

**DIRECTION DES AFFAIRES FINANCIÈRES ET DES ENTREPRISES  
COMITÉ DE LA CONCURRENCE**

**Groupe de travail n° 2 sur la concurrence et la réglementation**

**Services de taxi, de VTC et de covoiturage – Note de référence du Secrétariat**

**4 juin 2018**

Ce document a été préparé par le Secrétariat de l'OCDE afin de servir de note de référence au titre du point 3 de l'ordre du jour de la 65<sup>e</sup> réunion du Groupe de travail n° 2 sur la concurrence et la réglementation du 4 juin 2018.

Les opinions exprimées et les arguments utilisés dans le présent document ne reflètent pas nécessairement le point de vue officiel de l'Organisation ou des gouvernements de ses pays membres.

D'autres documents relatifs à cette discussion sont disponibles à l'adresse :

<http://www.oecd.org/daf/competition/taxis-and-ride-sharing-services.htm>

Pour toute question concernant ce document, veuillez contacter M. Chris PIKE  
[courriel : [Chris.PIKE@oecd.org](mailto:Chris.PIKE@oecd.org)]

**JT03432568**

## *Table des matières*

<b>Services de taxi, de VTC et de covoiturage .....</b>	<b>3</b>
Introduction.....	4
<b>1. Opérateurs traditionnels et nouveaux acteurs.....</b>	<b>4</b>
1.1. Services de taxi .....	4
1.2. Services de VTC et de covoiturage.....	5
1.2.1. Applications centralisées et décentralisées.....	6
1.3. Facteurs à l’origine du succès des entreprises de VTC et de covoiturage .....	7
1.3.1. Prix .....	8
1.3.2. Disponibilité.....	9
1.3.3. Sécurité.....	10
1.3.4. Qualité .....	10
1.3.5. Commodité.....	11
<b>2. Réglementation traditionnelle et enjeux de la généralisation du numérique.....</b>	<b>12</b>
2.1. Limitation de l’offre.....	12
2.1.1. Restrictions quantitatives .....	12
2.1.2. Restrictions géographiques.....	14
2.2. Tarification.....	14
2.3. Obligations de service.....	16
2.3.1. Assurance .....	16
2.3.2. Accessibilité .....	17
2.3.3. Qualité des services .....	18
2.4. Sécurité publique .....	19
<b>3. Action de sensibilisation des autorités de la concurrence .....</b>	<b>21</b>
<b>4. Nouveaux acteurs et application du droit de la concurrence .....</b>	<b>25</b>
4.1. Hypothèses concernant les caractéristiques de marché.....	25
4.2. Allégations de comportement collusoire.....	26
4.3. Fusions et acquisitions .....	27
4.4. Pratiques unilatérales .....	28
4.4.1. Pratiques d’exclusion .....	28
4.4.2. Tarification excessive.....	30
4.4.3. Discrimination par les prix .....	30
<b>5. Conclusion.....</b>	<b>32</b>
Notes de fin.....	34
<b>Références .....</b>	<b>38</b>
<b>Encadrés</b>	
Encadré 1. Les VTC en Italie .....	14
Encadré 2. La déréglementation des taxis à Long Beach .....	16
Encadré 3. La réforme finlandaise.....	21

## Services de taxi, de VTC et de covoiturage\*

*Les services de taxi traditionnels – tout comme d’autres prestataires – représentent une composante essentielle des transports urbains. L’apparition ces dix dernières années des plateformes de VTC et de covoiturage exerce une pression concurrentielle sur leur activité. Si ces nouvelles sociétés apportent des avantages évidents aux consommateurs, elles interviennent généralement en dehors de tout cadre réglementaire et posent de nouvelles questions aux régulateurs et aux autorités chargées d’appliquer le droit de la concurrence.*

*Cette note étudie les règles applicables aux taxis traditionnels qu’il pourrait s’avérer nécessaire de modifier pour tenir compte de la généralisation du numérique. Les progrès technologiques ont modifié plusieurs aspects du segment des radio-taxis et des taxis hélés sur la voie publique, supprimant peut-être ainsi la nécessité d’adopter une réglementation commune. Les autorités de régulation ont la possibilité de revoir les règles en vigueur, en assouplissant (ou en abolissant) celles qui ne s’avèrent plus justifiées aujourd’hui. Les avancées technologiques ne résoudront toutefois peut-être pas certains dysfonctionnements de ce marché. Alors que certains changements dans la réglementation des taxis traditionnels pourraient contribuer à égaliser les conditions de concurrence et à accroître la concurrence dans le secteur, certaines règles pourraient également être appliquées aux nouveaux prestataires.*

*La concurrence entre les taxis traditionnels et les nouvelles sociétés figure aussi parmi les priorités des autorités nationales de concurrence (ANC). Elles ont réalisé un travail important pour enrichir les débats grâce à des actions de sensibilisation. Leurs travaux ont en commun de souligner la nécessité de reconnaître – et non d’interdire – les nouveaux prestataires afin de renforcer la concurrence sur le marché.*

*Ce document analyse également le rôle des nouveaux prestataires du point de vue des autorités chargées de l’application de la législation sur la concurrence. Bien que le nombre d’affaires de droit de la concurrence concernant les services de VTC et de covoiturage demeure très limité, la croissance de ces services, leur caractère bifaces et les questions relatives aux données massives pourraient poser des difficultés aux autorités de la concurrence. Cette note présente quelques-uns des thèmes auxquels elles pourraient être confrontées à l’avenir.*

---

\* Ce document a été préparé par Niccolò Comini, Beyza Erbayat et Chris Pike de la Division de la concurrence de l’OCDE. Il a bénéficié des commentaires de Pedro Caro de Sousa, Sean Ennis et Pedro Gonzaga.

## Introduction

1. Au cours des dix dernières années, des innovations radicales dans les transports ont totalement transformé le paysage réglementaire et concurrentiel, soulevant de nouvelles questions pour les régulateurs et les autorités chargées d'appliquer le droit de la concurrence.
2. Différents types de prestataires présentant différents modèles économiques proposent désormais des services de transport de passagers, qui étaient effectués autrefois uniquement par les taxis traditionnels. Outre les transports métropolitains, certaines entreprises créent de nouveaux modes de covoiturage, principalement utilisées pour des distances moyennes ou longues.
3. Ces dernières années, ces innovations ont suscité de nombreuses questions sur les raisons justifiant le cadre réglementaire appliqué aux services de taxi traditionnels. Les régulateurs du monde entier y ont répondu différemment et ont créé un scénario de réglementation fragmenté, certains pays autorisant la présence de ces nouveaux prestataires, d'autres l'interdisant.
4. La présente note analyse les principales obligations réglementaires imposées aux taxis traditionnels, les motifs les justifiant et la manière dont les opérateurs traditionnels ont été touchés par l'apparition des nouveaux acteurs. Elle a pour objectif d'étudier l'évolution possible du cadre réglementaire actuel et des difficultés que pourraient rencontrer les autorités nationales de concurrence (ANC) dans l'application du droit de la concurrence.
5. Le chapitre 1 présente rapidement les principales différences entre les opérateurs de marché. Le chapitre 2 propose un aperçu des facteurs qui paraissent expliquer la réussite des nouveaux venus. Le chapitre 3 expose les principales caractéristiques du cadre réglementaire des services de taxi du point de vue de la concurrence, telles que les licences ou les tarifs, et les motifs à l'origine de leur adoption à la lumière des dernières évolutions. Le chapitre 4 offre une vue d'ensemble des réactions des ANC à l'apparition des nouvelles sociétés basées sur Internet, en soulignant les thèmes communs qui ont été traités et les approches différentes qui sont apparues. Enfin, le chapitre 5 aborde les possibles difficultés que les autorités de la concurrence pourraient rencontrer en raison de l'augmentation de ces nouveaux prestataires, telles que les problèmes que pose le rôle des technologies et des données massives.

## 1. Opérateurs traditionnels et nouveaux acteurs

### 1.1. Services de taxi

6. Les taxis font partie de l'environnement des transports urbains, au même titre que d'autres moyens, comme les véhicules privés ou les transports publics. Ce sont des véhicules de passagers qui proposent des services de mobilité individuelle à la demande.
7. Bien qu'ils s'avèrent plus coûteux que les transports publics, ils offrent davantage de souplesse et de commodité. Certains usagers les préfèrent aussi à la voiture privée, bien qu'ils puissent également se révéler plus onéreux selon leur mode d'utilisation. Les services de taxi peuvent par exemple être indispensables pour les personnes âgées ou handicapées qui ne peuvent pas conduire ou pour les personnes qui n'ont pas de voiture. (FIT, 2017, pp. 12-14<sub>(1)</sub>)

8. Les services de taxi peuvent être répartis en trois segments selon leur mode de prise en charge : (i) taxis hélés sur la voie publique, (ii) taxis en station, et (iii) radio-taxis. Le premier segment correspond à la prise en charge d'un usager qui hèle un taxi qui passe dans la rue. Dans le cas des taxis en station, l'usager attend d'être pris en charge à un endroit précis, où stationnent les taxis en attendant leur course suivante. Enfin, il est possible de réserver une course à l'avance par différents moyens, tels que des applications, des centres d'appels téléphoniques ou des contrats de long terme. Ce système représente le segment des radio-taxis.

9. Les taxis étant considérés comme des services de transport public, ils sont généralement soumis à certaines des obligations de ces derniers. Ils doivent notamment garantir un certain niveau de résultat en termes d'horaires, de couverture géographique et d'accessibilité économique.

10. Les voitures de tourisme avec chauffeur (VTC) fournissent des services similaires aux taxis. Elles proposent un transport individuel d'un point à un autre, sur réservation. La différence entre les taxis et les VTC se situe principalement au niveau de la réglementation. Les VTC n'ont pas le droit d'utiliser les stations de taxis et les usagers ne peuvent pas les hélés dans la rue. Bien qu'elles soient généralement moins soumises à des restrictions quantitatives à l'entrée ou à des réglementations tarifaires, elles peuvent faire l'objet de certaines réglementations, comme des restrictions géographiques. (FIT, 2016, p. 12<sub>[2]</sub>)

## 1.2. Services de VTC et de covoiturage

11. Le taux d'adoption élevé des services Internet, les téléphones portables dotés des systèmes de géolocalisation par satellite, les technologies de paiement en ligne et les algorithmes avancés ont mis les services de VTC et de covoiturage à la disposition d'un large public. Ces services utilisent un modèle économique multi-faces qui cherche à attirer les conducteurs et les usagers. Le taux de pénétration<sup>1</sup> mondial des services de VTC et de covoiturage était de 7 % en 2016 et de 8.3 % en 2017. Ils génèrent respectivement un produit de 32 et 44 milliards USD. On estime que dans cinq ans le taux de pénétration atteindra 13 % et que les recettes dégagées par les entreprises de services de VTC et de covoiturage auront quasiment doublé (Statista, 2017<sub>[3]</sub>). Il n'est pas surprenant que cette évolution modifie radicalement les marchés traditionnels des taxis. Par exemple, à San Francisco, les courses en taxi constituaient 2 % des trajets en voiture en 2013, mais en représentaient moins de 1 % en 2017, alors que les courses effectuées par les services de VTC et de covoiturage<sup>2</sup> atteignaient 4 % (SFMTA, 2017, p. 10<sub>[4]</sub>).

12. Ces nouvelles entreprises n'ont toutefois pas été bien accueillies dans de nombreux pays. Alors qu'ils se développent dans le monde entier (au Royaume-Uni et au Mexique, par exemple), les services de VTC sont parfois traités comme des taxis illégaux dans certaines villes [c'est le cas en Suède, en Italie et dans certaines villes canadiennes (Bureau de la concurrence Canada, 2015<sub>[5]</sub>) (Autorité suédoise de la concurrence, 2017, p. 90<sub>[6]</sub>)].

13. Du fait de l'évolution constante de leur modèle économique, il s'avère difficile de définir et de classer les services proposés par les entreprises de VTC et de covoiturage. Les caractéristiques de ces services changent fréquemment et varient selon les pays, en fonction des préférences locales, des conditions et de la réglementation. Il n'est par conséquent pas simple de définir des catégories qui ne se chevauchent pas.

14. Les services de VTC facilitent généralement la communication, le paiement et les retours d'expérience entre les passagers et les conducteurs, professionnels ou non. Lorsque les usagers indiquent une destination, ils sont informés de l'itinéraire possible, de la durée estimée du trajet, du prix estimé ou final calculé à l'aide d'un algorithme de tarification dynamique et de la commission du conducteur.

15. Ces services utilisent une vaste gamme de véhicules, des rickshaws (Ola en Inde) ou motos (Go-Jek en Indonésie) aux berlines luxueuses (UberBlack). Certains prestataires (applications de taxi tiers) interviennent comme intermédiaires entre les taxis traditionnels et les usagers (MyTaxi), tandis que d'autres proposent des services de navette<sup>3</sup> (Didi Bus) sur des itinéraires fixes ou comprenant des arrêts à la demande. Certaines entreprises offrent des services de covoiturage<sup>4</sup>, en regroupant sur une même course des usagers indépendants les uns des autres en fonction de leur destination (LyftLine).

16. Les plateformes de covoiturage mettent également en relation les usagers qui prévoient d'effectuer le même trajet, afin qu'ils partagent le véhicule et les frais de transport. Le covoiturage se distingue généralement des services de VTC par le fait que le conducteur propose lui-même la course, il est à la fois prestataire et usager. Ce modèle économique est prisé pour les trajets longue distance, entre deux villes par exemple. L'exemple récent de BlaBlaLines montre toutefois qu'il s'est étendu au transport en zone urbaine, en proposant des services similaires au covoiturage commercial. Cela témoigne une nouvelle fois de l'évolution du marché, les entreprises offrant différents types de services et brouillant les distinctions existant entre elles.

17. De nouvelles plateformes numériques ont dynamisé les services de location de véhicule à l'heure ou au trajet, appelés aussi partage de voiture. Ils peuvent être proposés entre une entreprise et des clients ou entre particuliers (FIT, 2017, p. 16<sub>[1]</sub>). Lorsqu'il n'existe pas de services de VTC ou de covoiturage (en Italie par exemple), les partages de voitures peuvent offrir une solution intéressante pour les transports porte à porte.

18. La croissance régulière de la part de marché occupée par les entreprises de VTC et de covoiturage (et de partage de voitures dans certains cas) ne s'explique pas uniquement par le fait qu'elles remplacent les taxis traditionnels. En effet, si elles attirent un nombre important d'usagers de taxis, les entreprises de VTC répondent aussi à une demande de mobilité porte à porte, jusqu'alors insatisfaite. Pour certains usagers, ces services se substituent aussi à la voiture personnelle<sup>5</sup> ou aux transports publics.

### *1.2.1. Applications centralisées et décentralisées*

19. Comme le décrivent les paragraphes précédents, il existe une grande diversité d'entreprises de VTC sur le marché, qui tentent toutes de proposer des offres et des caractéristiques différentes pour se distinguer de leurs concurrents. Ces différents modèles économiques ont des répercussions en termes de réglementation et de concurrence. Ils ont par exemple joué un rôle décisif dans les décisions rendues par les tribunaux sur la classification des plateformes de transport et la détermination des réglementations les concernant. Si Uber a été définie par la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) (affaire C-434/15) comme un prestataire de services de transport, et donc soumise aux réglementations sur les transports, le tribunal commercial n°2 de Madrid a en revanche considéré que BlaBlaCar était un intermédiaire électronique (décision n°30/2017 du 2 février 2017).

20. Pour mieux comprendre ces modèles, on peut distinguer deux grandes catégories d'entreprises : celles qui sont centralisées et celles qui sont décentralisées. Ainsi que nous l'expliquerons plus loin, ces deux termes peuvent s'appliquer à la technologie et au modèle économique.

21. Du point de vue du modèle économique, une plateforme centralisée n'est pas qu'un intermédiaire. Elle supervise également toutes les principales variables concernant les transactions entre les deux parties. Elle stocke les données, instaure des relations fondées sur la confiance et facilite les transactions entre les usagers. Elles déterminent aussi qui sont les usagers, les conditions générales en vigueur, les prix demandés par les conducteurs, etc. Les entreprises peuvent naturellement appliquer différents degrés de centralisation en choisissant quels aspects de leur activité elles souhaitent contrôler. Certaines plateformes laissent par exemple une latitude importante aux conducteurs en ce qui concerne la fixation des prix et la qualité des prestations offertes aux usagers. En dehors du domaine des transports, Airbnb et Booking.com sont des exemples connus de plateformes décentralisées. Dans le secteur des VTC et du covoiturage, on peut citer BlaBlaCar. Sur les plateformes décentralisées, les prix et les conditions des services sont fixés par les conducteurs et les passagers.

