



Groupe plateformes
Compte rendu des ateliers de travail
Vendredi contributif

12 juillet 2013

Ce compte rendu fait état de la session du 12 juillet 2013 et des différents points qui ont pu être dégagés par les parties prenantes. Ces éléments vont permettre aux membres du Conseil National du Numérique (C/Num) d'enrichir leur réflexion dans le cadre du processus de concertation. Ils ne représentent pas une prise de position du C/Num.

Groupe concurrence – plateformes

Le 3 juillet 2013, le Conseil National du Numérique a été saisi par Arnaud Montebourg - Ministre du Redressement Productif, Pierre Moscovici - Ministre de l'Economie et des Finances et Fleur Pellerin - Ministre déléguée, chargée des petites et moyennes entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique.

Cette quatrième saisine invite le Conseil à considérer deux questions :

- une concertation avec les entreprises françaises intéressées par les engagements proposés par Google à la Commission européenne, dans le cadre de l'enquête antitrust ouverte suite à des allégations selon lesquelles Google Inc. aurait abusé d'une position dominante dans le domaine de la recherche en ligne.
- La poursuite de la réflexion relative à la neutralité du net - en abordant désormais la question de la neutralité des plateformes - suite à l'avis¹ rendu par le CNN sur le "premier volet", relatif aux réseaux.

La réunion de préparation du 12 juillet a permis de déterminer la feuille de route et de recueillir l'avis des premiers participant sur les problèmes rencontrés autour des écosystèmes de plateformes, les priorités à adresser et leviers d'action à envisager. La session a été organisée en trois groupes qui ont travaillé en parallèle sur les mêmes thématiques.

Calendrier des prochaines sessions

Session 1 : 10 octobre - réunion de concertation autour des engagements proposés par Google à la Commission, en présence des représentants de Google - dans l'objectif de répondre à la première partie de la saisine.

Session 2 : date communiquée ultérieurement - réunion de concertation et ateliers contributifs autour des enjeux économiques relatifs aux écosystèmes des plateformes.

Session 3 : date communiquée ultérieurement - réunion de concertation et ateliers contributifs autour des valeurs et principes fondamentaux touchés par les dynamiques des écosystèmes de plateformes.

Cette série de réunions sera clôturée par une session consacrée aux propositions ayant émergé des sessions.

Le CNN remercie les participants pour la richesse des échanges.

¹ Avis n°2013-1 du 1er Mars 2013 sur la Net Neutralité : [lien vers la décision et le rapport préparatoire](#)

² [Avis n°10-A-29](#) de l'Autorité de la concurrence, du 14 décembre 2010 sur le fonctionnement concurrentiel de la

I - Axes de la feuille de route

1.1 Élargir le périmètre au delà du cas d'espèce

Les échanges ont fait ressortir la nécessité de définir un périmètre de problématique élargi, au delà du cas d'espèce de Google, afin d'identifier les autres activités concernées par des problématiques de neutralité et de concurrence.

Concernant la première partie de la saisine, sur les engagements présentés par Google à la Commission, il faudrait en ce sens s'interroger non seulement :

- sur le fait de savoir si les engagements présentés adressent les préoccupations posées,
- mais aussi s'ils éclaircissent les questionnements à plus long terme sur le rôle des moteurs de recherche à l'égard des utilisateurs et des écosystèmes qui les environnent.

L'étude de ce cas particulier alimentera les réflexions de la seconde partie de la saisine, pour laquelle il s'agira :

- d'opérer un état des lieux des problématiques relatives aux pratiques et aux modèles économiques des acteurs du référencement, places de marché, d'intermédiation, etc. désignés pour ce groupe de travail sous le terme de « plateformes ».
- De déterminer, les principes et valeurs fondamentales touchés par l'avènement de l'intermédiation, en particulier les implications pour le principe de neutralité du net.

