



HAL
open science

La captation marchande du covoiturage en France. Comment les politiques d'écologisation de la mobilité favorisent le capitalisme de plateforme.

Sébastien Shulz

► To cite this version:

Sébastien Shulz. La captation marchande du covoiturage en France. Comment les politiques d'écologisation de la mobilité favorisent le capitalisme de plateforme.. Réseaux : communication, technologie, société, 2024, Écologiser par le numérique?, 244, pp.189-222. 10.3917/res.244.0189 . hal-04715550

HAL Id: hal-04715550

<https://hal.science/hal-04715550v1>

Submitted on 30 Sep 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

V2 - Acceptée avec modifications mineures Numérique transition écologique n°2 Réceptionné le Nombre de caractères : 66 850

LA CAPTATION MARCHANDE DU COVOITURAGE.
Comment les politiques d'écologisation de la mobilité favorisent le
capitalisme de plateforme en France.

Sébastien SHULZ
Post-doctorant à l'Université de Technologie de Compiègne

Résumé :

Après des débuts mitigés, le marché des plateformes de covoiturage courte distance connaît un essor et un soutien public importants au nom de la transition écologique du secteur de la mobilité. Pourtant, la solution d'un marché de plateformes numériques en vue de répondre aux enjeux environnementaux de la voiture individuelle ne va pas de soi. Pour comprendre comment cet alignement a été opéré, j'ai mené l'enquête à travers des entretiens semi-directifs (N=22), la récolte de littérature grise et d'articles de presse (N=698), ainsi que l'observation des caractéristiques sociotechniques des principales plateformes (N=5). J'ai analysé ce matériau en me plaçant au croisement des sociologies de la construction des marchés et des agencements marchands. L'article montre pourquoi et comment l'État favorise le modèle des plateformes capitalistes techno-marchandes par rapport aux deux autres modèles (coopératif et social) en contribuant à construire une économie de la captation. Il conclut sur la tension entre les objectifs d'écologisation du secteur de la mobilité porté par l'État, et son soutien aux plateformes capitalistes dont le modèle est susceptible d'entraîner des « effets rebonds ».

Mots-clés : plateforme, covoiturage, économie numérique, construction politique des marchés, transition écologique

INTRODUCTION

Dans les premières lignes de son bilan d'impact, Blablacar explique qu'« avec des véhicules optimisés sur la route, la plateforme a contribué à économiser 1,5 million de tonnes de CO2 en 2022¹ ». Cette entreprise française est une *success story* de l'économie de plateforme avec 26 millions d'utilisateurs actifs et une capitalisation boursière avoisinant 2 milliards d'euros. Si elle domine aujourd'hui le marché du covoiturage longue distance, des dizaines de plateformes dédiées au covoiturage courte distance sont apparues depuis le milieu des années 2010. Les médias présentent le covoiturage du quotidien comme une pratique qui « prend de l'ampleur² ». Des politiques nationales volontaristes sont mises en place afin d'encourager le développement de ce marché dans l'optique de contribuer à la transition écologique du secteur de la mobilité. Dans le dernier Plan national covoiturage du quotidien (2023), le gouvernement se donne pour objectif de multiplier par trois le nombre de trajets covoiturés par jour ce qui permettrait de réduire « l'équivalent d'1 % des émissions annuelles de gaz à effet de serre de la France³ ». Depuis l'arrivée au pouvoir d'Emmanuel Macron, on voit ainsi se dessiner un relatif consensus entre le problème public environnemental de la voiture individuelle et la solution du marché des plateformes de covoiturage courte distance pour y répondre.

Pourtant, ce consensus ne va pas de soi. D'abord, le covoiturage a longtemps été considéré comme une pratique de mobilité solidaire et non-marchande (Baumgartner et al., 2014). Juridiquement, il est d'ailleurs défini comme « l'utilisation en commun d'un véhicule terrestre à moteur par un conducteur et un ou plusieurs passagers, effectuée à titre non onéreux, excepté le partage des frais, dans le cadre d'un déplacement que le conducteur effectue pour son propre compte⁴ ». Ensuite, le covoiturage courte distance repose en grande majorité sur des relations interpersonnelles : si un tiers des Français utilisent les plateformes numériques pour trouver des trajets longue distance, le chiffre tombe à 3% pour les trajets du quotidien où les équipages se forment de manière informelle au sein de familles, de groupes de collègues ou d'amis (Ba et Chassignet, 2015). Enfin, les covoitureurs sont principalement motivés par des raisons économiques, loin devant les préoccupations environnementales

¹ <https://blog.blablacar.fr/about-us>

² https://www.lemonde.fr/economie-francaise/article/2023/04/28/le-covoiturage-du-quotidien-une-pratique-qui-prend-de-l-ampleur_6171337_1656968.html

³ https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/22243_plan-Covoiturage_DP_V2maj.pdf

⁴ (Nous soulignons) Code des transports - Article L3132-1

(Delcampe, 2018). À première vue, le covoiturage est donc une pratique qui n'est ni marchande, ni ouillée par le numérique, ni motivée par l'écologie. Au vu de ces éléments, la problématique à laquelle l'article cherche à répondre est la suivante : pourquoi, par qui et comment le marché des plateformes de covoiturage a-t-il été construit comme une solution pour soutenir la transition écologique du secteur de la mobilité ?

Un nombre croissant de travaux ont étudié l'économie des plateformes (Evans et Schmalensee, 2016 ; Vallas et Schor, 2020). Ils ont étudié comment s'organise cette économie en montrant l'importance de l'« effet de réseau » où l'utilité d'une plateforme augmente avec le nombre de ses utilisateurs (Katz et Shapiro, 1994). Cela conduit les plateformes à chercher des moyens de conquérir rapidement des parts de marché pour atteindre une masse critique. Casprini *et al.* (2019) ont analysé les stratégies commerciales déployées par Blablacar pour s'imposer sur le marché des plateformes de covoiturage : se constituer comme la marque référente, nouer des alliances avec des entreprises du secteur, racheter les concurrents directs. Des travaux en droit et en sciences politiques se sont également intéressés, en amont, à la régulation des plateformes de l'économie collaborative (Chang, 2015 ; Martini, 2017 ; Xue, Tian et Zhao, 2020). Collier *et al.* (2018) montrent comment Uber a déstabilisé les réglementations locales et fédérale des taxis aux États-Unis, d'abord en ne s'y conformant pas, puis en cherchant à élaborer de nouvelles législations à leur avantage. Mais ces travaux sont moins nombreux dans le cas des plateformes de covoiturage. Casprini *et al.* (2019) n'étudient pas les stratégies de plaidoyer mises en œuvre par Blablacar auprès des pouvoirs publics. La thèse de Vincent (2008) a été l'une des premières à enquêter sur l'émergence du marché du covoiturage en France, mais faute de recul historique n'a pas pu en étudier la structuration. Delaunay (2018, 2019) documente l'apparition de multiples opérateurs privés issus du monde Internet et la manière dont ils ont noué des relations avec les collectivités locales pour obtenir des monopoles territoriaux. Prenant une perspective européenne, Montero (2019) étudie les régulations des marchés de plateforme de covoiturage en s'intéressant moins à leurs processus d'élaboration qu'à leurs effets. Ces travaux, sur lesquels s'appuie l'article, ont donc plutôt étudié l'aval que l'amont du marché des plateformes de covoiturage, ne permettant pas de saisir de manière satisfaisante les dynamiques de sa construction (Aguiléra et Pigalle, 2021 ; Verheyen *et al.*, 2022).

Pour répondre à notre énigme et enrichir cette littérature, notre démarche s'inscrit au croisement d'une sociologie économique attentive aux dimensions

politiques de la construction des marchés (Dobbin, 1994 ; Fligstein, 2002 ; François, 2008), et d'une sociologie des agencements marchands s'intéressant aux dispositifs qui équipent les marchés (Callon et al., 2017 ; Trompette, 2005). Elle nous amène à élaborer trois axes analytiques qui structurent l'article. Le premier axe adopte une perspective historique pour comprendre *pourquoi* le covoiturage, pratique locale, solidaire et informelle, s'est transformé en un marché du secteur de la mobilité écologique autour d'entreprises lucratives issues du monde numérique. Le second axe conduit un travail catégoriel pour caractériser *qui* sont ces acteurs économiques qui se positionnent aujourd'hui sur ce marché en étant attentifs aux différents « modèles de plateforme » qu'ils proposent. Le troisième axe consiste à comprendre *comment* les politiques économiques et les agencements marchands élaborés par les pouvoirs publics avantagent certains modèles de plateforme plutôt que d'autres.

