

Les limites des informations et des actions préventives d'Uber face à une crise sanitaire persistante

Salma EL BOURKADI

Dicen-IdF

Université Sorbonne Paris Nord

salma.el-bourkadi@lecnam.net

Mots-clés

Uber, chauffeur VTC, crise sanitaire, info-communications préventives, engagement, responsabilité.

1. INTRODUCTION

Les crises constituent des forces de changement transformatrices des sociétés. Celles du XXI^e siècle se distinguent par un phénomène d'accélération comme le démontre Rosa (2020) en parlant de « société de l'accélération » où le temps gagné par les technologies intensifie le sentiment d'indisponibilité.

Cependant, ce qui semble paradoxal, c'est qu'en période de crise le rapport au temps peut être ralenti voire arrêter comme cela a été observé pendant la pandémie.

Dans le secteur de transport de personnes, les restrictions de déplacement ont conduit Uber à informer les chauffeurs VTC (véhicule de transport avec chauffeur) sur les actions de prévention. Ce contexte de crise est particulier car la plateforme Uber était toujours une source de disruption sociale et économique (Brugière et Nicot, 2019), alors qu'elle a subi pendant la pandémie une situation incertaine.

Problématique : les informations et les actions préventives d'Uber pendant la Covid-19 peuvent-elles conduire les VTC vers un engagement par les actes dans un travail où la relation managériale est numérisée ?

2. CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODE

Malgré la reconnaissance de la Cour de cassation en mars 2020 du contrat de travail entre Uber et les VTC, il n'existe pas de loi obligeant cette plateforme à prévenir sur la santé au travail. La décision d'Uber à assumer un rôle de préventeur s'inscrit dans la responsabilité sociale des entreprises (RSE) qui appartient principalement à la *soft law*. L'objectif d'Uber est de garantir la continuité de son fonctionnement tout en se légitimant dans l'espace public (Gringras, 2008) où la crise sanitaire donne lieu à de fortes tensions médiatiques (Alemanno & El Bourkadi, 2020).

Selon l'article L.4121-1 du Code du travail, les mesures de prévention combinent entre des actions de prévention de la santé au travail, des actions d'information et de formation des salariés et la mise en place des moyens adaptés. De ce fait, l'entreprise ne peut assumer sa responsabilité en cette matière que lorsqu'elle investit dans ces trois axes.

Ce texte de loi nous semble cohérent car comme le soulignent les travaux autour de la communication engageante (Bernard, 2007 ; Courbet et Marchiolo, 2010 ; Duvernay et al. 2018), il existe des écarts entre les idées et les actes des individus. Cette dissonance cognitive nécessite d'accompagner le message préventif par des incitations à l'action (distribution des outils, préparation, formation, etc.).

La responsabilisation des entreprises en matière de santé au travail remonte à 1898 (loi sur l'indemnisation des accidents du travail). Le lien entre le travail salarial et les risques professionnels (RP) et plus récemment les risques psychosociaux (RPS) a participé à une transformation de la responsabilité de l'État en santé vers l'entreprise (Dumas, 2018). Or, la montée de l'usage des technologies numériques au travail a embrouillé ce champ de responsabilité organisationnelle puisque le cadre juridique avance tardivement vis-à-vis de ces évolutions. Cette situation restitue la question de la responsabilité individuelle incontournable pour faire face à l'hyperconnexion qui provoquent des pathologies pouvant mener au *burn out* (Carayol et al., 2017).

Afin d'analyser le cas particulier de la plateforme Uber, nous avons effectué des entretiens semi-directifs du type récit de vie auprès de 50 chauffeurs VTC entre novembre 2019 et octobre 2020. Une trentaine de ces entretiens ont été réalisés pendant la crise sanitaire. Le traitement des données a été facilité par le logiciel qualitatif Atlas.ti à travers une catégorisation excessive des verbatim.

3. RÉSULTATS ET ANALYSE

La relation de travail entre Uber et les chauffeurs est médiée par une application programmée à exercer un management répétitif et standardisé. Cet automatisme pourrait être efficace dans un contexte de normalité idéal, mais l'exceptionnel est très fréquent dans le VTC. Un tel fonctionnement amène vers une rupture communicationnelle avec la plateforme et constitue de ce fait une source d'épuisement psychologique et physique.

La crise sanitaire a aggravé ces morbidités chez certains chauffeurs qui n'avaient pas de ressources financières suffisantes pour arrêter de travailler. Le risque de

transporter des passagers, dont principalement le personnel soignant qui a été visé par Uber pendant le premier confinement, a nécessité d'aller au-delà de ce que recommandait cette plateforme par rapport aux mesures de prévention des risques de la Covid-19.

