

“Done by app”¹ : du design de services au quadrillage du réel

Publié à l’origine dans la Revue *Médiation et Information (MEI)* [en ligne + print], 40 | 2017, [lien](#).

Résumé en français : Dans le rêve de la maison automatisée réside l’idée d’un service total, complet, qui permettrait aux usagers de rester à domicile, leurs besoins étant satisfaits par des objets de design configurés comme des majordomes. Les applications disponibles sur *smartphone* appartiennent potentiellement à cette typologie, et ce sont plus particulièrement les applications dites “de conciergerie” et de livraison qui travaillent à recomposer l’économie de service sous l’appellation contemporaine d’économie du *on-demand*.

En nous appuyant sur la définition donnée par Giorgio Agamben des “dispositifs”, nous souhaitons montrer comment, par les usages et par les discours qui entourent ceux-ci, les applications-majordomes font système et redéfinissent le tissu social urbain. Si le système du *on-demand* est clairement vecteur de paupérisation et de marginalisation pour les coursiers, il n’en est pas moins aliénant pour les *shut-ins* qui restent chez eux. Le labeur des uns est effacé, la présence des autres dans les grands centres urbains est discrétisée : le paradigme du *on-demand* semble être celui de l’invisibilité des personnes, plutôt que de la “dématérialisation” si souvent évoquée lorsqu’il est question du numérique.

Mot-clefs en français : web, application, smartphone, on-demand, deliveroo, dispositif, livraison

¹ Selon l’expression employée par Lauren Smiley dans son article (2015).

Résumé en anglais : The automated house brings to the fore the ideal of a total service: users could stay at home and see their needs cared for by design products which function as butlers. Smartphone apps potentially belong to this overall category, and the on-demand service apps work more specifically to reconfigure the service economy.

Using Giorgio Agamben's definition of "dispositifs", I seek to demonstrate how the butler-apps display a specific set of uses and discourses that eventually work as a macro system redefining the urban grid. While the on-demand economy clearly marginalizes its underpaid delivery men/women, it is also a vector of alienation for the upper class "shut-in" who stay at home waiting for the completion of their chores. While one class wilfully withdraws from public space, entering into the comfort of private space the labor of a whole class is erased: the on-demand paradigm is not so much defined by dematerialization — a concept frequently invoked when discussing issues related to digital media and economy — than it is marked by an overall invisibility.

Mot-clefs en anglais : web, application, smartphone, on-demand, deliveroo, dispositif, delivery

Biographie de l'auteur : Pia Pandelakis est maître de conférences en design à l'Université Toulouse - Jean Jaurès et membre du laboratoire LLA-CRÉATIS. Elle enseigne notamment dans le cadre du Master Design Transdisciplinaire, Cultures et Territoires (master DTCT). Ses recherches actuelles, inscrites dans le champ des études culturelles / *gender studies* visent à articuler les champs du cinéma et du design (projet Cinédesign), ainsi qu'à penser un *queer design*.

Spécialisée en design graphique, elle s'intéresse au webdesign ainsi qu'à l'illustration, qu'elle relie à sa pratique de la recherche dans des "actes dessinés" inspirés par le champ de la facilitation graphique.

Affiliation et mail de l'auteur : Pia Pandelakis, Université Toulouse —Jean Jaurès
pia.pandelakis@univ-tlse2.fr

“L’expression “fracture numérique”, qui avait d’abord désigné les inégalités d’accès au réseau, trouvait un nouvel écho : internet fracturait nos précédentes représentations du monde”

Ariel Kenig, *Le miracle*, 2012.

Le rêve de la maison autonome infuse nos imaginaires, et le cinéma se fait très tôt la caisse de résonance de cette projection. Dans *The Electric House* (1922), Buster Keaton réalise l’installation électrique d’une grande demeure. Malgré son manque de qualifications, il élabore un système complexe composé d’escaliers mécaniques et d’une table servie et débarrassée par un petit train. Bien entendu, le dispositif ne tarde pas à dérailler, et tous les éléments dysfonctionnels finissent par travailler de concert pour produire un joyeux chaos. À une époque plus proche de la nôtre, on retrouve la trace de ce rêve domotique dans le système complexe qu’a fabriqué Gromit dans *The Wrong Trousers* (1993) pour se lever, s’habiller et faire griller ses toasts. Dans les deux exemples, l’effet comique naît de la rencontre entre la dépense extraordinaire d’énergie consacrée à réparer le système défaillant et le temps finalement assez court nécessité par les tâches automatisées. Si ces fictions mettent en place des systèmes élaborés pour mieux en construire le déraillement, elles se font aussi l’écho du désir moderne d’accéder à une fonctionnalité totale des espaces, dédiés à la satisfaction expresse des membres de la cellule domestique. Le motif de la maison “intelligente”, à cet égard, ne constitue que l’une des pointes saillantes d’un imaginaire plus large rêvant d’un environnement d’objets pensés comme de petits esclaves qui, besogneux, s’affairent pour garantir le confort de la maison. Parmi ces esclaves domestiques, il nous faut aujourd’hui compter les applications smartphones qui remplissent des fonctions de service diverses.