Afin de mener l'enquête, quatre corpus ont été constitués. Pour le premier axe historique, j'ai réalisé une revue de littérature ainsi qu'un corpus original d'articles de presse française de 1960 à 2023 construit à travers Europress. La recherche comportait les termes « voiture » et « autostop » ou « covoiturage » dans l'introduction ainsi que les termes « problème » ou « difficulté » dans le corps du texte (N=698). Pour le second axe, j'ai sélectionné cinq des principaux opérateurs (Blablacar, Klaxit, Karos, Mobicoop et Ecov) afin de conduire une dizaine d'entretiens semi-directifs avec leurs présidents, responsables des affaires publiques ou salariés (N=9), ainsi que de mener des observations en ligne de leurs sites et applications (N=5). Enfin, pour le troisième axe, j'ai mené une dizaine d'entretiens semi-directifs avec des agents publics nationaux des ministères des Transports et de la Transition écologique ainsi que des élus et agents publics en charge de la mobilité au sein de collectivités territoriales (N=13). J'ai complété ces entretiens par la récolte d'un ensemble de littérature grise produite par les pouvoirs publics sur le covoiturage courte distance : textes de loi ⁵, rapports publics ⁶ et communications institutionnelles⁷. L'ensemble de ces corpus a été analysé de manière semi-inductive à travers les outils de l'analyse thématique (Guest, MacQueen et Namey, 2011).

⁵ Lois LOTI (1982), LAURE (1996) et LOM (2019)

⁶ CEREMA (2018), ADEME (2015)

⁷ Principalement à partir du contenu de l'Observatoire national du covoiturage au quotidien <http://observatoire.covoiturage.beta.gouv.fr/actualites>

L'article parvient à trois résultats originaux. Premièrement, il enrichit la littérature de l'économie des plateformes en mettant au jour une typologie de trois modèles de plateforme de covoiturage : « capitaliste techno-marchande », « coopérative techno-militante » et « sociale techno-infrastructurelle ». Deuxièmement, il contribue à la sociologie de la construction des marchés en montrant que le soutien législatif de l'État en faveur des plateformes capitalistes peut se comprendre autant par la force de plaidoyer de ces dernières, que par la préférence culturelle des membres du gouvernement Marcon pour les solutions techno-marchandes aux enjeux écologiques (Pardi, 2021). Troisièmement, l'article montre que, en deçà du droit, le soutien de l'État aux plateformes capitalistes se matérialise par la mise en place d'agencements marchands qui canalisent les covoitureurs vers ces plateformes en contribuant à la construction d'une économie de la captation (Trompette, 2005).

SOCIO-HISTOIRE DE L'ÉMERGENCE D'UN MARCHÉ DES PLATEFORMES DE COVOITURAGE AU SERVICE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

L'organisation d'un auto-stop solidaire (1945-1970)

Si la pratique de l'auto-stop existe depuis au moins le XIXe siècle lorsqu'une partie du transport s'effectuait en calèche, c'est à partir de la fin de la Seconde Guerre mondiale qu'elle se développe. Alors que la voiture individuelle reste onéreuse, cette période connaît la démocratisation des vacances et la construction médiatique d'une « jeunesse » emprunte d'esprit d'aventure. Comme le rapporte l'historien A.D. Houte (2020), l'auto-stop est alors une pratique informelle à l'image plutôt positive qui commence à s'institutionnaliser⁸. En France, des associations apparaissent pour la promouvoir à l'instar de l'Union Fédéral Stoppiste. Les services de la Gendarmerie observent ses tendances. Quelques réglementations sont mises en place pour encadrer la pratique des mineurs et des conscrits. Le Haut Comité de la jeunesse dirigé par Maurice Herzog (1958-1963) propose la création d'une « carte nationale d'auto-stoppeur ».

⁸ Il faudrait nuancer cette image positive en précisant, comme le montre un sondage publié par le journal Sud-Ouest, que certains publics (soldats permissionnaires ou enfants) avaient meilleure presse que d'autres (« stoppeur 'professionnel' surchargé de bagages et assez sale »). Archives : Sud Ouest, Bordeaux, dimanche 19 avril 1959, p. 11

Dans la même période, la pratique de l'auto-stop encore informelle commence à s'organiser (Delaunay, 2018, p. 117-189). En 1958, l'association Provoya (qui devient Allostop) met en place un centre d'appel téléphonique pour mettre en relation passagers et automobilistes. D'abord conçue pour l'entraide estudiantine, la démarche connaît un certain succès auprès d'un public précaire. D'autres organisations similaires se créent et se regroupent au sein de la Fédération nationale des associations d'auto-stop. Si la décennie 1960 connaît un certain recul de l'auto-stop dû à la démocratisation des cyclomoteurs, à la mortalité routière, ou encore au sentiment d'insécurité alimenté par des faits divers, les deux chocs pétroliers de la décennie suivante poussent les pouvoirs publics, comme les associations d'automobilistes, à mener des campagnes de sensibilisation pour l'encourager.

Ainsi, entre la sortie de la Guerre et la fin des années 1970, l'auto-stop s'organise et devient une solution de mobilité offerte à un public non motorisé, souvent précaire, dans une perspective de réduction des inégalités sociales.

« Bouchons » et « gaz d'échappement » : l'apparition des problèmes de l'autosolisme (1980-2000)

Dans les années 1980, les pratiques d'auto-stop diminuent (Ferguson, 1997). La voiture individuelle domine les modes de transport en entraînant de nombreuses reconfigurations territoriales (étalement urbain et périurbain) qui renforcent à leur tour le « système automobile » (Demoli et Lannoy, 2019). Mais l'augmentation du nombre de voitures en circulation, combinée à la diminution de leur taux de remplissage, entraîne de nombreux désagréments malgré d'importants investissements dans l'infrastructure routière. À partir des années 1980, deux problèmes publics suscitent des contestations : la congestion urbaine et la pollution de l'air. Les critiques contre les « bouchons » et les « gaz d'échappement » sont progressivement relayées dans les médias et récupérées par certains acteurs politiques⁹. L'usage individuel de la voiture, qualifié d'« autosolisme », est dénoncé comme le principal responsable de ces maux, et le report vers des modes de transports collectifs comme la principale solution¹⁰.

⁹ À titre d'exemple, en 1989 des élus du Parti Communiste Français de Bordeaux appellent les Bordelais à « manifester contre les embouteillages, la pollution [...] engendrés par la saturation automobile ». Archives : Sud Ouest, Bordeaux, lundi 5 juin 1989, p. 8

¹⁰ Un article des Echos titré « Pollution en région parisienne: l'automobile est mise en cause » termine par encourager le « covoiturage destiné à inciter les automobilistes qui utilisent le même trajet à partager une voiture ». Archives : Les Echos, lundi 14 février 1994, p. 9.

La Loi d'Orientation sur les Transports Intérieurs (LOTI) de 1982 signe la première étape d'une prise en compte des problèmes liés à l'autosolisme par l'État. L'objectif affiché par le nouveau gouvernement socialiste vise la planification des déplacements et le report modal vers des transports partagés. La loi incite « les entreprises et les collectivités publiques à favoriser le transport de leur personnel, notamment par l'utilisation des transports en commun et du covoiturage¹¹ ». Ces mesures sont renforcées par la Loi sur l'Air et l'Utilisation Rationnelle de l'Énergie (LAURE) de 1996 puis la loi Solidarité et Renouvellement Urbain (SRU) de 2000.

Progressivement, la question climatique prend une importance croissante dans les débats publics sur les pollutions liées à la voiture individuelle (Clochard, Rocci et Vincent, 2008). Suite au sommet de Rio pour le climat (1992), les politiques publiques de transport sont encouragées à privilégier « les véhicules à forte densité d'occupation [afin de] promouvoir des systèmes de transports urbains efficaces et écologiques¹² ». Le protocole de Kyoto (1997), sa prise en compte par l'Union Européenne (2001¹³) et sa traduction législation en France (2004¹⁴), convergent vers l'objectif de « rationaliser l'usage de la voiture individuelle ».

Par rapport à la période précédente, ce n'est plus l'inégalité d'accès aux voitures individuelles, mais leur trop grand nombre et les effets négatifs associés - embouteillages, pollution de l'air - qui apparaissent comme des problèmes publics. L'auto-stop organisé est alors désigné par l'État comme une des solutions pour y remédier. Le terme de « covoiturage », qui apparaît en 1989 dans un arrêté des transports, témoigne de son institutionnalisation.

