

Digital Labor : travail, technologies et conflictualités

Antonio Casilli

► **To cite this version:**

Antonio Casilli. Digital Labor : travail, technologies et conflictualités. Qu'est-ce que le digital labor ?, Editions de l'INA, pp.10-42, 2015, 978-2-86938-2299. <halshs-01145718>

HAL Id: halshs-01145718

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01145718>

Submitted on 25 Apr 2015

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.



DIGITAL LABOR :

TRAVAIL, TECHNOLOGIES ET CONFLICTUALITÉS

Antonio A. Casilli

Cette contribution s'articule suivant trois axes principaux: travail, technologie et conflictualité. Elle tente de donner une définition – suffisamment souple pour pouvoir évoluer – de la notion de *digital labor*. La définition n'est pas arrêtée, mais se déroule au fil des pages qui suivent, se construit en plusieurs étapes et met progressivement la notion à l'épreuve d'autres concepts qui cherchent à décomposer l'intersection entre travail et technologies de l'information et de la communication: travail immatériel, travail des publics, travail cognitif. En guise de préambule, je me dois d'expliquer comment j'en suis moi-même venu à m'intéresser à ces questions. J'étais, pour ainsi dire, intellectuellement prédisposé à me pencher sur le *digital labor*, car ce domaine ouvre sur des sujets que j'avais déjà traités dans ma vie précédente. « Ma vie précédente », ce sont mes années italiennes, au cours desquelles j'ai d'abord acquis une formation d'économiste (j'ai effectué ma *tesi di laurea* à l'Université Bocconi de Milan), ensuite évolué dans un milieu dominé par des courants du post-opéraïsme. Ce qu'on appelle désormais *Italian theory* tourne autour de la question du travail. Mais tout cela a été mis en veilleuse quand j'ai définitivement quitté l'Italie lors du premier *come-back* politique de Silvio Berlusconi, en 2001. Je me suis alors consacré aux études sociales d'Internet, d'abord dans le cadre de l'EHESS puis à Télécom ParisTech. Plus récemment, mon intérêt a été à nouveau piqué, mais tangentiellement, nous pourrions dire. Je m'intéresse désormais principalement à la parole problématique sur Internet: les trolls, les fake, les vandales de *Wikipédia*, les anonymes. Mais aussi à certaines modalités de stigmatisation, telle la

panique morale autour du « pro-ana » ou de certains usages politiques d'Internet qui se donnent à voir comme des actes illégaux. Ces usages problématiques, qui sont devenus mes sujets de choix, introduisent des éléments de parasitage dans les conversations, des blocages que l'on pourrait définir comme des « troubles de la participation ». Depuis quelques années, ils sont associés à des postures idéologiques difficiles à partager: le discours médiatique les décrit volontiers comme le fait non pas de petits farceurs ou d'individus en détresse, mais de dangereux racistes, violeurs, terroristes, etc. Or, par-delà les amalgames, je considère que ces usages doivent être avant tout regardés comme des formes d'un « malaise dans la civilisation en ligne ». Je me suis donc demandé pourquoi nous avons à faire face à ce type de troubles et de vertiges.

De quoi cette parole problématique est-elle le symptôme? Dans quelle mesure peut-elle être lue non pas comme le fait de quelques personnalités narcissiques ou déviantes, mais comme un phénomène collectif, une anomie généralisée qui atteste d'un exode, voire du refus d'un régime de participation qui relègue les usagers dans des situations précaires, de non-liberté? Bref, que se passerait-il si on envisageait les usagers problématiques d'Internet comme une force de conflit?

Et c'est à ce moment-là que la notion de *digital labor* a fait surface pour moi. J'ai peu à peu vu jaillir une forme de critique de la participation en ligne qui semblait avancer des éléments de réponse à cette question. Autour de 2012, dans la blogosphère universitaire, commencent à apparaître des titres de billets comme « Facebook n'est pas une usine, mais exploite quand même ses utilisateurs¹ », ou encore « Facebook manipule ses membres² », « Facebook exploite-t-il ses travailleurs³? », etc. Face à ces interrogations, affleure l'intuition que la parole problématique sur Internet soit une figure du conflit liée à une participation en ligne qui prend de plus en plus les traits d'un travail aux yeux des utilisateurs. Pour moi, ce fut le signal de la possibilité de me saisir à nouveau de la question du

¹ Rey, PJ (2012) « Facebook is Not a Factory (But Still Exploits its Users) », *Cyborgology*, 15 février <<http://thesocietypages.org/cyborgology/2012/02/15/facebook-is-not-a-factory-but-still-exploits-its-users/>>

² Prener, Chris (2012) « Is Facebook "Using" Its Members? » Work in Progress, *Blog of the American Sociological Association's OOWS*, 22 février <<http://workinprogress.oowsection.org/2012/02/22/is-facebook-using-its-members/>>

³ Bauwens, Michel & Jacob Rigi (2012) « Is Facebook Exploiting Workers. A response from Jacob Rigi and Michel Bauwens' response to Rigi », 24 février <<http://www.unionbook.org/profiles/blogs/is-facebook-exploiting-workers-a-response-from-jacob-rigi-and-michel-bauwens-response-to-rigi>>

travail, de la traiter dans le contexte du numérique, d'ouvrir la porte sur un domaine de recherche qui s'est avéré depuis extrêmement riche.

DIGITAL LABOR, OU LA MISE AU TRAVAIL DE NOS « LIAISONS NUMÉRIQUES »

Le *digital labor* est avant tout un domaine de recherche universitaire en plein essor. Aux États-Unis, en 2009, « The Internet as playground and factory » a été la première conférence sur ce sujet (les actes ont été publiés en 2012 sous le titre *Digital Labor. The Internet as playground and factory*, sous la direction de Trebor Scholz⁴). Plus récemment un ouvrage majeur sur la question est paru : *Digital Labour and Karl Marx*, de Christian Fuchs⁵, chercheur autrichien en activité en Angle- terre. La revue *Triple C* a consacré plusieurs numé- ros à la thématique du *digital labor*. L'université Paris Sorbonne a organisé la journée d'étude *ICT and Work*⁶ et, en novembre 2014, la New School de New York a accueilli un autre colloque sur le sujet: *Digital Labor: Sweatshops, Picket Lines, Barricades*⁷. La discipline attire de plus en plus d'attention et de talents.