22. Le secteur des services de VTC et de covoiturage a récemment vu apparaître de nouvelles plateformes décentralisées, comme Dacsee en Malaisie et La'Zooz en Israël, qui utilisent la technologie blockchain. La blockchain est une combinaison de procédés cryptographiques et de registres distribués. Elle fonctionne comme une base de données distribuée qui peut enregistrer les données de façon publique (transparente), vérifiable (précise) et permanente (sécurisée). Les nouvelles plateformes décentralisées recourent à la blockchain pour que les usagers et les conducteurs aient confiance dans les transactions conclues par leur intermédiaire. Elles n'ont plus à organiser le paiement via un compte de l'entreprise. L'ensemble des coûts de transaction s'en trouve nettement diminué et il incombe à la plateforme à assurer uniquement un simple service de mise en relation, moyennant généralement une commission sur la course.

23. Les plateformes reposant sur la blockchain utilisent des cryptomonnaies pour les transactions. Les usagers et les conducteurs de La'Zooz sont par exemple rétribués en jetons en fonction de règles définies par la communauté des utilisateurs. Comme La'Zooz, Dacsee insiste sur les aspects « collectifs » de son activité et permet aux conducteurs de créer leur propre base de passagers et leur propre flotte de véhicules et de transférer leur activité à un autre conducteur.

24. Que les plateformes adoptent ou non à l'avenir la technologie blockchain, celles qui appliquent un modèle économique décentralisé représentent déjà des opérateurs bien établis dans les services de covoiturage (BlaBlacar) et sur les autres marchés que celui du transport (Airbnb dans l'hébergement). En fonction des technologies, des préférences utilisateurs et du cadre réglementaire, les plateformes décentralisées constituent par conséquent un modèle viable, que ce soit pour les nouveaux venus sur le marché qui veulent affaiblir les acteurs en place en diminuant les commissions versées par les conducteurs aux plateformes ou pour les marques établies qui fixent actuellement les prix en gagnant une commission en pourcentage.

### **1.3. Facteurs à l'origine du succès des entreprises de VTC et de covoiturage**

25. Les usagers choisissent leur mode de transport selon différents critères, tels que le coût, la durée, le confort, la commodité, la fiabilité, l'impact sur l'environnement, la

sécurité et l'accessibilité. Chaque mode de transport présente un ensemble d'avantages et d'inconvénients, en fonction des préférences de l'utilisateur. Nous nous intéressons dans cette partie aux aspects des services de VTC et de covoiturage qui sont considérés comme ayant favorisé leur implantation et leur expansion sur le marché : les prix, la disponibilité, la sécurité, la qualité et la commodité.

### *1.3.1. Prix*

26. Le faible niveau des prix figure parmi les avantages offerts par les entreprises de VTC et de covoiturage les plus cités par les usagers. En tant que nouveaux venus, les entreprises de VTC appliquent souvent des tarifs inférieurs à ceux des taxis traditionnels pour attirer les usagers (souvent réglementés, les tarifs des taxis ne sont pas contrôlés par les compagnies de taxi). Il en va de même pour les services de covoiturage, où les prix s'avèrent même parfois encore plus bas.

27. De nombreux exemples dans le monde illustrent la façon dont les nouveaux venus se livrent concurrence sur les prix pour attirer les usagers. Une étude menée à Stockholm en 2015 a ainsi estimé qu'une course de 10 kilomètres parcourus en 15 minutes revient entre 297 et 242 SEK selon la compagnie de taxi, et à 199 SEK avec UberX (Felländer, Ingram et Teigland, 2015, p. 32<sup>[7]</sup>). À Ottawa, il a été évalué qu'une course de 5 kilomètres avec UberX coûtait 5.42 CAD de moins qu'avec un taxi traditionnel (Hara Associates, 2015, p. 14<sup>[8]</sup>). Enfin, un rapport de la Commission européenne a montré comment à Amsterdam, les tarifs de base d'UberX sont moins élevés que ceux des taxis traditionnels. (Frazanni, 2016, p. 17<sup>[9]</sup>)

28. Ces exemples ont toutefois leurs limites. Les comparaisons varient selon les villes, les entreprises et les services, mais, même en supposant que ces éléments soient identiques, les comparaisons entre les tarifs de base ou les prix à un moment précis ne peuvent dresser un tableau global. Elles ne tiennent en effet pas compte de l'effet cumulé de la tarification dynamique<sup>6</sup>, qui peut pourtant exercer une incidence majeure sur le prix moyen (tout en améliorant la disponibilité). Des analyses différentes peuvent par conséquent conduire à des résultats contradictoires. Ainsi, d'après une étude portant sur les données des taxis jaunes à New York en 2013 et celles d'Uber à New York en août 2014, les prix d'UberX étaient en moyenne supérieurs de 1.14 USD à ceux des taxis (Salnikov et al., 2015<sup>[10]</sup>). Une analyse menée dans quatre villes australiennes a en revanche montré qu'en août 2015, UberX s'avérait en moyenne 19.77 % moins cher qu'un taxi (Deloitte, 2016, p. 30<sup>[11]</sup>).

29. Les usagers ont souvent l'impression que les services de VTC et de covoiturage sont moins onéreux que ceux des taxis réglementés. D'après une enquête effectuée en Inde, « 47 % des personnes interrogées ont trouvé que les tarifs Uber/Ola sont inférieurs à ceux des taxis, y compris des autorickshaws, et 22 % ont trouvé qu'ils étaient inférieurs à ceux de tous les taxis, mais un peu élevés par rapport à ceux des autorickshaws » (MGP, 2017, p. 3<sup>[12]</sup>). En 2015, une enquête réalisée parmi les habitants de Toronto a montré que 94.5 % des usagers recourant aux sociétés de VTC plutôt qu'à un taxi citaient le bas niveau des prix parmi les motifs de leur choix (Ville de Toronto, 2015, p. 64<sup>[13]</sup>). Selon une autre étude menée aux États-Unis en 2016, 68 % des personnes interrogées pensent que les services de VTC et de covoiturage sont moins chers que les taxis (Smith, 2016, p. 29<sup>[14]</sup>). Une enquête réalisée plus récemment aux États-Unis a montré que 40% des personnes interrogées citent les prix bas pratiqués par les sociétés de VTC en deuxième position – après la « facilité d'utilisation » – pour expliquer leur choix de les préférer à un taxi (Dhar, 2017<sup>[15]</sup>). Enfin, en Indonésie, le rapport qualité-prix est la raison la plus



souvent avancée (61 % des personnes interrogées) pour justifier le choix des services de VTC plutôt que des taxis (GfK, 2017<sub>[16]</sub>).

30. Dans certaines villes, la concurrence créée par les applications entraîne aussi une baisse des tarifs des taxis<sup>7</sup>.

31. Des nouveaux services sont synonymes de nouvelles possibilités pour les consommateurs. Aussi est-il important d'étudier si ces nouveaux services proposés à des prix inférieurs offrent davantage de possibilités de voyage, et de meilleure qualité, aux usagers dotés d'un budget limité. Une baisse des prix se traduit probablement par une augmentation des propositions, qui met ces services à la disposition d'un segment de la demande qui n'avaient pas accès aux taxis traditionnels pour des raisons budgétaires.

### *1.3.2. Disponibilité*

32. Le développement des entreprises de VTC et de covoiturage entraîne une augmentation du nombre de conducteurs. Les plateformes se livrent en effet concurrence pour embaucher de nouveaux conducteurs, y compris des conducteurs sans licence de taxi ou de VTC. Bien que le nombre de VTC et de véhicules de covoiturage ne soit pas souvent publié, il est évident que dans certaines villes, il dépasse déjà celui des taxis<sup>8</sup>.

33. La généralisation des réservations numériques<sup>9</sup> améliore en outre l'efficacité des répartitions en rendant le processus de mise en relation plus rapide, plus simple et plus efficace<sup>10</sup>. Des stratégies de tarification innovantes attirent également davantage de conducteurs sur les plateformes en période de fortes demandes, ce qui permet aux usagers d'obtenir plus facilement un véhicule.

34. Un nombre plus important de véhicules circulant dans les rues peut également réduire le temps d'attente des usagers. Par exemple, à Toronto, à Ottawa (Johal, Ditta et Zon, 2015, p. 9<sub>[17]</sub>) et en Nouvelle-Galles du Sud (Deloitte, 2016, p. 27<sub>[11]</sub>), le temps d'attente des VTC était inférieur à celui des taxis traditionnels. La diminution du temps d'attente grâce à la tarification dynamique et au processus de réservation en ligne semble accroître le bien-être des consommateurs (Lam et Liu, 2017<sub>[18]</sub>).

35. Il est par ailleurs indiqué que les entreprises de VTC améliorent les transports dans les zones mal desservies, bien qu'ils ne soient soumis à aucune obligation de service<sup>11</sup>. Un rapport (Deloitte, 2016, p. 28<sub>[11]</sub>) affirme que le processus de réservation de certaines applications de VTC empêche les conducteurs de choisir les demandes les plus pratiques et les plus rentables. La destination de la course ne leur est révélée que lorsqu'ils ont accepté la demande. On les dissuade également d'annuler une course dès lors qu'ils l'ont acceptée. Le rôle que joue la plateforme pour éviter que les conducteurs ne prennent des décisions personnelles qui pourraient nuire à sa marque dans sa globalité s'avérerait donc important. D'après une enquête menée aux États-Unis en 2016, 50% des personnes interrogées pensaient que « les applications de VTC desservent des quartiers où ne vont pas les taxis » (Smith, 2016, p. 27<sub>[14]</sub>). L'étude réalisée par Lam et Liu (2017<sub>[18]</sub>) à New York a fourni des résultats similaires. Elle a montré qu'Uber et Lyft étaient plus disponibles dans d'autres quartiers de la ville, alors que les taxis traditionnels restaient principalement à Manhattan.

36. Il convient toutefois de noter que toutes les applications de VTC n'utilisent pas ce type de processus de réservation, et que la valeur ajoutée des services de VTC et de covoiturage en termes de couverture géographique peut alors se révéler limitée. Ainsi, en

2015, on a constaté qu'à Portland, les courses des taxis couvraient une zone plus étendue que celles des VTC (Portland Bureau of Transportation, 2015, p. 14<sub>[19]</sub>).

### 1.3.3. Sécurité

37. La sécurité, des véhicules et des personnes, représente un point essentiel pour les usagers. Pour convaincre ces derniers de monter dans des véhicules d'inconnus, les entreprises de taxi, de VTC et de covoiturage appliquent diverses mesures. Ce peut être notamment le contrôle de l'identité de l'usager et du conducteur, des procédures d'approbation des conducteurs, la vérification des véhicules, la mise en place d'un mécanisme de réputation, la possibilité pour les usagers de mettre des commentaires sur la course via l'application, et l'existence d'un bouton d'urgence permettant à l'usager d'alerter l'application ou les autorités locales en cas de danger.

38. La question de savoir si ces mesures peuvent remplacer la réglementation sur la sécurité et les moyens d'exécution mis en place par les autorités publiques fait l'objet de nombreuses discussions. Les applications transmettent aux usagers des informations sur les tarifs et l'identité du conducteur, limitant ainsi les problèmes d'informations asymétriques. Elles créent aussi de nouvelles fonctions, comme les boutons d'urgence et le partage des données sur les trajets, qui n'existaient pas avant. Ces mécanismes peuvent faciliter les procédures de réclamations et de sanctions. Cependant, selon certains observateurs, elles ne remplacent pas efficacement les vérifications officielles des références, les certifications et les contrôles des véhicules.

39. Dans ces conditions, la valeur ajoutée des applications de VTC peut dépendre de la solidité de la réglementation de sécurité des services de taxis et de VTC et du degré de sa mise en œuvre. Par exemple, si la sécurité figure parmi les dernières raisons de choisir les VTC à Toronto (Ville de Toronto, 2015, p. 64<sub>[13]</sub>), elle représente un critère plus important pour les usagers d'autres pays, notamment au Mexique et aux Philippines (FIT, 2017, p. 20<sub>[11]</sub>).

### 1.3.4. Qualité

40. Les utilisateurs des plateformes de VTC et de covoiturage ne sont pas séduits uniquement par le faible niveau des prix et les temps d'attente réduits. Parmi les raisons motivant leur choix, ils citent également des facteurs relatifs à la qualité, comme la politesse des conducteurs et l'état des véhicules.

41. Bien que les prestataires de services traditionnels doivent respecter des réglementations concernant la qualité et le comportement des conducteurs, des enquêtes tendent à prouver que le mécanisme de réputation utilisé par les applications s'avère plus efficace. En Inde par exemple, le comportement des conducteurs de VTC a été qualifié de « bon » par 67% des usagers, de « moyen » par 14%, et de « mauvais » par 19%. En revanche, 8% à peine des personnes interrogées ont estimé que le comportement des conducteurs des taxis noirs et jaunes était « bon », 55% ont déclaré qu'il était « moyen » et 37% qu'il était « mauvais » (MGP, 2017, p. 3<sub>[12]</sub>). À Toronto, 85,8% des personnes<sup>12</sup> ayant participé à une consultation publique ont indiqué que les VTC sont plus propres que les taxis (Ville de Toronto, 2015, p. 64<sub>[13]</sub>). Dans de nombreux autres pays, les services de VTC et de covoiturage sont jugés de meilleure qualité que les taxis (FIT, 2017, p. 24<sub>[11]</sub>).

42. Certains éléments laissent supposer que la réussite de ces nouvelles entreprises a entraîné une amélioration de la qualité des taxis traditionnels. Wallsten (2015<sub>[20]</sub>) analyse

le nombre des réclamations<sup>13</sup> concernant les taxis pour établir un indicateur de la qualité de service de ces derniers à New York et Chicago. Il constate que le nombre de réclamations a diminué depuis l'apparition des entreprises de VTC et suppose qu'elles ont favorisé une amélioration de la qualité dans les deux villes, générant des externalités positives pour les usagers qui n'utilisent jamais les services de VTC et de covoiturage.

### 1.3.5. *Commodité*

43. Les services de VTC et de covoiturage proposent parfois des modes de réservation et de paiement différents aux usagers. Les processus de réservation utilisés par les entreprises de VTC et de covoiturage, employés également par certaines compagnies de taxi, s'avèrent beaucoup plus simples que les systèmes de réservation traditionnels, par téléphone notamment, même s'ils nécessitent généralement de disposer d'un accès à l'Internet mobile. Avant de soumettre leur demande, les usagers peuvent consulter des informations utiles, telles qu'une estimation du montant de la course et du temps d'attente. Lors de la réservation, ils reçoivent les principales données concernant la course (identité du conducteur, véhicule, heure d'arrivée, trajet, montant estimé ou exact de la course) et peuvent suivre le véhicule sur une carte. Il ne leur est de plus généralement pas demandé d'indiquer une adresse de prise en charge, leur position étant directement fournie par le GPS de leur téléphone. Les paiements doivent souvent s'effectuer par carte bancaire, ce qui supprime les échanges d'espèces. La course terminée, les usagers reçoivent un accusé de réception par courrier électronique, ce qui constitue un gain de temps par rapport aux services traditionnels. Certaines applications permettent aux usagers de communiquer le prix de la course à leurs contacts au moyen d'un formulaire envoyé sur leur mobile.

44. D'après certaines enquêtes, les usagers des services de VTC et de covoiturage peuvent trouver ces services plus pratiques. Aux États-Unis, 86 % des usagers de VTC déclarent que ces services leur font gagner du temps et diminuent leur stress, tandis que 60 % estiment que ces services sont plus fiables que les taxis traditionnels ou les transports publics (Smith, 2016, pp. 27-29<sub>[14]</sub>). Dans une autre étude, la « facilité d'utilisation » est la raison la plus citée (53.7 %) pour expliquer le choix des VTC (Dhar, 2017<sub>[15]</sub>). En Indonésie, d'après une enquête réalisée en 2017, 58 % des personnes interrogées attribuent leur préférence pour les services de VTC et leur utilisation fréquente de ces derniers au fait qu'elles peuvent les réserver de façon simple et pratique directement depuis leur portable (GfK, 2017<sub>[16]</sub>).

45. Il importe de souligner une nouvelle fois que certains taxis et VTC améliorent la commodité de leurs services en adoptant le même type d'applications que celui utilisé par leurs concurrents récemment arrivés sur le marché. Certains des aspects positifs mentionnés ci-dessus concernent donc également les opérateurs traditionnels qui ont amélioré leurs services pour répondre au renforcement de la pression concurrentielle.

46. En conclusion, les prestataires de VTC et de covoiturage paraissent proposer des services qui améliorent le bien-être de ceux qui les utilisent, ainsi que parfois de ceux qui ne les utilisent pas. Une partie de ces améliorations repose sur les nouvelles fonctions lancées par les nouveaux acteurs, mais le renforcement de la concurrence semble représenter aussi un facteur important. Il s'avère par conséquent essentiel de donner la possibilité aux prestataires de services traditionnels de concurrencer ces nouvelles entreprises, et de les inciter à la faire, pour accroître le bien-être des consommateurs.