Internet, l'arrivée des plateformes, et l'apparition du marché de covoiturage (2000-2020)

Les décennies 2000 et 2010 connaissent une triple évolution pour la pratique du covoiturage. D'abord, Internet se massifie. Selon Vincent, « Internet peut être perçu comme l'outil technique qui se trouve véritablement à l'origine de la diffusion sociale du covoiturage » (2008, p. 93). Des associations nationales

¹¹ Art. 28-6 de la loi n° 82-1153 du 30 décembre 1982 d'orientation des transports intérieurs modifiée en 1996 et 2000.

¹² <https://www.un.org/french/ga/special/sids/agenda21/action7.htm>

¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=celex%3A52001DC0370>

¹⁴ https://unfccc.int/resource/country/plan_climat_fr.pdf

et locales développent des sites web pour permettre aux usagers d'organiser leurs trajets pendulaires (domicile-travail). Puis les innovations de l'Internet mobile (applications, algorithmes, géolocalisation, etc.) permettent de développer un covoiturage dit « dynamique » à la fois moins contraignant et plus flexible, basé sur des plateformes, et mieux adapté à la courte distance (Delaunay, 2018).

La seconde évolution concerne la multiplication d'opérateurs privés attirés par le potentiel économique d'une demande croissante. Des experts promettent des profits colossaux. Dans une étude datant de 2006, deux chercheurs estiment le « marché des places vides » à 500 milliards de dollars (Hartwig et Buchmann, 2006). Au tournant des années 2010, cette demande potentielle est stimulée par les grèves des transports en commun, et de manière conjoncturelle par l'augmentation du prix du pétrole et la crise économique de 2008, qui entraînent un regain d'intérêt populaire et médiatique pour la pratique du covoiturage¹⁵.

La troisième évolution fait suite aux législations des décennies 1980 et 1990 qui incitent les organisations publiques et privées à encourager le covoiturage courte distance auprès de leurs habitants et de leurs salariés. Les collectivités s'engagent dans ces démarches pour s'aligner aux engagements français sur la scène internationale tout en répondant aux préoccupations locales : pollution de l'air, engorgement des centres-villes, insuffisance des transports publics de territoires ruraux « enclavés » (Aguilera, Conti et Le Néchet, 2017). Les entreprises se lancent dans la promotion du covoiturage pour verdir leur image, rationaliser leur foncier (places de parking) et améliorer l'accessibilité de leurs sites en zones d'activité périurbaines (Lejoux, 2014). Ces organisations publiques et privées pourraient recourir à des moyens internes. Mais elles font majoritairement appel à des opérateurs privés pour organiser leur démarche de covoiturage au vu des compétences techniques et organisationnelles requises.

Cette triple évolution participe à l'apparition d'un marché des plateformes de covoiturage. Par rapport aux deux premières périodes, la voiture n'est plus rare ou en excès, mais se transforme en une « ressource » : les places vides deviennent à la fois une solution politique aux problèmes de l'autosolisme et

¹⁵ Comme le rapportent de nombreux articles et tribunes publiés à cette période, le covoiturage devient une solution économique aux grèves et à la hausse du carburant : « on n'a pas de pétrole mais une idée : le covoiturage ». Archives : Le progrès - Lyon, vendredi 29 septembre 2000 et Sud-Ouest Périgueux, mardi 27 mars 2012

un marché pour les intermédiaires qui se proposent de les remplir (Delaunay, 2018). En France, une soixantaine d'entreprises de covoiturage de proximité se créent entre 2000 et 2015. Dans un premier temps, cette multiplication des opérateurs privés conduit, à cause de la dispersion de l'offre et de la difficulté pour les plateformes d'atteindre une masse critique, à un effondrement partiel du marché. Mais depuis une dizaine d'années, ce dernier est parvenu à se structurer autour de quelques plateformes, et grâce au soutien de politiques nationales, qui seront étudiées respectivement dans les deux prochaines parties.

TROIS MODÈLES DE PLATEFORME DU COVOITURAGE. DISCOURS ÉCOLOGIQUE, MODÈLE ÉCONOMIQUE, DISPOSITIF SOCIOTECHNIQUE.

À partir de la fin des années 2010, quelques opérateurs se sont progressivement imposés sur le marché français du covoiturage courte distance en portant des discours, des modèles économiques et des dispositifs hétérogènes. En étudiant les cinq principaux opérateurs français, je mets au jour trois modèles de plateformes : capitaliste, coopératif et social. Au-delà de son intérêt descriptif, cette catégorisation permet, pour la suite de la démonstration, de mieux saisir leurs revendications auprès des pouvoirs publics et, en retour, les raisons qui poussent ces derniers à privilégier certains modèles par rapport à d'autres.

Les plateformes capitalistes au service d'une transition écologique « techno-marchande »

Le premier modèle de plateformes est composé d'opérateurs privés comme Karos, Klaxit et BlaBlaCar Daily¹⁶. Ces entreprises sont fondées par des entrepreneurs issus d'écoles de management ou d'ingénieurs insérés dans l'écosystème des start-ups numériques. Le fondateur de Klaxit, ingénieur de l'INSA et diplômé d'HEC Paris, a été coprésident de l'Alliance des mobilités, une organisation de plaidoyer qui réunit « les start-ups des nouvelles mobilités¹⁷ ». Le fondateur de Blablacar, reçu à l'ENS en physique, est élu

¹⁶ BlaBlaCar Daily a racheté Klaxit en 2023.

¹⁷ alliance-des-mobilites.com

président de l'association de lobbying France Digital qui se déclare comme « la plus grande communauté de start-ups d'Europe¹⁸ ».

Ces entreprises légitiment leur action en construisant un lien logique entre croissance économique, innovation technologique et transition écologique. Comme l'explique un de ces représentants en entretien :

« c'est le pari qu'on a fait, oui on a un modèle capitaliste, donc il peut y avoir un jugement moral, mais en revanche c'est ce modèle qui nous a permis de grandir et d'atteindre des millions de tonnes économisés chaque année [...] c'est un modèle qui a fait ses preuves pour s'adresser au plus grand nombre¹⁹ ».

Dans leurs discours, leur croissance économique leur permet d'investir dans des stratégies efficaces pour attirer de nouveaux covoitureurs, ce qui réduit les émissions de gaz à effet de serre dû à la voiture tout en augmentant leur croissance, ce qui leur permet d'investir pour attirer de nouveaux covoitureurs, et ainsi de suite.

Leur modèle économique repose sur deux piliers. Premièrement, ces entreprises se livrent à d'importantes activités financières. Elles cherchent à lever rapidement des fonds pour développer des technologies numériques performantes et lancer des campagnes commerciales afin de conquérir des parts de marché. Elles conduisent des stratégies de fusion et d'acquisition pour acheter des concurrents conduisant depuis une dizaine d'années à une forte concentration de l'offre. Deuxièmement, ces entreprises génèrent des profits de trois manières : en vendant des services d'accompagnement aux collectivités et aux entreprises, en leur vendant des licences pour utiliser leurs plateformes, ainsi qu'en prélevant des commissions sur les trajets réalisés par les passagers. Mais à la différence des services longue distance, ces commissions sont principalement payées par des entreprises ou des collectivités clientes qui offrent à leurs salariés ou à leurs habitants la possibilité d'être passagers d'un covoiturage pour un faible montant, tout en assurant un minimum de revenu aux conducteurs. Les opérateurs capitalistes défendent que l'incitation financière est le principal levier pour motiver les conducteurs à proposer leurs places vides. Comme ils l'écrivent dans une plaquette à destination des élus : « sur la distance courte : pas de subvention des trajets = pas de trajet²⁰ ». C'est la raison pour laquelle ils cherchent à nouer

¹⁸ francedigital.org

¹⁹ Entretien, 19 avril 2023

²⁰ <https://alliance-des-mobilites.com/wp-content/uploads/2022/07/Guide-des-Nouvelles-Mobilite%CC%81s-1.pdf>

des partenariats avec des collectivités et obtenir des subventions publiques qui font partie intégrante de leur modèle économique.

Enfin, leurs plateformes numériques ont été élaborées pour permettre le déploiement de leur modèle économique. D'une part, ces entreprises portent une attention particulière à l'expérience des usagers finaux qui paient une commission pour utiliser leur service. Comme le rapport un employé de Blablacar :

« Nous, notre expertise c'était avant tout de l'expertise BtoC [business to client], on a une ADN de boîte Tech, et notre objectif c'est de proposer une expérience qui soit simple d'utilisation à nos usagers, qu'ils soient conducteurs ou passagers²¹ ».