En effet, les informations préventives d'Uber sont limitées à des recommandations envoyées par mail ou disponibles sur son application. Malgré la présence également des actions préventives telles que la distribution des gels hydroalcooliques et le remboursement des parois de séparation, il n'est pas possible de parler d'une stratégie de prévention complète dans le sens de l'article L.4121-1 du Code du travail : « *Tout se fait par vidéo interposée, il n'y a pas de contrôle possible hors une photo... Après ce n'est que de la déclaration sur honneur ! On n'a pas de contrôleur dans la rue ou autre.* » Ely, VTC à Marseille.

Le manque de formation et d'information adaptées aux situations de travail pendant la crise s'explique par deux facteurs : la rapidité de la propagation du virus qui ne permettait pas aux pouvoirs publics de définir des obligations claires aux plateformes, et l'absence d'un cadre juridique obligeant Uber à investir dans la prévention de la santé au travail : « (...) *le problème des VTC ne concerne personne, ni l'État, ni l'application. Mais quand il s'agit de prendre des infirmières pendant le Covid, on était à la première ligne, des collègues à nous sont tombés malades, ils ont eu le virus et malgré cela rien n'est fait pour ce domaine.* » Mamadou, VTC à Paris.

Par conséquent, l'engagement des chauffeurs par actes est lié à un investissement personnel motivé par la peur et la frustration. Leur conscientisation de la nécessité de se protéger et de protéger leurs familles est primordiale dans un environnement de travail porteur de risques sur la santé plus qu'il l'était déjà avant la crise sanitaire. La responsabilité individuelle est donc une source de prévention importante pour les chauffeurs et pour Uber aussi qui peut en être informée par deux relais : le feedback des clients lors de l'évaluation des courses, et l'envoi par les chauffeurs d'une photo prouvant leur port du masque pour être autorisé à se connecter.

Les limites du rôle de prévention d'Uber se révèlent dans sa médiation numérique des info-communications préventives dépourvues de moyens suffisants pour inciter à l'action, et de son impossibilité de vérification de la crédibilité des informations relayées par les usagers. La relation distanciée que cette plateforme a instaurée à travers une délégation quasi-totale du management aux algorithmes transforme la responsabilité organisationnelle de la santé au travail en des informations dispersées et vagues sans un vrai accompagnement. Ce constat souligne une stratégie communicationnelle cherchant à légitimer Uber dans un contexte de crise donnant lieu à de nombreux débats et à

une prise de conscience importante liée à l'ubérisation : « (...) *lorsque les chauffeurs ont vu que malgré la crise Uber n'avait rien à faire avec eux, là pas mal de VTC « se sont rebellés ».* On est devenu solidaire. », Hicham, VTC à Paris.

4. CONCLUSION

La responsabilité des entreprises en matière de santé au travail s'inscrit dans l'essence du droit du travail. Sa régression ces dernières années s'explique dans notre étude par la plateformesation de la relation managériale. Le rôle de prévention délégué aux algorithmes est limité face à la complexité de la réalité du travail. Cela oblige les chauffeurs VTC à assumer une sur-responsabilisation de leur santé davantage exposée aux risques de la Covid-19.

5. RÉFÉRENCES

- Alemanno, S, El Bourkadi, S. (2020). Plateforme de l'isolement et Covid-19, un inédit mortifère pour les chauffeurs VTC. *Revue REFSICOM*, n°9.
- Bernard, F. (2007). Communication engageante, environnement et écocitoyenneté : un exemple des « migrations conceptuelles » entre SIC et psychologie sociale. *Communication & Organisation*, n°31 (1), p.26-41.
- Brugière, A, Nicot, A-M. (2019). À la recherche de nouvelles régulations sociales, entre conflits, mobilisations, lobbying et réglementation. *Chronique Internationale de l'IRES*, n°168 (4), p.139-154.
- Carayol, V, et al. (2017). *La laisse électronique. Les cadres débordés par les TIC*. MSHA.
- Courbet, D, Marchioli, A. (2010). Communication de santé publique et prévention du sida. Une expérimentation sur l'influence de mini-actes engageants via Internet. *Hermès, La Revue*, n°58 (3), p.167-174.
- Duvernay, D, et al. (2018). La communication engageante, pour sensibiliser les visiteurs du parc national de Port-Cros aux nuisances sonores. *Communication & Organisation*, n°53 (1), p.177-194.
- Dumas, A. (2018). Prévention de la santé au travail et politiques d'information et de communication des entreprises : le transfert de responsabilité et mutations de l'espace public. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°18 (3A), p.81-96.
- Gringras, A-M. (2008), La construction de la légitimité dans l'espace public. *Politiques et sociétés*, n°27 (2), p.3-9.
- Rosa, H. (2020), *Rendre le monde indisponible*. La Découverte.

6. REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier le laboratoire Dicen-IdF pour sa prise en charge des frais d'inscription de ce colloque.