



S. Societal Impact

Social Responsibility and Tomorrow's Society

Covid-19 : La visibilité collective des livreurs ou les prémices d'un nouveau contrat social

ESCP Impact Paper No. 2020-65-FR

Régis Coeurderoy
ESCP Business School

Sofia Kriem
ESCP Business School

[Covid-19 : La visibilité collective des livreurs ou les prémices d'un nouveau contrat social

Régis Coeurderoy
ESCP Business School

Sofia Kriem*
ESCP Business School

Abstract

Cette contribution discute des effets possibles de la crise sanitaire du Coronavirus sur l'avenir des coursiers des plateformes de livraison. Habituellement invisibles individuellement au regard de la société, ces travailleurs acquièrent une visibilité collective dans le cadre de la crise sanitaire actuelle. La continuité de leur activité, à l'heure où seuls les services essentiels à la vie de la Nation sont maintenus, met à jour leur rôle critique comme dernier maillon dans la chaîne de valeur de ces plateformes. Cette mise en lumière, dans les conditions hors normes que nous connaissons aujourd'hui, donne l'opportunité de dessiner les prémices d'un nouveau contrat social pour ces travailleurs indépendants.

Keywords: économie de plateforme, visibilité sociale, utilité sociale, dialogue social, responsabilité

*Ph.D. student, ESCP Business School

Covid-19 : La visibilité collective des livreurs ou les prémices d'un nouveau contrat social

Paris, Milan, Madrid, les images se ressemblent et montrent des rues désertes et silencieuses. Un silence qui s'interrompt parfois par le bruit des vélos et scooters des coursiers de plateformes de livraison de repas. Deliveroo, Uber Eats, Glovo, Stuart, Foodora, pour en citer certains, continuent leurs activités en temps de confinement. Ces coursiers, généralement oubliés et peu considérés, deviennent soudainement beaucoup plus visibles et accèdent au rang d'indispensables. Face à cette mise en visibilité physique et sociale, cette contribution s'intéresse aux effets de la crise sanitaire sur les modes d'organisation des coursiers. D'ordinaire hyper-individualisés dans leur relation à la plateforme, cette crise pourrait, selon nous, apporter les prémices d'une identité collective des livreurs, essentielle à l'essor d'un nouveau « contrat social » pour une population jusqu'alors largement ignorée.

Ce travail s'inscrit dans le cadre d'un projet doctoral axé sur les pratiques de solidarités et le processus de construction d'une identité commune entre travailleurs de plateformes (Kriem, 2020). Sur le plan méthodologique, plusieurs sources de données ont été exploitées pour la réalisation de ce document: (i) le visionnage des témoignages de livreurs pour avoir une meilleure compréhension de leurs vécus et attentes; (ii) l'étude de la communication externe des plateformes pour prendre connaissance des orientations prises en termes de gestion de la crise ; (iii) le suivi des articles de presse pour avoir une bonne appréciation de l'évolution du contexte ; (iv) l'analyse des communiqués de presse et des publications des acteurs syndicaux pour évaluer leur rôle dans les modalités d'organisation des livreurs; (v) l'observation des interactions entre livreurs sur les réseaux sociaux pour identifier les pratiques de solidarité émergentes ; et (vi) le visionnage d'extraits vidéos et l'observation de photos, accessibles en ligne, d'événements collectifs ayant lieu pendant la crise, pour étudier les modes d'actions collectives des livreurs. Le périmètre de collecte des données s'étend sur les deux derniers mois (de mars à début mai), pour recueillir les informations partagées pendant toute la durée du confinement. Pour disposer d'une vision globale, les données réunies portent sur plusieurs pays : La France, l'Espagne, l'Italie et le Canada, qui offrent des exemples intéressants d'organisation des livreurs.