Ils investissent dans l'ergonomie des sites et des applications, la finesse des algorithmes d'appariement et la puissance des serveurs web. D'autre part, ces entreprises investissent dans la sécurité de leur dispositif pour accroître leur degré de confiance vis-à-vis de l'État et des collectivités qui sont leurs principaux financeurs et clients. Pour les rassurer contre les risques de fraude, ces entreprises obligent les utilisateurs à transmettre des informations personnelles, à effectuer leurs transactions sur la plateforme et à diffuser leurs traces GPS pour s'assurer que les trajets aient bien été réalisés. Ce dispositif de confiance permet également de collecter des données qui sont transmises aux collectivités clientes sous la forme d'interfaces de *reporting* pour « piloter » leurs politiques d'aide au covoiturage, données dont ils restent néanmoins propriétaires.

Je qualifie ces plateformes de « capitalistes techno-marchandes » au sens où leur modèle articule une promesse écologique par l'augmentation du nombre de covoitureurs, à un objectif capitaliste de croissance, et un dispositif à forte densité technologique.

Les plateformes coopératives pour une transition écologique « technomilitante »

Le second modèle de plateformes est développé par une association (ex. La route verte) et une entreprise coopérative (ex. Mobicoop). Elles ont été fondées par des ingénieurs et des entrepreneurs issus de l'économie sociale et solidaire, insérés dans le monde numérique, et engagés dans le militantisme écologique. L'exemple type de ce modèle de plateforme est la société

²¹ Entretien, 13 avril 2023

coopérative d'intérêt collectif Mobicoop. Cette coopérative, qui résulte de la fusion de trois entreprises sociales existantes²², est fondée en 2018 par Bastien Sibille. Ce dernier, engagé de longue date pour une rencontre entre le monde Internet et l'économie sociale et solidaire²³, est à la tête des Licoornes, une fédération de coopératives engagées dans la « transition post-capitaliste de l'économie²⁴ ».

La promesse écologique portée par Mobicoop cherche à construire un lien logique entre le modèle coopératif et la transition écologique de l'économie. Comme le soutient B. Sibille :

« si on veut faire la transition, il faut sortir du capital. Les sociétés à capitaux appellent plus de capitaux, donc à la croissance. Donc il faut des acteurs coopératifs qui ne fassent pas de la croissance pour la croissance. On ne veut pas vider des trains par exemple²⁵ ».

Un des arguments centraux de leur discours consiste à défendre que le modèle coopératif, avec sa lucrative limitée et sa gouvernance partagée, permet de garantir la soutenabilité de leur modèle avec d'autres acteurs de la mobilité décarbonée (trains, transports en commun). Comme le résume leur premier slogan « moins de bagnoles, plus de rossignols », leur objectif n'est pas d'augmenter le nombre de covoitureurs (à l'instar des plateformes capitalistes), mais de réduire le nombre de voitures en circulation.

Leur modèle économique repose sur deux dimensions. Premièrement, la structure financière de Mobicoop permet à des investisseurs privés comme publics de prendre des parts dans la coopérative. Cependant, B. Sibille reconnaît les freins juridiques et cultures des collectivités et des institutions publiques pour entrer au capital des SCIC. La Banque des territoires a ainsi participé à une levée de fonds d'un peu moins d'un million d'euros en 2022 pour promouvoir « une mobilité durable et inclusive²⁶ », une somme bien inférieure à celles levées par les plateformes capitalistes. Deuxièmement, Mobicoop vend des prestations aux entreprises et surtout aux collectivités : conseil, animation de communauté, personnalisation en marque blanche de la plateforme. À la différence du modèle des plateformes capitalistes, la

²² Les coopératives covoiturage-libre.fr, Rezopouce et l'entreprise Covivo.

²³ april.org/economie-sociale-et-logiciels-libres-le-temps-de-l-alliance

²⁴ licoornes.coop/

²⁵ Entretien, 1 septembre 2022

²⁶ [https://www.banquedesterritoires.fr/sites/default/files/2022-](https://www.banquedesterritoires.fr/sites/default/files/2022-03/CP_Mobicoop_Macif_Banque%20des%20Territoires_Socoden_16032022.pdf)

[03/CP_Mobicoop_Macif_Banque%20des%20Territoires_Socoden_16032022.pdf](https://www.banquedesterritoires.fr/sites/default/files/2022-03/CP_Mobicoop_Macif_Banque%20des%20Territoires_Socoden_16032022.pdf)

coopérative ne prélève pas de commission sur les trajets individuels et ne vend pas de licence pour l'usage de ses outils numériques.

Leur dispositif technologique cherche à s'aligner avec leur discours. Du côté de l'infrastructure technique, leur plateforme s'appuie sur un logiciel sous licence libre. « Nous on est en open source, c'est du commun dans ce sens, ça fait partie de notre manière de voir les choses » m'explique un salarié²⁷. Cela implique qu'en théorie n'importe qui peut contribuer et réutiliser la plateforme sans devoir passer par Mobicoop²⁸. Du côté de l'usage, la plateforme n'oblige pas les utilisateurs à s'inscrire. Cette absence de contrainte à l'inscription, qui laisse les utilisateurs libres de passer ou non par la plateforme une fois qu'ils se sont rencontrés, pose deux problèmes principaux : elle empêche la récolte systématique de données que Mobicoop transmet aux collectivités clientes pour évaluer leur politique de covoiturage ; et elle ne permet pas de prévenir les fraudes dans le cas des trajets subventionnés (voir *infra.*). Ce dernier facteur a poussé Mobicoop à développer un système d'identification et de vérification des trajets afin de pouvoir prétendre aux subventions publiques.

Je qualifie ces plateformes de « coopératives techno-militantes » au sens où leur modèle articule : une promesse écologique de diminution des voitures en circulation, à un objectif coopératif de lucrativité limitée et de gouvernance partagée, et à un dispositif à moyenne densité technologique.

Les plateformes sociales pour une transition écologique « infrastructurelle »

Le dernier modèle de plateforme est porté par une entreprise privée qui revendique son engagement pour l'intérêt général. En France, une seule entreprise correspond à ce cas de figure : Ecov. Elle est composée de salariés ayant un lien avec la fonction publique à travers leur attachement familial, leur formation ou leur parcours professionnel. Son fondateur est issu d'une famille d'enseignants, ayant suivi une double formation d'ingénieur et de sciences politiques, avant de rejoindre une Région au cabinet en charge de la transition énergétique puis le ministère de la Transition écologique. En 2014, il lance

²⁷ Entretien, 1 mars 2023

²⁸ En pratique, très peu de développeurs externes à Mobicoop ont contribué au logiciel (source : Github) et aucune organisation n'a récupérée le code pour développer son propre logiciel. La métropole de Lyon avait essayé sans succès à cause du manque de documentation (entretien, 28 février 2023).

Ecov qui obtient rapidement le statut d'entreprise solidaire d'utilité sociale (ESUS).

Le discours d'Ecov consiste à présenter son activité comme un « service public de la mobilité » proposant des lignes de covoiturage complémentaires aux lignes de bus dans les zones périurbaines et rurales dans un double objectif écologique et social. Comme me l'explique le fondateur, la promesse d'Ecov consiste à augmenter le taux d'occupation des véhicules en pensant l'ensemble du « système routier comme un transport collectif, donc tu réinterroges tout, l'infrastructure, les véhicules, les données, les politiques publiques comme les ZFE [zone à faible émission] et les voies réservées²⁹ ». Ce qui, selon lui, nécessite des investissements d'infrastructure que seul l'acteur public peut financer.

Le modèle économique d'Ecov se trouve dans une position intermédiaire entre ceux des plateformes capitalistes et coopératives. Les fondateurs ont choisi d'adopter un statut d'entreprise privée (SAS) tout en obtenant un agrément ESUS. « On s'est posé la question de savoir si on faisait quelque chose plus d'intérêt général, type SCIC, mais si on faisait ça, en gros on aurait eu plus de difficulté pour lever des financements³⁰ ». Le double statut d'entreprise privée et sociale permet à Ecov d'attirer plus facilement des fonds à impact et des investisseurs publics que les plateformes coopératives. Ils réalisent plusieurs levées de fonds jusqu'à la dernière en date réalisée en 2023 auprès de la Banque des territoires, BNP Paribas, ADEME Investissement et Maif Impact pour un montant de 11,75 millions d'euros. Concernant leur chiffre d'affaires, il est généré par la vente d'études et de prestations - installations d'infrastructures, animation de communauté - aux collectivités territoriales qui représentent la totalité de leur clientèle.

