22 mai 2019
Uber-cool

Les propositions fortes d'Entreprise et Progrès pour la responsabilité des plateformes

A l'occasion de la publication du livre-manifeste « La responsabilité - un défi pour les plateformes » d'Entreprise et Progrès (association de dirigeants d'entreprise fondée en 1970 regroupant 100 entreprises allant de la start-up aux grands groupes représentant 1 million d'emplois qui veulent faire de l'entreprise le bien commun, Yanis Kianski, président-fondateur d'Allocab, qui a participé à cet important chantier, répond à nos questions.

Avec Yanis Kiansky

Entreprise et progrès a rassemblé une trentaine d'experts (dirigeant d'entreprises, scientifiques, acteurs des plateformes, politiques) en partenariat avec Kea&partners et Steelcase pendant toute une année pour formuler une dizaine de propositions fortes pour la responsabilité économique, sociale, sociétale, fiscale et environnementales des plateformes.

Atlantico : Pouvez-vous nous présenter la société Allocab et son projet ?

Yanis Kiansky : Allocab est une plateforme VTC qui tend à être responsable. Nous sommes sur un marché complexe, mais nous croyons à un modèle responsable de plateforme de transport de personnes, qui travaille main dans la main avec la communauté des chauffeurs. Nous avons créé une plateforme avec un prix de course qui assure une rémunération juste pour les chauffeurs - qui leur permette de payer leurs charges et de se rémunérer convenablement - tout en conservant une offre attractive pour les clients.

Quand on me pose la question "qu'est-ce qu'une rémunération juste", je réponds que c'est simplement plus que le SMIC horaire. S'il n'est pas atteint, c'est qu'il y a un problème sur le prix de la course. Jacques Rapoport, médiateur pour les taxis et VTC, a écrit noir sur blanc dans son rapport que les chauffeurs VTC faisaient plus de 60 heures hebdomadaires pour gagner un SMIC mensuel, donc ça ne va pas. Nous accordons une réelle importance à la fabrication du prix pour les chauffeurs et les clients. Nous avons une relation équitable et transparente avec les chauffeurs, ils participent à un certain nombre de décisions (les nouvelles fonctionnalités de l'application, le prix de la course lorsqu'on se déploie dans une nouvelle région, les emplacements de prise en charge...).

Nous avons un positionnement premium qui va avec un service premium, et les chauffeurs apprécient et ils le rendent bien au client. Pour avoir un client satisfait, il faut avant toute choseun chauffeur satisfait de la relation avec la plateforme. Nous les encourageons à travailler avec d'autres plateformes et à développer leur clientèle personnelle. On cible plutôt le B2B ,qui constitue la majorité de notre chiffre d'affaire (60%). Nous sommes spécialistes de la réservation à l'avance en environnement complexe (gares, aéroports) où la prise en charge n'est pas forcément aisée, nous déterminons les meilleurs endroits de prise en charge. Les voyageurs d'affaires ont besoin de réserver à l'avance leur avion, leur hôtel et leur chauffeur.

Nous effectuons plusieurs dizaines de milliers de courses par mois, nous travaillons avec 13 000 chauffeurs sur l'ensemble du territoire

et nous sommes présents au Royaume-Uni dans une trentaine de villes, via une plateforme partenaire. Nous sommes 63e dans le classement Financial Times des entreprises à plus forte croissance au niveau européen, et 12e au niveau français.

Selon-vous, quels sont les problèmes posés par le fonctionnement actuel de la plupart des grandes plateformes? En quoi une plateforme "responsable", prônée par le manifeste « La responsabilité - un défi pour les plateformes » du think-tank Entreprise & Progrès se différencie-t-elle ?

Les principaux problèmes qui se posent pour les chauffeurs qui travaillent avec les grandes plateformes sont le dialogue social et la rémunération. Concernant la rémunération, il est fondamental que le prix des courses reflète la durée du travail et n'écrase pas la valeur de celui-ci. Il est nécessaire de récréer un dialogue social avec ces travailleurs indépendants, qui travaillent principalement avec leur téléphone. Il faut leur offrir une protection sociale, avec une mutuelle santé, une prévoyance en cas d'accident (si le chauffeur se casse une jambe il ne peut plus travailler). Chez Allocab, nous avons mis en place des package avec prévoyance et mutuelle santé qui permettent aux chauffeurs d'être mieux couverts.

Récemment a eu lieu l'une des plus grandes introductions en bourse, celle d'Uber, avec des dizaines de milliards de dollars. La valorisation est incroyable, pourtant aucun chauffeur n'a eu sa part, la répartition de la valeur n'a pas été bien faite. Dès le début de l'année prochaine, Allocab va ouvrir son capital à ses chauffeurs, en tant que parties prenantes de la création de valeur, ils doivent profiter aussi. En France, les entreprises ouvrent en moyenne 3% de leur capital aux salariés. Dans le manifeste d'Entreprise et Progrès sur la responsabilité des plateformes, nous pensons que les salariés et les indépendants doivent avoir accès à au moins 10% du capital de l'entreprise. Chez Allocab, le capital est ouvert à 15% pour ses salariés et bientôt 25% pour les chauffeurs indépendants. Par conséquent nos chauffeurs sont beaucoup plus engagés, ont encore plus envie de réussir, c'est dans l'intérêt de tout le monde.

Concernant l'utilisation des données des utilisateurs, il faut être transparent et aller plus loin que le RGPD. L'exemple de Qwant montre que ça n'empêche pas de viser une rentabilité à court terme. On dit que les entreprises responsables anticipent l'évolution de la loi. Cette transparence vaut aussi pour les chauffeurs : ainsi l'application Allocab leur permet de connaître le prix de la course et destination. Ça peut sembler évident mais sur les autres plateformes, quand le chauffeur prend une course, il ne sait pas combien il va gagner ni où il se rend. La loi mobilités (LOM) veut d'ailleurs mettre fin à cette pratique.