

Le taxi : un service particulier aux particuliers

Lionel CLEMENT

Chargé de Recherche
Laboratoire d'Économie des Transports de Lyon

Définir le taxi c'est apporter une définition du terme de taxi (au sens étymologique: "rouler au sol" d'origine anglo-saxonne), mais c'est aussi réfléchir à différentes notions qui sont inhérentes à ce mode de transport. Ces réflexions nous permettront de caractériser de manière rigoureuse le type de service offert par tout taxiteur et, in fine, de proposer une définition complète.

I. DEFINITION GENERALE

La définition qui suit n'est pas officielle, elle est valable pour la France uniquement.

Un taxi est un mode de transport qui permet le déplacement de personne(s), d'un point à un autre, sans contraintes spatiale (itinéraire non fixé) et temporelle (jour et nuit), contre une rémunération fixée par décret. Tout taxi est équipé d'un compteur horo-kilométrique, d'un appareil horo-dateur (dans les villes où le temps de travail est réglementé à 10 heures par jour (Paris et Lyon)) et d'un répéteur (dispositif lumineux fixé sur le toit du véhicule)..

La deuxième partie de la définition que nous proposons "tout taxi est équipé..." est importante car elle évite la confusion souvent faite

entre taxi et voiture de petite remise (V.P.R.) (1)

Si l'on appréhende maintenant mieux le terme générique de "taxi", il convient de s'interroger sur les notions qui lui sont afférentes. Cela nous permettra de situer le taxi par rapport aux autres modes de transport qui évoluent en milieu urbain.

II. NOTION D'ACTIVITE DE TRANSPORT, NOTION DE SERVICE, NOTION DE PUBLIC

"Le taxi est une activité de transport au service du public..." (2). Cette définition restreinte (mais qui couvre un vaste champ de réflexion) peut venir compléter celle que nous avons présentée ci-avant. Elle met en valeur trois notions clefs:

- la notion d'activité de transport
- la notion de public
- la notion de service

II.1. La notion d'activité de transport :

Elle peut être vue comme la représentation de rapports sociaux de production. En effet, le terme d'activité traduit "les actes coordonnés et les travaux de l'être humain (...) employés à la production des biens et des services" (3). L'activité de transport est donc la résultante, le produit, du travail d'êtres humains qui fournissent un service. En cela, elle est représentative de rapports sociaux.

Si l'on poursuit ce raisonnement en considérant que les rapports que les hommes nouent entre eux transforment la nature (4) par le travail, alors c'est de rapports sociaux de production que nous parlerons (au sens de Marx, mais à un niveau méso-économique).

Ainsi, l'activité de transport peut être décrite comme les relations que nouent les hommes entre eux pour changer l'état de la nature, des choses (si rien n'avait été fait l'homme se déplacerait encore à pied !) afin de produire un service particulier: le transport (de personnes mais aussi de biens).

La notion d'activité de transport ainsi définie, nous voyons qu'elle s'applique à tous les modes de transports urbains. Elle met en

(1) Ces véhicules ne peuvent pas stationner sur la voie publique, ne peuvent pas utiliser de radio, doivent être loués au siège de l'entreprise. Il en reste très peu en France, ils ont quasiment disparu dans les grandes villes.

(2) P. LANEYRIE, Le taxi dans la ville, édition du champ urbain, 1976, p. 47.

(3) Dictionnaire Petit Robert, édition 1989, p. 22

(4) Vue comme l'ensemble des choses opposées à l'homme, à l'activité humaine.

valeur la pluralité des acteurs en interaction. Ici, taxis et autres modes de transports sont appréhendés globalement.

II.2. La notion de public :

Il s'agit des personnes qui vont aller sur le marché pour se porter acquéreur du service proposé. C'est ce que l'on appelle "la demande". Cette notion recouvre tout un débat qui concerne la "qualité" du service proposé par les taxis par rapport aux autres modes de transport. Celui-ci est résumé dans la question suivante: le taxi est-il un transport public ?

Indéniablement oui, car le taxi est un transport pour compte d'autrui; le taxi est un transport public individuel (taux d'occupation faible et caractère "personnel" de la course).

II.3. La notion de service :

Selon A. BARCET (5), la notion de service peut être vue de différentes manières. Nous appliquerons cette analyse au service de transport de personnes en milieu urbain.

Selon A. BARCET, le service peut être vu:

* Comme un secteur d'activité économique, repérable à partir d'une nomenclature.

