste autonome De Angelis qui défend que cet « extérieur » au capitalisme peut consister en « des pratiques et des luttes sociales alternatives basées sur des formes alternatives de valorisation »¹³¹. Dans cette conception, les individus sont porteurs de valeurs capitalistes et non capitalistes entre lesquelles les interactions sociales prenant place sur le marché donnent primauté aux valeurs capitalistes au détriment des alternatives. Dans ces conditions, la normativité capitaliste s'établit et devient un « programme »¹³² qui détermine et discipline les relations sociales. On a alors, dans une société à l'hégémonie capitaliste, un conflit continu entre différentes pratiques de valeurs à l'intérieur du corps social.

Cette approche nous permet de poser le travail comme créateur de valeur, alors que la théorie néo-classique et en quelque sorte, bien que dans une moindre mesure, Boltanski et Esquerre pensent ces *extérieurs* au capitalisme, les valeurs laissées en dehors de l'échange marchand, comme des externalités du marché. La cause de l'extérieur est alors le marché, l'extérieur ne pouvant être entendu que par référence à l'institution commerciale. Lund, dans la lignée de Fleischer, pose plutôt que cet extérieur est *déjà-là* et qu'ainsi « le capitalisme ne peut jamais être total de manière caractéristique ».

Plutôt que de considérer une source potentielle de valorisation alternative en un *déjà-là*, qui préexisterait à l'expérience et nous semble difficilement mobilisable, nous préférons alors la piste concrète des études de la valuation. Envisagées de la sorte, elles révèlent leur potentialité critique : porter notre attention sur le travail d'évaluation en tant que faisant exister la valeur – qui n'existerait pas en autre cas – d'une part nous permet d'éviter la critique, justifiée à notre sens, de Boltanski et Esquerre de ce type de théorie qui plante une certaine substance intrinsèque à la valeur. D'autre part, cela nous autorise à imaginer la valeur comme établie ailleurs que sur le marché capitaliste.

Les plateformes numériques nous permettent alors de penser cette expérience d'une valeur établie en dehors du marché mais également les dynamiques de marchandisation croissante à l'œuvre dans les développements du capitalisme.

D'un côté, la *gouvernance algorithmique* des plateformes exprime un nouveau type de valorisation capitaliste qui fait fi des environnements sociaux et subjectifs dans lesquels les

¹³¹ Lund, op. cit.

¹³² C'est-à-dire lorsqu'un système de valeurs se fige et détermine par-là les comportements sociaux comme nécessaires ou non.

données sont produites à travers un « asservissement machinal ».¹³³ Pratiquement, elles participent également d'une autre forme d'expansion capitaliste à l'œuvre aujourd'hui, la financiarisation, en épousant les agendas.¹³⁴

Toutefois, et ceci nous semble primordial, ce pouvoir n'est pas absolu. D'une part, les acteur.trice.s définissent chaque fois, et de manière continue, le sens économiques qu'ils/elles peuvent retirer des outils installés. Ainsi, la commensurabilité que permettent les éléments de notation P2P, on l'a vu, peut parfois jouer contre les prix monétaires. D'autre part, les utilisateur.trice.s jouissent et surtout peuvent s'aménager des espaces qui échappent voire qui critiquent les instruments de mesure que les plateformes portent. Il s'agira alors d'établir des outils de mesure qui permettent leur expression et favorisent l'autonomisation de individus en dehors du cadre marchand.

Quelle valeur ? Par l'établissement d'instruments qui permettent d'en rendre compte – ou pas -, la réponse nous semble alors avant tout *politique*.

¹³³ Rouvroy, Antoinette, « Algorithmic governmentality : radicalisation and immune strategy of capitalism and neoliberalism? », *La Deleuziana – Online Journal of Philosophy*, n°3/2016, pp. 30-36.

¹³⁴ Langley et Leyshon, op. cit.

Bibliographie

Ouvrages

- Boltanski, Luc et Arnaud Esquerre, *Enrichissement: Une critique de la marchandise*, coll. NRF Essais, Gallimard, Paris, 2017, 672 p.
- Casilli, Antonio, *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*, Le Seuil, coll. La couleur des idées, 2019, 394 p.
- Grandjean, Geoffrey, *Guide de la rédaction du mémoire*, Université de Liège, Département de Science Politique, 2014, 120 p.
- Mouffe, Chantal, *L'illusion du Consensus*, Albin Michel. Paris, 2016, 196 p.
- Schumpeter, Joseph, *Capitalisme, socialisme, et démocratie*, Payot, coll. Bibliothèque historique, 1990 (1947), 447 p.
- Srnicek, Nick, *Platform Capitalism*, Polity Press, Cambridge, 2016, 171 p.
- Vatin, François (dir.), *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2009, 340 p.
- Van Campenhoudt, Luc et Raymond Quivy, *Manuel de recherche en sciences sociales*, 4e édition revue et augmentée, Dunod, Paris, 2011, 272 p.
- Walras, Léon, *Éléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale*, Laumin & Cie., Lausanne, 1874, 208 p., disponible en ligne sur www.books.google.be (consulté pour la dernière fois en janvier 2020).