La crise sanitaire du coronavirus et le gain de visibilité sociale des livreurs

Le maintien de l'activité des plateformes de livraison de repas A l'heure où le fonctionnement de nombreuses Sociétés est cantonné aux composantes essentielles à leur survie, à savoir le soin, la protection et l'alimentation, les plateformes de livraison de repas poursuivent leur activité, en accord avec les directives gouvernementales. Par la promotion de bonnes pratiques sanitaires, la diversification de leurs services et la gratuité des frais de port, ces plateformes cherchent à contenir les risques liés à la fermeture des restaurants et à saisir les opportunités relatives au confinement de la population. En développant des partenariats avec les commerces de grande distribution et en gérant des épiceries en propre, elles proposent la livraison de courses d'appoint et de denrées alimentaires et se posent en alternative aux files d'attente des magasins et à la saturation des services de drive. Les exemples de Glovo Market à Barcelone et Milan, de L'Épicerie de Deliveroo à Paris et du partenariat entre Uber Eats et Carrefour confirment cette volonté de multiplier les sources de revenus en période de crise.

Le maintien de cette activité de livraison et la capacité à attirer la clientèle repose dès lors sur l'adoption de précautions sanitaires et sur la promesse d'une livraison sans contact. Grâce à la création d'espaces de récupération des repas dans les restaurants, au respect de la distanciation sociale et au dépôt des commandes devant la porte des clients, les plateformes se veulent rassurantes sur l'absence de contacts physiques entre livreurs, personnel de restaurants et consommateurs.

Une mise en lumière de la profession de coursier De par la mise à l'arrêt de multiples secteurs d'activité et le maintien de l'exercice des plateformes de livraison de repas, la crise sanitaire actuelle a participé à mettre le projecteur sur le métier des coursiers et à accroître leur visibilité physique, médiatique et institutionnelle. Aisément reconnaissables à leur équipement de travail, ils sillonnent les rues désertes pour répondre aux demandes des clients. Blousons aux couleurs vives, sacs au logo de l'entreprise, vélos et motos comme modes de déplacement, les marqueurs matériels de cette profession sont multiples et permettent au public de distinguer ces travailleurs et aux livreurs de se reconnaître entre eux. Envahissant l'espace public, ces coursiers s'invitent également dans les maisons, en temps de confinement. Devant leurs écrans, les personnes confinées découvrent les multiples témoignages de livreurs sur leur quotidien en temps de crise. Reportages, journaux télévisés et articles de presse donnent la parole à ces coursiers et attestent de l'intérêt prononcé des médias audiovisuels et numériques pour cette catégorie de travailleurs en période de pandémie. Sur le plan institutionnel, la mobilisation de syndicats et de députés autour des problématiques rencontrées par les livreurs dans ce contexte sanitaire souligne un renforcement de la visibilité politique des livreurs et une place croissante, bien que limitée, dans les discours et les programmes politiques.

L'utilité sociale des livreurs et les premiers signes de reconnaissance symbolique Ces circonstances hors normes participent à mettre en avant les spécificités de cette profession et font apparaître les premiers éléments d'une visibilité sociale des livreurs. D'ordinaire confrontés à des formes d'invisibilité, définie comme un ensemble de processus conduisant à un sentiment de non-reconnaissance et de mépris social (Beaud, Confavreux, Lindgaard, 2008 ; Clifford, 1963), la crise actuelle met en évidence l'utilité sociale des coursiers et leur rôle dans la survie des commerces alimentaires, contraints à la fermeture. Cette revalorisation symbolique et statutaire s'exprime par exemple à travers l'attribution de pourboires plus intéressants, signes de gratitude et de prise de conscience par les clients des risques encourus.

Ne se fondant plus dans la foule et participant à la pérennité des commerces, les livreurs gagnent ainsi en visibilité physique et sociale dans le contexte actuel. A ces formes passives de visibilité se superpose en réalité une visibilité active et collective. En menant des actions communes, les coursiers apparaissent en effet aujourd'hui davantage en tant que collectif.

