

Séminaire Fourgeaud « Plateformes numériques »

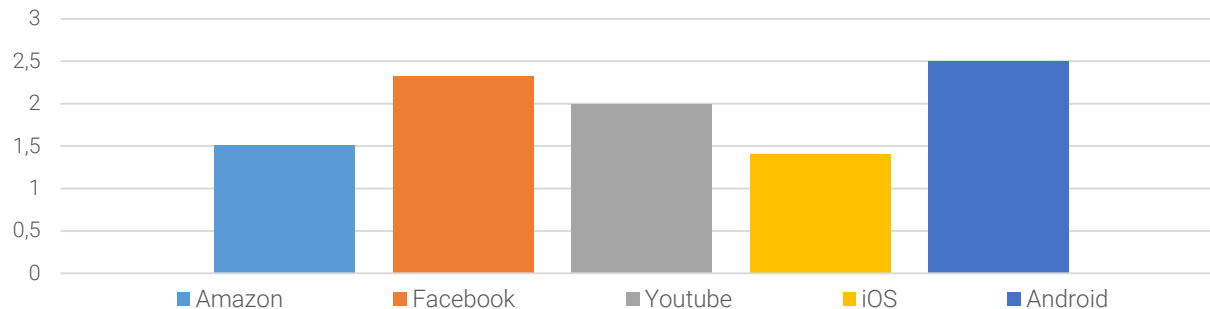
Discussion – Marion Panfili

Deux contributions en lien avec le développement des « plateformes numériques »

Les plateformes numériques, des acteurs spécifiques avec une place croissante dans l'économie

Les deux papiers permettent d'éclairer le sujet par deux approches différentes

Utilisateurs de grandes plateformes dans le monde
en milliards de comptes clients, d'utilisateurs ou de terminaux actifs par
mois, 2018



Source : Présentations financières

- Une littérature théorique importante sur l'économie des plateformes nourrit de nombreux travaux et rapports récents pour les implications pour les politiques publiques
- De plus en plus de possibilités de mener des travaux empiriques sur les effets du développement des plateformes

- Grazia Cecere, Fabrice Le Guel et Vincent Lefrere, détaillent les stratégies de monétisation des applications gratuites disponibles sur les plateformes d'applications
- Alberto Bailin Rivares, Peter Gal, Valentine Millot et Stéphane Sorbe, se concentrent sur l'impact du développement des plateformes numériques sur la productivité des entreprises de services

G. Cecere, F. Le Guel et V. Lefrere

Principaux résultats

- **Le papier fournit des indications statistiques intéressantes pour mieux comprendre l'économie des applications gratuites**
 - Champ : Applications gratuites disponibles sur Google Play Store (échantillon représentant environ 36% des applications gratuites commercialisées en 2015).
 - Les applications gratuites recourent à différentes sources de revenus (non exclusives) : publicité, achats *via* l'application (*Freemium*) et la collecte de données constitue également une stratégie de monétisation en soi.
 - L'augmentation du nombre de téléchargements est associé à une plus grande collecte de données.
 - Le recours aux services tiers de réseaux sociaux augmente la probabilité de collecter des données personnelles.
 - Les stratégies de monétisation varient selon les catégories d'applications.

➤ Une méthode originale

- Données : Google Play Store (nombre de téléchargement, catégories...) et Privacy Grade (requête de données au-delà du nécessaire pour le fonctionnement de l'application, recours à des services tiers...). *Pouvez-vous détailler les apports et la solidité des données fournies ?*
- Un enjeu de méthode :
 - Intuition : trois stratégies de monétisation (publicité, achats via l'application, collecte de données)
 - Enjeu : publicité et achats via l'application sont observables, mais la collecte de données est-elle une stratégie de monétisation en soi ?
 - Stratégie économétrique : le modèle doit permettre de contrôler la complémentarité ou la substituabilité des variables (recours à une méthode de régression à variables instrumentales). *Plusieurs approches apparaissent possibles, pouvez-vous nous expliquer votre choix et son évolution ?*

➤ Pour aller plus loin :

- *Tenir compte de la nature des données pour comprendre aussi les différentes stratégies de monétisation ?*

G. Cecere, F. Le Guel et V. Lefrere

Des implications pour les politiques publiques



Des résultats intéressants du point de vue de la protection des données personnelles

- **Le recours à des tiers** : enjeu de transparence et de consentement
- *Rôle des plateformes dans la régulation ? Impact d'une régulation plus stricte ?*



Des résultats intéressants du point de vue concurrentiel

- **Le recours à des tiers** : *conduit à un renforcement des acteurs déjà dominants ?*
- **Des différences liées à la taille des acteurs** : *une concentration des données personnelles et une faible mobilité ?*

A. Bailin Rivares, P. Gal, V. Millot et S. Sorbe

Principaux résultats

- **Le papier permet une analyse sectorielle des effets économiques du développement des plateformes**
 - Champ : Quatre industries (hôtels, restaurants, taxis et commerce de détail) dans dix pays de l'OCDE entre 2004 et 2016.
 - Effet globalement positif du développement des plateformes numérique (i) sur la productivité moyenne des entreprises en place et (ii) sur la réallocation du travail dans les plus productives.
 - Les effets varient selon le type de plateformes :
 - Les « agrégateurs » ont des effets positifs sur la productivité, les profits et l'emploi des entreprises existantes ;
 - Les plateformes « disruptives » n'ont pas d'effet significatif sur la productivité des entreprises mais tendent à réduire leurs *markups*, l'emploi et les salaires.
 - Les gains de productivité liés aux agrégateurs sont plus limités dans le cas de plateformes en situation de domination persistante sur leur marché.
 - Des régulations strictes concernant les marchés des biens et du travail diminuent les gains de productivité des entreprises lorsque les plateformes se développent.

A. Bailin Rivares, P. Gal, V. Millot et S. Sorbe

Méthode

- **Un travail sur la construction des catégories de catégories d'acteurs, d'indicateurs et de base de données**
 - Sélection de quatre industries de services différentes (hôtels, restaurants, taxis et commerce de détail)
 - Identification ad hoc de deux grandes catégories d'acteurs (« aggrégateurs » et « disrupteurs »)
 - Création d'un indicateur de développement des plateformes sur la base de données Google Trends (indiquant leur popularité dans les recherches internet)
 - Données de la base ORBIS (productivité des fournisseurs de services existants)
 - Indicateur de concentration du marché des plateformes et de sa persistance
 - Modèle visant à isoler l'effet de l'intensité de l'utilisation des plateformes
- **Pour aller plus loin :**
 - *Tenir compte des particularités sectorielles ?*
 - *Identification de facteurs de domination persistante ?*

A. Bailin Rivares, P. Gal, V. Millot et S. Sorbe

Des implications pour les politiques publiques

Des politiques pour faciliter l'adaptation des entreprises

- *Comment faciliter l'adaptation des entreprises de service aux évolutions rapides des conditions économiques liées au développement des plateformes ?*
- *Comment revoir les politiques concernant les marchés des biens et du travail ?*

Des politiques pour promouvoir la concurrence et améliorer la contestabilité

- *Comment promouvoir la concurrence entre les plateformes (et notamment la contestabilité des marchés des plateformes) ?*
- *Quels outils de régulation ou de la politique de la concurrence ?*

Merci de votre attention !

Pour plus d'information :

www.tresor.economie.gouv.fr