Mais qu'est-ce que, finalement, le *digital labor*? Quels sont les contours de ce champ de recherche? La signification littérale des termes ne vient pas à notre aide. D'ailleurs, il est très difficile de traduire *digital labor* en français. « Travail numérique » pourrait faire penser aux personnes qui sont employées dans le secteur du numérique, aux ingénieurs ou aux travailleurs spécialisés, salariés des industries innovantes. Mais cette définition serait fourvoyante. Le *digital labor* ne désigne pas non plus les travailleurs des usines qui produisent les dispositifs qui servent à l'industrie du numérique. Il y a, assurément, un intérêt croissant pour l'étude des *sweatshops*, ateliers de misère, souvent installés dans des pays tiers aux sièges de ces entreprises numériques – mais ceci ne recouvre pas le sujet proprement dit.

En revanche, nous devons nous situer en dehors des lieux *classiques* de la production, pour voir apparaître ce travail. C'est en nous penchant sur les

⁴ Scholz, Trebor (2012) (dir.) *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge.

⁵ Fuchs, Christian (2014) *Digital Labour and Karl Marx*. New York, Routledge.

⁶ Voir le site web <http://www.paris-sorbonne.fr/conferences-5545>.

⁷ Voir le site web de la conférence <http://digitallabor.org/>.

lieux de nos sociabilités ordinaires, sur nos interactions quotidiennes médiatisées par les nouvelles technologies de l'information et de la communication, que nous commençons à détecter des formes d'activités assimilables au travail parce que *productrices de valeur, faisant l'objet d'un quelconque encadrement contractuel et soumises à des métriques de performance*. Nous appelons *digital labor* la réduction de nos « liaisons numériques » à un moment du rapport de production, la subsomption du social sous le marchand dans le contexte de nos usages technologiques.

Ce n'est, là, qu'un premier noyau de notre définition. Il faudrait se rapprocher davantage de l'acception traditionnelle du travail. Par *digital labor*, nous désignons les activités numériques quotidiennes des usagers des plateformes sociales, d'objets connectés ou d'applications mobiles. Néanmoins, chaque post, chaque photo, chaque saisie et même chaque connexion à ces dispositifs remplit les conditions évoquées dans la définition: produire de la valeur (appropriée par les propriétaires des grandes entreprises technologiques), encadrer la participation (par la mise en place d'obligations et contraintes contractuelles à la contribution et à la coopération contenues dans les conditions générales d'usage), mesurer (moyennant des indicateurs de popularité, réputation, statut, etc.).

L'approche est à contre-courant du consensus scientifique dans le débat intellectuel sur le Web social, et ceci engendre des confusions et des erreurs de jugement. Le *digital labor* se fait accuser tour à tour d'être une cabale néo-marxiste et une ruminant quasi-technophobe contre les études qui glorifient la culture participative en ligne. La confusion est due au fait que le *digital labor* semble représenter un écart radical des approches qui, pendant deux décennies, ont insisté sur les comportements pro-sociaux du Web: la participation, la générosité, le partage, le don, etc. Pour chacune de ces catégories explicatives, il y aurait des porteurs précisément identifiés: les amateurs, les passionnés, les fans, les hackers. Ces « sujets héroïques » ont été constamment décrits comme des individus animés par une envie de mettre en commun avec les autres, parfois de s'exprimer au sein de communautés dotées d'une certaine capacité créative. Les foules intelligentes (*smart mobs*) sont des foules mobilisables à des fins politiques, culturelles, mais aussi transformables en ressources, en groupes humains auxquels sous-traiter des tâches (*crowd-sourcing*). Je grossis à peine le trait en me référant en passant aux travaux de Yochai Benkler ou de Howard Rheingold, mais aussi à ceux de collègues français, tel Patrice

Flichy et Laurence Allard⁸. Le *digital labor* représente le pendant de ces approches, car il est issu d'une tradition de recherche différente, qui ne se concentre pas exclusivement sur les aspects positifs des usages. Au milieu des années 1990, dans le sillage des travaux de l'anglais Richard Barbrook⁹, tout un courant s'est développé autour de l'idée que le Web est dominé par des logiques de don et de contre-don. Non pas de la générosité à tout prix, mais d'un échange agonistique, intéressé, miroir d'une conflictualité sociale, entre individus et entre groupes. En revisitant la notion de Marcel Mauss, ce *potlatch* numérique finissait par désigner une forme de prestation totale qui comme un fil rouge unirait les sociétés dites archaïques et nos sociabilités médiatisées par les technologies. Le *digital labor* reflète cette posture dans la mesure où il relativise l'exaltation héroïque des amateurs et des fans passionnés, et y oppose une vision où l'ethos du don complète dans un équilibre instable les éléments utilitaires ou d'intérêt économique. C'est que la notion de *digital labor* refuse de faire l'impasse sur les phénomènes de captation de la valeur par le capitalisme des plates-formes numériques, sur les dynamiques de récupération marchande des flux de générosité par les entreprises du Web, qui ont prospéré durant ces mêmes années en comptant sur la libéralité des utilisateurs et sur leur envie de participation. Il ne passe pas à côté des formes de paupérisation de toute une catégorie de producteurs de contenus multimédias, inscrits dans une relation de travail non rémunérée, éclipsée par la rhétorique de « l'envie de contribution ».

Ce travail invisible, mais qui se manifeste au travers de nos traces numériques, constitue le noyau autour duquel s'est articulée, dès le début des années 2010, la notion de *digital labor*. Son émergence formule une critique de la patrimonialisation des contenus générés par les utilisateurs, de l'embrigadement marchand de l'effervescence des *commons* qui finit par nourrir les profits des industriels. En même temps, elle passe par une dénonciation de la précarité croissante des producteurs de contenus, face à cette marchandisation de leurs contributions. Quel type de pression salariale s'exerce dans les secteurs les plus divers (journalisme, industries culturelles, transports, etc.) par la création d'une armée de réserve de «

⁸ Benkler, Yochai (2006) *The Wealth of Networks How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, Yale University Press ; Rheingold, Howard (2002) *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. New York, Basic Books ; Flichy, Patrice (2010) *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris, Seuil ; Allard, Laurence, et Frédéric Vandenberghe (2003) « Express yourself! Les pages perso ». *Réseaux*, 117(1), pp. 191-219.