1.2 Objectiver les problématiques

Distinguer pratiques et défaillances de marché

Invités à identifier les problématiques rencontrées dans le cadre de leurs activités, les participants désignaient tout autant des éléments relevant des pratiques de certains intermédiaires dominants, que de dynamiques de marché préjudiciables à la pérennité de leurs affaires.

Cela invite à distinguer:

- **Les problématiques issues des pratiques de certains acteurs** et leur impact à terme sur les écosystèmes environnants : des discriminations et des défauts de transparence dans les conditions d'accès aux plateformes, des défauts de portabilité, des problématiques de captation de valeur issue d'investissements tierces, ainsi que des abus de position dominante conduisant à préempter de nouveaux marchés à partir d'un marché contrôlé par des acteurs dominants ont notamment été évoqués.

- **Les effets collatéraux de certaines tendances de marché** sur la pérennité de certains modèles économiques et sur l'intérêt des utilisateurs : les participants ont mentionné des effets de réseaux, de concentrations, de silos, de désintermédiation, de situations de dépendance et de captivités, de compression de marges, etc. – sur la pérennité de certains modèles économiques et l'intérêt des utilisateurs.

Croiser les expertises

Les participants ont mis en évidence l'évolutivité rapide des marchés concernés, au rythme des cycles d'innovation: un facteur inhibant pour l'action *ex ante* des autorités. Ils ont pointé également la forte technicité des questions posées mais dont les détails ont des conséquences majeures au vu de l'ampleur des flux de trafic concernés. Ces remarques visaient notamment le marché de la recherche en ligne et l'impact qu'ont les spécificités techniques et des modalités de référencement sur les moteurs concurrents mais aussi sur leurs clients opérateurs de l'économie « réelle » notamment dans le secteur de la distribution et du tourisme

En ce sens, il y a eu au cours des ateliers une reconnaissance unanime du besoin de recourir à l'expertise croisée d'économistes, de praticiens du web et de juristes :

- pour délier les chaînes de valeur.
- dégager des typologies de pratiques et de défaillances de marché en cause, telles que spécifiques au reste du numérique.
- Analyser les problématiques spécifiques aux positions dominantes d'intermédiaires stratégiques sur certains marchés, et la pertinence d'avoir recours à des remèdes comportementaux (tels que des engagements de bonnes pratiques ou structurels, pour lesquels il a notamment été question de mesures de séparation fonctionnelle dans certains cas).
- déterminer leurs impacts respectifs, en situant leur périmètre sur la chaîne de valeur, et avec leurs conséquences sur les possibilités de développement des différents acteurs concernés.
- déterminer la faisabilité des leviers d'action, les nécessités éventuelles d'évolutions des règles, ou les possibilités de contrôle et de mesure effectifs des dispositifs recommandés.

1.3 Dégager les priorités à adresser

L'émergence de services adoptés par des millions d'utilisateurs dans le paysage d'internet suscite des bouleversements qui impactent de nombreux pans du droit, et autant d'intérêts potentiellement touchés par ce mouvement de fond. Partant d'un questionnement sur ce qui doit être protégé, ce premier atelier, a fait émerger deux principaux axes :

- des **enjeux économiques** : les participants ont mentionné l'emploi, l'innovation, la diversité de l'offre, la protection des intérêts du consommateur, le fonctionnement vertueux des marchés et la création de valeur.
- des **enjeux de protection de principes et valeurs fondamentales** : telles que la liberté d'expression, la protection de la vie privée ou de la liberté d'entreprendre.

Une idée à été la nécessité de défendre certaines valeurs d'Internet, dont une certaine capacité créative, bénéfique à l'intérêt général. Le rôle spécifique d'Internet dans nos sociétés en termes d'innovation collective, permettrait en ce sens de diverger d'une approche concurrentielle traditionnelle.

Parmi ces valeurs, il est question d'étendre les conséquences du concept de neutralité du net des réseaux aux plateformes. Il conviendra de déterminer les composantes de ce principe tel qu'appliqué aux plateformes.