* Comme une activité proprement dite, avec des caractéristiques non-matérielles. Il existerait des services INTERNES (auto-consommation des ménages et des administrations) et des services EXTERNES aux entreprises et aux ménages (vendus sur le marché).

* Comme un "métier". C'est-à-dire comme une opération qui conduit à se mettre au service de quelqu'un. C'est le service au sens étymologique du terme (servile, esclave). Cette approche montre la présence de l'homme au travail. Ce sont des métiers qui ne transforment pas les choses et qui se font sans contrepartie monétaire.

* Comme un "output". C'est le terme "service" comme analogie au terme "bien", pour traduire le résultat d'un processus de production. On identifie des résultats préconçus, prédéfinis, standardisés.

* Comme un "service rendu". C'est le service rendu par le travail, par le capital, voir par un service (par analogie). Le service va avoir une utilité pour celui qui en bénéficie.

(5) A. BARCET, La montée des services: vers une économie de la servuction, thèse de doctorat ès sciences économiques, Université LYON II, 1987, pp. 15-28, tome I.

Ces différentes manières d'appréhender la notion de service sont plus ou moins liées. Il va exister une articulation entre le service comme processus de production (activité), comme résultat (output) et comme service rendu (effets sur l'utilisateur).

A partir de cette analyse, on peut construire un tableau pour situer le taxi par rapport aux autres modes de transport urbain

| | Service comme secteur (br C.N. niveau 90) | Service comme activité | Service comme métier | Service comme OUTPUT | Service comme service rendu |
|--|---|------------------------------|-------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| TAXI | 69 | Service EXTERNE | OUI * | OUI et NON | OUI |
| Transports Collectifs (métro-bus) | 69 | Service EXTERNE | OUI * | OUI | OUI |
| Voiture Particulière | 68 | Service INTERNE | NON (utilis. familiale) | NON ^e | OUI |

* Avec contrepartie monétaire

^e Pas d'organisation sociale et économique

Ainsi qualifiée, la notion de service nous permet de mieux distinguer le taxi des autres modes de transport urbain. Toutefois, la notion de service comme "activité" et comme "output" laisse en suspend deux questions importantes:

- Le service proposé par le taxi est-il réellement et "complètement" un service externe ?

- Le service proposé par le taxi est-il un output ? (OUI et NON dans la case du tableau).

III. LE SERVICE DE TRANSPORT PAR TAXI: UN SERVICE FORMEL ET STANDARDISE; UN SERVICE FORMEL ET DEDIE

La réponse à la première question que nous nous sommes posés va nous permettre d'analyser le service de transport proposé par le taxi. Nous montrerons que celui-ci peut être qualifié "d'ambiguë".

La réponse à la deuxième question, elle, va nous permettre de désigner deux "types" de taxis.

III.1. Le taxi: un service de transport ambiguë

Le service de transport proposé par le taxi est bien un service externe, mais à un degré inférieur au service rendu par les transports collectifs urbains traditionnels. Nous répondons donc par l'affirmative à la première question, tout en relativisant cette affirmation.

En effet, un service externe est un service produit sur un marché. J.GERSHUNY qualifie ce type de service de **service formel** (6). Il oppose au service formel le service informel. Toutefois, celui-ci n'est pas l'équivalent du service interne (dans lequel on ne met pas en valeur la notion de bien matériel). Il est la résultante de l'achat d'objets sur le marché (biens externes) par les ménages en vue de produire un service "domestique". Ainsi, l'utilisation de la voiture particulière représente bien un service informel (achat d'un bien pour la production du service de transport à usage domestique), le service produit par le transport collectif (bus, métro) représente quant à lui un service formel, purement externe.

Le taxi, lui, produit bien un service externe en ce sens qu'on l'obtient sur un marché (il est donc aussi un service formel), mais à un moindre degré que le transport collectif. En effet, ce service qui est acheté par les individus sur le marché pourrait être produit de manière informelle, car une voiture est un bien que l'on peut acquérir sur le marché tandis qu'un métro, un transport en commun en site propre quel qu'il soit ou un bus, du fait de la structure dans laquelle ils s'intègrent et des coûts qui leurs sont inhérents, ne pourront jamais servir de base à la production d'un service informel.

Ainsi, le service produit par le taxi est bien un service externe, formel (comme celui produit par le bus, le métro), mais il pourrait être un service informel car le capital utilisé (voiture) peut s'acquérir sur un marché. Toutefois, cette analyse (élaborée toutes choses égales par ailleurs) perdra de sa crédibilité si on met en valeur autre chose que l'aspect "bien", si on considère que le taxi est intégré dans une organisation particulière, si l'on s'attache aux facteurs déterminant la fonction de demande des individus...