Chapitres d'ouvrages

- Barraud de Lagerie, Pauline, Alexandra Bidet et Etienne Nouguez, « Ce que mesurer veut dire : disputes autour de la quantification et de la valuation en sociologie », in Vatin, François (dir.), *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2009, pp. 305-326
- Cassili, Antonio, et Julian Possada, « The platformization of labor and society », in Graham, Mark, et William H. Dutton (dir.), *Society and the Internet: How networks of information and communication are changing our lives*, 2e Edition, Oxford University Press, Oxford, 2019, .pp. 293-306. Disponible à ?
- Möhlmann, Mareike, et Andrea Geissinger, « Trust in the Sharing Economy: Platform-Mediated Peer Trust », in Davidson, Nestor M., Michèle Finck, et John J. Infranca (dir.), *The Cambridge handbook of the law of the Sharing Economy*, Cambridge University Press, 2018, pp. 27-37.
- Vatin, François, « Avant-propos », in Vatin, François (dir.), *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2009, pp. 13-16.

Vatin, François, « Evaluer et Valoriser », in Vatin, François (dir.), *Evaluer et valoriser: une sociologie économique de la mesure*, Presses Universitaire du Mirail, Toulouse, 2009, pp. 17-37.

Articles de revues scientifiques

Abbou, Julie, Aron Arnold, Maria Candea, et Noémie Marignier, « Qui a peur de l'écriture inclusive ? Entre délire eschatologique et peur d'émasculation », *Semen : Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, 44, n° 1, 2018, pp. 133-150., disponible à <https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal:198013> (consulté pour la dernière fois le 25 novembre 2019).

Akrich, Madeleine, « Les formes de la médiation technique », *Réseaux*, n°60, juillet-août 1993, pp. 87-98.

Alloing, Camille et Julien Pierre, « Questionner le digital labor par le prisme des émotions : le capitalisme affectif comme métadispositif ? », *Communication (augmentée) au colloque « La communication numérique au cœur des sociétés : dispositifs, logiques de développements et pratiques »*, mai 2015, Grenoble, disponible à <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01171594> (consulté le 1er mars 2020).

Arvidsson, Adam, et Elanor Colleoni, « Value in Informational Capitalism and on the Internet », *The Information Society*, vol. 28, n° 3, mai 2012, pp. 135-50.

Bailly, Adrien, et Florent Boudot-Antoine, « Renforcement et transgression du cadre de l'intermédiation numérique », *Réseaux*, vol. 6, n° 212, décembre 2018, pp. 121-48.

Beauvisage, Thomas, Jean-Samuel Beuscart, Vincent Cardon, Kevin Mellet, et Marie Trespeuch. « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane », *Réseaux*, n° 177, n° 1, mai 2013, pp. 131-61.

Beauvisage, Thomas, Jean-Samuel Beuscart, et Kevin Mellet, « Numérique et travail à-côté. Enquête exploratoire sur les travailleurs de l'économie collaborative », *Sociologie du travail* 60, n° Vol. 60, n° 2, mai-juin 2018, 22 p.

Bessy, Christian, et Pierre-Marie Chauvin, « The Power of Market Intermediaries: From Information to Valuation Processes », *Valuation Studies*, 1, n° 1, avril 2013, pp. 83-117.

Biernacki, Patrick, et Dan Waldorf, « Snowball Sampling: Problems and Techniques of Chain Referral Sampling », *Sociological Methods & Research*, 10, n° 2, novembre 1981, pp. 141-63.

Bidet, Alexandra, Manuel Boutet, Thomas Le Bianic, Odette Minh Fleury, Camille Palazzo, Gwenaële Rot, et François Vatin, « Le sens de la MESURE », *Terrains travaux*, n° 4, n° 1, 2003, 207-14.

Carnino, Guillaume, et Clément Marquet, « Les datacenters enfoncent le cloud : enjeux politiques et impacts environnementaux d'internet », *Zilsel*, n°3, 2018/1, 19-62.

