

Plateformes

Qu'est-ce que c'est ?

Une plateforme est une structure mi-organisation, mi-marché, qui coordonne et stimule les transactions entre producteurs et consommateurs de biens et services. La plateforme est mise en place par une ou des organisations qui tirent parti de la valeur créée. Plus il y a d'utilisateurs de la plateforme, plus ils en tirent de valeur (effets réseaux).

Les plateformes ressemblent aux organisations dans la mesure où ce sont le plus souvent des entreprises ou des instances publiques qui les créent. Mais au contraire des organisations, les ressources, l'activité et la valeur dégagée sont produites par des producteurs et consommateurs situés à l'extérieur de l'organisation.

Les plateformes ressemblent aux marchés dans la mesure où la valeur est créée par des agents indépendants qui opèrent des transactions « atomiques » (échanges, services ou ventes à la pièce). Mais au contraire des marchés, ces transactions sont organisées et contrôlées très fortement par une organisation - qui joue en quelque sorte le rôle de « place de marché privée ».

Pour aller plus loin

A. Casilli, *En attendant les robots*, Seuil, 2019.

A. McAfee & E. Brynjolfsson, *Des Machines, des plateformes et des foules*, Odile Jacob, 2018.

Platform Design Toolkit: <https://platformdesigntoolkit.com/>

La « data-ification », facteur clé de succès des plateformes

L'avantage concurrentiel d'une plateforme n'est pas le market fit entre un produit créé en interne et des acheteurs externes, mais sa capacité à :

- **orchestrer une coordination** utile, fluide et efficace entre tierces parties nombreuses et variées. Cela suppose une collecte intensive de données sur les acteurs de la plateforme et leurs usages (voir fiches *big data* et *IoT*), une automation et scalabilité des échanges d'information (voir fiches *web API* et *cloud*), l'excellence des moyens permettant de s'interfacier (voir fiches *web API* et *visualisation des données*), et la gestion fine des droits et devoirs associés aux données (voir fiches *RGPD* et *blockchain*).
- **mettre en place des mécanismes d'apprentissage** qui accroissent la valeur tirée par les utilisateurs de la plateforme au cours du temps. Cela est rendu possible par l'analyse de données (voir fiches *IA*, *machine learning*, *graph mining*, *text mining*).

Points de vigilance

- | | | |
|--|--|--|
| - Mettre en place un mécanisme de pricing avantageux pour toutes les parties (<i>revenue management</i>) | - Développer la confiance entre les parties avec des mécanismes de réputation (évaluations entre utilisateurs) | - Faciliter l'ajout d'applications gratuites sur votre plate-forme, car cela augmente la valeur pour toutes les parties. |
|--|--|--|

Des organisations qui adoptent le modèle de plateforme

Dawex développe une plateforme de marché pour la donnée, en mettant en relation vendeurs et acheteurs de données. La plus-value apportée par Dawex aux acteurs est la maîtrise totale de la transaction, sur un asset sensible.

Plateformes « distributrices » : **Spotify, Netflix, Alibaba, Amazon, booking.com, Uber Eats ...** mettent en relation des producteurs de biens et services avec une clientèle dispersée.

Plateformes « matching » : **Facebook, Airbnb, Uber, Blablacar, LeBonCoin ...** fournissent une infrastructure permettant à des usagers d'acheter, d'échanger ou de communiquer.