## 2. Réglementation traditionnelle et enjeux de la généralisation du numérique

47. Les services de taxi sont généralement très réglementés. La réglementation couvre aussi bien la fixation des tarifs que les contingents de taxis, en passant par les conditions de certification et les contrôles périodiques des véhicules. Alors qu'elles proposent des services similaires à ceux des taxis, les plateformes de VTC et de covoiturage opèrent généralement en dehors de ce cadre réglementaire. Cette situation soulève la question de savoir s'il est possible d'uniformiser les conditions de concurrence, et de quelle manière, entre les taxis et les services de VTC particuliers et professionnels et de covoiturage.

48. Il est important dans ces conditions que les réglementations permettent aux consommateurs de bénéficier du renforcement de la concurrence tout en répondant aux éventuelles défaillances du marché.

49. Cette partie présente un rapide aperçu des principales restrictions réglementaires qui s'appliquent aux taxis licenciés et aux VTC, en se concentrant sur celles qui exercent le plus d'incidence sur la concurrence. Elle fait le point sur les raisons à l'origine de la réglementation et examine leur pertinence à la lumière des changements apportés par la généralisation du numérique.

### 2.1. Limitation de l'offre

50. L'offre de taxis est réglementée dans de nombreuses juridictions. Les restrictions portent sur le nombre de taxis licenciés et la zone géographique sur laquelle ces derniers sont autorisés à opérer.

#### 2.1.1. Restrictions quantitatives

51. Les restrictions quantitatives représentent l'une des contraintes réglementaires imposées aux taxis qui suscite le plus de discussions. Bien qu'elle s'avère battue en brèche par les nouveaux services présentés plus haut, plusieurs arguments sont avancés pour la justifier.

52. Premièrement, l'une des raisons motivant une restriction de l'offre est d'accroître la productivité en évitant une offre surabondante. D'après cette approche, sans barrière à l'entrée, l'offre risque d'être excédentaire et le coût par course risque d'augmenter, les coûts fixes n'étant pas répartis sur le même nombre de courses.

53. Peu de données viennent toutefois prouver qu'une offre excédentaire entraîne une hausse du coût par course, ni que cette hausse est répercutée sur les consommateurs par une augmentation des prix. La réglementation devrait en outre faire en sorte que les conducteurs réalisent des investissements rationnels dans des charges fixes et pas simplement dans des charges fixes injustifiées. Cet argument est aussi affaibli par le fait qu'un excédent de capacité réduit les temps d'attente et améliore la satisfaction des usagers, ce qui peut conduire à une augmentation de la demande (OCDE, 2007, p. 22<sub>[21]</sub>).

54. Les évolutions technologiques remettent également en cause cette contrainte réglementaire. Les nouvelles technologies mises en œuvre par les applications de transport (applications tiers ou applications de taxis) peuvent diminuer les coûts fixes irrécupérables des chauffeurs de taxi. Elles peuvent offrir les avantages d'un taximètre, d'un instrument de paiement par carte de crédit et d'un outil de suivi et de communication relativement peu onéreux. Elles peuvent aussi augmenter le taux d'utilisation (temps de

course d'un taxi) et permettre de répartir les charges fixes sur un plus grand nombre de courses.

55. Deuxièmement, l'un des arguments le plus souvent avancés pour justifier les restrictions quantitatives des taxis est celui de la limitation des embouteillages et de la pollution. Il laisse penser que sans *numerus clausus*, l'offre dépassera son niveau optimal, ce qui entraînera des externalités négatives, comme la pollution (OCDE, 2007, pp. 23-24<sub>[21]</sub>). Tout dépendra des modes de transports de remplacement que choisiront les usagers s'ils ne trouvent pas de taxi. Si la majorité d'entre eux optent pour leur véhicule privé, les conséquences sur les embouteillages et la pollution risquent d'être négatives. S'ils se tournent vers les services de VTC et de covoiturage, l'impact sur les embouteillages et la pollution pourrait en revanche se révéler positif (Alonso-Moraa et al., 2017<sub>[22]</sub>).

56. Il existe des moyens moins interventionnistes de traiter la question des embouteillages et de la pollution. Scheller (2017, p. 20<sub>[23]</sub>) propose par exemple des méthodes visant à réduire les périodes d'inoccupation des taxis et des VTC. D'autres options consistent à imposer une taxe d'embouteillage ou de pollution à chaque course, à améliorer les transports publics en mettant l'accent sur les services de bout-en-bout proposés aux usagers, ou à réglementer la circulation dans les endroits particulièrement touchés par les embouteillages.

57. Troisièmement, il est avancé que sans contingents, les recettes par taxi vont diminuer et qu'il deviendra difficile de fournir des services de qualité. Cela n'explique pas pourquoi les chauffeurs de taxi protégés par des barrières à l'entrée seraient enclins à répondre aux demandes des usagers. On peut en outre dissocier les aspects qualitatifs et quantitatifs de la réglementation des taxis et la suppression des restrictions quantitatives n'entraîne pas celle de la réglementation applicable aux normes de qualité (OCDE, 2007, pp. 24-25<sub>[21]</sub>). Le niveau élevé de satisfaction des usagers des services de VTC et de covoiturage, ainsi que cela a été montré dans la section précédente, illustre bien la manière dont il est possible de fournir des services de qualité en l'absence de toute restriction d'offre. Le développement des services numériques renforce à cet égard les arguments opposés à l'imposition de réglementations limitant l'offre dans le but d'améliorer la qualité des services.

58. Enfin, la préservation du bien-être des chauffeurs de taxi figure parmi les arguments en faveur des restrictions quantitatives, les barrières à l'entrée les protégeant d'un afflux de main-d'œuvre non qualifiée lors des périodes de ralentissement économique. Par ailleurs, les chauffeurs qui sont propriétaires de leur licence peuvent l'avoir acquise pour se constituer un actif pour leur retraite (puisqu'ils pourront la revendre lorsqu'ils quitteront le marché). À cet égard, on ne voit pas bien pourquoi cette forme de plan de retraite spéculatif devrait être protégée alors que d'autres véhicules d'épargne ne le sont (FIT, 2016, p. 24<sub>[2]</sub>). De même, il n'est pas justifié non plus de protéger le marché des taxis des fluctuations économiques. Concernant la déqualification de la main-d'œuvre, on constate que les évolutions technologiques apportées par les GPS et les systèmes de routage ont supprimé dans une certaine mesure le besoin de ces compétences protégées.

59. Comme cela a été expliqué ci-dessus, les raisons justifiant les restrictions quantitatives des licences des taxis ne semblent pas répondre à leurs objectifs. L'apparition des services de VTC et de covoiturage prouve en outre que cet aspect du cadre réglementaire est dépassé. Les restrictions quantitatives freinent la concurrence et empêchent les usagers de bénéficier des temps d'attente moins longs, des services plus

pratiques et des prix inférieurs qui résultent d'un accroissement de la concurrence et de l'offre. Il semble par conséquent qu'il ne soit pas nécessaire d'appliquer des restrictions quantitatives aux taxis.

### 2.1.2. Restrictions géographiques

60. Les taxis licenciés et les VTC sont souvent soumis à des restrictions géographiques concernant leur zone de prise en charge et à des obligations de service au sein de la juridiction dans laquelle a été délivrée la licence. Ces limitations ont pour objectif de fournir un niveau de service adéquat dans toutes les parties de la ville, en évitant que l'offre ne se concentre dans les quartiers les plus rémunérateurs (FIT, 2016, p. 26<sup>[2]</sup>).

61. Les taxis étant tenus de ne pas pratiquer de discrimination et d'assurer un certain niveau de service, le segment des véhicules hélés sur la voie publique leur est réservé, à titre de compensation. Les exploitants de VTC ne sont donc pas autorisés à opérer sur ce segment et doivent généralement retourner à leur point de base entre deux courses.

#### Encadré 1. Les VTC en Italie

En Italie, les VTC font l'objet de restrictions géographiques et doivent suivre la règle de « retour à la base ». La loi (article 11(4) de la loi n°21/1992) leur impose de débiter et de terminer leur course dans un garage situé dans la municipalité qui leur a délivré leur autorisation. Cette règle s'applique même si la course suivante doit démarrer dans une autre municipalité.

Source : « Study on passenger transport by taxi, hire car with driver and ridesharing in the EU », disponible à l'adresse : <https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/2016-09-26-pax-transport-taxi-hirecar-w-driver-ridesharing-final-report.pdf>, pp.54-56.

62. Les contraintes géographiques peuvent restreindre la concurrence en limitant l'accès à des zones où il existe une forte demande (les services de VTC pourraient toutefois y accéder, ce qui diminuerait l'impact réel de ces contraintes). Elles peuvent toutefois renforcer la concurrence dans les zones où la demande est moindre, ou dans lesquelles la disposition à payer est plus faible.

63. Les restrictions géographiques empêchent une utilisation efficace des capacités de transport, les chauffeurs devant revenir à vide des destinations où il leur est interdit de prendre en charge des passagers. La capacité à satisfaire les demandes en période de pointe est également réduite.

64. Ces limitations créent de surcroît un désavantage concurrentiel pour les taxis confrontés à l'arrivée de nouveaux concurrents. Ils doivent en effet se cantonner à la zone de service qui leur a été attribuée, alors que les conducteurs des VTC et des entreprises de covoiturage peuvent prendre en charge des passagers n'importe où.

## 2.2. Tarification

65. Dans la majorité des cas, les tarifs des taxis sont soumis à des réglementations strictes et complexes, justifiées par la protection des consommateurs. Par exemple, dans les segments des taxis hélés sur la voie publique et des taxis en station, on considère que les passagers se trouvent en position de faiblesse pour négocier avec le chauffeur. Dans le

segment des taxis hélés sur la voie publique, les passagers sont plus sensibles à la durée que le chauffeur, ils ne savent pas quand arrivera le prochain véhicule disponible ni quel prix ils devront payer, à moins de le négocier avant de monter dans le taxi. Dans le segment des radio-taxis, ils se trouvent dans une position plus favorable car ils peuvent rechercher un prix plus intéressant sans craindre de ne pas trouver d'offre (OCDE, 2007, pp. 18-19<sup>[21]</sup>).

66. Dans ces conditions, les tarifs réglementés, tels que les mécanismes de fixation des prix centralisés utilisés par les entreprises de VTC, sont censés empêcher le gonflement des prix et apporter un certain degré de certitude. La réglementation des prix est considérée comme un moyen de garantir un rendement raisonnable des investissements et de dédommager les taxis de leur obligation de service public. Elle peut toutefois empêcher de différencier les produits les uns des autres et amoindrir la concurrence.

67. Plutôt que d'appliquer des tarifs fixes réglementés, la majorité des entreprises de VTC et de covoiturage utilisent la tarification dynamique. Elle présente la particularité nouvelle d'adapter les tarifs aux niveaux de la demande et de l'offre en temps réel. En période de pointe, les prix sont majorés de manière à attirer davantage de conducteurs dans certaines zones, tout en dissuadant les usagers les moins intéressés. On affirme que dans la mesure où la tarification dynamique laisse le marché parvenir à un équilibre entre l'offre et la demande, elle est plus efficace<sup>14</sup>. Le manque de transparence des algorithmes de ce système de tarification soulève toutefois des doutes sur le fait qu'ils soient uniquement utilisés pour des raisons d'efficacité. On ne sait en outre pas toujours quelle somme supplémentaire touche la plateforme lorsque le prix augmente ni combien revient au conducteur.

68. Premièrement, les tarifs fixes réglementés limitent la concurrence en empêchant les taxis de réagir de manière stratégique à la tarification dynamique appliquée par les entreprises de VTC. Deuxièmement, grâce au processus de réservation en ligne, les usagers possédant l'Internet mobile peuvent rechercher un prix plus intéressant à l'aide de leur téléphone, sans autre coût que celui des données. Cela laisse penser que l'argument à l'origine de la réglementation des prix ne se justifie désormais plus pour certains consommateurs.

69. L'on peut toutefois avancer que les applications de VTC et de covoiturage ne sont pas suffisamment employées pour prouver la diminution de l'asymétrie des informations et des coûts de recherche pour l'ensemble des usagers. La majorité d'entre eux n'utilisent pas ces applications. Ces dernières peuvent augmenter les coûts de recherche pour les usagers ne disposant pas de l'Internet mobile ou qui recherchent un véhicule à l'étranger, compte tenu des frais d'itinérance. Même les usagers qui ont accès à ces applications doivent en outre bénéficier d'une certaine protection tarifaire. Les majorations appliquées dans des situations de crise ou d'urgence ont par exemple suscité de vives réactions parmi les usagers<sup>15</sup>.

70. Certaines juridictions étudient par conséquent la possibilité de réglementer la tarification dynamique. Par exemple, en 2016, le ministère indien des Transports routiers et des routes a publié des lignes directrices relatives aux taxis constituant un cadre régissant les réglementations fédérales des agrégateurs (marché ou intermédiaire permettant à un usager de se mettre en relation avec un conducteur à des fins de transport). D'après ces lignes directrices, les taxis gérés par les agrégateurs se répartissent en deux catégories : de luxe et économique. Bien que les deux soient autorisées à utiliser la tarification dynamique, les majorations appliquées par la catégorie économique sont

plafonnées. Par ailleurs, l'exactitude des calculs des prix et de la détermination du parcours le plus court par les algorithmes de tarification sera vérifiée par un organisme public (MGP, 2017<sup>[12]</sup>)<sup>16</sup>.

71. Aussi peut-il s'avérer utile d'examiner les dispositifs de réglementation de la tarification des taxis et d'envisager d'appliquer un plafond réglementé, plutôt qu'un prix fixe. Les taxis pourraient ainsi répondre aux prix proposés par leurs concurrents, ce qui renforcerait la concurrence et le bien-être des consommateurs, tout en offrant aux consommateurs fragiles la protection nécessaire.

### **Encadré 2. La déréglementation des taxis à Long Beach**

Les taxis traditionnels de Long Beach (Californie), comme ceux de nombreuses autres villes, ont souffert de l'apparition de nouveaux prestataires, qui ont entraîné une forte baisse de leur activité.

Cependant, plutôt que d'interdire ces nouveaux modèles économiques ou de les réglementer, le conseil local a décidé en mai 2015 de déréglementer le secteur des prestataires traditionnels, dans l'optique de leur permettre de concurrencer les nouvelles entreprises.

Les changements les plus importants apportés au cadre réglementaire initial, qui ont été votés par le conseil municipal, portaient sur les tarifs et la mise en place d'une application similaire à celles utilisées par les nouvelles entreprises. La réforme autorise les taxis traditionnels à proposer une remise sur leurs tarifs, des promotions et des courses gratuites. Ces modifications leur permettent d'offrir des prix concurrentiels et de contrecarrer, voire de saper, la tarification dynamique, lorsque cela s'avère rentable.

Source : « Long Beach allows taxis to lower fares as they compete with Uber, Lyft », [www.latimes.com/local/california/la-me-long-beach-uber-20150514-story.html](http://www.latimes.com/local/california/la-me-long-beach-uber-20150514-story.html)

## **2.3. Obligations de service**

72. Hormis les contingents, les restrictions géographiques et les tarifs, de nombreux autres aspects des services proposés par les taxis et les VTC sont réglementés. Nous abordons ici les obligations d'assurance, d'accessibilité et de qualité, qui figurent parmi les sujets les plus discutés.

### **2.3.1. Assurance**

73. Les chauffeurs de taxis et les exploitants particuliers de VTC doivent souscrire une assurance commerciale<sup>17</sup> couvrant les passagers et les tiers en cas de dommages causés pendant leur service. Le kilométrage des taxis et des VTC étant beaucoup plus élevé que celui d'un véhicule privé, les compagnies d'assurance présument souvent qu'ils courent un plus grand risque de subir des dommages complets. Les entreprises de VTC et de covoiturage ne sont en revanche pas tenues de satisfaire à cette obligation. Si cette absence de réglementation (ou son application) leur permet de réduire leurs coûts en ne souscrivant pas une assurance appropriée, elle peut entraîner une distorsion de concurrence.



74. Par ailleurs, lorsque les conditions d'assurance sont trop strictes, elles peuvent constituer des barrières à l'entrée et alourdir les coûts de service. La question se pose alors de savoir si la réglementation excessive des services de taxi traditionnels accroît les coûts supportés par les chauffeurs de taxi et cause une distorsion de concurrence. Il s'avère par conséquent important que les autorités de régulation veillent à ce que les obligations d'assurance soient appropriées et proportionnelles à la fois pour les taxis et les VTC.

75. Concernant les services de VTC et de covoiturage, Edelman et Geradin (2016, pp. 312-313<sup>[24]</sup>) citent deux externalités possibles dont il conviendrait de tenir compte dans les débats sur la réglementation de l'assurance.