- Casilli, Antonio, « De la classe virtuelle aux ouvriers du clic. La servicialisation du travail à l'heure des plateformes numériques », *Esprit*, n°5, mai 2019, pp. 79-88.
- Cézanne, Cécile, et Laurence Saglietto, « Capital humain, prestataires de services logistiques et frontières de la firme », *Revue d'économie industrielle*, n° 135, septembre 2011, pp. 71-88.
- Cheng, Mingming, « Sharing economy: A review and agenda for future research », *International Journal of Hospitality Management*, vol. 57, août 2016, pp. 60-70.
- Combe, Celik C., « Questions méthodologiques autour de l'étude de deux plateformes interactives multimodales : de la communauté de contenu à l'application intimiste », *Linguas e Instrumentos Linguísticos*, 37, 2016, disponible à <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01615562> (consulté pour la dernière fois le 13 mai 2020).
- Coutant, Alexandre, « Les approches sociotechniques dans la sociologie des usages en SIC », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 6, janvier 2015, pp. 1-13.
- Eymard-Duvernay, François, « Conventions de qualité et formes de coordination », *Revue Economique*, 40 (2), 1989, pp. 329–359.
- Flichy, Patrice, « Le travail sur plateforme: une activité ambivalente », *Réseaux*, n° 213, n° 1, mars 2019, pp. 173-209.
- Gillespie, Tarleton L., « The Politics of "Platforms" », *New Media & Society* 12, n° 3; mai 2010, pp. 347-64.
- Gomes, Barbara, « La plateforme numérique comme nouveau mode d'exploitation de la force de travail », *Actuel Marx*, vol. 1, n°63, 2018, pp. 86-96
- Helgesson, Claes-Fredrik, Monika Krause et Fabian Muniesa, « Attempting to bring valuation and politics together – The politics of valuation studies at a series of sessions in Copenhagen », *Valuation Studies*, 5(1), 2017, pp. 1-6.
- Isaac, Henri, « La donnée, une marchandise comme les autres ? », *Enjeux Numériques*, n°2, Juin 2018, pp. 20-25.
- Lambrecht, Maxime, « L'économie des plateformes collaboratives », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, n° 2311-2312, 2016, 80 p.
- Langley, Paul et Andrew Leyshon, "Platform Capitalism: The intermediation and capitalization of digital economic circulation", *Finance and Society*, 2017, n°3, pp. 11-31.
- Lemoine, Laurence, Samy Guesmi, et Walid Hadhri, « La construction de la confiance sur une plateforme de l'économie collaborative. Une étude qualitative des critères de choix d'un covoitureur sur BlaBlaCar », *Question(s) de management*, n° 19, décembre 2017, pp. 77-89
- Lund, Arwid, « A Critical Political Economic Framework for Peer Production's Relation to Capitalism », *The Journal of Peer Production* [En Ligne], n°10, mai 2017, disponible à www.peerproduction.net, (consulté pour la dernière fois le 8 novembre 2019).

- Naderifar, Mahin, Hamideh Goli, et Fereshteh Ghaljaei, « Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research », *Strides in Development of Medical Education*, septembre 2017, pp. 1-4.
- Ravelli, Quentin, « L'économie de l'enrichissement : nouveau stade du capitalisme ou illusion d'optique ? Pistes de réflexion pour la critique de la marchandise », *Revue de la régulation* [En ligne], vol. 22, Automne 2017, disponible à <http://journals.openedition.org/regulation/12454>, (consulté pour la dernière fois le 22 décembre 2019).
- Rouvroy, Antoinette, « Algorithmic governmentality : radicalisation and immune strategy of capitalism and neoliberalism? », *La Deleuziana – Online Journal of Philosophy*, n°3/2016, pp. 30-36.
- Tsing, Anna, « Supply Chains and the Human Condition », *Rethinking Marxism : A Journal of Economics*, vol. 21, n° 2, août 2009, pp. 148-76.
- Tsing, Anna, « Sorting out commodities: How capitalist value is made through gifts », *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, vol. 3, n° 1, juin 2013, pp. 21-43.
- Vatin, François, « Valuation as Evaluating and Valorizing », *Valuation Studies*, vol. 1, n° 1, avril 2013, pp. 31-50.
- Von Ahn, Luis, Benjamin Maurer, Colin McMillen, David Abraham, et Manuel Blum, « reCAPTCHA: Human-Based Character Recognition via Web Security Measures », *Science*, vol. 321, n° 5895, septembre 2008, pp. 1465-68.

Articles de presse

- Cuckier Kenneth et Viktor Mayer-Schönberger, « Mise en donnée du monde, le déluge numérique », *Le Monde diplomatique*, Juillet 2013, pp. 1, 20 et 21.
- Thomson, Amy, « Used Clothing Just Gave Lithuania Its First Tech Unicorn », *BloombergQuint*, 28 novembre 2019, disponible à <https://www.bloombergquint.com/markets/first-lithuanian-unicorn-born-as-vinted-raises-140-million> (consulté pour la dernière fois le 11 juin 2020).