On pensera peut-être plus spontanément aux applications qui permettent d’interagir avec le monde extérieur : cartes associées à un système GPS (Google Maps), portefeuille de billets de train et de concert (Apple Wallet), application dédiée à un système de transport (Transit App). L’espace domestique est aussi affecté par ces nouveaux usages au travers du modèle du *on-demand*, ou en français “sur demande”. Les applications *on-demand* reposent sur la satisfaction quasi instantanée d’un besoin ou d’un désir du consommateur. Pratiques et séduisants, ces services reconfigurent l’espace domestique en produisant des formes singulières d’être-au-monde dont les implications sociales et politiques demandent à être critiquées. Notre but n’est pas d’analyser séparément chaque application mais de comprendre comment un

ensemble d'applications fait système, et comment ces "applis" sont doublement, au sens de Giorgio Agamben (2006), des "dispositifs". Chaque application fait isolément "dispositif" dans la mesure où elle a "la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants" (p. 30). Mais l'ensemble des applications *on-demand* tient d'une configuration elle-même productrice de gestes et de comportements contestables dans la mesure où la compréhension d'un dispositif (et ici de plusieurs dispositifs imbriqués) dépasse celle du seul "bon usage" (p. 45). Notre propos, sur le plan théorique, sera également cadré par l'approche philosophique de Geneviève Fraisse (2009), qui articule l'histoire de la domesticité à la requalification récente du concept de "service". Enfin, nous retrouverons la pensée foucauldienne des sociétés de contrôle, déjà présente chez Agamben, lorsque nous penserons la notion de "quadrillage" avec Olivier Razac (2009), qui historicise le concept de dispositif de contrôle cher à Michel Foucault et tente d'en saisir les évolutions à l'heure du numérique. Nous évoquerons fréquemment des contenus cinématographiques et télévisuels dans la mesure où les fictions audiovisuelles incarnent de manière singulière et évocatrice nos imaginaires, qui nourrissent et configurent les usages des services et objets pensés par le design. Enfin, étant donné le caractère très contemporain de ces questions, nous ferons également appel à un ensemble d'articles de presse qui apporteront des éléments de contexte à ce cadre théorique.

Ce que nous font les "applis" : le modèle *done by app*

Parler des applications revient inévitablement à convoquer la plainte du progrès associée au smartphone et à sa capacité à isoler l'individu. On ne compte plus les articles dédiés à l'asocialité générée par la consultation du smartphone, et donc des applications dont il se fait le réceptacle. Sur les clichés du photographe Eric Pickersgill, les smartphones ont été gommés de l'image, laissant des usagers hébétés regarder leurs mains et ignorer leur voisin de canapé. Dans l'œuvre² *Somebody*, l'artiste Miranda July regrette que les smartphones conduisent à réduire les interactions humaines, et compose un système de messages lus par des personnes, plutôt que découverts sur un écran³. Ceci est toutefois rendu possible par... une application. July critique l'objet smartphone en tant qu'il disloque le micro-tissu social au quotidien en s'extrayant d'un scénario produit par la technologie (le texto, le mail), pour finalement y revenir, mais de biais (l'application gardant le contact humain comme repère central).

² Voir somebodyapp.com ; le projet a été financé par la marque Miu Miu (Stinson, 2015).

³ L'application Wakie permet ainsi d'être réveillé par un inconnu.