Les signes émergents d'une identité collective

Des marqueurs physiques et spatiaux liés à la crise du coronavirus En participant à renforcer l'isolement physique et spatial des livreurs et leur mise en concurrence, le contexte sanitaire actuel peut à première vue sembler inopportun pour le déploiement de pratiques de solidarité et le développement d'actions collectives. Les récentes dispositions sanitaires semblent effectivement propices à accentuer le caractère hyper-individualisé de la relation du livreur à la plateforme. En l'occurrence, les barrières classiques à l'organisation des coursiers sont exacerbées : dispersion territoriale, rythmes de travail irréguliers, compétition entre les livreurs et remise en question du droit d'association. Au-delà de ces obstacles, qui relèvent du schéma de fonctionnement des plateformes et qui ont été largement documentés, les conséquences de la crise du coronavirus et les modalités de gestion de celle-ci limitent indéniablement les possibilités de rencontre et de mobilisation des livreurs. Les rassemblements sont interdits, la distanciation sociale est obligatoire, les livreurs contaminés sont mis en quarantaine tandis que d'autres ont pris la décision d'arrêter temporairement leur activité.

Adopter un regard rétrospectif est alors essentiel pour comprendre les effets de ces changements sur l'organisation des livreurs. Les épisodes de mobilisation et les pratiques de solidarité survenus avant le démarrage de cette crise sanitaire étaient révélateurs de l'importance de l'accès des livreurs à des espaces physiques ou virtuels, libres des mécanismes de surveillance et de contrôle des plateformes, grâce à la digitalisation de la fonction managériale (Tassinari & Macarrone, 2020 ; Gandini, 2019). La rue, espace de travail des livreurs, était un outil de socialisation et d'organisation. Terrain d'échanges entre les coursiers pendant les temps d'attentes, sur les places centrales, dans les parcs ou à l'extérieur des restaurants, la rue était le lieu d'actes quotidiens de partage et de soutien mutuels (discussions humoristiques, conseils sur l'entretien du vélo, organisation d'événements sportifs...) (Cant, 2019). Prenant appui sur cette solidarité embryonnaire, la rue

est devenue l'espace d'émergence de premières formes de solidarité active (Atzeni, 2010), par la distribution de brochures, le collage d'affiches et l'organisation de marches protestataires.

La rue, pour reprendre le slogan de collectifs français de livreurs, est « l'usine » des travailleurs de plateforme. A l'heure où l'accès à la rue, foyer d'une agitation ouvrière des coursiers, est limité et contrôlé (port de l'attestation dérogatoire de sortie, contrôles policiers, limitation du trafic des transports en commun...), il est légitime de s'interroger sur leur capacité à dépasser le caractère individualisé du métier. En l'occurrence, la crise du coronavirus participe à l'émergence de nouveaux marqueurs physiques et spatiaux. La visibilité territoriale des livreurs se matérialise dans ce contexte à travers les attroupements devant les restaurants, en dépit des mesures de sécurité, à travers l'organisation de manifestations respectant les règles de distanciation sociale et à travers l'établissement de points de rencontre pour la distribution d'équipements de protection individuelle (masques, gants jetables, etc.) collectés par les collectifs de livreurs.

La gestion de l'espace est ainsi au cœur de la réponse à cette crise. Ce contexte met en effet en lumière les besoins matériels et territoriaux des livreurs, principalement celui de mettre à leur disposition des points d'eau pour se laver les mains, de créer des espaces de stockage des outils de travail non contaminés et de mettre en place des pôles de distribution du matériel de protection dans des zones stratégiques et accessibles à tous les livreurs.

Des marqueurs sociaux liés à la crise du coronavirus La construction identitaire du collectif de livreurs prend appui, dans le cadre de cette crise, sur des interactions sociales plurielles, au sein du groupe et dans sa relation avec le reste de la société. Malgré les obstacles, plusieurs formes d'actions collectives ont pu émerger en Europe et dans le reste du monde, et ce, dans l'objectif : (i) d'équiper les livreurs de dispositifs de protection individuelle, (ii) de collecter des fonds et de plaider pour l'accès aux aides gouvernementales et, (iii) de revendiquer une amélioration des conditions de travail en temps de crise.

Au regard du degré d'exposition des livreurs aux risques de contamination, les collectifs se sont organisés pour la collecte et la distribution de matériel de protection. A Valence, le collectif Riders x Derechos a procédé dans les rues de la ville à la distribution de masques et de gants jetables, obtenus auprès de la mairie et de la police locale.