⁹ Barbrook, Richard (2005 [1998]) « The Hi-Tech Gift Economy », *First Monday, Special Issue #3: Internet banking, e-money, and Internet gift economies* <<http://firstmonday.org/article/viewArticle/1517/1432>>

travailleurs qui s'ignorent », convaincus d'être plutôt des consommateurs, voire des bénéficiaires de services gratuits en ligne?

LE (MICRO)TRAVAIL EN MIETTES

Plus récemment, des polémiques ont recentré le débat public autour de ces questions. Par exemple en 2011, lorsque s'est posée la question de rémunérer les blogueurs du *Huffington Post*, ou encore quand, en 2014, Flickr a annoncé la revente des images que des photographes amateurs avaient initialement partagées en ligne sous licence *Creative Commons*. De là est apparu le problème suivant: comment les modèles économiques des applications et des médias sociaux contribuent-ils à créer ces formes d'exploitation et de précarisation? Finalement, le *punctum dolens* est la monétisation des contenus générés par les utilisateurs, ou bien celle de leurs données et métadonnées.

Ce dernier point mérite d'être souligné: les fruits du *digital labor* ne sont pas seulement des contenus qui demandent des compétences, des talents, ou des spécialisations particulières. Les traces et les manifestations passives de la présence en ligne sont d'autant plus monétisables. Le capitalisme numérique profite surtout des tâches non spécialisées et à faible niveau d'implication des usagers. De fait, chaque clic, chaque « j'aime » ou commentaire lapidaire, chaque recommandation est insérée dans des processus de production spécifiques.

Ceci est particulièrement vrai dans le cadre de dispositifs nouveaux tel que Amazon Mechanical Turk (MTurk), qui fait l'objet d'une attention croissante. Il s'agit d'une plateforme présentée comme un *marketplace*, fondé sur un principe simple de parcellisation et d'atomisation des tâches. Vous pouvez vous inscrire sur MTurk si vous êtes un travailleur ou une entreprise, avec des avantages spécifiques. Si vous êtes un travailleur, vous choisissez de réaliser des tâches simples, appelées *Hits* (*Human intelligence tasks*). Au premier abord, il s'agit d'activités qui affichent une forte ressemblance avec les comportements numériques « hors contrainte de travail »: écrire des courts commentaires, cliquer, regarder des photos ou des vidéos... Initialement les « turkers » n'ont pas l'impression de travailler. Mais tous leurs clics et comportements sont recomposés algorithmiquement pour produire des services spécifiques: des bases de données structurées, des corpus de contenus, etc. Ces services spécifiques ont la particularité de ne pas pouvoir être exécutés par des intelligences

artificielles. Même les IA les plus avancées d'aujourd'hui ne sont pas adaptées, par exemple, à créer des *playlists* à partir d'un ensemble de morceaux de musique, ou à reconnaître des visages dans des photos. Voilà des exemples de fonctions que les êtres humains exécutent avec plus de précision et plus de pertinence. Et voilà aussi ce qui explique le nom du service d'Amazon: au XVIII^e siècle, le « turc mécanique » était un faux automate joueur d'échecs, qui était en fait activé par un joueur humain. Amazon a aussi recours à des opérateurs humains, plus précisément à des foules de travailleurs flexibles qui « aident les machines ».

Nous sommes pourtant loin du *crowdsourcing* auquel les années 2000 nous avaient habitués, les grandes initiatives d'externalisation de tâches complexes – chercher la meilleure molécule pour un produit pharmaceutique, imaginer le design d'une nouvelle voiture... Bien évidemment, les défis du *crowdsourcing* étaient eux aussi lancés à une foule de participants. Mais ces derniers s'adonnaient typiquement à un travail spéculatif (*spec work*) basé sur un modèle de marché public: un seul participant gagne et reçoit une rémunération pour réaliser le travail, les autres ne touchent aucune paie. Sur MTurk en revanche, il s'agit de tâches très simples, pour lesquelles une entreprise peut commander le travail de centaines de milliers de personnes. Ceci est rémunéré moyennant des micro-paiements de quelques centimes, voire de quelques dollars. Ce sont des tâches qui peuvent parfois s'avérer un peu plus complexes. Par exemple, chaque mois un « turker » pourrait réaliser des petites vidéos rémunérées 10 euros, mais aussi mettre à jour des pages de statistiques sur Wikipédia et enfin ranger, sans les avoir créées, des chansons dans une *playlist*. Cet éventail d'activités commence à dessiner les contours du *digital labor* et à habituer les chercheurs à ne plus considérer la production de valeur comme un acte volontaire et spécialisé, comme c'était le cas pour les publications d'images, de billets de blogs ou pour les travaux de documentation. Ces derniers étaient constitués d'actes complexes qui demandaient une forme d'expertise, tout comme le *crowdsourcing*, qui s'appuie sur des compétences spécifiques.

Nous pouvons qualifier MTurk de plateforme de micro-travail¹⁰. Cette définition le rapproche de la vision du *travail en miettes* de Georges Friedmann et démontre, à plus d'un demi-siècle de distance, son extrême

¹⁰ Lehdonvirta, Vili & Paul Mezier (2013) *Identity and Self-Organization in Unstructured Work*, Working Paper COST Action IS 1202, « The Dynamics of Virtual Work », n° 1, <<http://dynamicsofvirtual-work.com/wp-content/uploads/2013/03/COST-Action-IS1202-Working-Paper-12.pdf>>

pertinence¹¹ : l'activité laborieuse se retrouve éclatée, parcellisée et effectuée à une cadence soutenue par une masse d'ouvriers qui ont perdu leur savoir-faire. La seule différence substantielle entre le travail à la chaîne du siècle passé et les plateformes de micro-travail, est que ces dernières se basent non pas sur une hyperspécialisation mais sur une hyperstandardisation des actions. En fait les « turkers » réalisent des tâches que n'im- porte qui d'autre pourrait effectuer – voire qu'eux- mêmes pourraient réaliser à d'autres moments de leur journée, sous forme de jeu, de navigation, de bavardage en ligne. Le système MTurk est moins un ensemble de tâches spécialisées qu'une manière de replacer les activités de non-travail et les usages ordinaires dans le contexte des opérations productives, dont elles ne se différencient plus.