Le système des applications-majordomes et son impact sur le tissu urbain constituent les thèmes centraux d'un article percutant publié par Lauren Smiley en 2015. Elle-même résidente d'un appartement au centre de San Francisco, la journaliste décrit les deux foules distinctes qui évoluent autour des résidences coûteuses du quartier, entre les résidents (ceux qui rentrent tard de leur journée de travail dans une entreprise de la nouvelle économie) et la foule bigarrée, aux couleurs des marques des services de livraison qui maillent la ville : il peut s'agir d'une livraison à domicile des courses de la semaine (Instacart), de plats préparés par des restaurants (Eat24, Take Eat Easy, Deliveroo, Doordash, Grubhub, Seamless, Tok Tok Tok), de produits culturels (Amazon Prime), du linge nettoyé à sec (Washio), et même de la livraison de tout objet souhaité (Shyp, Postmates, Stuart). Dans d'autres cas, un professionnel dédié à une prestation se déplace à domicile pour effectuer celle-ci : il peut s'agir d'un coiffeur (Vive), d'un vétérinaire (VetPronto), de personnel de ménage (Homejoy). Les clients de ces prestations sont en grande majorité des jeunes actifs très impliqués dans leur vie professionnelle, et pour qui ces services, en fait de libérer du temps de loisir, permettent souvent de travailler davantage... parfois pour des start-ups développant de telles offres. Ces individus qui ont systématiquement supprimé toute occasion de descendre faire une course, Smiley les nomme "les cloîtrés" ou en anglais "*shut-in*". Si l'auteur est sensible à la spirale qui les conduit à engager de plus en plus de prestataires de service pour libérer du temps, elle pointe néanmoins avec justesse, dans ce système applicatif, l'émergence d'une classe de servants ("*the XXIst century servants*") rémunérés à la tâche, souvent sans contrat de travail, pour servir une classe de travailleurs économiquement privilégiés mais débordés par la masse de tâches associée au salariat. Dans un excès risible, le temps de gestion des applications peut être lui-même soumis à la compression rationalisée, par le biais d'une application-mère, Alfred, dont Smiley dit qu'elle est "le point de convergence inévitable de ce système" ("*the inevitable endpoint of this system*"). Le "Alfred" commissionné par l'application a pour mission de réceptionner les colis liés aux autres services, pour libérer le client de son temps d'attente - et simultanément de l'obligation de côtoyer la foule de livreurs-servants s'affairant autour de son domicile. Le principe de l'Alfred peut lui-même être porté au carré : cette "application de conciergerie" porte en germe le principe de l'"application transparente" (Cavazza, 2015) qui supprime la couche applicative et exécute le service grâce à un échange de SMS (Magic, Operator).

En France, l'offre d'applications-majordomes est moins diversifiée qu'aux États-Unis, mais elle existe bel et bien. Ces questions sont d'autant plus brûlantes dans le contexte, en 2016, des débats qui entourent la loi El Khomri (dite "loi Travail"). Le modèle de flexibilité en partie introduit par le projet de loi trouve une incarnation sensible dans l'économie de services concrétisée par les applications-majordomes, tout

particulièrement Uber et Eat24. Bien que n'étant pas lié à l'espace domestique, Uber incarne aujourd'hui le modèle économique épousé par la plupart des applications-majordomes. Son principe d'emploi flexible, sans contrat, a donné lieu à l'émergence du terme "uberisation" qui désigne la conversion d'un secteur d'activité fondé sur le salariat à un modèle plus fluide, où l'offre rencontre la demande hors des cadres contraignants du droit du travail. La société Eat24 emploie quant à elle des coursiers *freelance* et laisse à ces derniers la responsabilité de déclarer leurs revenus, en détournant les cadres fiscaux existants, tels le statut d'auto-entrepreneur. Si ses "employés" reçoivent un matériel sommaire (vêtement, sac), ils doivent être propriétaire de leur vélo et assurer sa maintenance. Les coursiers apprécient cet accès rapide à l'emploi et la flexibilité des horaires, mais beaucoup déchantent face au système de pénalités mis en place par l'entreprise, et la rémunération finalement minime et aléatoire qui leur est réservée sur le long terme⁴. Mais si la critique porte beaucoup sur le traitement réservé aux coursiers, il est essentiel, pour comprendre le monde produit par ce dispositif, d'intégrer à la critique les "shut-in" qui bénéficient en apparence de ce système. *Shut-in* et majordomes composent par leurs interactions une cartographie sociale singulière dont les implications doivent être analysées.

Ce modèle de service repose sur une classe de jeunes actifs privilégiés sur le plan économique, choyés par un ensemble d'entreprises de services qui les projette, par la médiation des serveurs, dans une forme de nouvelle aristocratie, fluide, *cool* car ses privilèges sont invisibilisés par la communication graphique. Cependant, deux aspects du réel ainsi reconfiguré tendent à aliéner les *shut-in* autant que leurs majordomes. Comme Smiley l'observe justement, le recours à des applications de service à domicile libère premièrement celles qui s'étaient jusque-là discrètement acquittées de ce travail : les femmes. Malgré leur intégration sur le marché du travail, nombreuses sont en effet les femmes qui se chargent d'un "double service"⁵, autrement dit, qui assurent pour leur cellule familiale un travail gratuit de personnel de ménage en plus de leur travail salarié. Pour les couples, le réseau des applications de service permet de contourner la question de la répartition des tâches, toujours inégale en 2016 en France⁶. Angela Davis avait pourtant entrevu dans *Femmes, race et classe* (1983) l'automatisation comme vecteur de libération. Elle écrit en effet que "des équipes de travailleurs formés et bien payés, allant de demeure en demeure, manœuvrant des appareils technologiquement avancés de nettoyage, pourraient réaliser de manière rapide et efficace ce que la femme au foyer d'aujourd'hui réalise si difficilement et primitivement" (notre

⁴ On pensera aux réflexions récentes de Evgeny Morozov (2015b), ou à l'article de Castelliti & Korda (2016).