Articles et pages de sites internet et de blog/ Ressources numériques

- Deliveroo Belgique, « Politique de vie privée à l'égard des livreurs indépendants en Belgique », point 3.3.j, disponible à <https://rider.deliveroo.be/rider-privacy#information-collected-fr> (consulté pour la dernière fois le 27 avril 2020).
- Data Book, « Les données ne sont pas le nouvel 'or noir' », *Medium.com*, le 3 mai 2019, disponible à <https://medium.com/databook/les-donn%C3%A9es-ne-sont-pas-le-nouvel-or-noir-1ffe9b741fda>, consulté le 22 février 2020.

- Dinhopl, Anja, « Hacking Facebook Groups for Research », *Medium.com*, 6 septembre 2017, disponible à <https://medium.com/facebook-research/hacking-facebook-groups-for-research-74ed30b17f2d> (consulté pour la dernière fois le 23 mai 2020)
- ListMinut, « Niveaux d'expérience », disponible à <https://listminut.be/fr/trustscore> (consulté pour la dernière fois le 1^{er} juin 2020).
- ListMinut, « Conditions générales mises à jour », disponible à <https://listminut.be/p/condgen?locale=fr>, (consulté pour la dernière fois le 25 avril 2020).
- ListMinut, « Conditions générales "prestataires de service" », disponible à https://listminut.be/p/cgv_listworker (consulté pour la dernière fois le 3 juin 2020).
- Jappe, Anselm, « Quelques éléments essentiels de la critique de la valeur », *Palim Psao*, 11 septembre 2019, disponible à www.palim-psao.fr, consulté le 4 novembre 2019.
- Rao, Srinivas, « How cloud computing influences artificial intelligence », *Medium*, mars 2016, disponible à <https://medium.com/@raosrinivas2580/how-cloud-computing-influences-artificial-intelligence-5f1a8a2f2d5a> (consulté le 27 avril 2020).
- Reinsel, David, et Al., « The digitization of the world. From Edge to Core », Novembre 2018, *International Data Corporation*, disponible à <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf>, (consulté pour la dernière fois le 24 février 2020).
- Vinted, « Termes et conditions », disponible à https://www.vinted.fr/terms_and_conditions (consulté pour la dernière fois le 28 avril 2020).
- Vinted, « Politique de confidentialité », disponible à <https://www.vinted.fr/privacy-policy>, (consulté pour la dernière fois le 28 avril 2020).

Ressources vidéo

- MIT World, « Opening keynote and keynote interview with Jeff Bezos », MIT TechTV, 27 septembre 2006, 63 minutes, disponible à <https://techtv.mit.edu/videos/16180-opening-keynote-and-keynote-interview-with-jeff-bezos> (consulté le 7 mars 2020).
- Roca, Marco, « Panorama des lois sur-mesure pour l'économie de plateforme », intervention dans *Deliveroo-nous du mal*, 26 octobre 2018, disponible à <https://www.youtube.com/watch?v=9UxBQAnqOS8> (consulté pour la dernière fois en mars 2019), 28^e -45^e min.

Annexes

Les annexes de ce mémoire, qui comprennent les retranscriptions des entretiens réalisés dans ce cadre ainsi que les guides qui ont été utilisés pour la conduite de ceux-ci, ont été compilées dans un document à part du reste du travail.

Dans ce document annexe, l'ensemble du contenu se répartit comme suit :

Annexe 1 : retranscription entretien – ListMinut (prestataire) – Noé**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 2 : retranscription entretien – ListMinut (demandeur) – Marc**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 3 : retranscription entretien – ListMinut (prestataire) - Rachid**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 4 : retranscription entretien – ListMinut (prestataire) – Julien**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 5 : retranscription entretien – ListMinut (demandeur) – David**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 6 : retranscription entretien – ListMinut (prestataire) – Martin**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 7 : retranscription entretien – Vinted – Léa**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 8 : retranscription entretien – Vinted – Delphine**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 9 : retranscription entretien – Vinted – Michel**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 10 : retranscription entretien – Vinted – Mathilde**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 11 : retranscription entretien – Deliveroo (cliente) – Chloé**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 12 : retranscription entretien – Deliveroo (cliente) – Maïssa**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 13: retranscription entretien – Deliveroo (coursier) – Pierre**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 14 : retranscription entretien – Deliveroo/Take away (coursier) – Mohamed..**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 15 : retranscription entretien – UberEats (coursier) – Amin**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 16 : retranscription entretien – UberEats (coursier) - Ludovic**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 17 : guide d'entretien – coursier.ère.s**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 18 : guide d'entretien – vendeur.euse.s Vinted**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 19 : guide d'entretien – prestataire ListMinut**Erreur ! Signet non défini.**

Annexe 20 : guide d'entretien – Utilisateur.trice**Erreur ! Signet non défini.**