Dans les années 2000, l'essor du *crowdsourcing* était accompagné par la promesse de mettre en contact les meilleurs talents avec les meilleurs acteurs du marché. Avec le *digital labor*, l'accent porte sur l'extraction pure et simple de données de la masse des usagers, non plus seulement des plus spécialisés et qualifiés d'entre eux. Ce régime de production n'a pas besoin de présupposer une compétence ou une formation préalable. Par ailleurs, en poussant à sa limite extrême ce raisonnement, nous pourrions identifier la forme paradigmatique du *digital labor* dans l'acte même d'être en ligne. Être connecté à un service suffit, car on peut parler d'extraction d'informations à plus forte raison quand l'entreprise enregistre et analyse les données d'une requête insérée dans un moteur de recherche, une authentification pour accéder à une plateforme, une synchronisation de dispositifs mobiles qui sont tracés en permanence et produisent des informations qui viennent nourrir des bases et calibrer des algorithmes. Un exemple fort révélateur de cette déspecialisation et de cette « invisibilisation » des opérations productives est fourni par le système des reCAPTCHAs de Google. Pour s'authentifier ou pour récupérer les mots de passe les utilisateurs de plusieurs services ont recours à une plateforme mise en place par le géant de Mountain View. L'interface demande aux utilisateurs de « vérifier qu'ils sont humains » en cherchant à déchiffrer des mots déformés. Sans le savoir, toute personne se prêtant à la tâche contribue de fait à la numérisation de textes du service propriétaire Google Books. Plus récemment d'autres modalités « d'authentification par *digital labor* dissimulé » ont été introduites: reconnaître des numéros de rue pour améliorer Google Street View, apparier des images ou « tagguer » des

¹¹ Friedmann, Georges (1956) *Le Travail en miettes: Spécialisation et loisirs*, Paris, Gallimard.

contenus pour calibrer les algorithmes de vision numérique qui permettent à Google de faire de la reconnaissance faciale, de la reconnaissance d'objets ou de la détection de mouvements. Il s'agit, là, du même type de *digital labor* que celui que MTurk rémunère, mais effectué gratuitement.

REMATÉRIALISER LE TRAVAIL IMMATÉRIEL

Cette série d'exemples nous permet d'enrichir notre définition initiale du *digital labor* comme: « Une contribution à faible intensité et à faible expertise mise à profit via des algorithmes et des fouilles de données ». Mais cette nouvelle définition mérite d'être développée à son tour. Le domaine de recherche qui étudie ces phénomènes de mise au travail des usagers numériques se cherche lui-même, tâtonne vers ses propres limites. Depuis quelque temps, les chercheurs s'efforcent d'appréhender les affinités et les divergences avec le « travail immatériel », avancé dans le contexte de l'*Italian theory*. Pour tester la frontière entre les deux notions, nous assistons alors à une tentative de « rematérialiser » le *digital labor*, de l'ancrer dans les environnements de notre quotidien, pour dépasser le champ restreint des opérations effectuées sur un ordinateur de bureau (*desktop tasks*). Surtout grâce aux smartphones et à l'Internet des objets, nous sommes désormais dans un contexte d'exploitation algorithmique qui ne présuppose pas d'être assis face à un écran. Les utilisateurs sont constamment en train d'émettre des données au moyen de leurs téléphones ou de leurs dispositifs embarqués – données qui sont capturées par des tiers le plus souvent de manière subreptice. L'économie collaborative (*sharing economy* – économie du partage) incarne de manière très parlante un écosystème technologique où mobilité et exploitation algorithmique vont de pair. Désormais, cette étiquette désigne un ensemble de réalités de marché fondées sur la mise en relation d'acheteurs et de vendeurs, ou de personnes prêtes à partager avec des personnes prêtes à bénéficier de ce partage. Uber ou Lyft, applications mobiles pour le transport urbain, sont sans doute les exemples les plus connus. Mais des sites de préparation et livraison de produits alimentaires, comme Gobble, ou des plateformes *peer-to-peer* de services à la personne à la demande comme TaskRabbit, sont tout aussi représentatifs du secteur.

La *sharing economy* regroupe une panoplie d'usages disparates, tous plus ou moins dépourvus de spécialisation ou de qualification, tous plus ou moins instrumentés par des technologies mobiles, et tous producteurs de

valeur pour un nouveau type d'entreprises. Le travail de ses adeptes se fonde sur des algorithmes d'appariement qui mettent en contact deux catégories d'utilisateurs (demandeurs et fournisseurs d'un service ou d'un produit) et qui flexibilisent la chaîne logistique. Les entités productives de l'économie collaborative semblent pouvoir se passer de locaux, d'équipements, d'autorisations. Pourquoi construire des points de vente en dur quand il suffit d'une base de données pour faire de l'hôtellerie ou de la restauration? Pourquoi acquérir au prix fort une licence pour conduire un taxi si l'on peut tout simplement télécharger une application? Pourquoi s'efforcer d'obtenir une qualification pour réaliser des services à la personne, quand il suffit de s'inscrire sur un site web? Décrite de cette manière, l'économie collaborative semblerait réaliser la conjecture de « l'hégémonie du travail immatériel¹² » en subordonnant les tâches de travail immédiat à la capacité de systèmes de traitement de l'information et de communication. En fait c'est plutôt le contraire. C'est bien la dialectique entre matériel et immatériel que ce travail engage. Il pose la question de codifier comme travail les usages numériques ordinaires (s'inscrire et se présenter sur un service en ligne, utiliser une application, améliorer sa réputation sur une plateforme) en remplaçant le traitement algorithmique du travail banal, déspecialisé, quotidien de chaque usager dans le contexte de secteurs industriels pré-existants.

Dans le cas d'Uber, l'idée initiale était de créer des réseaux de co-voiturage dynamique en mettant en contact un utilisateur passager avec un conducteur. Finalement, cela s'est transformé en un service qui remplace les taxis, voire qui aspire à « disrupter » le secteur des transports urbains, à y introduire des éléments de rupture économique et sociale. Le cœur de métier de ces nouvelles entreprises est l'exploitation algorithmique des données de mobilité et de consommation de leurs utilisateurs. Qui travaille pour Uber a comme toute dotation sa propre voiture et un smartphone avec l'application propriétaire installée. C'est un « taxi de fait », mais il n'est en revanche pas protégé par toutes les tutelles légales et syndicales d'un taxi. Il se retrouve dans une situation de précarité extrême, car son revenu n'est pas garanti, pas plus que son flux d'activités: la flexibilité est totale. Par ailleurs, si un accident survient, les entreprises propriétaires des applications mobiles ont dans le passé voulu se dégager de leurs obligations, en insistant sur le fait que leur activité se borne à l'intermédiation algorithmique. Une fois effectuée la mise en relation, leur

¹² Lazzarato, Maurizio & Toni Negri (1991) « Travail immatériel et subjectivité », *Futur Antérieur*, 6, pp. 86-89.

responsabilité s'arrêterait. La mise en place de contrats d'assurance et de protection médico-légale et juridique n'était pas systématique au départ, échappant aux conditions prévues dans les lois, et a mis du temps à être acceptée.