⁵ Geneviève Fraisse (2009) le synthétise ainsi : "Double journée de travail, double femme à tout faire, bien souvent la femme ne cesse d'être au service du monde" (p. 251). Arlie Hochschild a consacré un ouvrage, *The Second Shift*, à la question (2012).

⁶ Selon un rapport de l'Observatoire des Inégalités datant du 29 avril 2016.

traduction⁷, p. 223). Paul B. Preciado (2014) observe à sa suite, dans une perspective trans / *queer*, que si ce transfert de tâches du corps féminin à un système technologique tend à “rendr[e] obsolète la tâche de la femme au foyer” (p. 269), les tâches domestiques restent encore aujourd’hui l’apanage des “corps précarisés” (p. 270). La technologie joue tout au plus le rôle de surface de transfert d’un corps à l’autre : du corps de la femme en “double service” au corps des travailleurs précaires. La libération de la femme “*shut-in*” se fait donc au prix de la réinscription des travailleurs de classe inférieure dans le paradigme du domestique, catégorie sociale qui semblait pourtant avoir disparu au XX^e siècle⁸.

Imaginaires du majordome

L’application se fait majordome en redoublant le corps fictif du servant d’un corps concret, celui du travailleur précaire ou précarisé. Le retour d’une classe recomposée de domestiques⁹ s’effectue d’autant mieux que les imaginaires du domestique et du majordome sont restés vivaces et continuent d’être alimentés par nos fictions contemporaines. Ainsi, le récit de Batman au cinéma a déjà connu plusieurs “reboots” et des réécritures stylistiques différentes ; mais le dévoué Alfred au service de Bruce Wayne, n’a lui presque jamais changé. Il prend la forme congelée du domestique britannique du XIX^e siècle, fidèle et satisfait de sa condition¹⁰. Le nom “Alfred”, devenu depuis celui d’une application de conciergerie évoquée précédemment¹¹, est synonyme de dévouement et de discrétion : sa qualité la plus précieuse tient dans sa capacité à se faire invisible ; on pensera aux sols garnis de tapis du roman *À Rebours*, qui permettent d’étouffer les pas d’un personnel encore trop présent, malgré sa relégation à des espaces de circulation dédiés. Au XIX^e siècle, le travail de fabrication d’espaces spécifiques ordonne la condition de domestique comme que celle du maître. Escaliers de service et chambres de bonne sont autant de stratégies architecturales qui servent une “économie symbolique”, où le serviteur, ainsi que toutes les valeurs dont son corps se fait le récipiendaire, sont relégués à la “coulisse” (Chollet, 2015, p. 170-171). Cette discrétion a été doublement renversée à l’écran, tantôt sur un mode horrifique (les incarnations de

⁷ “*Teams of trained and well-paid workers, moving from dwelling to dwelling, engineering technologically advanced cleaning machinery, could swiftly and efficiently accomplish what the present-day housewife does so arduously and primitively*” (p. 223).

⁸ Geneviève Fraisse nuance beaucoup cet a priori en montrant qu’en fait de disparaître, la domesticité dite “d’apparat” (2009, p. 72) a muté en se professionnalisant (p. 53) et en se féminisant (p. 39).

⁹ Ce retour s’effectue dans le contexte plus large d’une transformation du monde du travail par les nouvelles technologies, qui permettent “l’automatisation des tâches cognitives” (Moulier Boutang, 2015, p. 24) et entraînent la suppression de nombreux emplois faiblement qualifiés (magasinier, caissier, etc.).

¹⁰ Sa condition est même inscrite dans son patronyme de *Pennyworth* qui suggère l’excellente rentabilité du domestique.

¹¹ “Alfred” est même le nom de *deux* applications : la première, dont nous reparlerons, fournit des majordomes à ses clients, tandis que la seconde, dont le logo épouse les traits du célèbre personnage, offre un dispositif de surveillance du domicile qui repose sur un ou plusieurs smartphones.

Boris Karloff¹²), tantôt sur un mode comique (les excès d'un Jerry Lewis¹³). Cet éventail des imaginaires de la domesticité (comprise comme emploi de domestiques) serait incomplet sans les figures de majordomes artificiels, robotiques et numériques. La transition vers un avatar virtuel ou robotique ne conduit pas à la disparition des signes visuels de la domesticité, bien au contraire. L'intelligence artificielle de *Smart House* porte un habit proche de celui d'une soubrette ; les serveurs automatés de *Woody et les Robots* ou *Benchwarmers* opèrent en livrée, tandis que l'OS Jarvis d'*Iron Man*, à défaut de corps, possède un accent britannique raffiné.