1.4 Recenser les leviers disponibles et anticiper leurs effets collatéraux

Aux appels à ne pas inhiber l'innovation future par une nouvelle forme d'encadrement pour les plateformes, certains participants opposaient le fait qu'ils « n'ont ni régulation ni contrôle efficace de concurrence ». Ils ont invité à considérer certains leviers lors des sessions ultérieures, parmi eux :

La mise en place d'acteurs interfaces entre les plateformes et leurs partenaires

Une diversité de modalités de règlements alternatifs des conflits, a été évoquée : tiers de confiance, médiateurs, arbitrage, etc., entre acteurs privés ou avec intervention publique. Il en ressort l'expression d'un besoin général d'interface, entre les plateformes et leurs partenaires, en particulier :

- pour corriger un déficit d'information et de transparence sur les conditions générales
- pour agir en tant que médiateur indépendant sur les problématiques de référencement et de conditions générales B to B, et fournir des modalités de recours effectives et rapides
- pour veiller à l'application des principes de concurrence et de consommation

Les réserves font référence à des précédents peu convaincants lors de la mise en place de tiers de confiance, ou "trustees", au sein des entreprises. Elles appellent à ce que de telles mesures permettent un degré suffisant d'indépendance, d'accès aux éléments permettant d'opérer le contrôle et d'action en cas de problèmes - "Il ne doit pas être cantonné à un rôle de notaire".

Un autre type de remarques appelait également à ce que les tiers de confiance ne soient pas uniquement mis en place à la suite de procédures contentieuses, pour les seuls acteurs mis en cause, mais plutôt dans une démarche globale à l'ensemble des plateformes jouant un rôle d'intermédiaire stratégique.

Dans le sillage de ces propositions, certains participants ont mentionné un besoin d'observatoires spécialisés sur les pratiques des plateformes. Les réserves tiennent principalement aux doutes sur les possibilités réelles d'accéder aux informations nécessaires pour opérer de telles évaluations - et dans le respect du secret des affaires.

L'application et l'adaptation éventuelle des règles de concurrence

Certains participants ont appelé à une évolution du droit de la concurrence, critiqué notamment pour son mode d'intervention souvent *a posteriori* de la survenance des dommages et pour la difficulté d'application de certains de ses concepts traditionnels aux marchés numériques - par exemple pour la délimitation des marchés pertinents, dans les marchés multi faces. Ils invitaient en ce sens à une évolution de ses concepts et modes d'interventions pour les adapter aux spécificités des plateformes.

Par ailleurs, les discussions ont exprimé :

- des difficultés de preuves des pratiques : “difficile de vérifier les manipulations d’algorithmes”- et des doutes sur l’effectivité d’un contrôle au niveau de l’affichage.
- des difficulté issues du fait que la caractérisation de la nature répréhensible de certaines pratiques dépend de la survenance de procédures contentieuses à l’égard d’entreprises mises en cause. Il subsisterait en ce sens des ambiguïtés sur le périmètre des interdictions en matière de discriminations ou en matière de subventions croisées.

D’autres ont invité à garder à l’esprit que ce qui est reproché à, l’est souvent aussi à ses concurrents, moteurs généralistes ou verticaux. Ils appellent à ne pas mettre en place des mesures s’apparentant à une sanction de la position dominante - qui ne frapperaient pas des acteurs qui détiennent des parts de marché plus modestes mais aux modèles et pratiques similaires.

Intervention ad hoc sur les marchés

Une idée souvent évoquée est que “le pouvoir d’éviction du marché doit se payer en terme d’obligations supplémentaires”, au delà de l’approche concurrentielle traditionnelle qui s’impose à tout opérateur économique.

En référence au marché de la recherche en ligne, certains acteurs invitent notamment à considérer que la présence de barrières à l’entrée, et d’importants investissements consentis par le moteur dominant dans les serveurs pour l’indexation du web, ne peuvent justifier la préemption de nouveaux marchés, et l’éviction d’acteurs actuels en faisant levier de cette position dominante.

