

DISCRIMINATION FONDÉE SUR L'ORIGINE DANS L'ACCÈS AUX BIENS ET SERVICES SUR LES PLATEFORMES COLLABORATIVES

Plusieurs articles empiriques ont démontré la présence de la discrimination dans de nombreux marchés. Les plateformes collaboratives n'échappent pas à ce constat. Nous proposons dans cette recherche de mesurer les discriminations fondées sur l'origine supposée et le genre dans l'accès aux biens et services sur deux plateformes collaboratives : Le Bon Coin et BlaBlaCar et de savoir quels mécanismes sont pertinents pour réduire la discrimination via la mise en place de politiques publiques efficaces.

Axe discriminations et politiques catégorielles

Équipe de recherche :

Guillaume CHAPELLE



Titulaire d'un doctorat en économie de Sciences Po, Guillaume est Professeur-Assistant à l'université de Cergy-Pontoise où ses recherches portent

principalement sur l'économie urbaine, l'économie du logement et l'évaluation des politiques publiques.

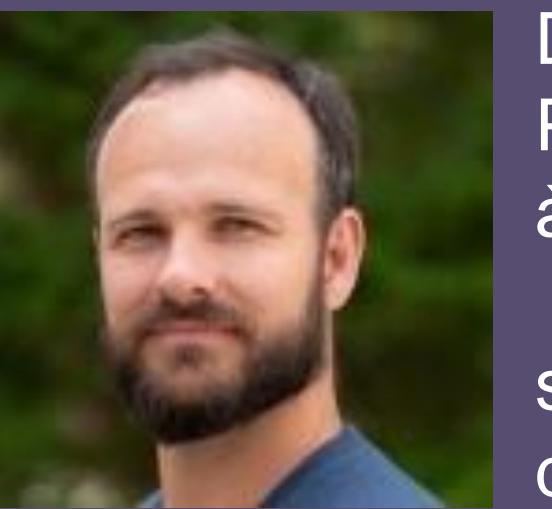
Pierre DESCHAMPS



Titulaire d'un doctorat réalisé sous la direction conjointe d'Étienne Wasmer et de José de Sousa au département d'économie de Sciences Po (2013-2018).

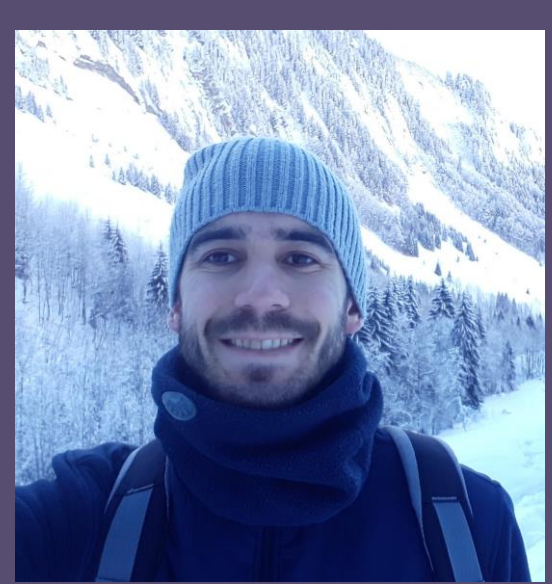
Il est chercheur en économie à l'Université de Stockholm. Ses recherches portent sur le marché du travail et la mobilité.

Dylan GLOVER



Dylan Glover est Professeur-Assistant à l'INSEAD. Sa recherche porte sur les effets de la discrimination sur la recherche d'emploi et sur la productivité.

Xavier LAMBIN



Xavier Lambin est Professeur-Assistant à ESSEC Business School. Ses thèmes de recherche portent sur l'organisation industrielle, machine learning, market design.