Signes, images et discours autour des nouveaux “Alfreds”

Ces imaginaires, aussi rétrogrades socialement et esthétiquement qu'ils puissent paraître, irriguent les nouvelles représentations produites par les applications *on-demand*. Pour mieux saisir ces représentations, nous avons analysé les sites web associés à 33 services. Si cette liste n'est pas exhaustive, elle témoigne de directions très claires dans les stratégies de communication des différents acteurs, que ce soit au niveau des représentations (choix rédactionnels et iconographiques) ou des aspects sémantico-techniques (structure de page, scénarios de navigation). Si le premier “*call to action*” propose de télécharger l'application native, cela n'est jamais obligatoire, l'ensemble des sites étant “responsifs”¹⁴. Positionné par défaut comme client, l'utilisateur est guidé selon un parti de scénarisation qui consiste à découvrir le service au scroll : une photo pleine largeur fait entrer dans l'univers de marque, en association avec un champ de recherche. Le service est ensuite décomposé suivant le modèle aujourd'hui très répandu des 3 pictogrammes didactiques. Minibar, service de livraison de boissons alcoolisées, propose ainsi de “trouver”, “acheter” et “profiter” (“*find*”, “*shop*”, “*enjoy*”). Cette simplicité de consultation s'inscrit dans un discours binaire qui articule le “plus vite” et le “moins cher”. Tok Tok Tok et Deliveroo promettent une livraison en moins de 30 minutes tandis que Take Eat Easy met en avant les statistiques de leurs coursiers¹⁵. Tok Tok Tok investit un imaginaire de l'instantanéité et du caprice dans son accroche : “Vos envies, maintenant” tandis que Doordash annonce avoir transformé la question des délais en une “science parfaite”¹⁶. Vitesse et bas coût s'inscrivent dans un paysage de la simplicité, valeur maîtresse des applications *on-demand* ; Grubhub promet que son service est plus simple que l'acte de manger et

¹² On en trouve une incarnation dans *The Old Dark House*. On pensera également au cliché littéraire qui veut que le crime soit “un coup du majordome” (“*the butler did it*” en anglais), cliché qui possède peu ou pas de racines historiques factuelles (Pedersen, 2011).

¹³ Jerry Lewis a également incarné un majordome dans *The Bellboy* (1960).

¹⁴ Les sites responsifs (de l'anglais “*responsive*”) sont des sites dont la grille de mise en page évolue en fonction du support de consultation utilisé (smartphone, tablette, écran d'ordinateur...)

¹⁵ “Nos coursiers mettent en moyenne 8 minutes du restaurant jusque chez vous”, Take Eat Easy. Depuis l'écriture de cet article, le service a été fermé suite au redressement judiciaire de l'entreprise (Paillard, 2016).

¹⁶ “*Minute by minute, morsel by morsel, we've broken down every step of your food's journey to a perfect science*”, Doordash.

Seamless propose d'oublier les menus, les appels téléphoniques et le fait même de parler¹⁷. Sur le site, le témoignage d'une cliente affirme ainsi qu'il "est génial de commander à manger sans avoir à parler à qui que ce soit". Rares sont les sites qui définissent leur service comme une réponse à une situation ponctuelle¹⁸ ; en général, il est question de redéfinir l'expérience du restaurant, en arrachant le produit dégusté de toutes les interactions sociales qui lui étaient associées. On arguera que cela n'est pas nouveau, et a toujours sous-tendu l'expérience de dégustation de nourriture livrée à domicile. Cependant, les communications des acteurs du *on-demand* tendent à dessiner cette pratique ponctuelle comme un nouveau modèle, une version parachevée du "manger dehors" qui regagne les murs de l'appartement. La récente campagne AlloResto met en scène les clients d'un restaurant vêtus de pyjamas ou de peignoirs, et donne ainsi corps à un modèle régressif : celui, selon les termes employés par la marque, des soirées "pyzzama"¹⁹. Le nouvel aristocrate qui habite l'imaginaire du *on-demand* pratique ainsi une sorte de distinction à rebours : il est peut-être le plus mal vêtu, parce qu'il possède le luxe de se retrancher chez lui, là où l'habit ne compte plus - paradigme dont le *pyjama* constitue l'étendard.