76. Premièrement, sans obligation légale, les chauffeurs risquent de ne pas acheter une assurance appropriée, ce qui se traduirait par une absence d'indemnisation ou une indemnisation insuffisante des éventuels préjudices subis par les passagers. Si la réglementation provoque une distorsion de concurrence, la perte d'efficacité occasionnée se justifie uniquement si cette réglementation apparaît indispensable pour résoudre un dysfonctionnement du marché et s'il n'existe aucune autre solution moins néfaste pour la concurrence. Ce risque, évalué à partir de ce critère, semble constituer un argument fréquemment avancé en faveur de la réglementation. Il conviendrait toutefois de prendre en compte les particularités propres à l'économie de partage, étant donné que rien ne viendrait justifier une réglementation des obligations d'assurance des conducteurs des plateformes dans la mesure où ils utilisent leur véhicule à des fins non commerciales (au-delà de la réglementation générale sur les assurances que doivent respecter tous les conducteurs de véhicule privé).

77. Deuxièmement, l'utilisation d'une assurance privée (au lieu d'une assurance commerciale) par les conducteurs de VTC peut entraîner une augmentation de primes versées par les conducteurs privés (Edelman et Geradin, 2016, pp. 312-313<sup>[24]</sup>). Ce risque pourrait toutefois être atténué si le marché de l'assurance offrait des produits distincts aux conducteurs privés et aux conducteurs de VTC ou des sociétés de covoiturage. Cette distorsion ne perdurerait probablement pas si le marché apportait la réponse attendue et que les assureurs intégraient à leurs offres les différents profils de risque<sup>18</sup>.

### *2.3.2. Accessibilité*

78. L'accessibilité représente l'aspect le plus important d'un système de transport inclusif. Les taxis remplissent une fonction importante auprès des personnes âgées et handicapées situées dans des zones mal desservies par les transports publics. Pour répondre à ce besoin, ils supportent les coûts inhérents à l'accessibilité de leur véhicule, à la formation des chauffeurs et au temps supplémentaire passé avec les passagers âgés et handicapés.

79. Les taxis sont obligés d'offrir des services accessibles, ou incités à le faire par des mesures financières, en disposant d'une certaine proportion de véhicules adaptés dans l'ensemble de leur flotte. Dans certains cas, les coûts supplémentaires liés à l'accessibilité sont largement couverts par la commission à la course perçue sur chaque taxi.

80. Les services de VTC et de covoiturage s'implantant de plus en plus sur le marché, la question de l'accessibilité commence à susciter des préoccupations. Premièrement, si les courses en taxi diminuent, le financement de l'accessibilité diminue également. Deuxièmement, une baisse du nombre des taxis peut entraîner également une diminution

du nombre de véhicules accessibles, à moins que les services des sociétés de VTC ne tiennent compte de la demande de courses accessibles.

81. Il a été en outre avancé que les taxis se trouvent dans une position inéquitable en raison des disparités de la réglementation (Edelman et Geradin, 2016, p. 320<sup>[24]</sup>). Les sociétés de VTC et de covoiturage peuvent bénéficier de coûts plus bas puisqu'elles ne versent pas de commission à la course pour financer par péréquation les services d'accessibilité, et qu'elles ne proposent souvent pas ces services, qui sont plus coûteux.

82. Pour améliorer l'accessibilité et égaliser les conditions de concurrence, il peut s'avérer nécessaire d'examiner cette question. Des véhicules de transport semi-collectifs financés par l'impôt sur le revenu et les paiements des passagers pourraient par exemple fournir des transports accessibles. La possibilité de rejoindre librement ces programmes et la contribution financière des passagers inciteraient les prestataires de services à améliorer la qualité de leurs services. D'autres modèles pourraient être élaborés, mais les débats concernant les différentes dépassent le cadre du présent document<sup>19</sup>.

83. En conclusion, si la réglementation a pour objectif de garantir un certain niveau d'accessibilité, celui-ci pourrait être atteint grâce, par exemple, à la contribution de tous les prestataires<sup>20</sup>. Plutôt que d'interdire les applications de VTC, reconnaître qu'elles font partie intégrante du système des transports urbains pourrait concourir à résoudre l'asymétrie des conditions existant entre ces sociétés et les taxis traditionnels.

### 2.3.3. *Qualité des services*

84. Les taxis et les VTC sont soumis à des réglementations de qualité relative au véhicule et au conducteur. Les critères de qualité comprennent un kilométrage maximum, la présence de certains accessoires, tels que la climatisation, la connaissance du trajet par le conducteur, etc. Si ces réglementations augmentent les coûts à la charge du prestataire de services, elles diminuent les asymétries d'information et garantissent des normes de sécurité et de service minimales aux passagers.

85. Cependant, si ces normes sont trop élevées, elles peuvent se révéler défavorables aux consommateurs. Par exemple, même si certains pourraient se satisfaire d'un véhicule un peu moins confortable pour payer moins cher, ils n'auront peut-être pas accès à cette option en raison des réglementations, qui limitent la différenciation des produits disponibles sur le marché.

86. Ces normes peuvent augmenter les coûts à la charge des taxis et des VTC ou créer des barrières à l'entrée. Par exemple, le test des connaissances géographiques est considéré comme une importante barrière à l'entrée au Royaume-Uni<sup>21</sup>, alors que ce critère s'avère pour le moins discutable compte tenu du développement des services de cartographie en ligne. Il pourrait être remplacé par une obligation d'utiliser des services de cartographie fiables.

87. Les discussions autour des critères de qualité des services portent aussi sur le mécanisme de réputation mis en place par les plateformes de VTC et de covoiturage. Pour garantir la qualité de leurs services, les nouveaux acteurs proposent un système dans lequel les usagers et les conducteurs peuvent déposer un commentaire et se noter mutuellement. Les usagers peuvent voir les notes données aux conducteurs (et réciproquement) et lisent parfois les commentaires avant de réserver une course. Selon la politique de la plateforme, les conducteurs mal notés peuvent se voir attribuer moins de courses, ou faire l'objet de suspensions ou d'autres sanctions.

88. Les mécanismes de réputation présentent des avantages et des inconvénients. Ils semblent bien fonctionner, peut-être même mieux que les réglementations sur la qualité (comme cela a été indiqué dans la section précédente, les usagers trouvent souvent que les VTC et les véhicules de covoiturage sont plus propres et que leurs conducteurs sont plus polis). Ils s'avèrent en outre plus souples que les réglementations. Ainsi, d'après Edelman et Geradin (2016<sub>[24]</sub>), « si un critère donné n'est pas pertinent, les prestataires de services peuvent le reconnaître sans que leurs notes en pâtissent — de ce fait, celles-ci reflètent davantage les besoins réels des consommateurs ».

89. Les usagers se montrent toutefois plus enclins à commenter et noter leurs expériences positives, alors que les retours d'information négatifs sont très importants (Edelman et Geradin, 2016, p. 316<sub>[24]</sub>). Ils peuvent aussi ne pas se montrer objectifs dans leur notation, faussant ainsi le système. Une étude (Kooti et al., 2017<sub>[25]</sub>) a par exemple démontré que les passagers présentant peu de différence d'âge avec les conducteurs et les femmes de 30 à 50 ans obtiennent les notes les plus élevées.

90. Dans ces conditions, il importe d'examiner les réglementations sur la qualité en tenant compte des évolutions et des nouvelles attentes des usagers. Il convient par exemple de noter que la transparence apportée par le développement du numérique remet en question la pertinence de certaines réglementations sur la qualité pour les plateformes de réservation. Des réglementations souples permettraient aux taxis et aux VTC de se démarquer et d'adapter leurs services pour être plus concurrentiels. Les réglementations ne doivent pas non plus se traduire par un surcoût pour les taxis et les VTC ni créer de barrières à l'entrée pour les conducteurs des plateformes.

## 2.4. Sécurité publique

91. L'asymétrie de l'information représente l'un des dysfonctionnements du marché le plus significatif traité par la réglementation. La sécurité en est un exemple caractéristique. L'utilisateur ne pouvant pas totalement évaluer si un véhicule ou un conducteur est à même de fournir le service, la réglementation a pour but de pallier ce déficit d'information. Les mesures de sécurité comprennent en principe notamment des contrôles réguliers des véhicules, des limitations concernant l'âge et le kilométrage des véhicules, des équipements minimums, la vérification du casier judiciaire des conducteurs, des tests de dépistage de drogues, des obligations de certification et de formation, et un nombre maximum d'heures travaillées. Ces obligations concernent souvent uniquement les taxis et les VTC, les sociétés de VTC et de covoiturage n'étant généralement pas soumises aux cadres réglementaires.

92. Les nouveaux acteurs appliquent leurs propres règles et procédures pour garantir la sécurité des usagers. Pour combler cet écart, ils ont mis en place des fonctions novatrices, comme les boutons de sécurité et le partage des informations concernant une course. Les données collectées peuvent en outre contribuer à vérifier le comportement d'un conducteur, en cas d'excès de vitesse par exemple. L'efficacité de ces systèmes reste toutefois sujette à caution étant donné qu'ils ne font par exemple l'objet d'aucun examen public et ne s'accompagnent d'aucune mesure d'exécution.

93. Outre le fait qu'elle suscite des préoccupations concernant la sécurité des passagers, l'absence de réglementation en matière de sécurité pour les nouveaux acteurs pose un problème de concurrence avec les taxis et les VTC. En raison de cette asymétrie, ces derniers supportent des coûts plus élevés et jouissent d'une moins grande flexibilité que leurs nouveaux concurrents. Par exemple, alors que les chauffeurs de taxi ne peuvent

travailler qu'un certain nombre d'heures par jour, les conducteurs des plateformes peuvent conduire autant qu'ils le souhaitent. Même si une société instaure un nombre maximum d'heures de travail, les conducteurs peuvent le dépasser en se connectant à plusieurs plateformes pour recevoir des demandes de courses. Il est par conséquent vivement demandé que les sociétés de VTC soumettent des informations permettant de prendre des sanctions contre les conducteurs qui travaillent un nombre d'heures susceptible de s'avérer dangereux.

94. S'il est évident que la sécurité publique ne peut être laissée au bon vouloir des sociétés, ou dépendre de leurs stratégies de qualité, il convient aussi de noter que dans certains cas, les nouvelles fonctionnalités de sécurité de ces plateformes peuvent se révéler plus efficaces que les mesures de sécurité ex ante imposées par la réglementation. La mise en place de conditions de concurrence équitables pour les taxis et les sociétés de VTC et de covoiturage peut donner l'occasion d'améliorer la réglementation actuelle des taxis en y intégrant les aspects positifs des services numériques et en réexaminant les points dépassés ou superflus.

### Encadré 3. La réforme finlandaise

Adoptée en 2017, la loi sur les services de transport réforme la réglementation sur les transports, dont celle applicable aux taxis. Son principal objectif affiché est « la fourniture des services de transport orientés vers les clients ». Elle vise à créer un environnement d'exploitation favorable aux services numériques et aux nouveaux modèles d'activité. Elle devrait faciliter la concurrence sur le marché.

La loi a apporté à cet effet les modifications suivantes au cadre réglementaire.

- L'obligation de détenir une licence demeure valable pour tous les services professionnels de transport de passagers. Pour l'obtenir, les demandeurs doivent satisfaire à un ensemble de conditions, telles que disposer de leur capacité juridique, posséder un bureau en Finlande et des compétences professionnelles suffisantes. Les conditions relatives à l'expérience et à la formation de l'opérateur de transport ont toutefois été supprimées.
- La limite qui déterminait le nombre maximal de licences attribuées a été levée.
- Un taxi désigne un véhicule avec une licence de taxi. Celle-ci étant attribuée à un opérateur, des véhicules autres que des voitures de tourisme peuvent servir de taxis.
- Les restrictions géographiques des licences ont été supprimées. L'opérateur du taxi déterminera la durée et la zone de ses services. Ces informations seront communiquées au grand public.
- Les prix maximums, transformés en prix fixes confirmés par l'État, ont été supprimés. Les opérateurs sont toutefois tenus d'informer les usagers à l'avance du montant de la course ou de sa base de calcul. L'Agence finlandaise de sécurité des transports peut également fixer un plafond si les prix atteignent des niveaux excessivement élevés.
- Les réglementations sur la sécurité et la protection des consommateurs sont conservées. La nouvelle loi soumet les chauffeurs à une vérification plus stricte de leur casier judiciaire.

Sources : ministère finlandais des Transports et des Communications, « Taxi and vehicle-for-hire services in the Act on Transport Services », [www.lvm.fi/documents/20181/937315/Factsheet+60-2017+Taxi+and+vehicle-for-hire+services+in+the+Act+on+Transport+Services.pdf/bbb5ca8a-d24d-4b41-a5be-004f4036aeb2](http://www.lvm.fi/documents/20181/937315/Factsheet+60-2017+Taxi+and+vehicle-for-hire+services+in+the+Act+on+Transport+Services.pdf/bbb5ca8a-d24d-4b41-a5be-004f4036aeb2) ; « The Act on Transport Services implements Government Programme », [www.lvm.fi/documents/20181/937315/Factsheet+64-2017+The+Act+on+Transport+Services+implements+Government+Programme.pdf/f7fb10cb-07bb-495e-a256-2659ca11fa66](http://www.lvm.fi/documents/20181/937315/Factsheet+64-2017+The+Act+on+Transport+Services+implements+Government+Programme.pdf/f7fb10cb-07bb-495e-a256-2659ca11fa66) et « Good and flexible transport services through a new act », [www.lvm.fi/en/-/good-and-flexible-transport-services-through-a-new-act-933165](http://www.lvm.fi/en/-/good-and-flexible-transport-services-through-a-new-act-933165)

## 3. Action de sensibilisation des autorités de la concurrence

95. Les autorités nationales de concurrence (ANC) surveillent de près les marchés des services de taxi traditionnels depuis de nombreuses années. Leur action a essentiellement consisté à analyser la lourde réglementation appliquée au secteur des taxis, en particulier

ses aspects les plus problématiques du point de vue de la concurrence, tels que les barrières à l'entrée ou la réglementation des tarifs.

96. La situation a changé au cours des 10 dernières années. Comme dans de nombreux autres secteurs, les innovations technologiques se sont avérées décisives pour la mise en place d'un environnement propice à l'expansion des nouveaux prestataires.

97. Après les débats suscités par l'arrivée de ces nouveaux prestataires, les ANC ont commencé à produire des documents de sensibilisation évaluant ces nouveaux services et leurs conséquences sur la concurrence, et à proposer des approches particulières aux autorités de régulation des transports et aux pouvoirs publics.

98. Les services de VTC et de covoiturage figurent ces derniers temps parmi les priorités des autorités de la concurrence. Un grand nombre de documents concernant l'évaluation de la réglementation du point de vue de la concurrence a été produit, allant des articles rédactionnels<sup>22</sup> à des analyses quantitatives<sup>23</sup> ou à des actions judiciaires<sup>24</sup>.

99. Parmi les ANC qui ont publié de tels documents, figurent entre autres celles de l'Australie, du Brésil, du Canada, de la Colombie, de l'Espagne, des États-Unis, de la Finlande, de la France, de l'Italie, du Mexique, de la Norvège, de la Pologne, du Portugal, de Singapour et du Royaume-Uni.

100. Un grand nombre d'entre elles semblent s'accorder à reconnaître les avantages que représentent ces nouvelles sociétés pour les consommateurs. Elles se concentrent généralement sur leurs répercussions favorables sur les prix, le temps d'attente, le choix et la disponibilité des services (Bureau de la concurrence Canada, 2015<sub>[5]</sub>) (Australian Competition Policy Review, 2015<sub>[26]</sub>) (CADE, 2015<sub>[27]</sub>) (CMA, 2015<sub>[28]</sub>) (COFECE, 2016<sub>[29]</sub>). Les autres points cités concernent les avantages apportés par la réduction des coûts de transport, l'atténuation des asymétries de l'information et l'utilisation des capacités disponibles (Autorité portugaise de la concurrence, 2016, pp. 37-38<sub>[30]</sub>). L'on notera que certaines autorités (Bureau de la concurrence Canada, 2015<sub>[5]</sub>) (Superintendencia de Industria y Comercio, 2015<sub>[31]</sub>) associent ces avantages d'une part aux spécificités numériques des nouveaux acteurs, et d'autre part, à la concurrence que ces derniers créent sur le marché.

101. Concernant les aspects réglementaires, la plupart des documents établis par les ANC soulignent l'importance d'instaurer des conditions équitables (UOKiK, 2016<sub>[32]</sub>) (Autorité portugaise de la concurrence, 2016<sub>[30]</sub>), en indiquant que la réglementation ne doit pas favoriser un groupe de concurrents ou certains modèles d'activité par rapport à d'autres (FTC, 2013<sub>[33]</sub>) (CMA, 2015, p. 2<sub>[28]</sub>) (UOKiK, 2016<sub>[32]</sub>). Par exemple, pour le Bureau de la concurrence Canada (2015<sub>[5]</sub>), l'inégalité des conditions de concurrence représente la principale source des tensions que connaît actuellement le secteur canadien des taxis. Les débats autour de ce thème se traduisent par la question de savoir si et comment on peut intégrer les services de VTC et de covoiturage à un cadre réglementaire.