Morgane LAOUÉANAN



Chargée de recherche CNRS à l'Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne et spécialiste en économie du travail et microéconomie appliquée. Ses travaux de recherche se focalisent sur la discrimination à l'encontre des minorités ethniques sur le marché du travail et sur les plateformes collaboratives en France et aux États-Unis.

Deux plateformes : Le Bon Coin et BlaBlaCar

Ces deux plateformes nous permettent d'analyser le niveau de discrimination des deux côtés du marché (vendeur/conducteur et acheteur/passager).

La création de profils fictifs et l'engagement de transactions sont peu coûteuses.

Les caractéristiques de ces deux plateformes nous permettent d'identifier certains mécanismes (sécurisation du paiement, information, localisation, concurrence).

Le gros volume de transactions permet d'étudier plusieurs mécanismes sous-jacents de la discrimination.

Méthodologie

Expérimentations : création de profils fictifs

« Testing par correspondance » des deux côtés du marché : création d'annonces fictives de conducteurs/vendeurs et envoi de demandes d'informations fictives vrais utilisateurs (passagers/acheteurs) de ces plateformes

Distinction des profils en catégories :

Majorités - Noms à consonance européenne

Minorités - Noms à consonance africaine/maghrébine

BlaBlaCar

Discrimination des passagers réels envers les conducteurs fictifs

Posting de 983 annonces fictives créées sur les 16 routes les plus fréquentées à partir d'un pool de 139 profils de conducteurs fictifs

Discrimination des conducteurs réels envers les passagers fictifs

Envoi de 1930 demandes de précision auprès de 965 conducteurs réels sur les 11 routes les plus fréquentées

Le Bon Coin

Discrimination des acheteurs envers les vendeurs fictifs

Posting de 1233 annonces dans 5 catégories : Ameublement, Equipement bébé, Consoles et jeux vidéo, Electroménager, Vélos

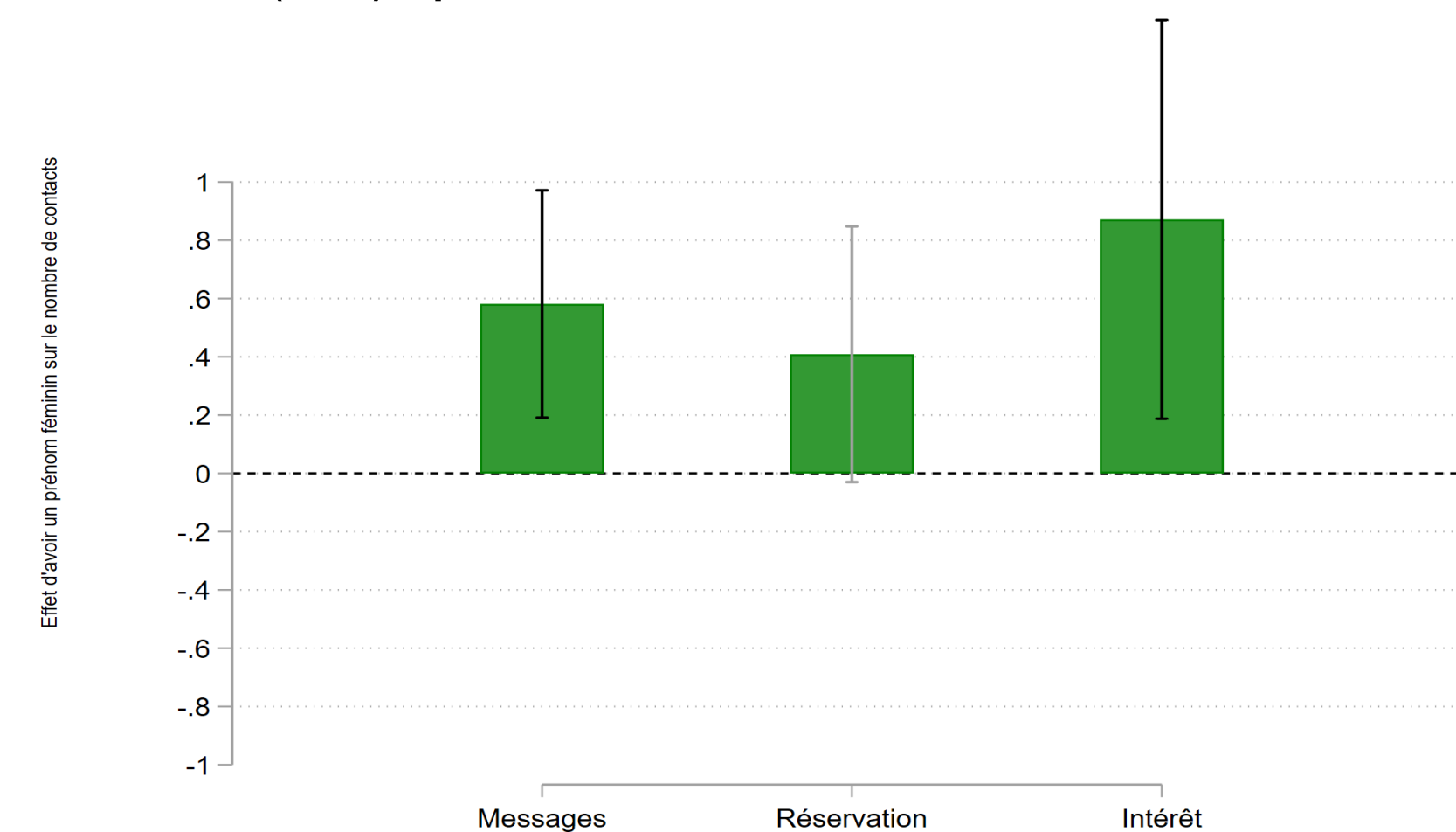
Discrimination des vendeurs envers les acheteurs fictifs