Les justifications avancées :

- Au titre d’une nécessité de corriger des défaillances de marché
- Au titre d’un statut de bien public acquis *de facto* par certaines plateformes
- Au titre d’une extension du principe de neutralité sur les plateformes

Les discussions n’ont toutefois pas dégagé un consensus sur les justifications possibles d’une intervention *ad hoc* sur les marchés d’inter médiation concernés par les plateformes.

Les modalités émises:

- Une obligation de service - équivalente au *must carry* : “crawler tout le monde”
- Égalité d’accès des concurrents -partenaires à la plateforme :
 - Dans la disponibilité des dispositifs de référencement (affichage, zones de prix, etc.)
 - Dans les conditions économiques d’accès : payer dans les mêmes conditions que celles que la plateforme s’applique à elle même en cas de séparation fonctionnelle / Ne pas payer si la plateforme est verticalement intégrée.

Les réserves pointent l'idée que toute forme de séparation fonctionnelle est une expropriation et invitent à ne pas pénaliser des acteurs ayant acquis une position dominante par les mérites et grâce à leurs investissements. D'autres insistent sur le risque de dissuader les futurs "champions" d'innover et de figer les disruptions à venir.

Enfin certains intervenants questionnent la compatibilité d'un principe de neutralité sur les plateformes avec les business models des web services - voire la convergence entre neutralité, prise au sens d'une forme d'exhaustivité, et intérêts des internautes.

Action sur les données - portabilité aux utilisateurs et entre acteurs

La notion de portabilité des données à l'égard des utilisateurs a été mentionnée comme moyen d'introduire plus de concurrence dans les activités d'exploitation des données. Par ailleurs, le rôle des données pour les activités de web services - bien commun, intrant essentiel - a été questionné de façon récurrente. Certains participants ont formulé une proposition de mise en commun des données "non propriétaires", issues de l'observation.

Les justifications avancées :

- Une spécificité des activités de recherche en ligne : *"l'accès aux données et méta données sur les internautes dans de telles proportions confère le bénéfice d'un avantage concurrentiel inégalable à celui qui le maîtrise en exclusivité"*
- Les données fournies par les utilisateurs eux-mêmes (requêtes, abandons) ne devraient pas faire l'objet d'une appropriation.
- Les données d'observations du comportement de l'utilisateur vis à vis des acteurs référencés leurs sont essentielles pour améliorer la formulation de leur offre, de leur ciblage, etc.

Les réserves portent d'une part sur des doutes quant à la compatibilité de régimes de mise en commun de données utilisateurs entre acteurs vis à vis des règles de protection des données personnelles; d'autre part sur l'opportunité d'agir au niveau des données compte tenu des négociations en cours sur le projet de règlement européen de protection des données personnelles et le principe de *privacy by design*.

Il serait en ce sens nécessaire de clarifier d'abord la pérennité des modèles d'affaires assis sur la collecte et l'exploitation de données : le tarissement de cette source de recettes rendrait inutile le questionnement sur les façons d'introduire plus de concurrence les plateformes qui dépendent des données.

Protection et information accrue des utilisateurs

L'action accrue du côté des droits du consommateur a été perçue comme un mode d'action souple, à privilégier au moins à titre de complément - et l'information accrue des utilisateurs a été identifiée comme un ingrédient nécessaire au fonctionnement vertueux des marchés. Le succès des plateformes étant intrinsèquement lié aux comportements d'adoption de leurs utilisateurs, l'idée serait de les mettre alors en situation d'opérer un choix éclairé, notamment par une sensibilisation accrue :

- Sur l'existence et les types d'offres concurrentes,

- Sur la différence entre liens commerciaux et organiques et les moment de passages de l'une à l'autre des catégories.