D'ores et déjà, le taxi apparaît comme un mode de transport ambivalent, dont le service de transport est qualifiable de formel mais à un degré moindre que le service produit par les autres modes de transport collectifs.

(6) Cet auteur s'oppose à la vision traditionnelle de la théorie post-industrielle, développée, entre autre, par D. BELL.

III.2. Taxi des villes, taxi des champs :

Répondre à la question "le service proposé par le taxi est-il un output ?" permet de dégager deux catégories de taxis.

Dans son analyse sur la "coordination par l'entreprise et la qualité des biens" (7), François EYMARD-DUVERNAY s'intéresse au rôle du client dans la transaction qui s'effectue sur un marché. A partir de cette analyse, on peut dégager deux manières caricaturales de concevoir le service de transport proposé par le taxi.

* D'un côté, la prestation peut avoir la forme d'un "service standardisé", donc d'un output. L'acheteur du service (car on ne peut pas parler de client), s'intègre à la chaîne de transport (il ne représente qu'une course parmi n dans la journée, la chaîne de transport correspondant à l'ensemble des courses effectuées par le taxiteur). Le taxiteur, lui, s'ajuste à la localisation des acheteurs et à leurs contraintes temporelles et spatiales. Le service apparaît donc comme prédéterminé, au même titre qu'un bien dans l'analyse traditionnelle du marché où il y a exogénéité des biens par rapport au marché. L'individu n'a pas de pouvoir sur la définition du service.

* D'un autre côté, la prestation peut avoir la forme générale d'un "service dédié" (R. SALAIS parle de produit dédié par opposition au produit générique ou standardisé). "Le client va constituer la référence pour l'évaluation de la prestation fournie", "la politique de l'entreprise (étant) axée sur la "qualité" et le "service au client" (8). Ici, on pourra connaître la qualité du service rendu par la connexion entre le taxiteur, producteur du service, et le demandeur.

Dans le premier cas, il est clair que le service proposé par le taxi est un véritable "output", résultat d'un processus de production qui fournit un service standardisé. Par contre dans le deuxième cas il s'agit d'un véritable service personnalisé, individualisé.

Cela se retrouve dans la réalité. En effet le taxiteur qui évolue dans un milieu où une demande et une offre fortes se côtoient va se rapprocher du premier type de service. De par le caractère impersonnel de sa clientèle il n'aura pas besoin et même pas intérêt (à cause des coûts que cela entraîne) à améliorer son service de manière importante. Nous sommes ici en présence du fameux "taxi des villes".

Par contre, un taxiteur qui évolue dans un milieu peu dense, où l'offre est limitée et la clientèle personnalisée va se rapprocher d'un service de transport de type "dédié". Nous sommes, là, en présence du "taxi des champs". La qualité du service proposé par le taxi des champs est indéniable (paiement par chèque et carte bleue autorisés pour tous les types de courses, amabilité marquée...), car celui-ci doit faire des

(7) F. EYMARD-DUVERNAY, Coordination par l'entreprise et qualité des biens, Communication au colloque "L'économie des conventions", Ecole Polytechnique, 27 et 28 mars 1991, 29 p.

(8) Idem, p. 17. Mis entre guillemets par l'auteur.

efforts pour rendre fidèle sa clientèle.

Le taxi produit donc un service que l'on peut qualifier de formel-standardisé ou de formel-dédié selon les cas (tout en relativisant bien sûr).

IV. PROPOSITION D'UNE DEFINITION COMPLETE

Un taxi est un mode de transport qui permet le déplacement de personne(s) , avec ou sans bagages, d'un point à un autre, sans contraintes spatiale (itinéraire non fixé) et temporelle (de jour comme de nuit), contre une rémunération fixée par décret. Le taxi, qui a le droit de stationner sur la voie publique, est équipé d'un compteur horo-kilométrique, d'un appareil horo-dateur et d'un répétiteur. Le service de transport produit résulte d'une activité de transport qui est le reflet de rapports sociaux de production. Ce service est soit formel-standardisé (taxi des villes), soit formel-dédié (taxi des champs). Le taxi est un service au public (donc à des particuliers, au sens de personnes, individus). Le taxi est, compte tenu de sa situation par rapport aux autres modes de transports (desquels il se démarque), un service particulier aux particuliers.