Envoi de 882 demandes d'informations auprès de 312 vendeurs réels dans 5 catégories : Ameublement, Consoles et jeux vidéo, Electroménager, Images et Son, Vélos

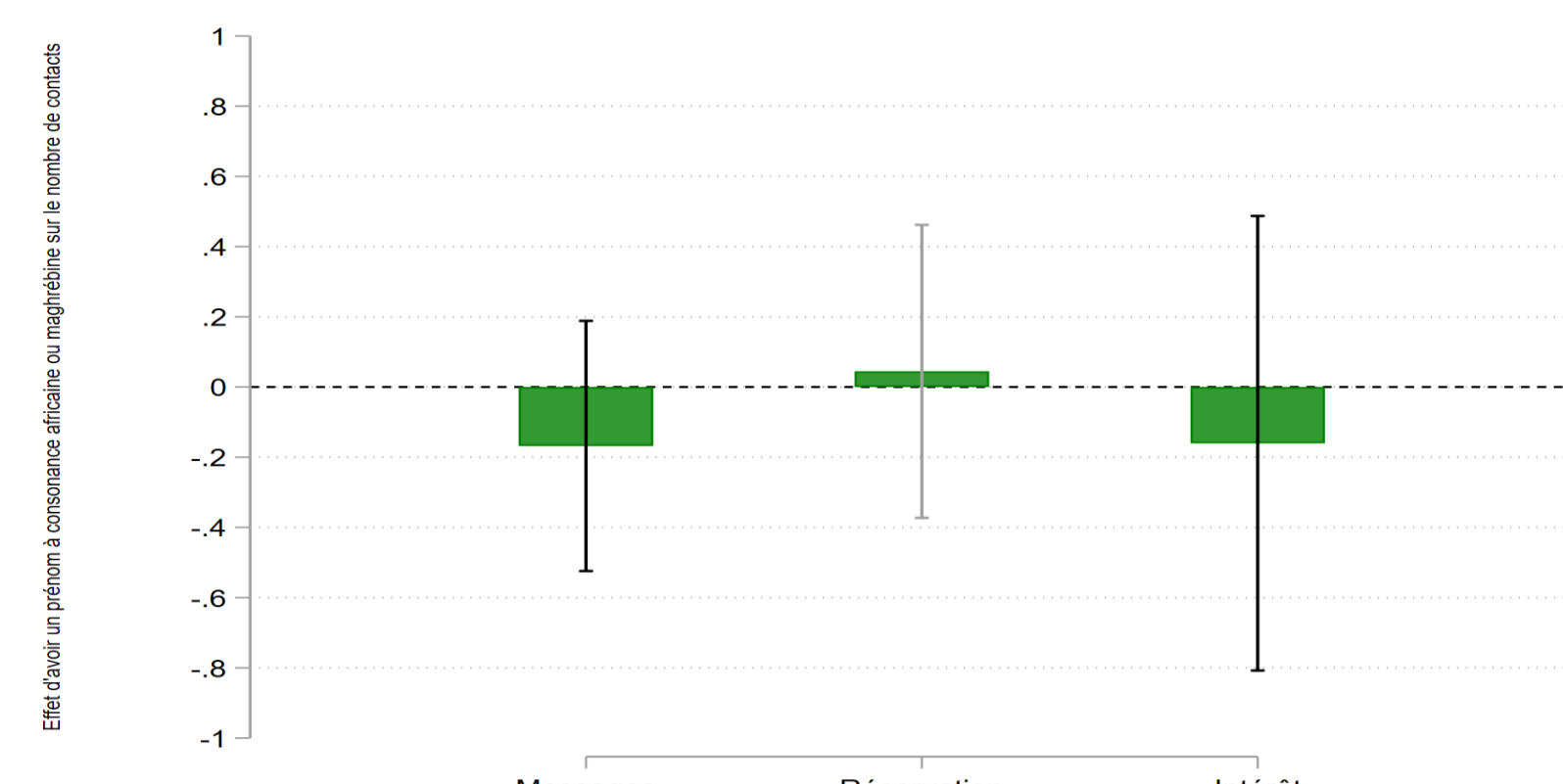
Résultats du testing : BlaBlaCar

Discrimination des passagers réels envers les conducteurs fictifs ?

Les conductrices reçoivent en moyenne plus de demandes de précisions (0,6) avant réservation, de réservations (0,4) et de signes d'intérêt (0,9) que les conducteurs.