Effacement du labeur et mythification de la figure du coursier

À l'idéal oisif des "shut-in" répond la reconfiguration du travail pour les coursiers censés les servir. Nous évoquons plus haut la centralité des néologismes dans la communication des applications-majordomes. Pour les employés recrutés en CDI, la décontraction est de mise : Deliveroo propose de venir discuter embauche autour d'un café ; sur AlloResto, il n'est pas question de "travailler" mais de "bosser". La novlangue du *on-demand* définit le labeur de ses majordomes en évitant soigneusement d'employer le mot "travail" - moyen assez sûr d'oublier l'encombrant code qui encadre celui-ci en France. Le terme omniprésent est "Devenez", associé au terme choisi pour désigner le majordome - ce dernier est parfois simplement descriptif ("coursier" chez Shyp), mais le plus souvent, il requalifie le travailleur, l'intègre à un imaginaire de marque. Chez Tok Tok Tok, les clients sont servis par des "runners", chez Doordash par des "dashers". Cools et funs, ces termes travaillent à rendre invisible la tâche de service. Chez Alfred, les majordomes peuvent être désignés par ce nom, mais sont aussi désignés comme des "sidekicks", du nom des acolytes des super-héros. Magic, "application transparente", propose à ses clients d'être aidés par des "magiciens" ("magicians") ; enfin, le service de pressing Washio offre rien moins que d'être servi par un

¹⁷ "No menus, no phone calls, no repeating yourself", Seamless.

¹⁸ Foodpanda est la seule exception ; en effet des témoignages sur le site évoquent directement des situations de maladie, d'incapacité à prendre son véhicule...

¹⁹ Dans leurs discours, les applications ajoutent au bénéfice premier de leurs services la promesse d'être libéré de l'impératif de la représentation sociale. Un récent article de la revue Wired promet ainsi qu'il sera bientôt possible de faire preuve d'un grand professionnalisme en restant chez soi avec ses "pyjamas tachés de crème glacée" (Myers, 2016).

“ninja” - ce qui entraîne la formulation de questions aussi stupéfiantes que : “Que faire si mon ninja a pris du retard ?”. Le terme de “ninja” et ses connotations positives dans la culture populaire permettent ici d’amener doucement un dispositif de contrôle cadré, où le client peut très souvent surveiller la progression de son majordome en temps réel sur une carte (Uber, Tok Tok Tok). Servi par un “ninja” ou un “*sidekick*”, le client occupe, par effet collatéral, la position héroïsée du chef, centre d’un récit où les autres (les travailleurs précaires) n’ont qu’un rôle de soutien et sont finalement exclus. Le “ninja” est aussi celui qui agit dans l’ombre : ainsi l’application *on-demand* reproduit l’invisibilité associée à la “coulisse” de la chambre de bonne.

Par ailleurs, le choix de prénoms pour désigner les applications ou leurs “employés” (Alfred, Stuart, ou l’homonymique Uber) participe à construire un univers où les différences de classe sont gommées, pour suggérer un système où le client d’un jour peut très bien devenir coursier le lendemain. Cet aplanissement est d’ailleurs préparé par l’iconographie associée aux marques. Les vidéos qui introduisent la consultation du site de UberEATS glissent nonchalamment d’un personnage à un autre, dans une ambiance tamisée et floue, image d’un espace social continu et sans hiérarchies entre les servants et les servis. La médiation du service par une application participe également de cet effet, en tant qu’elle pose l’existence indifférenciée d’*usagers*. Dans tous les cas, la question des implications sociales du service est balayée, ou alors acceptée avec un cynisme frontal, comme chez Grubhub qui impose l’accroche : “Meilleur des ~~mondes~~ Grubhub.com” (“*Brave New ~~World~~ Grubhub.com*”). La référence au roman d’Aldous Huxley sonne étrangement : la société décrite dans son roman repose en effet sur un conditionnement précoce des individus, hiérarchisés selon un système de castes fermées.

Le quadrillage de l’espace

Idéalisation qui maille les discours publicitaires, accentuation des hiérarchies sociales par le capitalisme néo-libéral : aucun de ces phénomènes n’apparaît avec le *on-demand* ou se limite à ce champ économique. Pour autant, la manière dont ces applications fracturent méthodiquement le tissu social et ses représentations doit particulièrement interroger les designers et les chercheurs en design. Le monde des Alfreds est ludique et chatoyant : suspendu dans une “*magic hour*” perpétuelle, de sportifs coursiers se faufilent, les vélos chargés des plats préparés par d’attentifs cuistots (Take Eat Easy, Munchery). Mais ce monde fluide et facile d’accès possède quelque chose d’une efficace disciplinaire. Tout en célébrant la fluidité, l’application quadrille et cadre. L’origine de ce quadrillage tient à une scission entre l’espace des servants à l’espace des servis, entre une classe de mobiles à une classe d’immobiles. Paul Virilio pointait déjà les frémissements de ce modèle dans *La Vitesse de libération* (1995) lorsqu’il parlait d’un “asservissement domestique” et d’une “inertie domiciliaire” (p. 34) qui ne manquera pas d’évoquer les

shut-ins ; André Gorz, à la même époque, s'inquiétait de l'apparition des "nouveaux valets"²⁰. Au quadrillage déjà dessiné des stratégies de saturation du territoire des chaînes de fast-food et de la grande distribution, s'ajoute un nouveau quadrillage, celui d'un paysage social fragmenté entre dedans et dehors.