Leur dispositif sociotechnique s'appuie sur un agencement infrastructurel hybride. D'une part, Ecov met en place une infrastructure physique pour baliser les lignes de covoiturage. Cette infrastructure comporte des bornes où les passagers peuvent indiquer leur direction qui apparaît sur des panneaux d'affichage placés le long de la route à la vue de potentiels conducteurs. D'autre part, le dispositif repose sur une plateforme numérique qui permet aux passagers d'indiquer aux conducteurs sans passer par le panneau d'affichage leur direction par application, SMS ou appel. Un algorithme permet aux passagers d'accéder aux informations relatives aux autres modes de transport

²⁹ Entretien, 23 juin 2023

³⁰ Entretien, 23 juin 2023

lorsqu'ils indiquent la direction à laquelle ils souhaitent se rendre. Enfin, bien qu'ils exploitent les données de manière exclusive (à la différence de Mobicoop), ils les transmettent aux collectivités pour assurer la continuité de service en cas de changement d'opérateur (à la différence des plateformes capitalistes).

Je qualifie ce type de plateforme sociale « techno-infrastructurelle » au sens où elle est développée par une entreprise privée ayant un agrément ESUS qui l'oblige à poursuivre une utilité sociale impactant son compte de résultat et comporte une infrastructure hybride à la fois physique et numérique.

Tableau 1. Les trois modèles de plateforme de covoiturage

Modèle de plateforme	Exemple d'entreprise	Objectif écologique	Modèle économique	Dispositif socio-technique
Capitaliste techno-marchande	Blablacar Daily, Karos, Klaxit	Augmenter le nombre de covoitureurs	Entreprise privée à capitaux avec une importante activité financière (levée de fond, rachats, subventions publiques). Vente de service et de licence logiciel aux collectivités et aux entreprises, prélèvement de commission	Site et application sous licence exclusive. Compte sécurisé. Importante analyse des données
Coopératif techno-militantes	Mobicoop, La roue verte	Réduire le nombre de voitures en circulation	Entreprise coopérative à faible activité financière. Vente de service et de développement logiciel aux collectivités et aux entreprises	Site et application sous licence libre. Sans obligation d'inscription. Données ouvertes
Social techno-infrastructurelle	Ecov	Augmenter le taux de remplissage et l'intermodalité	Entreprise privée d'utilité sociale avec une certaine activité financière (levée de fonds). Vente de service aux collectivités	Infrastructure hybride entre une application et des stops dédiés. Données ouvertes à demi.

Ces trois modèles de plateforme - capitaliste techno-marchande, coopératif techno-militante et sociale techno-infrastructurelle - ont des caractéristiques distinctes. Bien qu'elles aient tout intérêt à obtenir le soutien de l'État pour structurer et financer le marché des plateformes de covoiturage courte distance, leurs intérêts divergent quant au fond et à la forme de leurs plaidoyers auprès des acteurs publics comme nous allons le voir maintenant.

LE RÔLE CLÉ DE L'ÉTAT DANS LA STRUCTURATION DU MARCHÉ DES PLATEFORMES DE COVOITURAGE

Depuis quelques années, les plateformes capitalistes techno-marchandes dominent le marché du covoiturage courte distance. Selon Casprini *et al.* (2019), cela peut s'expliquer par leurs compétences commerciales, leurs puissances financières et leurs stratégies d'alliance. Si ces facteurs nous semblent pertinents, ils omettent l'importance du soutien de l'État. Pour comprendre pourquoi l'État avantage les plateformes capitalistes, la sociologie économique avance deux explications : les élites au pouvoir seraient capturées par les intérêts de ces entreprises (Fligstein et McAdam, 2012) et/ou elles auraient une préférence culturelle pour leur paradigme économique (Dobbin, 1994). Mais parce qu'elle privilégie un niveau d'analyse macro, cette sociologie économique n'ouvre pas la « boîte noire » de l'État (Pardi, 2021). Cela l'empêche d'observer comment interagissent les élites économiques et politiques d'une part, et comment l'orientation du marché qui en découle se matérialise dans des politiques économiques et des agencements marchands ayant des effets propres qu'il s'agit d'étudier.

Structurer le marché par le droit. Le cas de la Loi d'Orientation des Mobilités (2017)

Depuis la Loi d'orientation sur les transports intérieurs de 1982, les politiques publiques de transport n'avaient pas connu une réforme d'ampleur. Peu après sa victoire de 2017, Emmanuel Macron annonce une grande loi sur la mobilité. L'élaboration de la Loi d'Orientation des Mobilités (LOM) est une fenêtre d'observation privilégiée pour étudier les effets des rapports de force entre les différentes plateformes et l'État. Sans présupposer *a priori* d'une capture de cette législation par les intérêts capitalistes, j'ai cherché à suivre empiriquement cette séquence législative pour baliser les pratiques de plaidoyer des plateformes de covoiturage d'une part, et la convergence de certains de leurs discours avec ceux de la majorité au pouvoir de l'autre.

Un peu, beaucoup, pas du tout. Les pratiques hétérogènes de plaidoyer

Pour les différents acteurs du marché des plateformes de covoiturage, l'annonce de la LOM est une fenêtre d'opportunité pour mettre à l'agenda leurs revendications. Mais les moyens mis en œuvre pour promouvoir certains

modèles plutôt que d'autres ne sont pas homogènes et contribuent à déterminer l'issue de leur rapport de force.

Bien qu'elles soient concurrentes, les plateformes capitalistes saisissent cette opportunité pour peser collectivement sur l'orientation de la loi. Un responsable des affaires publiques d'une plateforme capitaliste m'explique ainsi que « sur la LOM on travaillait ensemble sur des positionnements communs³¹ ». Leurs représentants se réunissent formellement autour de l'Alliance des mobilités, une organisation qui défend les intérêts des start-ups du secteur des mobilités et dont le fondateur de Klaxit prend la tête. Concernant leurs revendications, « les présidents se retrouvaient pour constater qu'ils étaient alignés, notamment pour demander une rémunération minimum pour les conducteurs³² ». Ils réclament une incitation financière subventionnée par la puissance publique afin de rémunérer les conducteurs, ce qui leur permettrait d'en capter une partie via leur commission tout en augmentant l'offre de covoiturage sur leurs plateformes à moindres frais, ce qui stimulerait « l'effet de réseau » et renforcerait leur domination sur le marché. Durant le processus législatif, ils rédigent des notes, réalisent des auditions, et écrivent des propositions en ce sens. La Haute autorité pour la transparence de la vie publique note ainsi que « deux acteurs majeurs du secteur [des plateformes de covoiturage] ont fait de la représentation d'intérêts à ce sujet », Blablacar et Karos, afin d'« optimiser les incitations à la pratique de covoiturage dans le projet de loi³³ ». En plus de ces pratiques de plaidoyer, ces acteurs entretiennent un lien particulier avec l'exécutif. Le président de BlaBlaCar Frédéric Mazzella interagit régulièrement avec Emmanuel Macron qui lui remet la Légion d'honneur lorsqu'il est ministre de l'Économie, et le rencontre à l'occasion des grands événements du secteur de la Tech ou en comité plus restreint à l'Élysée lorsque ce dernier devient président (Cabanès, 2022).

Ecov engage également une activité de plaidoyer, bien que plus modeste. Pour son président, « on vient de là, Laure, qui est DG [Directrice générale d'Ecov], était conseillère de Borne, elle était au ministère, on est des gens attachés à l'intérêt général³⁴ ». Cette activité de plaidoyer peut se comprendre à la fois par l'importance des investissements publics nécessaires aux infrastructures

³¹ Entretien, anonymisé

³² Entretien, anonymisé

³³ <https://www.hatvp.fr/lobbying/actualites/loi-dorientation-des-mobilites-les-strategies-de-lobbying/>

³⁴ Entretien, 23 juin 2023.

sur lesquelles repose leur modèle de covoiturage, ainsi que par la sociologie des fondateurs et salariés, familiers avec le fonctionnement des ministères et les rouages du travail législatif.

À l'inverse, les fondateurs de Mobicoop n'investissent pas de temps et de moyens dans les activités de plaidoyer. Voici un échange entre deux d'entre eux lorsque je les interroge sur leur activité de lobbying :

« **1.** - moi je ne sais pas si ça vaut le coût de passer ce temps d'un point de vue de Mobicoop. Peut-être que maintenant qu'on a grossi, mais je sais pas.