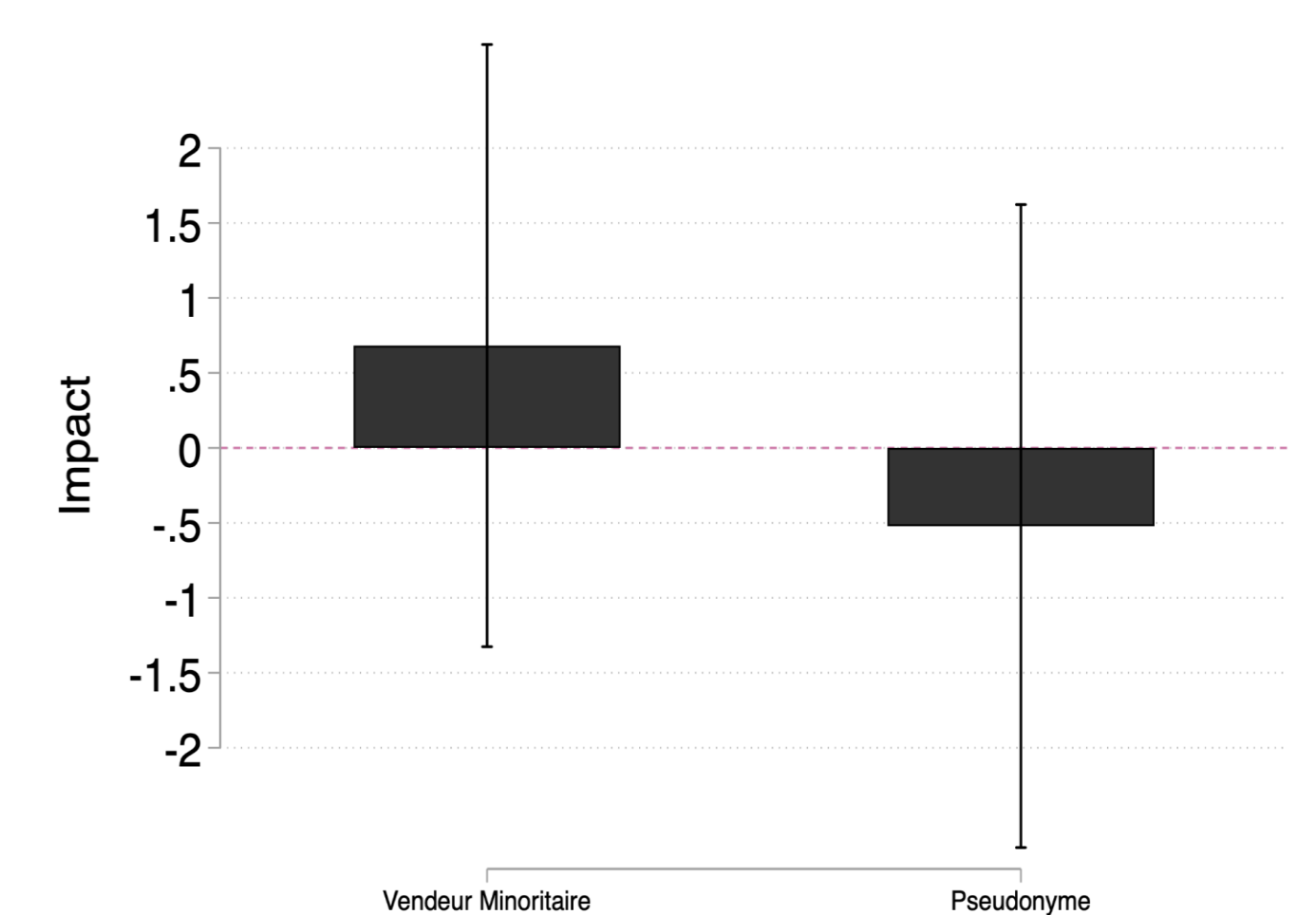
L'origine supposée du conducteur fictif n'a pas d'effet significatif direct.