Quand le quadrillage fait partage

Le quadrillage est aussi le paradigme principal des sociétés de contrôle. L'"espace quadrillé"²¹ (p. 235) que décrit Olivier Razac dans son ouvrage sur le barbelé (2009) nous interpelle plus particulièrement dans ses dimensions sociales : les hiérarchies créées dans le contexte de la biopolitique sont aussi "terrible[s]" qu'elles sont "ludique[s]" - ou elles sont justement terribles dans la mesure où elles sont ludiques, rendues à leur seul "bon usage", selon le terme d'Agamben. Le choix de mots opéré par les entreprises du *on-demand* est alors crucial : le terme de "plateforme" permet d'opérer une forme de désengagement vis-à-vis de l'impact de leurs services en écrivant la fiction d'une application qui ne serait qu'un simple point de connexion entre client et prestataire²². Cette place de l'application semble directement questionner les pratiques de design. Ugo La Pietra affirmait déjà dans les années 70 :

"il faut se libérer des instruments de médiation, c'est-à-dire éliminer les filtres qu'ils créent entre nous et la réalité, et les dépasser en proposant avec notre esprit et nos comportements une vision subjective de la réalité, afin d'évacuer définitivement le risque, lié à des rêves technocratiques totalement naïfs, que notre société puisse devenir parfaitement organisée et gérée exclusivement au travers d'instruments"²³.

Rejeter les "filtres", est-ce refuser de concevoir et utiliser des applications ? Si La Pietra semble vouloir radicalement évacuer tout dispositif de médiation, une autre issue peut être considérée. En effet, La Pietra met en friction instruments et comportements, dans la mesure où les uns ordonnent les autres : nos gestes sont donc pilotés par nos dispositifs. L'imaginaire technologique est politique dans la mesure où il est un imaginaire des corps, par ricochet : ainsi la danse des majordomes produit la fixité des *shut-ins* - mais tous

²⁰ "Acheter le temps de quelqu'un pour augmenter ses propres loisirs ou son confort, ce n'est rien d'autre, en effet, que d'acheter du travail de serviteur" (Gorz, 1990).

²¹ Le quadrillage visuel du territoire par les coursiers du *on-demand* participe d'un contexte plus vaste de redéfinition de l'espace urbain, comme le pointe Vivien Philizot lorsqu'il amène la question du "*branding territorial*" (2014, p. 34) en citant le manifeste *White Night Before a Manifesto* de Metahaven (2008), où l'on peut lire : "La ville devient la source de profit d'un maillage virtuel : la multiplication des offres de surface pour le développement exponentiel de la valeur extraite de son espace public. De par notre présence en public, notre simple existence, nous ratifions déjà automatiquement la légitimité de cette infrastructure dans la ville. Les citoyens sont, à travers ce mécanisme, directement partie prenante dans la question de la production de valeur" (p. 35).

²² Evgeny Morozov évoque la terminologie de "capitalisme des plateformes" (2015a, p. 18).

²³ Cette citation est rapportée par Emanuele Quinz à la faveur d'un entretien récent avec Ugo La Pietra pour l'ouvrage *Strange Design*, (2014, p. 60).

deux répondent d'un même être-automate. Faciles et fluides, les applications du *on-demand* jouent à se faire passer pour des applications-majordomes : mais leur automatisme se prolonge en nous, de sorte que les *shut-ins* finissent par être tout autant majordomes que les coursiers. Le problème ne réside pas tant dans l'*app*, dans le "filtre", que dans l'exécution d'un réel sur lequel nous n'avons pas prise. Restent à imposer, pour les designers, les applications qui dialoguent avec nos comportements, plutôt que de faire correspondre ceux-ci au quadrillage invisible d'un partage social déjà réécrit - d'un réel *done by app*.