2. - Oui, mais quand tu vois la loi Mobilité, quand tu vois comment elle avantage Karos, BlaBlacar et autres (...), tu vois que c'est important quand même.

1. - Oui, mais l'Assemblée est à droite de manière écrasante³⁵ ».

Au-delà du manque de ressources, ils ressentent un environnement moins favorable à la promotion de leur modèle. Cette réticence à mener des activités de plaidoyer peut également se comprendre par la socialisation politique de ces acteurs, habitués à échanger avec les élus locaux et à critiquer ce qu'ils qualifient d' « État capitaliste ».

La préférence gouvernementale pour les solutions techno-marchandes

De son côté, le gouvernement aborde la LOM avec une préférence vis-à-vis de certaines solutions qu'il souhaite encourager. Élisabeth Born, alors ministre des Transports, veut faire du covoiturage un marqueur fort de son mandat. Elle organise les Assises de la mobilité (2017) en vue de la rédaction de la LOM. Voici un extrait de son discours d'ouverture :

« [notre objectif] est de tirer parti de toutes les ruptures que permet le numérique pour offrir des nouveaux services à chacun. Ces ruptures sont partout et redessinent déjà les services des transports, qu'il s'agisse du covoiturage, des VTC ou de l'information multimodale. [...] Un enjeu qui me tient à cœur, c'est de bâtir un cadre de régulation stimulant pour tous les nouveaux acteurs de la mobilité issus de l'économie numérique. [...] Je tiens à ce que [le numérique] soit synonyme de progrès concrets pour les voyageurs et qu'il puisse être le garant d'une mobilité plus durable³⁶ ».

³⁵ Échange informel à l'occasion de l'évènement « covoiturage solidaire », 30 juin 2022.

³⁶

https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/170919_Discours%20EB%20Assises_v7.pdf

Dans la représentation du Président et son nouveau gouvernement, le numérique est autant une évolution inévitable qu'un levier nécessaire pour répondre aux enjeux de la transition écologique (Defilippi, 2022). La communication institutionnelle de la LOM reviendra régulièrement sur l'urgence qu'il y avait à faire entrer le transport dans l'ère « de la mobilité connectée et durable » (Izembard, 2020). Or cette convergence entre innovation numérique et transition écologique doit, à leurs yeux, être réalisée par les acteurs innovants de l'économie numérique marchande.

Les différents moyens mobilisés par les plateformes, ainsi que la réception différenciée de leurs propositions, ont contribué à orienter la rédaction de la loi. La LOM, adoptée en 2019, encourage le covoiturage, à travers deux types de mécanismes. D'une part, comme le réclamait Ecov, des financements pour développer une infrastructure routière adaptée : voies réservées et aires dédiées. De l'autre, comme le réclamaient les plateformes capitalistes, l'instauration de mécanismes d'incitations financières conséquentes. Comme le reconnaît un agent public du ministère des Transports, « on ne sait pas comment augmenter le covoiturage (...). Donc y'a des paris (...) et on a fait le pari de l'incitatif financier³⁷ ».

Bien que ces incitations financières étaient réclamées par les plateformes capitalistes, on pourrait penser qu'elles pourraient profiter à tous les acteurs du secteur. Mais pour comprendre pourquoi cela n'est pas le cas, il faut se pencher sur les instruments économiques et les agencements marchands mis en place pour implémenter ces incitations qui participent d'une économie de la captation.

Subventionner le marché. Le cas des Crédits d'économie d'énergie

Plusieurs mesures sont rapidement prises pour mettre en œuvre les directives de la LOM. Deux plans nationaux de covoiturage (2019-2022 et 2023-2027) ainsi que des mesures du Fonds Vert débloquent des subventions pour inciter au covoiturage³⁸. L'État s'engage à verser directement une prime de 100€ pour tous les nouveaux conducteurs ainsi qu'à soutenir les collectivités qui proposent des incitations financières à leurs habitants en ajoutant un euro versé par l'État pour chaque euro versé par la collectivité. Ces mesures, rapidement élaborées dans un contexte géopolitique favorable aux pratiques

³⁷ Entretien, 29 mars 2023

³⁸ le Fonds vert doté de 2 milliards d'euros est lancé par Elisabeth Borne alors Première ministre pour soutenir la transition écologique des territoires.

de « sobriété énergétique » lié à la guerre d'Ukraine³⁹, bénéficient aux plateformes capitalistes⁴⁰. Comme me le rapporte un de leurs porte-parole « sur le Fonds Vert et le Plan covoiturage, qui ont fait l'objet d'actions de lobbying concerté [on a] protégé nos intérêts⁴¹ ». Un dernier instrument économique plus discret, mais important, a été développé durant cette séquence politique : les Crédits d'économie d'énergie (CEE).

Encadré 1. Les Crédits d'économie d'énergie

Ce dispositif lancé en 2005 vise à maîtriser la dépense énergétique nationale en obligeant les fournisseurs d'énergie à financer des organisations qui réalisent des opérations d'économies d'énergie. Les fournisseurs d'énergie (Total, etc.) ont des objectifs trisannuels imposés par les pouvoirs publics à respecter sous peine de pénalités financières. Les bénéficiaires (ménages, collectivités, entreprises) afin de pouvoir jouir de ce mécanisme doivent d'abord obtenir un accord du ministère chargé de l'énergie qui passe par la rédaction d'une fiche, spécifique pour un bénéficiaire ou standardisée pour tout un secteur, qui détermine le montant des économies d'énergie effectivement réalisées par leurs opérations (comme la rénovation thermique d'un bâtiment). Les bénéficiaires doivent ensuite négocier avec les fournisseurs pour leur vendre leurs certificats d'économie d'énergie.

Dès 2012, BlaBlaCar avait demandé et obtenu la création d'une fiche spécifique pour le covoiturage longue distance, puis une autre pour la courte distance, lui permettant d'aller chercher des financements auprès de fournisseurs d'énergie. La plateforme avait notamment négocié un partenariat avec Total pour offrir à tout nouveau covoitureur des bons d'essence de 25€, tout en réalisant une marge par rapport au prix réel du CEE supérieur à 25€ que leur versait Total. Karos et Klaxit avaient emboîté le pas en demandant la création de fiches spécifiques. Le contenu de ces fiches est inconnu car il est couvert par le secret des affaires. Mais certains de nos enquêtés dénoncent l'importance qu'a eu ce mécanisme financier pour permettre à ces plateformes

³⁹ Entretien, agent au ministère de la Transition écologique. 29 mars 2023.

⁴⁰ Par exemple, la prime de 100€ est versée pour tous les nouveaux conducteurs qui s'initieraient au covoiturage, à condition que ces derniers passent par l'intermédiaire d'une plateforme numérique, et que celle-ci verse une première partie lors du premier covoiturage et le reste si le conducteur effectue dix trajets en moins de trois mois. Cette condition, défendue par les opérateurs privés lors des négociations, permet d'assurer une captation et une fidélisation des primo-covoitureurs sur leurs plateformes.

⁴¹ Entretien, anonymisé

de réaliser d'importantes marges sur la vente des CEE⁴², tout en abaissant leur coût d'acquisition de nouveaux clients par rapport aux autres plateformes, ce qui était un argument pour attirer leurs investisseurs. Au point que Bercy s'est inquiété d'une distorsion de concurrence et a contraint l'organisme en charge des CEE à rédiger une fiche standardisée pour l'ensemble des opérateurs du secteur dans le sillage de la loi LOM.

La rédaction de cette fiche standardisée a fait l'objet d'importants débats. La première version a été rédigée par l'administration en charge des CEE en reprenant des éléments des fiches spécifiques. Elle a ensuite fait l'objet de négociations avec les trois plateformes capitalistes avant qu'Ecov et plus tardivement Mobicoop rejoignent les discussions. Deux points ont cristallisé les tensions. Premièrement, pour savoir à qui verser l'argent, il fallait déterminer qui réalise concrètement l'économie d'énergie. Les opérateurs capitalistes souhaitaient, soit être désignées en considérant que sans leur plateforme le covoiturage ne pouvait pas avoir lieu, soit que les conducteurs le soit, ce qui allait dans le sens de leur stratégie commerciale. Mobicoop et Ecov estimaient à l'inverse que c'était les passagers qui devaient bénéficier des CEE car c'était eux qui évitaient de prendre un transport polluant. Ecov considérait également que les collectivités pouvaient prétendre à ce titre si l'on prenait à la lettre le mot des plateformes capitalistes « pas de subvention = pas de covoiturage ». L'administration a finalement tranché pour désigner les conducteurs. La fiche précise que ces derniers ne pourront bénéficier des CEE qu'à condition de passer « par le biais d'une plateforme numérique ».