102. Les opérateurs de taxi traditionnels se sont toujours montrés favorables à un élargissement de la réglementation actuelle aux sociétés de VTC. Cette approche ne rencontre toutefois pas l'assentiment des ANC, qui considèrent généralement les taxis comme un secteur sur-réglementé. L'apparition des nouveaux acteurs est souvent perçue comme une occasion de réformer le marché (Australian Competition Policy Review, 2015, p. 135<sub>[26]</sub>), sans pour autant le déréglementer totalement.

103. L'autorité italienne de la concurrence (2017, p. 54<sub>[34]</sub>) préconise par exemple une « déréglementation par le bas ». Elle recommande de réformer les règles et

réglementations existantes pour instaurer des conditions équivalentes entre les taxis traditionnels et les VTC et faire en sorte que la réglementation des services assurés par les non professionnels soit le moins interventionniste possible. Elle propose également qu'une certaine forme de dédommagement monétaire puisse être versée aux chauffeurs de taxi, pour garantir une transition en douceur.

104. Le Bureau canadien de la concurrence (2015<sup>[5]</sup>) note que pour égaliser les conditions de concurrence, « il convient d'assouplir les réglementations des taxis et qu'il pourrait être nécessaire de renforcer les réglementations des nouveaux prestataires pour garantir que les objectifs légitimes de l'action des pouvoirs publics, tels que la sécurité publique, soient remplis. » Il invite également les régulateurs à regrouper les taxis traditionnels et les services de VTC au sein d'une même classification, sauf s'il est établi qu'il existe des différences importantes entre eux et qu'il n'est possible d'obtenir les résultats souhaités qu'en appliquant des règles différentes.

105. L'autorité mexicaine de la concurrence (COFECE, 2016, p. 3<sup>[29]</sup>) préconise en revanche pour sa part que les entreprises de transport en réseau soient officiellement reconnues comme une catégorie réglementaire distincte de celle des services de taxi publics.

106. Comme on peut le constater, les préoccupations relatives à l'instauration de conditions de concurrence équitables reposent directement sur l'application d'une réglementation adaptée aux différents acteurs. C'est pourquoi il s'avère essentiel de définir correctement les différentes catégories de services pour savoir s'ils peuvent tous relever du même cadre réglementaire.

107. Peu d'ANC ont abordé la question de la définition du marché dans leur action de sensibilisation. L'Autorité française de la concurrence (2013<sup>[35]</sup>) a par exemple identifié deux marchés, celui des véhicules hélés sur la voie publique et celui des radio-taxis (service de réservation préalable), et indiqué que le premier est réservé aux taxis et qu'il n'est pas soumis à la concurrence avec les sociétés de services de réservation. L'autorité portugaise de la concurrence (2016, p. 7<sup>[30]</sup>) a reconnu l'existence de trois segments différents : les taxis hélés sur la voie publique, les taxis en station et les services de réservation au préalable, précisant que « les innovations technologiques ont entraîné la création de nouvelles plateformes électroniques permettant de louer les services des taxis sans aplanir les différences entre ces segments ». Enfin, dans son document, l'autorité polonaise de la concurrence (UOKiK, 2016, p. 4<sup>[32]</sup>) distingue les opérateurs de taxi des sociétés de VTC qui interviennent comme intermédiaires.

108. Concernant certains points précis de la réglementation actuelle, la principale question soulevée par les ANC porte sur la limitation quantitative du nombre des licences de taxi. Par exemple, les autorités canadienne (Bureau de la concurrence Canada, 2015<sup>[5]</sup>), colombienne (Superintendencia de Industria y Comercio, 2015, pp. 8-9<sup>[31]</sup>), finlandaise (Autorité finlandaise de la concurrence et des consommateurs, 2016, p. 64<sup>[36]</sup>), norvégienne (Autorité norvégienne de la concurrence, 2015, p. 27<sup>[37]</sup>), portugaise (Autorité portugaise de la concurrence, 2016<sup>[30]</sup>), espagnole (Autorité espagnole de la concurrence, 2016, pp. 125-135<sup>[38]</sup>) et américaine (FTC, 2013<sup>[39]</sup>) dénoncent le contrôle strict du nombre de licences, qui constitue une importante barrière à l'entrée. Certaines, comme celles de l'Australie (Australian Competition Policy Review, 2015, p. 135<sup>[26]</sup>), du Mexique (COFECE, 2016, p. 3<sup>[29]</sup>), du Canada (Bureau de la concurrence Canada, 2015<sup>[5]</sup>) et de l'Espagne (Autorité espagnole de la concurrence, 2016<sup>[38]</sup>) recommandent expressément la suppression des contingents.

109. Les tarifs représentent également un point du cadre réglementaire appliqué aux taxis traditionnels qui fait l'objet de nombreux débats. La majorité des documents de sensibilisation fournis par les ANC mettent en évidence la façon dont les prix fortement réglementés suppriment un aspect de la concurrence et entraînent des inefficiences, le marché ne parvenant pas à un équilibre (Autorité portugaise de la concurrence, 2016, p. 74<sub>[30]</sub>). Ils considèrent en outre que la réglementation des prix empêche les taxis traditionnels de réagir de manière stratégique à la pression concurrentielle exercée par les sociétés de VTC.

110. Cependant, les recommandations sur la manière de déréglementer les tarifs diffèrent. L'autorité espagnole de la concurrence (2016, pp. 175-176<sub>[38]</sub>) est par exemple favorable à une libéralisation totale des prix, avec un accès libre au marché. L'autorité norvégienne de la concurrence (2015, p. 34<sub>[37]</sub>) encourage également la déréglementation des prix et la suppression des barrières à l'entrée, en préconisant une plus grande transparence sur les prix pour permettre aux consommateurs de choisir en toute connaissance de cause.

111. La FTC (2013, p. 5<sub>[39]</sub>) observe toutefois pour sa part que dans certaines circonstances, une réglementation imposant un prix maximum peut contribuer à assurer la protection du consommateur<sup>25</sup>, tout en reconnaissant que cet argument perdrait de sa pertinence dans le scénario d'un marché à accès libre. L'autorité portugaise de la concurrence (2016, p. 20<sub>[30]</sub>) note également qu'une certaine réglementation des prix peut se justifier dans des segments, mais elle souligne néanmoins que la fixation de prix maximums risquerait d'entraîner des actes de collusion et qu'il conviendrait par conséquent d'assurer un contrôle continu du marché. L'Autorité finlandaise de la concurrence et des consommateurs (2016, p. 64<sub>[36]</sub>) soutient le maintien d'une réglementation générale sur les prix maximums pour protéger les consommateurs<sup>26</sup>, même si les prix maximums réglementés correspondent en fait aux prix réels. Elle affirme que les taxis offrent des prestations indispensables à de nombreux groupes particuliers, comme en témoignent les demandes en faveur de services de taxi sûrs, accessibles et à des prix modérés.

112. Le cadre réglementaire n'est toutefois pas considéré comme dépassé et nécessitant des changements radicaux dans sa totalité. Les règles imposant des normes de sécurité sont généralement bien perçues par les ANC (Australian Competition Policy Review, 2015, p. 134<sub>[26]</sub>) (COFECCE, 2016, p. 3<sub>[29]</sub>). Elles reconnaissent par exemple que les fonctionnalités numériques des services de VTC n'atténuent pas les asymétries de l'information liées à l'état mécanique du véhicule ou à sa couverture d'assurance (Bureau de la concurrence Canada, 2015<sub>[5]</sub>) (Autorité portugaise de la concurrence, 2016, p. 22<sub>[30]</sub>) (Autorité espagnole de la concurrence, 2016, p. 144<sub>[38]</sub>). Elles constatent parallèlement que la réglementation sur la sécurité doit être proportionnelle aux défaillances du marché en ce domaine et non discriminatoire envers les différents types d'acteurs du marché (Autorité portugaise de la concurrence, 2016, pp. 23-24<sub>[30]</sub>) (Autorité norvégienne de la concurrence, 2015, p. 30<sub>[37]</sub>).

113. Pour résumer, les ANC préconisent quasiment toutes une révision du cadre réglementaire appliqué aux services de taxi traditionnels, selon des approches différentes toutefois. Elles soulignent les avantages que les nouveaux services apportent aux consommateurs, mais elles reconnaissent également que les cadres réglementaires existant n'offrent pas des conditions de concurrence équitables à tous les acteurs. Pour que la concurrence s'exerce de façon saine, il est indispensable que la réglementation



demeure la moins interventionniste possible tout en remédiant aux dysfonctionnements du marché.

114. Cette action menée par les ANC prouve premièrement que les turbulences que connaît le marché des services de taxi touchent de nombreux pays. Et deuxièmement, qu'elles ne peuvent pas être résolues par une seule autorité publique, mais nécessitent la collaboration et la coordination des différentes parties prenantes.

#### 4. Nouveaux acteurs et application du droit de la concurrence

115. L'expansion des sociétés basées sur Internet a modifié le paysage concurrentiel des services de taxi, de VTC et de covoiturage. Là où sont apparus de nouveaux services, les autorités peuvent être confrontées à de nouvelles difficultés pour appréhender et résoudre les problématiques qui peuvent se poser.

116. Ce chapitre expose certains des problèmes que pourraient rencontrer les autorités de la concurrence à l'avenir et cite également quelques affaires en cours. Les sous-sections suivantes décrivent notamment des scénarios dans lesquelles on a affirmé que les plateformes de VTC et de covoiturage pourraient se révéler anticoncurrentielles.

117. Les mesures d'exécution de la loi demeurant limitées, cet exercice reste toutefois plutôt hypothétique. L'existence d'un pouvoir de marché et les effets favorables ou non à la concurrence des comportements commerciaux sont en outre des éléments bien réels qu'il conviendra de définir au cas par cas. Enfin, les différentes règles de concurrence appliquées selon les juridictions peuvent conduire à envisager de façon différente la légalité ou non de pratiques commerciales similaires.

118. C'est pourquoi l'analyse figurant ci-après est proposée uniquement à titre indicatif et ne reflète en aucun cas une éventuelle évaluation des conséquences réelles ou de la légalité du comportement commercial des taxis et des services de VTC et de covoiturage menée par l'OCDE ou son Secrétariat.

##### 4.1. Hypothèses concernant les caractéristiques de marché

119. Les nouveaux acteurs du secteur des taxis, des VTC et du covoiturage sont souvent des plateformes qui mettent en relation deux groupes de clients : les conducteurs et les passagers. Cette structure est commune aux plateformes multi-faces. Selon Evans et Schmalensee (2007<sub>[40]</sub>) ces dernières possèdent (a) au moins deux groupes de clients, (b) qui sont interdépendants d'une manière ou d'une autre, (c) mais qui ne peuvent à titre individuel capturer la valeur offerte par leur attraction commune, et (d) qui dépendent de l'effet catalyseur de la plateforme pour faciliter des interactions génératrices de valeur entre eux. Les plateformes multi-faces se caractérisent par des externalités de réseau entre plusieurs plateformes. Les avantages apportés par la plateforme à l'une des parties dépendent du nombre d'utilisateurs présents sur l'autre partie du marché, et inversement (OCDE, 2018<sub>[41]</sub>).

120. Comme d'autres marchés multi-faces, les plateformes de VTC et de covoiturage présentent des caractéristiques – telles que la nécessité de disposer d'une masse critique d'utilisateurs et de réaliser des économies d'échelle et des externalités de réseau – qui peuvent accroître le risque de concentration du marché et éventuellement, de position dominante (OCDE, 2017<sub>[42]</sub>).

121. Parallèlement, les utilisateurs des plateformes de VTC et de covoiturage peuvent pratiquer le « multi-hébergement ». Passagers et conducteurs peuvent s'inscrire sur

différentes plateformes et ne sont pas tenus de dépendre d'un seul prestataire. C'est ce qui semble se passer dans la pratique. Par exemple, d'après les données fournies par le programme « Hell »<sup>27</sup> d'Uber, près des deux tiers des conducteurs de Lyft travaillaient avec deux applications<sup>28</sup>. L'existence et la nature du multi-hébergement représentent un élément important pour évaluer un éventuel pouvoir de marché et les répercussions des comportements commerciaux sur la concurrence.

## 4.2. Allégations de comportement collusoire

122. Face à ces nouveaux modèles d'activité, la question s'est posée de savoir si la fixation des prix par des plateformes de VTC et de covoiturage peut entraîner une violation du droit de la concurrence. Elle est apparue lors d'une procédure judiciaire aux États-Unis, l'affaire *Meyer v. Kalanick* case<sup>29</sup>. Cette affaire, qui fait toujours l'objet d'une enquête, concerne une action collective déposée par Spencer Meyer en 2015 contre Kalanick (directeur général d'Uber à l'époque), accusant la société Uber d'avoir coordonné un accord tarifaire horizontal.

123. L'allégation selon laquelle la fixation des prix par les plateformes de VTC représente une entente sur les prix interdite par le droit de la concurrence repose sur le fait que certaines plateformes décident, en accord avec les conducteurs, que les mêmes prix s'appliqueront à tous les conducteurs de la société travaillant dans une zone donnée à une période précise de la journée. On affirme donc que ces plateformes fixent les tarifs de leurs conducteurs, qui se livreraient sinon concurrence pour obtenir le meilleur prix. Cependant, à notre connaissance, il n'a encore jamais été démontré qu'une plateforme de VTC ou de covoiturage avait un comportement collusoire.

124. Certains ont fait valoir qu'une plateforme de VTC pouvait jouer un rôle équivalent à celui du pivot dans une entente entre réseaux en étoile (Nowag, 2016<sub>[43]</sub>). Dans une entente entre réseaux en étoile, une entreprise (le pivot) organise la collusion (le réseau) entre des sociétés situées en amont et en aval (les rayons). Cependant, la mise en place d'une telle entente suppose l'existence d'une association frauduleuse visant à fixer les prix, qui nécessite une évaluation factuelle de la collusion. Dans le cas des services de VTC et de covoiturage, une entente entre réseaux en étoile supposerait de passer un accord avec tous les conducteurs de la plateforme afin de fixer les prix ou permettant à la plateforme de coordonner les prix entre les conducteurs. Dans le cadre de cette évaluation, il convient peut-être de prendre en compte le rôle réellement occupé par les plateformes. La CJUE a par exemple qualifié l'entreprise Uber de société de service de transport qui fait office d'intermédiaire entre les conducteurs, mais intervient également comme prestataire de services<sup>30</sup>.

125. En résumé, le fait que la fixation des prix par une plateforme de VTC ou de covoiturage constitue ou non une pratique collusoire illégale dépend finalement de nombreux facteurs, dont la teneur précise des dispositions de la législation nationale sur la concurrence. Ils peuvent également englober le statut des conducteurs au sein de la plateforme, le rôle de la plateforme à l'égard des conducteurs et des consommateurs et les répercussions favorables à la concurrence ou non des pratiques de la plateforme<sup>31</sup>.

126. Il a d'ailleurs été soulevé une question connexe susceptible d'influer sur l'examen des plateformes de VTC et de covoiturage au titre du droit de la concurrence, celle du statut des conducteurs des plateformes, en particulier le fait de savoir s'ils sont salariés ou travailleurs indépendants. Les réponses diffèrent selon les juridictions<sup>32</sup>. Bien que le présent document ne vise pas à analyser la situation au regard de l'emploi des conducteurs, il convient de noter que la définition du champ d'application *ratione*

*personae* du droit de la concurrence reste généralement limitée à celui-ci. Autrement dit, si la qualification comme salariés des conducteurs d'une plateforme de VTC peut étayer la thèse selon laquelle la plateforme et ses conducteurs ne sont pas des agents économiques indépendants au regard du droit de la concurrence, la manière dont sont qualifiés les conducteurs par le droit du travail en vigueur ne doit pas être déterminante pour résoudre la question de savoir si une entente entre eux relève du droit de la concurrence<sup>33</sup>.

### 4.3. Fusions et acquisitions

127. Des fusions-acquisitions entre plateformes de VTC et de covoiturage commencent à se produire. Uber a par exemple récemment vendu ses actifs chinois et du Sud-Est asiatique respectivement à Didi et Grab. Dans le secteur du covoiturage, BlaBlaCar a pénétré sur de nouveaux marchés après avoir acquis différents prestataires dans le monde<sup>34</sup>.

128. À la suite de certaines de ces transactions, en particulier la cession des actifs sud-est asiatiques d'Uber à Grab<sup>35</sup>, plusieurs pays se sont inquiétés du risque d'un affaiblissement important de la concurrence. Par exemple, la Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS) examine toujours la transaction pour déterminer si elle entraîne une baisse notable de la concurrence<sup>36</sup>. Elle a également proposé des mesures provisoires demandant aux parties de « conserver la tarification indépendante, la politique sur les prix et les options relatives aux services de réservation et de transport de passagers point à point avec chauffeur, qui étaient appliqués avant la transaction »<sup>37</sup>.