Même chose pour Airbnb, qui permet de se loger chez l'habitant, en mettant en contact les membres d'un vaste réseau. Les hébergeurs qui se sont retrouvés dans des situations difficiles d'un point de vue légal – par exemple les locataires qui se sont fait expulser pour violation des normes sur la sous-location – manquaient de toute protection par l'entreprise. Un autre exemple remarquable est TaskRabbit, une plateforme qui met un contact une personne prête à réaliser une tâche simple avec une autre personne à l'emploi du temps trop chargé pour la réaliser elle-même. Il peut s'agir de tâches ménagères, ou de courses, ou même d'alimenter une file d'attente... Si Airbnb relève de l'hôtellerie, TaskRabbit est une entreprise de services à la personne qui prétend ne pas en être, sous couvert de fournir de l'emploi de pair à pair. Mais que se passe-t-il si la personne qui passe 13 heures dans une file d'attente pour acheter votre nouveau iPad est victime d'hypothermie? Que se passe-t-il si, vous ou un membre de votre famille, êtes victime d'un accident domestique pendant qu'une personne envoyée par cette start-up réalise des travaux chez vous ?

Les controverses et les accidents auxquels les stratégies opportunistes de ces entreprises porteuses d'une version marchande de la *sharing economy* exposent ses contributeurs montrent à quel point, dans le travail algorithmique, la dimension immatérielle se fait toujours rattraper par les éléments tangibles, par la force des contraintes matérielles et sociales, par la réalité des conditions de vie même des usagers.

LES PUBLICS COMME FORCE PRODUCTIVE

Une fois que nous avons circonscrit le domaine du *digital labor* par rapport à la notion de « travail immatériel » nous pouvons en donner quelques éléments de compréhension par une mise en dialogue avec une autre notion centrale à l'analyse des transformations récentes du travail: celle d'*audience labor* qui consiste à envisager les publics non pas comme récepteurs passifs de contenus culturels, mais comme contributeurs actifs. La manière la plus directe de situer réciproquement ces deux concepts est de voir le *digital labor* comme un *digital audience labor*, un travail des publics des médias numériques. Il s'agit de l'ensemble d'activités de

consommation et en même temps de production de contenus des industries innovantes de la culture et de la communication.

Peut-être dans le cas des médias sociaux d'Internet, le concept d'*audience commodity*, de public-comme-marchandise, développé par le théoricien canadien Dallas Walker Smythe prend tout son sens¹³. Ses recherches, commencées entre les années 1970 et 1980, se concentraient sur un panorama médiatique pré-Internet. La radio, la télévision étaient décrites comme des marchés, où une « triangulation » se mettait en place: l'un des sommets était les médias, diffuseurs des contenus; les deux autres étaient les annonceurs et les publics. Dans cette structuration du marché, les médias exerçaient de manière prévisible la fonction de production, les annonceurs celle de clientèle, tandis que le public se retrouvait à la place de la marchandise même, dont les annonceurs acquéraient des parts. Avec le *digital labor* et son appariement algorithmique, le cas de figure semblerait être le même: les médias sociaux vendent des bases de données personnelles renseignant les préférences et les comportements de portions de leurs publics à des annonceurs qui les achètent. Mais une différence substantielle est le double statut de ces utilisateurs. En tant que producteurs des données qui sont vendues aux annonceurs, ils sont en même temps des marchandises et des travailleurs. En fait, le célèbre dicton du Web « si c'est gratuit, c'est que tu es le produit » devrait plutôt s'énoncer « si c'est gratuit, c'est que tu y travailles ».

Mais cela entraîne une confusion, lourde de conséquences, des rôles de travailleur et de consommateur. Les publics numériques sont des audiences hybrides qui ne peuvent jamais être réduites à la condition de simples spectateurs. Finalement, pour eux, une conscience exacte du moment où le dispositif numérique est en train de commander leur travail, ou de leur accorder un moment d'oisiveté est impossible à entretenir. Les utilisateurs des plateformes n'arrivent pas à distinguer un moment où ils seraient simplement en train de profiter de services extrêmement performants et gratuits, d'un autre dans lequel ils seraient en train d'ajouter eux-mêmes des données et des calibrages aux services en question, pour participer à leur optimisation et permettre à l'entreprise d'extraire de la plus-value. Les marchés des médias numériques perturbent la notion même de travail aussi parce que le temps dédié à l'activité travaillée déborde et infiltre le temps de vie. Le vieux cri de ralliement du mouvement syndical du siècle passé,

¹³ Smythe, Dallas W. (1981) « On the Audience Commodity and its Work », in *Dependency Road*. Norwood, Ablex, pp. 22-51.

« nous voulons 8h pour travailler, 8h pour nous éduquer, 8h pour nous reposer », aujourd'hui n'aurait pas de sens. Ce découpage très précis du travail n'a plus cours. La séquence 8/8/8 est devenue 24/24/24 – nous sommes constamment en train de nous éduquer, et en même temps de nous reposer un peu, et en même temps de travailler. Se réveiller le matin, et avoir pour premier réflexe d'allumer notre smartphone pour relever nos mails ou consulter notre mur Facebook avant même d'avoir pris le premier café, nous expose à un travail intensif, réalisé en continu, dont le temps coïncide tendanciellement avec notre temps de vie. Sommes-nous en train de réaliser notre *work*, notre travail, ou de nous adonner à un *leisure*, à un loisir?

À cause de cet enchevêtrement, les sciences sociales s'empressent de fournir des définitions originales d'activités mixtes travail-loisir, comme le mot-valise *weisure*, (*work* + *leisure*) proposé par le sociologue américain Dalton Conley¹⁴. L'impossibilité de tracer une ligne de démarcation entre détente et travail fait aussi écho à la notion de *playbour* (*play* + *labour*) – même si son auteur, Julian Kücklich, fait surtout référence à l'industrie des jeux vidéo¹⁵. Plus classiques, les théories sur les *prosumers* avaient déjà insisté sur la capacité des consommateurs à remonter dans les processus d'innovation pour se faire constructeurs de valeur grâce à l'absence de barrières à l'entrée des médias numériques¹⁶. Ce qu'il importe de souligner ici, est que cette hybridation des rôles de production et de consommation semble s'inscrire dans une dynamique sociale et économique plus vaste, qui dépasse la seule économie numérique.