Résultats du testing : Le Bon Coin

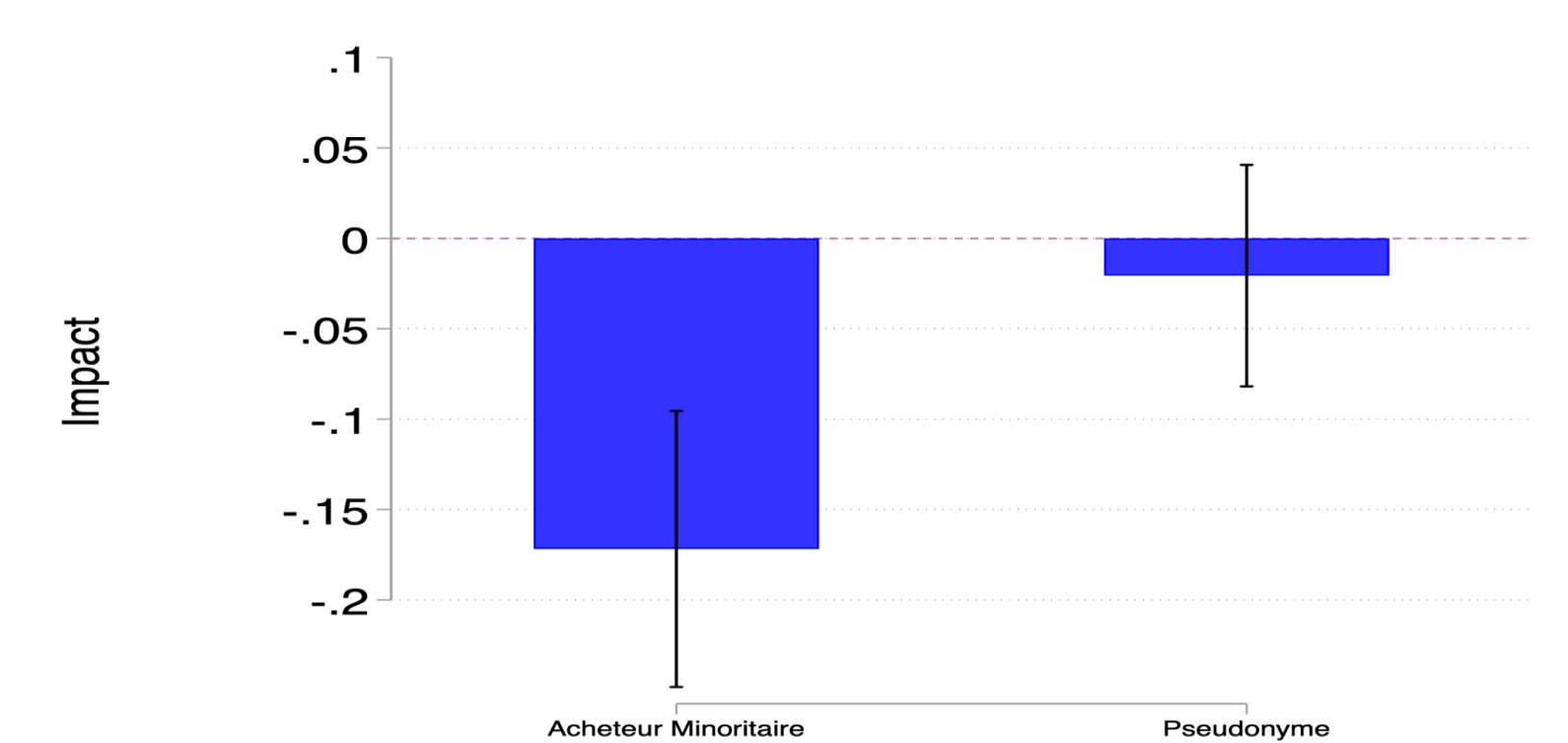
Discrimination des acheteurs réels envers les vendeurs fictifs ?

Il n'y a pas de discrimination envers les vendeurs minoritaires : les vendeurs fictifs minoritaires reçoivent en moyenne 0,7 contact de plus que les vendeurs majoritaires mais cet effet estimé n'est pas statistiquement significatif avec notre échantillon. Les vendeurs avec pseudonyme reçoivent moins de contacts (- 0,52) pour le bien en comparaison avec les vendeurs majoritaires mais cet effet n'est pas non plus statistiquement significatif.



Discrimination des vendeurs réels envers les acheteurs fictifs ?

En moyenne, 82 % des sollicitations envoyées par des acheteurs fictifs ont reçu une réponse du vendeur mais le taux de réponse pour les acheteurs minoritaires est plus faible de 17 points de pourcentage par rapport aux acheteurs majoritaires. En revanche, le taux de réponse entre le groupe d'acheteurs avec pseudonyme et le groupe majoritaire n'est pas statistiquement différent.



Discrimination des conducteurs réels envers les passagers fictifs ?

Les passagers d'origine minoritaire ont une probabilité plus faible de recevoir une réponse à leur demande, d'environ 4 points de pourcentage.

Les résultats ne révèlent pas de discrimination en raison du genre à l'encontre des passagers. Il n'y a pas non plus de préférence de la part des conductrices pour les passagères.