Deuxièmement : comment calculer l'économie d'énergie réalisée par une opération de covoiturage afin d'estimer la somme versée ? Pour obtenir un chiffre, il a fallu prendre en compte plusieurs éléments : la distance moyenne des trajets, le nombre moyen de passagers, la consommation moyenne par voiture ou encore le changement potentiel de comportement dans le temps : un conducteur qui réalise un trajet grâce à une incitation va peut-être en effectuer d'autres, qu'il faut prendre en compte dans le calcul. Comme l'admet la rédactrice de la fiche, il y avait « des désaccords sur tout [rires]⁴³ ». Mais les plateformes capitalistes, de par leurs dispositifs sociotechniques (voir *supra*), avaient l'avantage d'avoir une quantité plus importante de données sur les pratiques de covoiturage que les autres opérateurs et l'administration elle-

⁴² Un de nos enquêtés avance que Blablacar se serait « fait 300 et 700 millions entre 2016 et 2022, en marge brute, qu'avec les CEE. C'est colossale » (Entretien, anonymisé) mais nous n'avons pas été en moyen de le vérifier.

⁴³ Entretien, 14 avril 2023

même. Finalement, l'hypothèse retenue a été de considérer qu'un néo-covoitureur allait réaliser 5 trajets de covoiturage de 20 à 25km par semaines pendant 5 ans, soit autant d'énergie économisée.

Cette fiche CEE a été dénoncée par la revue Alternatives Économiques comme « un dispositif opaque qui profite aux opérateurs privés⁴⁴ ». Non seulement la quantité de trajets semble trop élevée par rapport à la réalité, mais ce calcul « verrouille » les bénéficiaires à une plateforme: à partir du premier trajet d'un conducteur sur une plateforme, cette dernière touche les CEE du conducteur sur les 5 prochaines années, empêchant tous les autres opérateurs d'en bénéficier. Comme l'explique un opérateur: « t'as une course à l'échalote pour faire s'inscrire un conducteur une fois, pour les mettre dans la base, et Blablacar a là-dessus une avance énorme⁴⁵ ».

Dans une économie où l'effet de réseau joue à plein, attirer de nouveaux utilisateurs permet d'augmenter auprès de tous les usagers l'utilité de la plateforme, ce qui renforce la position de cette dernière. En orientant le dispositif CEE à leur avantage, les opérateurs capitalistes techno-marchands ont façonné cet agencement marchand dans l'optique de canaliser de nouveaux utilisateurs vers leurs plateformes en participant à une économie de la captation (Trompette, 2005).

Outiller le marché. Le cas du Registre de preuve de covoiturage.

Au-delà des instruments économiques, plusieurs dispositifs numériques ont été développés par l'administration pour outiller le marché des plateformes de covoiturage⁴⁶. L'un d'entre eux - le Registre de preuve de covoiturage - est un cas paradigmatique d'agencement marchand permettant l'instauration d'une transaction entre un offreur et un acheteur (Callon et al., 2017). Il a ceci d'intéressant que, alors qu'il n'a fait l'objet d'aucune stratégie volontaire de la part du gouvernement ou des plateformes capitalistes, il avantage *de facto* ces dernières.

⁴⁴ Archives - « Le boom du covoiturage est-il lié à l'action du gouvernement ? », Alternatives Économiques, 19 Avril 2023

⁴⁵ Entretien, anonymisé

⁴⁶ À l'instar de Transport.data.gouv développé à la suite de la LOM pour respecter les directives européennes sur l'ouverture des données de transports ou encore de l'Observatoire du covoiturage au quotidien initié par le ministère chargé des Transports et le ministère de la Transformation et de la Fonction publiques, pour suivre l'évolution de la pratique de covoiturage courte distance et mesurer l'impact des politiques publiques d'incitation issues de la LOM.

Le Registre de preuve de covoiturage est un dispositif qui permet de garantir par un tiers de confiance que des trajets aient bien été réalisés. Au milieu des années 2010, le sujet de la fiabilisation des transactions prend de l'importance. Île-de-France Mobilités, qui décide de subventionner des trajets de covoiturage à l'occasion d'une grève importante des transports en commun, commence à s'inquiéter des fraudes. Elle finance la rédaction d'une étude qui propose la mise en place d'un dispositif pour établir des preuves de covoiturage. À la suite de la LOM, qui prévoit de subventionner massivement le covoiturage par des incitations financières, la proposition est reprise et développée au sein de l'incubateur des start-ups d'État beta.gouv.

Le Registre de preuve de covoiturage établit aujourd'hui un standard pour permettre aux opérateurs de donner des garanties sur les trajets effectués à travers leurs plateformes. Trois classes de preuve ont été élaborées. La classe A permet de certifier une mise en relation entre usagers avec une intention de covoiturer. La classe B ajoute à ce premier niveau la garantie que le trajet ait bien été réalisé par au moins un des covoitureurs. La classe C ajoute à ces deux premiers niveaux l'identité individuelle de chaque covoitureur assurant que les deux aient bien réalisé le trajet.

Comme le rapport un des concepteurs du Registre, le dispositif a été pensé à l'origine avec « différents niveaux de preuve en fonction des modèles économiques pour ne pas en mettre un en avant plutôt qu'un autre⁴⁷ ». Par exemple, les plateformes coopératives ne prélevant pas de commissions n'obligeaient pas leurs utilisateurs à s'inscrire, et ne pouvaient donc pas délivrer des certificats de classe C, à l'inverse des plateformes capitalistes. Pourtant, afin d'éviter tout risque de fraude, que les médias commençaient à dénoncer⁴⁸, les acteurs publics ont conditionné leurs subventions à des preuves de classe C. Ce conditionnement a *de facto* avantagé les plateformes capitalistes qui s'y conformaient déjà, tout en obligeant les plateformes coopératives à développer rapidement l'identification et le traçage de ses usagers, allant à l'encontre de leur modèle, pour pouvoir prétendre aux subventions.

⁴⁷ Entretien, 1 mars 2023

⁴⁸ « Covoiturage courte distance : les fraudeurs dans le viseur » titre par exemple La Tribune, Archives, 5 avril 2023. Le nombre d'article avec un cooccurrence « covoiture » et « fraude » passe de 20 en 2020 à 47 en 2023 (source :Factiva).

CONCLUSION

Notre enquête retrace la construction du marché des plateformes de covoiturage. Le premier résultat permet d'enrichir la littérature sur l'économie des plateformes en mettant au jour une typologie originale de trois modèles de plateforme de covoiturage : capitaliste techno-marchande, coopérative techno-militante et sociale techno-infrastructurelle. L'article contribue également à la sociologie de la construction des marchés à travers deux autres résultats. Premièrement, notre enquête confirme l'importance d'enquêter empiriquement sur les relations entre les élites politiques et économiques pour déterminer si ce sont les « intérêts » et/ou les « idées » qui orientent les régulations structurant certains marchés, en dépassant une perspective analytique trop surplombante ou supposant *a priori* la capture de l'État par les intérêts capitalistes (François, 2019 ; Granovetter et McGuire, 1998 ; Pardi, 2021). Deuxièmement, et de manière plus originale, notre enquête montre l'importance d'étudier, en deçà du droit, les agencements marchands mis en place par l'État en tant qu'ils peuvent avoir des effets de cadrage important sur un marché, même quand ces derniers ne sont pas prévus ou voulus. On peut ainsi conclure que dans le cas du marché des plateformes de covoiturage, la combinaison des stratégies propres aux opérateurs capitalistes, de l'« effet de réseau », et des agencements marchands publics (CEE, Registre de preuve de covoiturage), produit une économie de la captation qui canalise les clients prioritairement vers les plateformes capitalistes techno-marchandes (Trompette, 2005).