Dans son livre *Le travail du consommateur* (2008), Marie-Anne Dujarier analyse ces dynamiques en se concentrant sur des situations qui, sans avoir de lien direct avec le numérique, s'imposent comme signaux d'une tendance répandue à la mise au travail des consommateurs¹⁷. Le brouillage des frontières entre travail et non-travail, entre production et

¹⁴ Conley, Dalton (2009) *Elsewhere, U.S.A.: How We Got from the Company Man, Family Dinners, and the Affluent Society to the Home Office, BlackBerry Moms, and Economic Anxiety*, New York, Knopf Doubleday Publishing Group.

¹⁵ Kücklich, Julian (2005) « Precarious Playbour: Modders and the Digital Games Industry », *The Fibreculture Journal*, 5(1) <<http://five.fibreculturejournal.org/fcj-025-precarious-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>>

¹⁶ Beaudouin, Valérie (2011) « Prosumer », *Communications*, 88, pp. 131-139.

¹⁷ Dujarier, Marie-Anne (2008) *Le travail du consommateur. De McDo à eBay: comment nous coproduisons ce que nous achetons*, Paris, La Découverte.

consommation concerne de plus en plus de contextes économiques, dans lesquels la consommation d'un produit ou l'accès à un service est conditionnée à la réalisation de tâches progressivement plus nombreuses. IKEA en est un exemple, dans lequel le consommateur n'achète pas un meuble à proprement parler, mais le privilège de le monter lui-même. Autre exemple: les dispositifs high-tech ou objets de design qui demandent un effort de formation ou de travail préparatoire. Pour l'entreprise dont il est le client, le consommateur devient aussi un prescripteur, quand par exemple il se retrouve transformé en « ambassadeur de marque ». Mais il devient aussi un formateur, quand il enseigne aux nouveaux utilisateurs comment se servir d'un dispositif, ou même un contremaître, qui exercerait une pression sur les salariés quand il formule des avis relatifs au service obtenu.

PROLÉTARIANISATION, EXPLOITATION, ALIÉNATION

Ce bouleversement de la symétrie entre production et consommation s'avère alors crucial pour créer un surplus de travail non rémunéré en déplaçant sur le consommateur une partie toujours plus importante des coûts matériels et cognitifs de production de la valeur. De façon plus générale, comme le signalait déjà en 2003 Ursula Huws dans son texte « The Making of a Cybertariat? », les technologies de l'information et de la communication réaménagent la division sociale du travail, à tel point qu'elles peuvent être envisagées comme des outils pour développer du travail non rémunéré¹⁸. Avec cela, nous en arrivons à un autre point essentiel: le *digital labor* est un développement logique du capitalisme cognitif¹⁹, plus particulièrement il en est le prolongement dans le domaine des activités, des intérêts et des affects humains.

Notre définition peut être à nouveau précisée, en ajoutant que le *digital labor* est un travail éminemment cognitif qui se manifeste à travers une activité informelle, capturée et appropriée dans un contexte marchand en s'appuyant sur des tâches médiatisées par des dispositifs numériques. Comme dans tout travail cognitif, ces tâches relèvent souvent du dia-

¹⁸ Huws, Ursula (2003) *The Making of a Cybertariat: Virtual Work in a Real World*. New York, Monthly Review Press.

¹⁹ Moulier Boutang, Yann (2007) *Le capitalisme cognitif: La Nouvelle Grande Transformation*, Paris: Ed. Amsterdam.

logue, de la coopération, de l'échange²⁰, en ligne avec les principes mêmes qui régissent Internet et ses plateformes sociales. La valeur produite n'est pas issue de l'action brute, au sens de transformation physique. Elle provient d'une activité intelligible. Nous pouvons reprendre ici l'exemple de la *playlist*, évoqué en parlant de MTurk : à partir d'un assortiment hétéroclite de chansons, et grâce à un investissement en temps et en activité non spécialisée, le *digital laborer* arrive à produire un résultat qui fait sens, il parvient à orienter cognitivement un ensemble de ressources. De plus, ce produit doté de sens est fait pour être partagé, pour être évalué, pour mobiliser la sociabilité et l'affectivité. Les compétences individuelles ne sont plus seules à être sollicitées dans ce type de travail. Il s'y ajoute une valorisation de l'intersubjectif. La participation, la mise en commun du processus du travail même: c'est bien cela qui est mis à profit dans le *digital labor*. Et c'est aussi cela qui introduit la question de l'exploitation. D'abord dans le sens où la répartition de la valeur produite n'est pas égalitaire sur l'ensemble de la chaîne: certains profitent plus que d'autres. L'exploitation peut être alors appréhendée dans sa signification fondamentale de production de valeur que s'approprient ensuite les propriétaires de plates-formes. Par ailleurs, elle appelle une autre notion essentielle dans la plupart des approches critiques du capitalisme: l'aliénation. C'est surtout sur la quantité relative de ces deux principes que les théoriciens du *digital labor* se sont penchés.

Le chercheur israélien Eran Fisher a insisté sur un point particulier, à savoir que dans le contexte de l'économie numérique *face à un haut degré d'exploitation, nous connaissons un faible degré d'aliénation*²¹. L'exploitation dans le contexte de l'Internet actuel est particulièrement efficace, ce qui revient à dire que la quantité même de valeur produite à partir des contenus des interactions numériques est plus importante que dans d'autres contextes productifs. En revanche, l'aliénation est largement supportable: parce que son extraction de valeur se base sur les mêmes technologies sociales qui entretiennent le lien personnel entre l'utilisateur-travailleur et sa communauté, ses affects, son essence même (ce que Marx appelait sa *Wesen*), le *digital labor* n'oblitére pas la vie et le tissu social dans lesquels il est installé.

²⁰ Dieuaide, Patrick (2011) « Travail cognitif », *Communications*, 88(1), pp. 177-185.

²¹ Fisher, Eran (2012) « How Less Alienation Creates More Exploitation? Audience Labour on Social Network Sites », *tripleC – Cognition, Communication, Co-operation*, 10(2), pp. 171-183.