129. De même, en 2018, la Philippine Competition Commission (PCC) a décidé de mener un examen indépendant<sup>38</sup> de la transaction en raison de ses éventuelles répercussions anticoncurrentielles, reconnaissant que « le départ d'Uber des Philippines placera son concurrent Grab en situation de quasi-monopole sur le marché du covoiturage tant que de nouveaux prestataires ne seront pas entrés sur le marché »<sup>39</sup>. Le 13 avril 2018, l'autorité vietnamienne de la concurrence a également lancé une enquête préliminaire sur la transaction.

130. La Malaysian Competition Commission (MyCC) a suivi une autre approche. Elle n'a pas évalué la fusion, mais a publié un communiqué indiquant que « la Commission, en collaboration avec la Commission des transports publics terrestres (SPAD), surveillerait attentivement les activités du marché de mise en relation en ligne menées après la fusion pour veiller à ce que la fusion entre Uber et Grab ne fausse pas la concurrence dans ces services »<sup>40</sup>.

131. Une autre transaction concerne l'acquisition par Didi des actifs chinois d'Uber. Le ministère chinois du Commerce a décidé d'évaluer cette transaction, bien que les parties aient affirmé que la fusion ne répondait pas aux critères de notification<sup>41</sup>. L'enquête est en cours de réalisation<sup>42</sup> et il n'existe à notre connaissance aucun rapport d'analyse ou préliminaire disponible au public.

132. Les enquêtes portant sur les fusions effectuées sur ces marchés nécessiteront une évaluation des conditions du marché concerné, telles que le nombre et le type de concurrents et l'existence et la force des barrières à l'entrée, et pourraient s'intéresser également au degré de concentration du marché ou à l'existence de méta-applications fonctionnant comme des moteurs de comparaison des prix entre les plateformes<sup>43</sup>.

133. Les outils analytiques traditionnellement utilisés pour le contrôle des fusions seront en principe employés pour ces transactions, même s'il faudra affiner quelque peu

les analyses pour tenir compte du caractère multi-faces du marché. Certains de ces outils traditionnels pourront ainsi être adaptés – notamment ceux associés à la définition du marché et à l'identification d'un pouvoir de marché – pour refléter les particularités des marchés multi-faces, telles que la vigueur des externalités de réseau multiplateformes (OCDE, 2018).

#### 4.4. Pratiques unilatérales

134. Si une plateforme de VTC ou de covoiturage détient un pouvoir de marché suffisant, certaines de ses pratiques commerciales peuvent enfreindre le droit de la concurrence de manière unilatérale<sup>44</sup>. Dans les exemples présentés ci-dessous, on admet que l'entreprise qui a un comportement problématique a atteint ce niveau de pouvoir de marché, mais dans la pratique, il va de soi qu'il convient de le déterminer au préalable.

##### 4.4.1. Pratiques d'exclusion

135. Plusieurs auteurs ont défini des cadres théoriques dans lesquels des plateformes de VTC détenant le pouvoir de marché nécessaire peuvent se livrer à des pratiques d'exclusion unilatérales anticoncurrentielles. À notre connaissance, aucune plateforme n'a toutefois été reconnue coupable de telles pratiques.

136. Ces cadres se fondent sur l'hypothèse selon laquelle, lorsqu'une plateforme de VTC bénéficie d'externalités multi-réseaux, une société dominante peut tirer parti d'un avantage concurrentiel apporté par l'interaction entre les deux parties de la plateforme. Un nouvel entrant peut dès lors être obligé d'attirer tout d'abord l'une des parties du marché (les conducteurs) pour atteindre la masse critique lui permettant de toucher l'autre partie (les passagers)<sup>45</sup>.

137. La réussite de l'entrée sur le marché d'un nouvel arrivant reposerait donc sur la mise en place de mesures incitant les usagers à changer de plateforme ou à opter pour le multi-hébergement, c'est-à-dire s'inscrire sur plusieurs plateformes et les utiliser pour rechercher différentes possibilités pour une même course (Kim, 2017<sub>[44]</sub>). Une entreprise en place peut avoir intérêt à freiner la faisabilité du transfert d'une plateforme à l'autre ou du multi-hébergement en bloquant ces opérations d'une manière ou d'une autre ou en empêchant les nouveaux arrivants de réaliser des économies d'échelle, atténuant ainsi la menace qu'ils représentent pour elle<sup>46</sup>.

138. Armstrong et Wright (2007<sub>[45]</sub>) décrivent un cadre théorique de pratiques d'exclusion qui pourrait s'appliquer aux plateformes de VTC et de covoiturage. Dans une situation dans laquelle il n'existe pas de contrats d'exclusivité, l'un des moyens d'inciter les vendeurs (les conducteurs) à choisir le mono-hébergement consiste à affaiblir les concurrents côté acheteurs (en proposant des prix inférieurs aux passagers, par exemple). En revanche, lorsque des contrats d'exclusivité peuvent être mis en place, une plateforme peut facturer des commissions plus élevées aux conducteurs qui ne les acceptent pas, jusqu'à ce qu'elles atteignent éventuellement le point où il s'avérera plus intéressant pour eux d'abandonner le multi-hébergement pour le mono-hébergement. Si la plateforme dominante peut ainsi prendre un nombre suffisant de conducteurs à ses concurrents de manière à ce que ceux-ci ne soient plus intéressants pour les passagers, elle peut parvenir à les exclure du marché. Elle peut ensuite augmenter ses prix au détriment des consommateurs.

139. Ce scénario anticoncurrentiel a été avancé lorsque la société Uber a été poursuivie pour l'utilisation du logiciel baptisé « Hell » (Anchustequi et Nowag, 2017<sub>[46]</sub>)<sup>47</sup>. Alors que l'affaire ne portait pas uniquement sur une violation du droit de la concurrence, il a

été affirmé qu'Uber avait développé ce logiciel dans l'optique de suivre les conducteurs de son concurrent (Lyft), de repérer les conducteurs présents sur plusieurs plateformes (ceux travaillant à la fois pour Uber et Lyft, par exemple) et de les inciter (au moyen d'avantages monétaires) à travailler exclusivement pour elle<sup>48</sup>. Ce dispositif aurait eu pour but ultime de diminuer le nombre des conducteurs travaillant pour Lyft, d'augmenter le temps d'attente des passagers Lyft et donc de conduire ces derniers à se tourner vers Uber. En fait, il semble qu'il se soit effondré parce qu'il devenait trop cher de débaucher les conducteurs, compte tenu de l'élargissement du réseau Lyft et de la croissance du nombre de conducteurs pratiquant le multi-hébergement.

140. Chercher à attirer les conducteurs en leur proposant une réduction des commissions prélevées par la plateforme constitue bien évidemment une stratégie concurrentielle souhaitable. Cependant, on a constaté que lorsque les entreprises en place, dotées d'un pouvoir de marché, offrent des remises de fidélité en échange d'une relation d'exclusivité, plutôt que d'un certain volume par exemple, cela peut se traduire par des effets anticoncurrentiels (OCDE, 2016<sub>[47]</sub>). Il s'agira toutefois d'une pratique d'exclusion uniquement si la capacité des entreprises dominantes à livrer concurrence pour satisfaire toutes les demandes d'un client repose sur des asymétries. Celles-ci peuvent comprendre la possibilité d'entraîner une hausse des coûts de ses concurrents en les empêchant de réaliser des économies d'échelle ou d'accéder à des ressources clés.

141. Katz (OCDE, 2018<sub>[41]</sub>) suggère d'appliquer à ces situations le critère de l'irrationalité économique pour savoir si les remises, même en l'absence d'impact sur le volume d'activité des concurrents, et donc sur leurs coûts, ont ou non un sens économique (c'est-à-dire si elles présenteraient un intérêt uniquement du fait du volume supplémentaire généré pour la plateforme). On a par ailleurs allégué qu'Uber réservait et annulait des milliers de courses sur Lyft. S'il était avéré, ce comportement pourrait correspondre à une simple stratégie d'augmentation des coûts des concurrents, puisqu'il aurait entraîné une perte de temps et une hausse des coûts pour les conducteurs Lyft tout en augmentant le temps d'attente sur cette plateforme<sup>49</sup>.

142. Les possibilités d'exercer un comportement d'exclusion dépendent au final des différents éléments du cas concerné. Par ailleurs, même si un comportement apparaît réalisable, il n'est pas nécessairement anticoncurrentiel et il conviendrait toujours d'évaluer ses effets et le pouvoir de marché de l'entreprise.

143. Le fait qu'une plateforme facture aux conducteurs travaillant en exclusivité pour elle une commission inférieure au coût ne correspond pas nécessairement non plus à une pratique d'exclusion. Sur les plateformes multi-faces, on observe souvent que les prix d'une des parties du marché sont inférieurs aux coûts. Cela ne signifie toutefois pas que l'entreprise se comporte de manière anticoncurrentielle. Il conviendrait en fait de prendre en compte les coûts et les prix des deux côtés de la plateforme et d'étudier si cette pratique représente une stratégie d'entrée temporaire.

144. En résumé, on ne peut exclure que les plateformes de VTC et de covoiturage détenant un pouvoir de marché suffisant puissent se livrer à des pratiques d'exclusion anticoncurrentielles. Une surveillance complémentaire des marchés bénéficiant d'effets de réseaux multi-plateformes importants pourrait même s'avérer nécessaire. Cependant, la question de savoir si ces pratiques enfreignent le droit de la concurrence devra être évaluée en fonction des données propres à chaque cas.

#### 4.4.2. *Tarifification excessive*

145. La majorité des sociétés de VTC appliquent une tarification dynamique reposant sur des algorithmes plutôt que des prix fixes. Les majorations en périodes de forte demande<sup>50</sup> représentent l'un des éléments de ce système de tarification qui ont suscité des controverses. Cette partie porte précisément sur ce point et ses implications possibles du point de vue de l'application de la concurrence.

146. La majorité des sociétés de VTC utilisent la tarification dynamique lorsque la demande est supérieure à l'offre. Cette pratique vise à inciter les conducteurs à accroître l'offre pour satisfaire la demande sur les segments où elle ne l'est pas, en leur permettant d'appliquer un prix plus élevé que d'habitude, et de réserver l'offre disponible aux seuls consommateurs disposés à payer davantage. L'objectif est à la fois de refléter le consentement à payer plus élevé des consommateurs et d'attirer plus de conducteurs dans une zone où il existe une forte demande. Cela accroîtra le nombre de courses et le prix de chaque course, et par conséquent les bénéfices de la plateforme.

147. La tarification dynamique a naturellement une incidence sur le prix payé par les passagers. Dans une situation où les tarifs sont déréglementés, les prix qui leur sont proposés ne sont pas plafonnés. La question peut alors se poser de savoir si la tarification dynamique peut donner lieu à des prix excessifs qui enfreignent le droit de la concurrence.

148. Cette question est abordée différemment selon les juridictions. Par exemple, les États-Unis ne considèrent pas la tarification excessive comme une infraction<sup>51</sup>, alors que dans l'UE, elle peut constituer un abus de position dominante au titre de l'article 102(a) du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE).

149. Déterminer à quel moment un prix est abusif est souvent source de polémique. Les ANC prennent rarement des mesures à l'encontre d'une tarification excessive car ce phénomène – en l'absence d'ententes ou de pratiques d'exclusion – est considéré comme une mesure temporaire ou d'auto-correction (en indiquant par exemple qu'il existe une possibilité d'entrée sur le marché intéressante) ou comme un problème qui doit être résolu par l'autorité de régulation du secteur (OCDE, 2011<sub>[48]</sub>).

150. L'application du droit de la concurrence est par conséquent souvent jugée inappropriée pour traiter ces questions. Les autorités de la concurrence qui se préoccupent du niveau des prix devraient plutôt envisager d'effectuer une étude de marché pour savoir s'il fonctionne correctement, et dans le cas contraire, pourquoi.

#### 4.4.3. *Discrimination par les prix*

151. L'une des principales conséquences de la généralisation du numérique concerne le volume de données que peuvent collecter les entreprises. Grâce à ces données et à leur analyse, les entreprises conduisent leur activité plus efficacement, proposent des services de meilleure qualité et comprennent mieux la demande. Les techniques des données massives permettent d'analyser le comportement des usagers à un niveau granulaire élevé.

152. Appliqués à un marché où l'ensemble des transactions sont numériques, ces outils puissants fournissent aux entreprises des informations sur les habitudes de leurs clients. Les sociétés de VTC qui gèrent leur activité à partir de sites Internet ou d'applications mobiles sont par exemple à même d'enregistrer à quel moment leurs clients commandent une course, leurs trajets les plus fréquents, leurs réactions à la tarification dynamique, etc.

Elles déduisent aussi de ces informations le lieu où habitent et travaillent leurs clients, ainsi que leur sensibilité aux variations de prix en fonction des distances ou des heures.

153. Ces informations peuvent conduire à une discrimination par les prix. En économie, on parle de discrimination par les prix lorsque le même prix n'est pas appliqué à tous les consommateurs pour un même bien ou service présentant un coût marginal similaire. On définit généralement trois types de discrimination par les prix (Pigou, 1920<sub>[49]</sub>). La discrimination au premier degré, ou discrimination parfaite, selon l'expression consacrée, intervient lorsqu'une entreprise fixe pour chaque produit un prix qui correspond à ce que chaque consommateur est disposé à payer pour ledit produit. La discrimination par les prix au deuxième degré concerne les cas où une entreprise établit un éventail de prix pour différentes versions du produit. C'est une discrimination indirecte puisque le choix de la version incombe à l'acheteur et non au vendeur. Enfin, la discrimination par les prix au troisième degré consiste, pour une entreprise, à fixer des prix différents pour différents groupes de consommateurs possédant des caractéristiques observables différentes (ce peut être temporaire). Elle prend habituellement la forme de prix plus bas pour les retraités, les enfants et les étudiants ou encore pour les consommateurs de différents pays (OCDE, 2016<sub>[50]</sub>).

154. Si la discrimination au second et au troisième degré est fréquente sur de nombreux marchés, on considèrerait habituellement la discrimination au premier degré comme un concept théorique – en raison du volume d'informations nécessaire pour déterminer le consentement à payer d'une personne. Les nouvelles technologies et la disponibilité des données détaillées peuvent toutefois donner la possibilité de transformer ce concept en réalité. On observe déjà des prix personnalisés sur certains marchés. Cette pratique consiste à fixer un prix en fonction des caractéristiques d'une personne (et non d'un groupe). Si ces caractéristiques ne peuvent totalement refléter le consentement à payer de chaque consommateur, elles peuvent néanmoins permettre de s'en approcher au plus près.

155. Compte tenu des technologies et des données utilisées dans le secteur des taxis et des VTC, deux courses présentant des caractéristiques identiques (même jour, même trajet, même heure) peuvent être facturées à des prix différents en fonction des personnes qui les commandent. Un trajet donné peut par exemple être plus cher pour un passager considéré par la plateforme comme disposant d'un revenu élevé, au regard de son lieu d'habitation et de son comportement sur la plateforme, que pour une personne qui, selon la plateforme, dispose d'un faible revenu, et paie rarement les majorations appliquées en périodes de pointe.

156. L'effet des prix personnalisés sur le surplus du consommateur est ambigu. La discrimination au premier degré diminue le bien-être du consommateur à court terme, mais la discrimination au second et troisième degré s'avère souvent favorable à la concurrence. Par exemple, en l'absence de concurrence, le fait d'autoriser une entreprise monopolistique à pratiquer la discrimination par les prix peut accroître sa production en l'incitant à fixer des prix plus faibles pour un groupe de consommateurs qui sinon n'achèteraient pas le produit. Elle peut aussi favoriser l'investissement et l'innovation et accroître l'efficacité dynamique. La discrimination par les prix permet aussi aux entreprises de conquérir des clients qui préféreraient sinon les produits de leurs concurrents et peut conduire à rendre la collusion tacite plus difficile.

157. Il a toutefois été également souligné que les nouvelles formes de discrimination au troisième degré peuvent diminuer le bien-être du consommateur. Fudenberg et Villas Boas (2012<sub>[51]</sub>) montrent que les entreprises détenant un pouvoir de marché peuvent

utiliser la discrimination par les prix fondée sur le comportement pour maximiser l'extraction de rente, ce qui réduit le surplus des consommateurs (à court terme). Cependant, un marché concurrentiel et la plus grande disponibilité des données peuvent atténuer ces effets puisque les entreprises possédant les mêmes données sur les consommateurs pourront se livrer concurrence sur les prix, ce qui ne laisse pas de place à la discrimination par les prix.

