



Économie : L'uberisation de l'économie est-elle une malédiction ?

publié le 30/06/2015

Descriptif :

Analyse de Philippe Moati, professeur d'économie à l'université Paris-Diderot et cofondateur de l'Observatoire société et consommation

Le conflit entre les taxis et les véhicules de tourisme avec chauffeur (VTC) met en lumière les difficultés de certains secteurs à s'adapter aux usages des consommateurs, à l'heure des smartphones. "Tout le monde a peur de se faire 'ubériser'", déclarait en décembre Maurice Lévy, patron de Publicis, illustrant ainsi l'angoisse de certains groupes face à des modèles économiques émergents, et notamment l'économie collaborative.

Qu'entend le publicitaire par ce terme ? "C'est l'idée qu'on se réveille soudainement en découvrant que son activité historique a disparu. Les clients [de Publicis] n'ont jamais été aussi désorientés ou inquiets au sujet de leur marque et de leur modèle économique." L'"ubérisation" de l'économie est-elle une malédiction ?

Voici l'analyse de Philippe Moati, professeur d'économie à l'université Paris-Diderot et cofondateur de l'Observatoire société et consommation. [🔗](#)



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.