Pour finir, il convient de souligner certaines critiques formulées à l'encontre de la préférence pour les plateformes capitalistes techno-marchandes pour répondre aux enjeux écologiques de l'autosolisme. Des recherches en sciences de l'ingénieur et de l'environnement remettent en cause le lien avancé par les plateformes capitalistes entre croissance du covoiturage et diminution des gaz à effet de serre (Amatuni et al., 2020). Selon ces travaux, l'incitation financière au covoiturage peut encourager les conducteurs à effectuer des trajets qu'ils n'auraient pas réalisés, ou bien les passagers à prendre la voiture plutôt qu'un mode de transport moins carboné. Pour d'autres auteurs, la décongestion et l'accessibilité des zones peu denses, deux promesses *a priori* positives du covoiturage, peuvent conduire à renforcer l'étalement urbain et augmenter *in fine* le nombre de voitures sur les routes (Yin et al., 2018). Ainsi, pour Coulombel et al. (2019), l'augmentation de la pratique de covoiturage encouragée par les plateformes capitalistes, qui voient les places vides comme

une source de valeur et un potentiel de croissance, conduit à divers « effets rebonds » atténuant fortement son potentiel écologique (Bardi, 2021).

RÉFÉRENCES

- AGUILERA A., CONTI B., LE NÉCHET F., 2017, « Accompagner la transition vers des mobilités plus durables dans le périurbain », *Transports urbains*, 130, 1, p. 3-9.
- AGUILÉRA A., PIGALLE E., 2021, « The Future and Sustainability of Carpooling Practices. An Identification of Research Challenges », *Sustainability*, 13, 21, p. 11824.
- AMATUNI L., OTTELIN J., STEUBING B., MOGOLLÓN J.M., 2020, « Does car sharing reduce greenhouse gas emissions? Assessing the modal shift and lifetime shift rebound effects from a life cycle perspective », *Journal of Cleaner Production*, 266, p. 121869.
- BA M., CHASSIGNET M., 2015, « Etude nationale sur le covoiturage de courte distance », Paris, ADEME.
- BARDI U., 2021, « Chapitre 8. Des transports sobres en période de descente énergétique », dans *Politiques de l'Anthropocène*, Paris, Presses de Sciences Po (Références), p. 519-530.
- CABANES L., 2022, « Les encombrants covoiturages de Blablacar avec la Russie », *La Lettre A*.
- CALLON M., AKRICH M., DUBUISSON-QUELLIER S., GRANDCLÉMENT C., HENNION A., LATOUR B., MALLARD A., MÉADEL C., MUNIESA F., RABEHARISOA V., 2017, *Sociologie des agencements marchands : Textes choisis*, Paris, Presses des Mines (Sciences sociales), 482 p.
- CASPRINI E., DI MININ A., PARABOSCHI A., 2019, « How do companies organize nascent markets? The BlaBlaCar case in the inter-city shared mobility market », *Technological Forecasting and Social Change*, 144, p. 270-281.
- CHAN N.D., SHAHEEN S.A., 2012, « Ridesharing in North America: Past, Present, and Future », *Transport Reviews*, 32, 1, p. 93-112.
- CHANG W., 2015, « Growing Pains: The Role of Regulation in the Collaborative Economy », *Intersect: The Stanford Journal of Science, Technology, and Society*, 9, 1.
- CLOCHARD, F., ROCCI, A., VINCENT, S. (dirs.), 2008, *Automobilités et altermobilités: quels changements*, Paris, Harmattan (Dossiers sciences humaines et sociales. Consommations et sociétés), 286 p.
- COLLIER R.B., DUBAL V.B., CARTER C.L., 2018, « Disrupting Regulation,

Regulating Disruption: The Politics of Uber in the United States », *Perspectives on Politics*, 16, 4, p. 919-937.

COULOMBEL N., BOUTUEIL V., LIU L., VIGUIÉ V., YIN B., 2019, « Substantial rebound effects in urban ridesharing: Simulating travel decisions in Paris, France », *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 71, p. 110-126.

DEFILIPPI F., 2022, « Il n'y a pas d'alternative : les imaginaires de l'innovation dans les discours d'Emmanuel Macron », *Interfaces numériques*, 11, 1.

DELAUNAY T., 2018, *L'intégration du covoiturage dans le système de mobilité francilien : hybrider le transport collectif et individuel pour asseoir l'hégémonie de l'automobile ?*, Thèse de doctorat, Paris Est.

DELAUNAY T., BARON N., 2019, « Le service public de covoiturage : vers quelles formes de gouvernance, de régulation et de modèles d'affaires ? », *Belgeo. Revue belge de géographie*, 4.

DELCAMPE D., 2018, « Covoiturage courte et moyenne distance. Retour d'expériences, freins et leviers », Paris, CEREMA.

DEMOLI Y., LANNOY P., 2019, « III. Déplacements quotidiens et usages de l'automobile », dans *Sociologie de l'automobile*, Paris, La Découverte (Repères), p. 41-57.

DOBBIN F., 1994, *Forging Industrial Policy: The United States, Britain, and France in the Railway Age*, Cambridge, Cambridge University Press.

EVANS D.S., SCHMALENSEE R., 2016, *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*, Harvard Business Review Press, 271 p.

FERGUSON E., 1997, « The rise and fall of the American carpool: 1970–1990 », *Transportation*, 24, p. 349-376.

FLIGSTEIN N., 2002, *The Architecture of Markets: An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*, Reprint édition, Princeton, NJ, Princeton University Press, 292 p.

FLIGSTEIN N., MCADAM D., 2012, *A Theory of Fields*, Oxford University Press, USA, 254 p.

FRANÇOIS P., 2008, *Sociologie des marchés*, Armand Colin, 195 p.

FRANÇOIS P., 2019, « Sociologie économique et politiques publiques », dans *Dictionnaire des politiques publiques*, Paris, Presses de Sciences Po (Références), p. 600-606.

GRANOVETTER M., MCGUIRE P., 1998, « The Making of an Industry: Electricity in the United States », *The Sociological Review*, 46, 1_suppl, p. 147-173.

GUEST G., MACQUEEN K.M., NAMEY E.E., 2011, *Applied Thematic Analysis*, Thousand Oaks, California, SAGE Publications, 321 p.

HARTWIG S., BUCHMANN M., 2006, *Empty seats traveling : next-generation ridesharing and its potential to mitigate traffic- and emission problems in the*

- 21st century, Finland, Nokia Research Center.
- HOUTE A.-D., 2020, « Le temps de l'auto-stop. Liberté, mobilité, sécurité en France des années 1930 aux années 1970 », *20 & 21. Revue d'histoire*, 148, 4, p. 3-15.
- IZEMBARDE A., 2020, « Loi d'orientation des mobilités : du transport à la mobilité », *Droit et Ville*, 89, 1, p. 281-292.
- KATZ M.L., SHAPIRO C., 1994, « Systems Competition and Network Effects », *Journal of Economic Perspectives*, 8, 2, p. 93-115.
- LEJOUX P., 2014, « Les entreprises face à la mutation énergétique : l'enjeu de la mobilité dans les territoires périurbains de la métropole lyonnaise », *Revue Géographique de l'Est*, 54, 1-2.
- MARTINI J.D., 2017, « International Regulatory Entrepreneurship: Uber's Battle with Regulators in France », *San Diego International Law Journal*, 19, p. 127.
- MONTERO J.J., 2019, « Regulating Transport Platforms: The Case of Carpooling in Europe », dans FINGER M., AUDOUIN M. (dirs.), *The Governance of Smart Transportation Systems: Towards New Organizational Structures for the Development of Shared, Automated, Electric and Integrated Mobility*, Cham, Springer International Publishing (The Urban Book Series), p. 13-35.
- PARDI T., 2021, « Idéologie et rapports de force dans la construction politique des marchés : la transformation de l'industrie automobile sous Margaret Thatcher », *Revue Française de Socio-Économie*, 26, 1, p. 215-233.
- TROMPETTE P., 2005, « Une économie de la captation : les dynamiques concurrentielles au sein du secteur funéraire », *Revue française de sociologie*, 46, 2, p. 233-264.
- VALLAS S., SCHOR J.B., 2020, « What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy », *Annual Review of Sociology*, 46, 1, p. 273-294.
- VERHEYEN W., VOGEL J. DE, PAVLOVSKI-DIKKER B., TANRIVERDI Ü., UNZ F., 2022, « Law as a tool towards the ecological transition: (urban) mobility », *Annales de Droit de Louvain*, 1, p. 175-194.
- VINCENT S., 2008, *Les « altermobilités » : analyse sociologique d'usages de déplacements alternatifs à la voiture individuelle : des pratiques en émergence ?*, Thèse de doctorat, Paris 5.
- XUE C., TIAN W., ZHAO X., 2020, « The Literature Review of Platform Economy », *Scientific Programming*, 2020, p. e8877128.
- YIN B., LIU L., COULOMBEL N., VIGUIÉ V., 2018, « Appraising the environmental benefits of ride-sharing: The Paris region case study », *Journal of Cleaner Production*, 177, p. 888-898.