C'est là que se situe le renversement des équilibres entre ces deux entités. Lors de la première révolution industrielle, un faible degré d'exploitation avait été la contrepartie d'un haut niveau d'aliénation: il fallait compter sur l'aliénation intensive d'effectifs nombreux sur une période de temps longue pour produire relativement peu de valeur. Pour certains, ce renversement nous met face à un écran idéologique qui empêcherait les *digital laborers* de reconnaître leur condition: ils sont « exploités et heureux », selon la formule du philosophe Carlo Formenti²². Pour d'autres, c'est la définition même de l'aliénation qui a changé: les utilisateurs ne sont peut-être pas éloignés de leur propre subjectivité (donc ils ne ressentent pas d'aliénation d'un point de vue moral) ni de leur communauté d'affects (pas d'isolement dans des contextes de sociabilité numérique), mais leur maîtrise sur leurs propres données et sur les contenus de leurs activités est amoindrie par la structure commerciale des plateformes numériques (ils sont aliénés du fruit même de leur travail)²³. La transformation de la place relative de l'aliénation dans le contexte du *digital labor* invite aussi à revoir notre manière de qualifier les utilisateurs-travailleurs du numérique. Avant l'essor de cet objet d'études, dans les années 1990 et 2000, la recherche avait privilégié des catégories telle « classe créative », ou « classe virtuelle²⁴ » qui insistaient sur l'indépendance et le potentiel d'innovation de ces agrégats sociaux. Mais nous nous éloignons progressivement de cette caractérisation émancipatrice des utilisateurs de technologies numériques, qui rappelle les « sublimes » du XIX^e siècle, l'élite des travailleurs qui pouvaient se permettre de choisir quand, comment et pour qui travailler²⁵. Les hackers et les experts de sécurité informatique seraient plutôt des incarnations modernes des ouvriers hyperspécialisés qui choisissaient eux-mêmes leur employeur. Le *digital laborer*, par opposition, est une figure de la précarisation, du déclassement qui touche désormais aussi bien les milieux créatifs que les utilisateurs tout-venant d'Internet, et forme des couches de plus en plus nourries de prolétariat numérique. La terminologie s'adapte, insiste sur le

²² Formenti, Carlo (2011) *Felici e sfruttati: Capitalismo digitale ed eclissi del lavoro*, Milan, Egea.

²³ Reveley, James (2013) « Understanding social media use as alienation: a review and critique ». *E-Learning and Digital Media*, 10 (1), pp. 83-94.

²⁴ Florida, Richard (2002) *The Rise of the Creative Class: And How it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, Perseus Book Group ; Kroker, Arthur (1994) *Data Trash: The Theory of Virtual Class*. New York: Palgrave Macmillan Trade.

²⁵ Aguiton, Christophe et Dominique Cardon (2007) « The Strength of Weak Cooperation: An attempt to Understand the Meaning of Web2.0 », *Communications & Strategies*, 65, pp. 51-65.

déni d'autonomie: on parle alors de « cognitariat », de « nouveau Tiers État²⁶ »...

NOUVELLES CONFLICTUALITÉS SALARIALES

Le travail n'est pas qu'un ensemble d'activités, c'est un ensemble de relations sociales, de rapports interpersonnels qui contiennent le germe d'antagonismes potentiels. Avec le *digital labor* nous assistons à la mise en place de stratégies collectives, avec des éléments de conflictualité de plus en plus structurée. Je mentionnais au début de mon intervention mon intérêt pour la parole problématique sur Internet. Plus particulièrement, j'aimerais m'attarder un instant sur le *trolling*, l'ensemble de pratiques des internautes qui tiennent des propos inflammatoires et qui dérangent les conversations en ligne. Si toute participation à la vie en ligne peut être assimilée au travail, le fait d'empêcher, de parasiter cette participation peut, à mon avis, parfois être assimilé à une forme de sabotage: des utilisateurs sans voix, en général, qui s'attaquent aux rouages de la participation et du partage pour exprimer leur détresse vis-à-vis des aménagements propriétaires de l'Internet actuel. Ils sont généralement non organisés, mais peuvent vite se constituer en bandes ou en foules. Parfois, cette « rude race païenne, sans idéal, sans foi, sans morale » (pour reprendre une formule chère à Mario Tronti²⁷) peut agir collectivement et devenir extrêmement reconnaissable du point de vue de sa couleur politique. Entre 2010 et 2011, la visibilité internationale du réseau informel Anonymous, a témoigné de la capacité de ces petits groupes antagonistes sans spécialisation particulière en termes de compétences informatiques, à coordonner une action collective qui passe par un répertoire d'actions allant d'une simple campagne de contre-information, au *sit-in* en ligne sous forme d'attaque par déni de service (DDoS), à la collectivisation forcée de données propriétaires via des fuites d'informations de plus en plus importantes²⁸.

²⁶ Miller, Toby (2013) « The Cognitariat », *Cognitariat Journal*, 1(1) <<http://oaworld.org/index.php/cognitariat/article/view/4/4>> ; Newfield, Christopher (2010) « Structure et silence du cognitariat ». *Multitudes*, 39(4), pp. 68-78.

²⁷ Tronti, Mario (2014) *Nous, opéraïstes*. Paris, Éditions de l'Éclat.

²⁸ Coleman, Gabriella (2014) *Hacker, Hoaxer, Whistleblower, Spy: The Many Faces of Anonymous*. Londres, Verso Books; Casilli, Antonio A. (2014) *Portrait du troll en travailleur revolté*, [Bodyspacesociety.eu](http://www.bodyspacesociety.eu), 19 novembre <<http://www.bodyspacesociety.eu/2014/11/05/seminaire-ecnehes-portrait-du-troll-en-travailleur-revolte-19-nov-2014-17h-20h/>>

Mais ce n'est qu'un exemple d'expression des antagonismes liés au *digital labor*. Certaines revendications sont plus explicitement rattachées à l'amélioration des conditions de travail, comme dans le cas des travailleurs de MTurk fédérés autour du site Dynamo pour présenter leurs griefs à Amazon²⁹.