Les appels à la solidarité et le plaidoyer auprès des pouvoirs publics ont eu pour objectif de réduire l'impact financier de la crise sanitaire, en sollicitant la générosité de la population et en appelant à la généralisation à tous les livreurs des aides financières gouvernementales dédiées aux travailleurs indépendants. Au Canada, ces logiques d'organisation se sont notamment illustrées à travers la distribution de paniers repas à l'intention des coursiers et le lancement d'une cagnotte en ligne, le « Foodsters united hardship Fund ».

Enfin, l'organisation de défilés protestataires des livreurs en Espagne et au Canada a permis de leur conférer une visibilité plus théâtrale. A Madrid, la tournée contestataire spontanée en avril de plusieurs dizaines de coursiers dans les rues, à vélo ou à moto, pour protester contre la baisse tarifaire de la plateforme Glovo, revêt une dimension scénique. Le bruit des moteurs et des klaxons, l'unité vestimentaire des livreurs et l'omniprésence des codes couleurs des plateformes témoignent de la mise en scène du métier de coursier. A Toronto, la date symbolique du 1er mai a été l'occasion pour les livreurs de Foodora de contester l'arrêt définitif de l'activité de la plateforme sur le territoire canadien, programmé au 11 mai. Des dizaines de livreurs ont protesté en direction du siège de l'entreprise. Brandissant des pancartes et répétant des slogans, leur identité professionnelle était mise en avant par la mise en visibilité de leur équipement de travail lors de la manifestation.

Des marqueurs communautaires liés à la crise du coronavirus Penser les signes émergents d'une identité collective suppose l'analyse des éléments de construction d'un sens communautaire et d'une vision commune. Les réseaux sociaux, principaux outils de communication des livreurs à l'heure actuelle, permettent de prendre connaissance de la nature des interactions entre les livreurs. Ils permettent notamment d'évaluer le sentiment d'appartenance au groupe, son influence, la satisfaction des besoins et les émotions

partagées, éléments caractéristiques du sens de la communauté (McMillan & Chavis, 1986). Les échanges observés, à titre d'exemple sur les groupes Facebook de livreurs se concentraient notamment sur :

- La sensibilisation aux risques sanitaires et le partage de bonnes pratiques : le refus de monter dans les immeubles lors de la livraison, les moyens de se procurer du matériel de protection...
- Le partage de connaissances techniques : les modalités et les conditions d'accès aux aides financières...
- Le partage d'expériences de livraison en temps de crise : la fréquence et le contenu des commandes, le montant des pourboires, l'attitude des clients...
- L'expression d'un soutien émotionnel : le partage de blagues, l'utilisation d'un lexique de la camaraderie...

Les prémices d'un nouveau « contrat social », fondé sur le principe de co-responsabilité

Ce gain de visibilité des coursiers constitue une opportunité de dessiner les contours d'un nouveau contrat social pour les travailleurs indépendants. Entendu comme un ensemble de normes et de lois tacites régissant la relation professionnelle, ce pacte pourrait allier co-responsabilité et co-crédation de valeur.

Le livreur, un maillon essentiel dans la création de valeur des plateformes Ainsi, le contexte sanitaire actuel a contribué à l'émergence de nouvelles formes de solidarité et d'organisation des travailleurs de plateformes. Si l'évolution future de ce secteur d'activité reste incertaine et s'il est hâtif de tirer les conclusions de cette crise, la mise en lumière du métier de coursier, dans les conditions hors normes que nous connaissons aujourd'hui, a dévoilé la contribution clé du livreur dans la création de valeur de l'écosystème de plateforme (Coeurderoy et al., 2019). Ce modèle multi-faces (Cusumano, Gawer & Yoffie, 2019) qui met en relation plusieurs groupes d'utilisateurs (restaurants, clients et livreurs), nécessite ainsi la prise en compte de l'ensemble des maillons de la chaîne, livreurs y compris, dans le processus de création de valeur de la plateforme.