158. D'autres documents (Graef, 2017<sup>[52]</sup>) (Townley, 2017<sup>[53]</sup>) expliquent comment, dans une situation de monopole, la discrimination au premier degré peut accroître le bien-être global et la production, mais pas le bien-être total des consommateurs. La production peut aussi augmenter sur un marché oligopolistique, la discrimination par les prix pratiquée par les entreprises en concurrence profitant aux consommateurs.

159. En résumé, les sociétés de VTC ou de covoiturage détenant un pouvoir de marché suffisant peuvent pratiquer une discrimination par les prix qui diminue le bien-être des consommateurs. Cependant, comme dans le cas de la tarification excessive, si l'on craint que la discrimination par les prix ne nuise aux consommateurs, les autorités de la concurrence pourraient envisager de mener des études de marché pour savoir si celui-ci fonctionne correctement, et sinon, pourquoi.

## 5. Conclusion

160. L'apparition de nouveaux opérateurs dans le secteur des transports urbains soulève un certain nombre de questions dans le domaine de la réglementation et de la concurrence. Le caractère fragmenté de la disponibilité de ces services dans le monde témoigne du fait que le débat sur leur reconnaissance se poursuit et suscite des incertitudes parmi les entreprises et les consommateurs.

161. La présente note met en évidence l'impact de ces nouvelles sociétés sur le marché, en analysant les principaux éléments exerçant une incidence sur le bien-être des consommateurs, tels que le prix, la disponibilité, la sécurité, la qualité et la commodité. D'après des enquêtes, des statistiques et certains documents universitaires, les nouveaux opérateurs apportent souvent d'importants avantages aux consommateurs et renforcent la concurrence avec les prestataires traditionnels. Leur impact peut toutefois fortement différer selon les marchés.

162. Face à la réussite de ces nouvelles sociétés, certains aspects fondamentaux du cadre réglementaire appliqué aux taxis traditionnels apparaissent remis en question. Compte tenu des évolutions technologiques du secteur, certaines règles actuellement en vigueur peuvent s'avérer dépassées. Nous avançons par exemple que la définition stricte d'une tarification et certains critères de qualité, comme la connaissance des zones géographiques couvertes, ne sont plus nécessaires. Il semble par ailleurs que les motifs justifiant d'autres obligations imposées aux taxis traditionnels (en matière de sécurité par exemple) n'aient pas changé.

163. Les ANC ont réalisé un grand nombre de travaux pour enrichir les débats autour des taxis et des nouvelles plateformes. Cette note souligne leur rôle dans la libéralisation du secteur, et demande aux régulateurs de clarifier le statut des nouveaux entrants et de garantir l'égalité des conditions de concurrence dans le secteur. L'on relève toutefois différents points de vue sur le degré de libéralisation souhaitable. Certaines autorités de la concurrence proposent par exemple une déréglementation des prix totale, tandis que d'autres se disent favorables à l'établissement de prix maximums.



164. Ce document aborde également des questions susceptibles de se poser dans le cadre de l'application du droit de la concurrence. Compte tenu du nombre limité d'affaires concernant la concurrence, il n'est pas encore possible de dégager des enseignements particuliers du comportement des entreprises ou d'éventuelles pratiques anticoncurrentielles dans le secteur. Nous avons néanmoins mis en évidence des facteurs qui joueront un rôle majeur dans l'évaluation des affaires à l'avenir, tels que le caractère multi-faces de ces services, l'existence des effets de réseau et la pratique du multi-hébergement. Nous soulignons ainsi la nécessité d'évaluer les comportements au cas par cas et de prendre en compte tous les avantages éventuels.

165. En conclusion, il est évident que les plateformes de services de VTC et de covoiturage ne cessent de se développer dans le monde entier et que leur interdiction n'est pas la solution. Cette évolution soulève des questions réglementaires, dont certaines sont déjà en partie résolues par les avancées technologiques du marché. Cette situation plaide en faveur de la déréglementation de certains aspects des services de taxi traditionnels et de l'harmonisation des conditions de concurrence. Parallèlement, la clarification du statut juridique et de la réglementation appliquée (le cas échéant) aux nouveaux arrivants permettra aux ANC d'évaluer les pratiques pouvant s'avérer anticoncurrentielles.

## Notes de fin

<sup>1</sup> Le taux de pénétration désigne le pourcentage de consommateurs payants (ou de comptes) par rapport à la population totale dans 49 pays chaque année.

<sup>2</sup> Ces sont des entreprises de transport en réseau.

<sup>3</sup> Appelé « micro-transit à la demande » par (FIT, 2017<sub>[11]</sub>).

<sup>4</sup> Appelé « covoiturage commercial » par (FIT, 2017<sub>[11]</sub>).

<sup>5</sup> Voir « Lyft says nearly 250k of its passengers ditched a personal car in 2017 », <https://techcrunch.com/2018/01/16/lyft-says-nearly-250k-of-its-passengers-ditched-a-personal-car-in-2017/>.

<sup>6</sup> La tarification dynamique entraîne une hausse de prix pendant les périodes de forte demande. Cependant, compte tenu des réactions défavorables du grand public, certaines entreprises ont commencé à plafonner ou à supprimer ces majorations dans certaines conditions, <https://qz.com/785585/ubers-response-to-the-chelsea-bombing-says-a-lot-about-uber-and-its-handling-of-surge-pricing/>.

<sup>7</sup> En 2015, le tarif de base des taxis de Toronto a été diminué de 1 CAD pour leur permettre de résister à la concurrence d'Uber, [www.thestar.com/news/gta/2015/11/01/toronto-taxi-base-fares-drop-by-1.html](http://www.thestar.com/news/gta/2015/11/01/toronto-taxi-base-fares-drop-by-1.html). Lorsque Gett a brisé le monopole des taxis à l'aéroport international Ben-Gurion à Tel Aviv, les prix de ces derniers ont chuté de 31%, [www.haaretz.com/israel-news/business/taxi-fares-from-ben-gurion-airport-to-be-cut-by-31-1.5472922](http://www.haaretz.com/israel-news/business/taxi-fares-from-ben-gurion-airport-to-be-cut-by-31-1.5472922). Voir également l'encadré 3.2.

<sup>8</sup> Par exemple, à New York, en février 2017, on dénombrait plus de 50 000 VTC et véhicules de covoiturage, contre seulement 13 500 taxis jaunes et près de 18 000 taxis noirs et verts (véhicules de location) (Scheller, 2017, p. 8<sub>[23]</sub>).

<sup>9</sup> Pour répondre à l'arrivée des entreprises de VTC et de covoiturage, les compagnies de taxis ont également mis en place de applications de réservation en ligne simples à utiliser.

<sup>10</sup> D'après Crammer et Kruger (2016<sub>[57]</sub>), les conducteurs Uber enregistrent un taux d'utilisation des capacités supérieur à celui des chauffeurs de taxi.

<sup>11</sup> Voir « Uber Is Serving New York's Outer Boroughs More Than Taxis Are », <https://fivethirtyeight.com/features/uber-is-serving-new-yorks-outer-boroughs-more-than-taxis-are/>.

<sup>12</sup> Utilisateurs des applications.

<sup>13</sup> À Chicago, les réclamations concernaient essentiellement des cas de conduite imprudente ou d'impolitesse ou des problèmes de carte bancaire (Wallsten, 2015, p. 15<sub>[20]</sub>).

<sup>14</sup> Pour davantage d'informations sur l'efficacité des applications de VTC en matière de répartition, voir Hall, J., C. Kendrick and C. Nosko (2015) « The Effects of Uber's Surge Pricing: A Case Study », disponible à l'adresse [http://economicsforlife.ca/wp-content/uploads/2015/10/effects\\_of\\_ubers\\_surge\\_pricing.pdf](http://economicsforlife.ca/wp-content/uploads/2015/10/effects_of_ubers_surge_pricing.pdf).

<sup>15</sup> Voir « Uber's response to the Chelsea bombing says a lot about Uber », <https://qz.com/785585/ubers-response-to-the-chelsea-bombing-says-a-lot-about-uber-and-its-handling-of-surge-pricing/>.

<sup>16</sup> Pour davantage de détails, voir « India Unveiled New Taxi Policy Guidelines to Promote Urban Mobility », [www.india.uitp.org/news/morth-taxi-policy-guidelines-december-2016](http://www.india.uitp.org/news/morth-taxi-policy-guidelines-december-2016).

<sup>17</sup> Une assurance commerciale désigne une transaction d'entreprise à entreprise et peut différer d'une assurance privée en ce qui concerne les primes et les conditions générales.

<sup>18</sup> Voir « Grab and AXA Launch First Usage-Based Insurance for Private-Hire Car Drivers », <https://www.axa.com.sg/latest-news/2016/grab-and-axa-launch-first-usage-based-insurance>.

<sup>19</sup> Pour un examen de l'accessibilité, voir ITF (2017, pp. 48-53<sub>[1]</sub>) et Scheller (2016, pp. 13-14<sub>[54]</sub>).

<sup>20</sup> Par exemple, la NYC Taxi and Limousine Commission a adopté une règle imposant à tous les VTC d'effectuer 25 % de leurs courses dans des véhicules accessibles aux fauteuils roulants d'ici 5 ans. Cette règle entre en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2018. Voir [http://www.nyc.gov/html/tlc/downloads/pdf/proposed\\_rule\\_fhv\\_accessibility\\_requirements.pdf](http://www.nyc.gov/html/tlc/downloads/pdf/proposed_rule_fhv_accessibility_requirements.pdf).

<sup>21</sup> Voir « Call to scrap current London cab driver Knowledge test », [www.bbc.com/news/uk-england-london-35065681](http://www.bbc.com/news/uk-england-london-35065681).

<sup>22</sup> Voir par exemple « Competition Commissioner: Taxis, ride-share apps and consumers deserve a level playing field », [www.theglobeandmail.com/report-on-business/rob-commentary/competition-commissioner-taxis-ride-share-apps-and-consumers-deserve-a-level-playing-field/article27484311/](http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/rob-commentary/competition-commissioner-taxis-ride-share-apps-and-consumers-deserve-a-level-playing-field/article27484311/).

<sup>23</sup> Voir par exemple « Rivalidade após entrada: o impacto imediato do aplicativo Uber sobre as corridas de taxi porta-a-porta », [www.cade.gov.br/noticias/rivalidade-apos-entrada-o-impacto-imediato-do-aplicativo-uber-sobre-as-corridas-de-taxi.pdf](http://www.cade.gov.br/noticias/rivalidade-apos-entrada-o-impacto-imediato-do-aplicativo-uber-sobre-as-corridas-de-taxi.pdf).

<sup>24</sup> Voir par exemple « The CNMC challenges in court the taxi regulations in the cities of Malaga and Cordoba », [www.cnmc.es/2016-01-27-cnmc-challenges-court-taxi-regulations-cities-malaga-and-cordoba-232146](http://www.cnmc.es/2016-01-27-cnmc-challenges-court-taxi-regulations-cities-malaga-and-cordoba-232146).

<sup>25</sup> L'Autorité de la concurrence française a émis un avis similaire dans un communiqué de presse publié le 8 juin 2015, dans lequel elle se déclare favorable à la forfaitisation des courses pour les aéroports, avec des prix plafonds, car elle constitue une forte garantie pour les consommateurs, notamment pour les touristes étrangers lors de leur arrivée à l'aéroport, [www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?lang=en&id\\_rub=607&id\\_article=2691](http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?lang=en&id_rub=607&id_article=2691).

<sup>26</sup> Les prix maximum ont été supprimés en 2017, mais l'Agence finlandaise de sécurité des transports peut fixer un plafond en cas de prix indûment élevés. Voir encadré 3.3.

<sup>27</sup> Voir la Section 5.4. pour la description du programme Hell.

<sup>28</sup> D'après les données fournies par le programme Hell, près de 60 % des conducteurs Lyft travaillaient également pour Uber, [www.engadget.com/2017/04/13/uber-hell-program-lyft-drivers/](http://www.engadget.com/2017/04/13/uber-hell-program-lyft-drivers/).

<sup>29</sup> Affaire n°1:2015cv09796.

<sup>30</sup> CJUE (C-434/15) : « [...] la Cour déclare qu'un service d'intermédiation, tel que celui en cause au principal, qui a pour objet, au moyen d'une application pour téléphone intelligent, de mettre en relation, contre rémunération, des conducteurs non professionnels utilisant leur propre véhicule avec des personnes qui souhaitent effectuer un déplacement urbain, doit être considéré comme étant indissociablement lié à un service de transport et comme relevant, dès lors, de la qualification de « service dans le domaine des transports », au sens de la législation européenne ».

<sup>31</sup> Il convient de signaler que même : (i) si les conducteurs relevaient du droit de la concurrence et représentaient des concurrents réels ou potentiels, la fixation des prix par la plateforme ne correspondrait pas nécessairement à une pratique collusoire au titre du droit de la concurrence ; (ii) si l'on estimait que la fixation des prix équivalait à une entente au regard du droit de la concurrence, il ne s'ensuivrait pas nécessairement que cette entente serait qualifiée d'entente

illicite sur les prix ; et (iii) si une entente illicite sur les prix était à première vue détectée, il faudrait encore déterminer si l'entente ne représentait pas un élément indispensable à un comportement globalement concurrentiel (en fonction de la juridiction). Autrement dit, la détermination d'éventuelles pratiques collusoires anticoncurrentielles dépend des éléments propres à chaque cas.

<sup>32</sup> Au Royaume-Uni, l'Employment Tribunal a déclaré que les conducteurs Uber étaient salariés plutôt que travailleurs indépendants – voir *Aslam, Farrar and others vs Uber* (affaire 2202550/2015). Aux États-Unis, dans l'affaire *Berwick vs Uber* (CGC-15-546378), la Cour suprême de Californie a également estimé qu'un conducteur Uber était salarié de la société. Uber a toutefois obtenu la qualification de travailleurs indépendants pour les conducteurs en Géorgie, Pennsylvanie et Texas – voir [www.nytimes.com/2015/06/18/business/uber-contests-california-labor-ruling-that-says-drivers-should-be-employees.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2015/06/18/business/uber-contests-california-labor-ruling-that-says-drivers-should-be-employees.html?_r=1).

<sup>33</sup> En UE, les salariés ne sont pas soumis au droit de la concurrence – voir les affaires jointes C-159/91 et C-160/91 *Poucet et Pistre* [1993] ECR I 637; EU:C:1993:63, dans lesquelles il a été estimé que des salariés ne peuvent être considérés comme des entreprises. Aux États-Unis, voir la section 6 de la Clayton Act.

<sup>34</sup> Voir l'acquisition par BlaBlaCar de Postoinauto.it (Italie), Jizdomat (Slovaquie), Aventones (Amérique latine), Carpooling.com (Europe), etc.

<sup>35</sup> Voir [www.grab.com/sg/press/business/grab-merges-with-uber-in-southeast-asia/](http://www.grab.com/sg/press/business/grab-merges-with-uber-in-southeast-asia/).

<sup>36</sup> Singapour dispose d'un système de notification volontaire des fusions, dans lequel les parties doivent s'auto-évaluer. Les parties n'ont pas notifié la CCCS de la transaction Uber-Grab. Cependant, lorsque la CCCS a connaissance d'une transaction susceptible de restreindre fortement la concurrence, elle peut exercer d'importants pouvoirs d'enquête si elle a des raisons de penser que le droit de la concurrence a été enfreint. Voir <https://www.cccs.gov.sg/anti-competitive-behaviour/mergers/what-can-cccs-do>.

<sup>37</sup> Pour la liste complète des mesures provisoires, voir [www.cccs.gov.sg/media-and-publications/media-releases/uber-grab-interim-measures-direction](http://www.cccs.gov.sg/media-and-publications/media-releases/uber-grab-interim-measures-direction) et <https://www.cccs.gov.sg/media-and-publications/media-releases/uber-grab-imd-13-april-18>.

<sup>38</sup> Voir <http://phcc.gov.ph/press-statement-grab-uber-motu-proprio-review/>.

<sup>39</sup> Voir <http://phcc.gov.ph/press-statement-grab-uber-acquisition/>. Aux Philippines, les fusions-acquisitions qui dépassent certains seuils concernant la taille de la transaction ou des parties sont soumises à une obligation de notification. Cependant, selon la section 12(a) de la Philippine Competition Act and PCC Rules on Merger Procedures Section 3.3, « rien n'empêche la PCC de prendre l'initiative d'examiner une fusion si elle possède des motifs raisonnables de penser que les sections 17 ou 20 de la loi ont été enfreintes ou pourraient l'être », <http://phcc.gov.ph/mergerprocedurerules2017/>.

<sup>40</sup> Voir [www.mycc.gov.my/sites/default/files/media-releases/Grab%20Uber%20Press%20Statement\\_0.pdf](http://www.mycc.gov.my/sites/default/files/media-releases/Grab%20Uber%20Press%20Statement_0.pdf).