Pia Pandelakis, Université Toulouse - Jean Jaurès
Laboratoire LLA-CRÉATIS
pia.pandelakis@gmail.com

Bibliographie

Sources théoriques

- Agamben, G. (2006). *Qu'est-ce qu'un dispositif?* (traduit par M. Rueff). Paris : Rivages.
- Chollet, M. (2015). *Chez soi*. Paris : Zones.
- Dautrey, J., & Quinz, E. (Éd.) (2014). *Strange Design : Du design des objets au design des comportements*. Grenoble : It: éditions.
- Davis, A. Y. (1983). *Women, Race, & Class* (1st Vintage Books edition). New York : Vintage.
- Fraisse, G. (2009). *Service ou servitude : Essai sur les femmes toutes mains*. Latresne (Gironde) : Editions Le Bord de l'eau.
- Huysmans. (1977). *À rebours* (2e éd.). Paris : Gallimard.
- Kenig, A. (2012). *Le miracle*. Paris : Editions de l'Olivier.
- Morozov, E. (2015a). *Le mirage numérique : Pour une politique du Big Data*. (traduit par P. Haas). Paris : Les Prairies Ordinaires.
- Moulier Boutang, Y. (2015, printemps). L'automatisation intellectuelle, la mort de l'emploi et le revenu de pollinisation. *Multitudes*, 17-26.
- Pedersen, N. (2011, 1^{er} septembre). What the Butler Did - The Origins of One of Mystery Fiction's Most Enduring Clichés. *The Believer*, 9(7), 37-42.
- Philizot, V. (2014). Design graphique et métamorphoses du spectacle. *Graphisme en France*, 27-41.
- Preciado, B. (2014). *Testo Junkie : Sexe, drogue et biopolitique*. Paris : J'ai lu.
- Razac, O. (2009). *Histoire politique du barbelé*. Paris : Flammarion.

Virilio, P. (1989). *Esthétique de la disparition*. Paris : Galilée.

Virilio, P. (1995). *La vitesse de libération*. Paris : Galilée.

Revue de presse

Castelliti, C., & Korda, R. (2016, 30 avril). Coursiers : le droit du travail en roue libre ? *Libération*.

Consulté le 30 avril 2016. Repéré à http://www.liberation.fr/france/2016/04/30/coursiers-le-droit-du-travail-en-roue-libre_1449545

Cavazza, F. (2015, septembre 22). Des services de conciergerie mobiles aux applications transparentes.

Repéré à <http://www.fredcavazza.net/2015/09/22/des-services-de-conciergerie-mobiles-aux-applications-transparentes/>

Gorz, A. (1990, 1^{er} juin). Pourquoi la société salariale a besoin de nouveaux valets. *Le Monde*

diplomatique. Repéré à <https://www.monde-diplomatique.fr/1990/06/GORZ/42679>

Guo, C. (2015, 26 mars). How To Live In San Francisco And Never Leave Your House. *Medium*. Repéré

à <https://medium.com/ondemand/how-to-live-in-san-francisco-and-never-leave-your-house-8902a81358e6>

Morozov, E. (2015b, 1^{er} septembre). Résister à l'uberisation du monde. *Le Monde diplomatique*. Repéré à

<http://www.monde-diplomatique.fr/2015/09/MOROZOV/53676>

Myers, B. (2016, 7 mai). Going to Work in VR Will Actually Be Pretty Great—We Swear. *Wired*. Repéré

à <http://www.wired.com/2016/05/going-work-vr-will-actually-pretty-great-swear/>

L'Observatoire des inégalités. (2016, 29 avril). L'inégale répartition des tâches domestiques entre les

femmes et les hommes. Repéré à <http://www.inegalites.fr/spip.php?article245>

Paillard, A. (2016, 27 juillet). Take Eat Easy : 4 500 coursiers indépendants sur le carreau. *L'Obs, Rue89*.

Repéré à <http://rue89.nouvelobs.com/2016/07/27/take-eat-easy-4-500-coursiers-independants-carreau-264786>.

Smiley, L. (2015, 25 mars). The Shut-In Economy. *Medium*. Repéré à [https://medium.com/matter/the-](https://medium.com/matter/the-shut-in-economy-ec3ec1294816)

[shut-in-economy-ec3ec1294816](https://medium.com/matter/the-shut-in-economy-ec3ec1294816)

Stinson, L. (2014, 2 septembre). Miranda July Creates an App That Doubles as a Social Experiment.

Wired. Repéré à <http://www.wired.com/2014/09/miranda-july-creates-an-app-that-doubles-as-a-social-experiment/>

Films & Séries Télévisées

Allen, W. (1973). *Sleeper*. United Artists.

Burton, L. (1999). *Smart House*. Disney Channel [TV].

Pia Pandelakis // pia.pandelakis@gmail.com // piapandelakis.com // @PiaP sur Twitter

Cline, E. F., & Keaton, B. (1922). *The Electric House*. First National Pictures.

Dugan, D. (2006). *The Benchwarmers*. Columbia Pictures / Sony.

Favreau, J. (2008). *Iron Man*. Paramount Pictures.

Hamilton, Fred (1950). *The Colgate Comedy Hour*. NBC [TV].

Lewis, J. (1960). *The Bellboy*. Paramount Pictures.

Park, N. (1993). *The Wrong Trousers*. BBC.

Whale, J. (1932). *The Old Dark House*. Universal Pictures.