Certaines revendications tournent spécifiquement autour des rémunérations des *digital laborers*. Un nombre croissant de recours collectifs (*class actions*) occupe les cours de justice de part et d'autre de l'Atlantique. Il est intéressant de noter que c'est autour de l'extraction de données personnelles que le travail fourni sur Internet se manifeste et demande une protection qui – à défaut d'un statut de *digital laborer* – se déguise en sauvegarde de la vie privée dans des contextes de post-régulation. Depuis quelques années, Facebook et Google sont au centre d'importantes *class action* à propos de leurs « histoires sponsorisées », c'est-à-dire de publicités qui utilisent des images ou des contenus puisés dans des profils personnels d'utilisateurs et ciblés sur leurs cercles amis. Il s'agit d'informations personnelles expropriées, détournées par les propriétaires des plateformes et mises en circulation dans un but commercial. Ces *class actions* peuvent viser à un dédommagement unique, comme dans le cas du recours collectif de 2014 de l'association Europe-vs-Facebook, dans lequel 25000 citoyens ont demandé à l'entreprise 500 € chacun comme compensation symbolique.

Mais certains proposent des modalités plus assimilables à des rétributions. Une position plus marquée à gauche, défendue par Andrew Ross en 2012, consisterait à verser aux usagers une véritable rémunération sous forme de salaire³⁰. Une autre mesure, d'orientation néo-libérale, envisage un système de *microroyalties*, de micro-redevances en échange d'un droit d'exploitation comme dans le cas d'un brevet. Jaron Lanier, scientifique et pionnier des réalités virtuelles des années 1980, l'a proposé dans son ouvrage *Who owns the Future?*³¹. Son point de départ est que, face à l'impossibilité de protéger nos données personnelles au travers des libertés fondamentales, seul le droit commercial peut garantir une maîtrise des

²⁹ Cassely, Jean-Laurent (2014) *Le prolétariat du web accède à la conscience de classe et lance sa première action collective pour améliorer ses conditions de travail*, Slate.fr, 4 décembre <<http://www.slate.fr/story/95395/proletariat-web-amazon-turkers>>

³⁰ Ross, Andrew (2012) « In Search of the Lost Paycheck ». In Trebor Scholz (dir.) *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, pp. 13-32.

³¹ Lanier, Jaron (2013) *Who Owns the Future?*, New York, Simon & Schuster.

conditions d'appropriation des contenus que nous échangeons en ligne. Le système de *microroyalties* qu'il prône permettrait à chaque utilisateur d'être rémunéré pour n'importe quel contenu, message, activité en ligne. Le fait même d'avoir cliqué ou partagé une information pourrait donner droit à cette redevance. Personnellement, je trouve cette dernière proposition déraisonnable. Elle pose d'abord un problème éthique: de fait, la commercialisation des données personnelles créerait un énième « marché répugnant », formule parfois utilisée pour définir les marchés (comme l'achat d'organes, ou les paris en bourse sur les attentats terroristes) qui sont problématiques et intrinsèquement imprudents. A-t-on le droit de vendre un bras ou un œil? Le fait de vendre les données pose le même type de difficultés car ce marché présupposerait un droit de propriété privée sur les données personnelles. C'est une dérive très dangereuse vers la « privatisation de la *privacy* », que j'ai dénoncée ailleurs³². Ces considérations s'appliquent à plus forte raison au *digital labor*, qui produit de la valeur en s'appuyant sur un contexte collectif – les sociabilités ordinaires, le partage au sein de communautés d'utilisateurs. Quoique personnelles, ces données, ces productions digitales, ne sont pas du ressort de la propriété privée, mais le produit d'un commun, d'une collectivité. Par conséquent, la rémunération devrait chercher à redonner aux *commons* ce qui a été extrait des *commons*.

On m'a déjà entendu défendre l'hypothèse d'un revenu de base comme levier d'émancipation et mesure de compensation pour le *digital labor*³³. Je ne vais pas développer ici ce point, mais je me borne à dire que, finalement, le fait de reconnaître le travail des utilisateurs de médias numériques, d'en énoncer les formes et les contours, peut servir de base dans une perspective de mesures redistributives. Nous retrouvons des idées compatibles avec mon approche dans le *Rapport sur le secteur de la fiscalité numérique* commandé en 2013 par le ministère de l'économie et des finances³⁴. Les rapporteurs ont étudié la question de la fiscalité adaptée aux entreprises innovantes dans le domaine des technologies de

³² Casilli, Antonio A. (2014) « Quatre thèses sur la surveillance numérique de masse et la négociation de la vie privée ». *Étude annuelle du Conseil d'État « Le numérique et les droits fondamentaux »*, Paris, La Documentation française, pp. 423-434.

³³ Casilli, Antonio A. et Benjamin Tinq (2014) « Revenu de base et nouveau monde technologique », Première Université d'Été du Revenu de Base, Périgueux, 22 août <<https://www.youtube.com/watch?v=wR10y5mkHS8>>.

³⁴ Colin, Nicolas & Pierre Collin (2013) *Rapport relatif la fiscalité du secteur numérique*, Paris, La Documentation Française.

l'information et de la communication. Vaste sujet, surtout au vu de la localisation des géants du Web dans des pays tiers, voire dans des paradis fiscaux. Les limites principales d'un projet d'impôt sur les sociétés du numérique sont l'harmonisation internationale et la difficulté d'identifier un « établissement stable » – non pas un siège officiel, mais une permanence au moyen de laquelle des bénéfices sont réalisés. L'optimisation fiscale des entreprises du numérique met à mal le principe de territorialité et découple méthodiquement le lieu « d'établissement » du lieu « de consommation ». Il devient crucial de localiser la place de création de la valeur même. Le rapport avance une solution: l'établissement stable se situera conventionnellement sur le territoire d'un État lorsque l'entreprise en question exerce une activité au moyen de données extraites du suivi régulier et systématique des internautes sur ce même territoire. Reconnaître la stabilité de l'établissement de ces entreprises sur la base des données produites par leurs utilisateurs, revient à reconnaître le *digital labor* de ces derniers. Ce n'est pas parce qu'une entreprise est installée dans un certain pays qu'il faut l'imposer, mais parce qu'il y a des millions de citoyens qui réalisent un « travail invisible » et gratuit pour cette entreprise. La solution fiscale française serait une manière de faire revenir, encore qu'imparfaitement, la valeur extraite d'une collectivité vers la collectivité même qui l'a fait émerger. Qui plus est, ce rapport atteste la façon dont les soucis théoriques du *digital labor* dépassent désormais les milieux universitaires, se frayant progressivement un chemin dans la vie politique et économique.