<sup>41</sup> Dans le cadre du système de contrôle des fusions chinois, les fusions-acquisitions entre des parties dont le chiffre d'affaires dépasse un certain seuil sont soumises à notification. Les transactions au-dessous de ce seuil peuvent être notifiées volontairement. Le ministère chinois du Commerce a le pouvoir discrétionnaire d'examiner les transactions inférieures au seuil de notification si elles risquent de supprimer ou de restreindre la concurrence. Voir <https://gettingthedealthrough.com/area/20/jurisdiction/27/merger-control-china/>.

<sup>42</sup> Voir la conférence de presse du ministère du Commerce (27/07/2017), <http://english.mofcom.gov.cn/article/newsrelease/press/201708/20170802619031.shtml>.

<sup>43</sup> Voir par exemple RideGuru [www.ride.guru/](http://www.ride.guru/) et Taxi Explorer [www.taxiexplorerapp.com/](http://www.taxiexplorerapp.com/).

<sup>44</sup> Les règles de comportement anticoncurrentiel de l'UE s'appliquent uniquement aux entreprises en position dominante, contrairement à celles en vigueur aux États-Unis, où il n'est pas nécessaire qu'une entreprise soit dominante pour que l'on puisse considérer qu'elle a un comportement d'exclusion qui crée un monopole sur un marché donné.

<sup>45</sup> Cette stratégie est également appelée « diviser pour conquérir » par (Jullien, 2011<sub>[58]</sub>).

<sup>46</sup> Les consommateurs peuvent également pratiquer le multi-hébergement parce que les plateformes se complètent.

<sup>47</sup> Michael Gonzales v Uber Technologies, Inc, Case 3:17-cv-02264-JSC, U.S. District Court for the Northern District of California.

<sup>48</sup> Voir « Uber Faces FBI Probe over Program Targeting Rival Lyft », [www.wsj.com/articles/uber-faces-fbi-probe-overprogram-targeting-rival-lyft-1504872001](http://www.wsj.com/articles/uber-faces-fbi-probe-overprogram-targeting-rival-lyft-1504872001).

<sup>49</sup> Voir « Uber accused of booking 5,560 fake Lyft rides », [www.theverge.com/2014/8/12/5994077/uber-cancellation-accusations](http://www.theverge.com/2014/8/12/5994077/uber-cancellation-accusations).

<sup>50</sup> Cette pratique est nommée différemment selon les sociétés. Uber l'appelle « surge pricing », Lyft, « prime time ».

<sup>51</sup> « La simple détention d'un pouvoir de monopole, et la facturation concomitante de prix monopolistiques, n'est pas seulement légale, elle représente également un élément important d'un marché libre ». Verizon v. Trinko, 540 U.S. 398 (2004).

## Références

- Alonso-Moraa, J. et al. (2017), *On-demand high-capacity ride-sharing via dynamic*, [22]  
<https://doi.org/10.1073/pnas.1611675114>.
- Anchustequi, I. et J. Nowag (2017), « Buyer Power in the Big Data and Algorithm Driven World: The Uber & Lyft Example », *Antitrust Cronicle*, vol. 3, [46]  
[https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2017/09/AC\\_September.pdf](https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2017/09/AC_September.pdf), pp. 31-36.
- Armstrong, M. et . Wright (2007), « Two-sided Markets, Competitive Bottlenecks and Exclusive Contracts », *Economic Theory*, vol. 32, n° 2, [45]  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s00199-006-0114-6>, pp. 353-380.
- Australian Competition Policy Review (2015), *The Australian Government Competition Policy Review*, [http://www.competitionpolicyreview.gov.au/files/2015/03/Competition-policy-review-report\\_online.pdf](http://www.competitionpolicyreview.gov.au/files/2015/03/Competition-policy-review-report_online.pdf). [26]
- Autorité de la concurrence (2013), *Voitures de tourisme avec chauffeur (VTC)*, [35]  
[http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id\\_rub=482&id\\_article=2285](http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=482&id_article=2285).
- Autorité espagnole de la concurrence (2016), *Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa E/CNMC/004/15*, [38]  
[https://www.bez.es/images/carpeta\\_gestor/archivos/RESULTADOS\\_PRELIMINARES.pdf](https://www.bez.es/images/carpeta_gestor/archivos/RESULTADOS_PRELIMINARES.pdf).
- Autorité finlandaise de la concurrence et des consommateurs (2016), *FCCA Yearbook 2016*, [36]  
<https://www.kkv.fi/globalassets/kkv-suomi/julkaisut/vuosikirjat/kkv/kkv-vuosikirja-2016-en.pdf>.
- Autorité italienne de la concurrence (2017), *Bollettino Settimanale*, [34]  
<http://dx.doi.org/www.agcm.it/bollettino-settimanale/8663-bollettino-9-2017.html>.
- Autorité italienne de la concurrence (2017), *Communiqué de presse*, [55]  
<http://www.agcm.it/en/newsroom/press-releases/2419-the-italian-competition-authority-ica-requests-a-rapid-reform-of-taxi-and-c-dh-sector.html>.
- Autorité norvégienne de la concurrence (2015), *Et drosjemarked for fremtiden*, [37]  
[http://www.konkurransetilsynet.no/globalassets/filer/publikasjoner/rapporter/rapport\\_drosje-marked-for-fremtiden.pdf](http://www.konkurransetilsynet.no/globalassets/filer/publikasjoner/rapporter/rapport_drosje-marked-for-fremtiden.pdf).
- Autorité portugaise de la concurrence (2016), *Report on Competition and Regulation of Public Passenger Transport Services by Car Hire*, [30]  
[http://www.concorrenca.pt/vEN/Estudos\\_e\\_Publicacoes/Estudos\\_Economicos/Other/Documents/2016%20-%20Study%20on%20Public%20Passenger%20Services%20by%20Car%20Hire%20-%20Dec%202016\\_vf.pdf](http://www.concorrenca.pt/vEN/Estudos_e_Publicacoes/Estudos_Economicos/Other/Documents/2016%20-%20Study%20on%20Public%20Passenger%20Services%20by%20Car%20Hire%20-%20Dec%202016_vf.pdf).
- Autorité suédoise de la concurrence (2017), *Konkurrens och tillväxt på digitala marknader*, [6]

- [http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport\\_2017-2.pdf](http://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/rapporter/rapport_2017-2.pdf).
- Bureau de la concurrence Canada (2015), *Modernisation de la réglementation régissant l'industrie canadienne du taxi*, <http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/04007.html>. [5]
- CADE (2015), *Autorité brésilienne de la concurrence, Contribution soumise par le Brésil au titre de la session III du Forum mondial sur la concurrence tenu les 29 et 30 octobre 2015*, [www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/GF/WD\(2015\)48&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/GF/WD(2015)48&docLanguage=En). [27]
- Camerer, C. (1997), « Labor Supply of New York City Cabdrivers: One Day at a Time », *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 112, n° 2, <https://www.cmu.edu/dietrich/sds/docs/loewenstein/NYCCabdrivers.pdf>, pp. 407–441. [60]
- CMA (2015), *Competition and Markets Authority response to Transport for London's private hire regulations proposals*, [http://dx.doi.org/www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/481450/CMA\\_response\\_to\\_TfL.pdf](http://dx.doi.org/www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/481450/CMA_response_to_TfL.pdf). [28]
- COFECE (2016), *Análisis de Opinión La prestación del servicio de transporte de personas por medio de plataformas móviles*, <http://dx.doi.org/www.cofece.mx/wp-content/uploads/2017/11/AnalisisCasos-Uber-v4.pdf>. [29]
- COFECE (2016), *Contribution from Mexico at Latin American and Caribbean Competition Forum*, [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/LACF\(2016\)27&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/LACF(2016)27&docLanguage=En). [56]
- Crammer, J. et A. Kruger (2016), « Destructive Changes in Taxi Business: The Case of Uber », *American Economic Review*, vol. 105, n° 5, pp. 177-182. [57]
- Deloitte (2016), *Economic Effects of Ridesharing in Australia*, <https://www2.deloitte.com/au/en/pages/economics/articles/economic-effects-ridesharing-australia-uber.html>. [11]
- Dhar, A. (2017), *What US consumers think of shared mobility*, <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/what-us-consumers-think-of-shared-mobility>. [15]
- Edelman, B. et D. Geradin (2016), « Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies Like Airbnb and Uber? », *Stanford Technology Law Review*, vol. 19, <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=50144>, pp. 291-328. [24]
- Evans, D. (2007), « The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms », *CPI Journal*, vol. 3, n° 1, <https://www.competitionpolicyinternational.com/assets/0d358061e11f2708ad9d62634c6c40ad/EvansSchmalensee.pdf>, pp. 151-179. [40]
- Felländer, A., C. Ingram et R. Teigland (2015), *Sharing Economy - Embracing Change with Caution*, [http://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2015/06/Sharing-Economy\\_webb.pdf](http://entreprenorskapsforum.se/wp-content/uploads/2015/06/Sharing-Economy_webb.pdf). [7]
- FIT (2016), *App-Based Ride and Taxi Services: Principles for Regulation*, <https://www.itf-oecd.org/app-based-ride-and-taxi-services-principles-regulation>. [2]
- FIT (2017), *Shaping the relationship between public transport and innovative mobility*, [1]

- <https://www.itf-oecd.org/shaping-relationship-between-public-transport-and-innovative-mobility>.
- Frazanni, S. (2016), *Study on Passenger Transport by Taxi, Hire Car with Driver and Ridesharing in the EU ANNEX IV - Case Studies Report*, [9]  
<https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/2016-09-26-pax-transport-taxi-hirecar-w-driver-ridesharing-final-report.pdf>.
- FTC (2013), *FTC comments to the District of Columbia Taxicab Commission*, [33]  
[https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/advocacy\\_documents/ftc-staff-comments-district-columbia-taxicab-commission-concerning-proposed-rulemakings-passenger/130612dctaxicab.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/advocacy_documents/ftc-staff-comments-district-columbia-taxicab-commission-concerning-proposed-rulemakings-passenger/130612dctaxicab.pdf).
- FTC (2013), *FTC's opinion on proposed ordinance AO NO. 2013-36*, <https://goo.gl/f7xN2s>, [39]
- Fudenberg, D. et J. Villas Boas (2012), « Price Discrimination in the Digital Economy », [51]  
<https://pdfs.semanticscholar.org/d784/2a4f5f463efbc360076fe179ef1a565852b3.pdf>.
- GfK (2017), *Almost Half of Indonesia's Connected Consumers Utilise Ride Hailing Apps for Their Daily Commute*, [16]  
<http://www.gfk.com/en-gb/insights/press-release/almost-half-of-indonesias-connected-consumers-utilise-ride-hailing-apps-for-their-daily-commute/>.
- Graef, I. (2017), *Algorithms and Fairness: What Role for Competition Law in Targeting Price Discrimination Towards End Consumers?*, [52]  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3090360](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3090360).
- Hara Associates (2015), *Taxi Economics - Old and New*, [8]  
<http://app05.ottawa.ca/sirepub/cache/2/lppnywyho3m5cfigwphzph1w/38424303082018015741709.PDF>.
- Johal, S., S. Ditta et N. Zon (2015), *Emerging Issues in the Taxi and Limousine Industry*, [17]  
[http://documents.ottawa.ca/sites/documents.ottawa.ca/files/documents/oflrser\\_emerging\\_issue\\_s\\_en.pdf](http://documents.ottawa.ca/sites/documents.ottawa.ca/files/documents/oflrser_emerging_issue_s_en.pdf), <https://www.documentcloud.org/documents/3143585-Emerging-Issues-in-the-Taxi-and-Limousine-Industry.html>.
- Jullien, B. (2011), « Competition in Multi-sided Markets: Divide and Conquer », *AMERICAN ECONOMIC JOURNAL: MICROECONOMICS*, vol. 3/4, [58]  
<https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/mic.3.4.186>, pp. 186-220.
- Kim, B. (2017), « Two-sided platform competition with multihoming agents: An empirical study on the daily deals market », *Information Economics and Policy*, vol. 41, [44]  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167624516300907?via%3Dihub>, pp. 36-53.
- Kooti, F. et al. (2017), *Analyzing Uber's Ride-sharing Economy*, [25]  
<https://doi.org/10.1145/3041021.3054194>.
- Lam, C. et M. Liu (2017), *Demand and Consumer Surplus in the On-demand Economy: the Case of Ride Sharing*, [18]  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2997190](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2997190).
- MGP (2017), *Uber - Ola The Competition Killer or the Competition Trigger? India Case Study*, [12]  
[http://unctad.org/meetings/en/Presentation/cicplp2017c7\\_ccContributionbyShirishDeshpande\\_en.pdf](http://unctad.org/meetings/en/Presentation/cicplp2017c7_ccContributionbyShirishDeshpande_en.pdf).
- Nowag, J. (2016), « The UBER-Cartel? UBER between Labour and Competition Law », *Lund Student EU Law Review*, vol. 3, [43]  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2826652](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2826652).



- OCDE (2007), *Taxi Services Regulation and Competition*, OCDE, Paris, [21]  
<http://www.oecd.org/daf/competition/sectors/41472612.pdf>.
- OCDE (2011), *Policy Roundtables - Excessive Prices*, OCDE, Paris, [48]  
<http://www.oecd.org/competition/abuse/49604207.pdf>.
- OCDE (2016), *Discrimination par les prix*, OCDE, Paris, [50]  
[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP\(2016\)15&docLanguage=Fr](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP(2016)15&docLanguage=Fr).
- OCDE (2016), *Remise de fidélité*, OCDE, Paris, [47]  
[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP\(2016\)5&docLanguage=Fr](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP(2016)5&docLanguage=Fr).
- OCDE (2017), « Exclusionary Conduct in Multi-Sided Markets - Note by Michael Katz », OCDE, Paris, [42]  
[https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2017\)28/FINAL/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2017)28/FINAL/en/pdf).
- OCDE (2017), « Market definition in multi-sided markets - Note by Sebastian Wismer & Arno Rasek », OCDE, Paris, [59]  
[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WD\(2017\)33/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WD(2017)33/FINAL&docLanguage=En).
- OCDE (2018), *Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*, [41]  
<http://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf>.
- Pigou, A. (1920), *Economics of Welfare*, Mcmillan. [49]
- Portland Bureau of Transportation (2015), *Portland's Private for-Hire Transportation Market: Summary Report of the PFHT Innovation Pilot Program*, [19]  
<http://media.oregonlive.com/commuting/other/PFHT%20Summary%20Report%2010.19.15.pdf>.
- Salnikov, V. et al. (2015), « OpenStreetCab: Exploiting Taxi Mobility Patterns in New York City to Reduce », [10]  
<https://arxiv.org/pdf/1503.03021.pdf>.
- Scheller, B. (2016), « Unfinished Business : A Blueprint for Uber, Lyft and Taxi Regulation », [54]  
<http://schallerconsult.com/rideservices/blueprint.pdf>.
- Scheller, B. (2017), « Unsustainable? The Growth of App-Based Ride Services and Traffic, Travel and the Future of New York City », [23]  
<http://schallerconsult.com/rideservices/unsustainable.pdf>.
- SFMTA (2017), *2013-2017 Travel Decision Survey Data Analysis and Comparison Report*, [4]  
[https://www.sfmta.com/sites/default/files/reports/2017/Travel\\_Decision\\_Survey\\_Comparison\\_Report\\_2017.pdf](https://www.sfmta.com/sites/default/files/reports/2017/Travel_Decision_Survey_Comparison_Report_2017.pdf).
- Smith, A. (2016), « Shared, Collaborative and On Demand: The New Digital Economy », [14]  
<http://www.pewinternet.org/2016/05/19/the-new-digital-economy/>.
- Statista (2017), *Digital Market Outlook Segment Report*, [3]  
<https://www.statista.com/outlook/368/100/ride-sharing/worldwide#market-users>.
- Superintendencia de Industria y Comercio (2015), *Colombian Competition Authority's (SIC) opinion on proposed decree titled Decreto 1079 de 2015, Decreto Unico Reglamentario del Sector Transporte*, [31]  
<https://www.mintransporte.gov.co/descargar.php?idFile=12801>.
- Townley, C. (2017), « Big Data and Personalised Price Discrimination in EU Competition [53]

Law », *King's College London Law School Research Paper*,  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3048688](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3048688).

UOKiK (2016), *Polish Competition Authority's statement of position*, [32]  
[https://uokik.gov.pl/news.php?news\\_id=12353](https://uokik.gov.pl/news.php?news_id=12353).

Ville de Toronto (2015), *Ground Transportation Review*, [13]  
<https://www.toronto.ca/legdocs/mmis/2015/ls/bgrd/backgroundfile-83503.pdf>.

Wallsten, S. (2015), *The Competitive Effects of the Sharing Economy: How is Uber Changing Taxis?*, [20]  
[https://www.ftc.gov/system/files/documents/public\\_comments/2015/06/01912-96334.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2015/06/01912-96334.pdf).