La structuration d'un principe de co-responsabilité La crise du coronavirus a constitué une occasion inédite de réflexion sur la responsabilisation de l'ensemble des parties prenantes. A titre d'illustration, les revendications exprimées à l'encontre des plateformes comprenaient la mise en place de mécanismes de contrôle pour veiller au respect des mesures de sécurité et la création de formations multilingues pour répondre à la diversité des profils socioculturels des livreurs. Le rôle clé des clients dans l'utilisation éthique des plateformes a également été mis en avant. Les commandes de confort (confiseries, boissons alcoolisées...) et non de nécessité ont par exemple fait l'objet de vives critiques. De même, les clients ont été encouragés par les collectifs de livreurs à adopter les mesures de sécurité (récupérer la commande en bas de l'immeuble, se laver les mains avant et après réception...), à donner des pourboires et à soutenir les efforts collectifs des livreurs. En troisième lieu, la responsabilité des restaurants a également été invoquée, rappelant le manque de formation aux réflexes d'hygiène et le manque de précautions habituels dans le milieu de la restauration rapide. Les témoignages de livreurs, en contexte de crise sanitaire, reflètent également une application limitée des mesures de sécurité par le personnel de restaurants, dans la précipitation des préparations des commandes. Enfin, la responsabilité des livreurs est également abordée dans le cas de la location de leurs comptes professionnels, moyennant contribution, aux personnes en situation irrégulière, exploitant alors leur précarité.

La création des premières instances de visibilité collective L'instauration d'un nouveau contrat social pourrait alors s'inscrire dans la continuité des démarches initiées avant la crise du Coronavirus. En fin d'année 2019, la plateforme Deliveroo avait effectivement annoncé la création future du premier Forum des Livreurs en France. Cette instance consultative a pour objectif de réunir, une fois par trimestre, la direction de Deliveroo et les représentants élus par les livreurs, pour échanger sur des thématiques stratégiques. Les conclusions des réunions seraient partagées avec l'ensemble des livreurs. Les conditions envisagées pour l'éligibilité des candidats reposent quant-à-elles sur un nombre minimum de semaines d'ancienneté et un nombre minimum de commandes effectuées au cours des derniers mois.

Conclusion

A travers le prisme de la crise sanitaire, le métier de coursier a gagné en visibilité collective. Plus qu'une somme d'individus, les livreurs, par leurs pratiques de solidarité et leurs nouvelles formes d'organisation, émergent progressivement en tant que communauté. Si à ce stade, ce processus embryonnaire ne permet pas de rejeter l'hypothèse d'un retour au monde d'avant dans les prochaines semaines ou les prochains mois, il peut tout aussi être annonciateur de nouveaux modes de coopération et éclairer sur l'émergence d'un nouveau contrat social, axé sur la co-responsabilité et la co-création de valeur.

References :

Atzeni, M. (2010). *Workplace conflict : Mobilization and solidarity in Argentina*. Palgrave Macmillan.

Beaud, S. (Éd.). (2008). *La France invisible*. La Découverte/Poche.

Cant, C. (2020). Riding for Deliveroo : Resistance in the new economy. Polity.

Clifford, E. (1963). Social visibility. *Child Development*, 34(3), 799–808.

Coeurderoy, R., Ayache Wiszniowska, U. and Kriem S. (2019) Are we shifting towards a new area of competition? Key issues for a platform age, draft paper, ESCP.

Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. B. (2019). *The business of platforms : Strategy in the age of digital competition, innovation, and power* (First edition). Harper Business, an imprint of HarperCollinsPublishers.

Gandini, A. (2019). Labour process theory and the gig economy. *Human Relations*, 72(6), 1039-1056.

Kriem, S. (2020) Solidarity and organizational practices of platform workers, Thèse de doctorat, en cours de développement, ESCP.

McMillan, D.W. and Chavis, D.M. (1986) Sense of Community: A Definition and Theory. *Journal of Community Psychology*, 14, 6-23.

Tassinari, A., & Maccarrone, V. (2020). Riders on the Storm : Workplace Solidarity among Gig Economy Couriers in Italy and the UK. *Work, Employment and Society*, 34(1), 35-54.