Une remarque récurrente a été que les enjeux dépassent le seul droit des télécoms, de la concurrence, de la consommation, des données personnelles, etc. Chaque pan de règle ne pouvant couvrir seul - en l'état - tout le périmètre des terrains concernés. Nous souffririons d'un défaut de théorie générale sur le sujet pour construire une armature juridique fluide et efficiente.

Un objectif sera dès lors d'éviter une focalisation sur un seul pan législatif, de cerner les limites de chaque levier d'action et impacts collatéraux éventuels sur les autres priorités à adresser.

II - Les questions en suspens

2.1 Faut-il coupler l'action curative à une approche préventive ?

Les ateliers ont mis à jour un problème d'encadrement des pratiques des plateformes à fort pouvoir de marché, à l'égard de leurs partenaires et de leurs utilisateurs. Ils ont aussi formulé le constat d'une vraie difficulté à anticiper la formation de ces situations de vulnérabilité, sur ces marchés hautement innovants. Il ne serait pas seulement question de savoir « comment prévenir les pratiques néfastes des grandes plateformes » mais aussi, comment appréhender efficacement des marchés de portée internationale, aux cycles d'innovations accélérés, où la compréhension des pratiques relève d'une haute technicité, aux modèles d'affaires agiles et propices à l'émergence de positions dominantes mais dont la pérennité est en débat ?

Les discussions sur les modalités d'interventions se sont arrêtées sur la question du degré de précision des normes :

- poser des principes généraux - couplés à de l'autorégulation pour l'implémentation des détails, avec un contrôle aux résultats et des sanctions *ex post* - au risque de ne pas prévenir les dommages à temps ?
- Ou entrer dans le détail, au risque de rigidifier les pratiques et d'être distancés par leurs évolutions régulières ?

Les discussions ont également porté sur la nécessité de préciser à terme les périmètres de compétences respectifs des autorités – Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes, Autorité de la Concurrence - sur les problématiques de plateformes.

2.2 Une intervention *ad hoc* sur les marchés est-elle nécessaire ?

Ambiguïtés sur l'existence de défaillances de marché

Au-delà des pratiques mises en cause, les échanges ont fait écho de difficultés pour certains acteurs qui se posent tout autant vis à vis du référencement de Google, que de la market place d'Amazon, de l'App store d'Apple, etc. Des difficultés qui se poseraient de la même manière pour leurs éventuels remplaçants :

- le succès des plateformes d'intermédiation en ligne est intrinsèquement lié aux comportements d'adoption des utilisateurs et dès lors sujet à de forts effets de réseaux – contexte propice à l'émergence de leaders très en avance sur leurs concurrents.
- Par ailleurs, les plateformes correspondent souvent à des marchés bi ou multi faces, induisant des externalités asymétriques et de ce fait, un recours fréquent aux subventions croisées dans les modèles d'affaires, pour proposer des services gratuits ou très compétitifs.
- Ceci conduit parfois certaines plateformes à développer aussi de façon connexe des produits ou services propres, parfois concurrents de ceux de leurs partenaires commerciaux, à l'image des marques distributeurs dans l'agro alimentaire.

Certains participants émettent dès lors des craintes quant aux possibilités de maintien d'une offre diversifiée en présence de tels modèles économiques qui auraient pour effet « d'aspirer la valeur » de leurs écosystèmes. Ceux-ci appellent en ce sens à une intervention pour le rééquilibrage de ces défaillances.

Toutefois le caractère répréhensible de ces modèles d'affaires serait ambigu, tout comme leur effet néfaste pour les écosystèmes environnant :

- Bien que n'étant pas en situation dominante, de nombreux acteurs espèrent bien le devenir en appliquant les mêmes modèles d'affaires.
- Les effets de néfastes pour l'innovation et la destruction de valeur *in fine* – notamment pour les utilisateurs - ne sont pas établis.
- Les rapports référenceur – référencés sont ambigus : les premiers peuvent être un goulet d'étranglement facteur de dépendance et un concurrent direct ; en même temps qu'un débouché privilégié et une part non négligeable du chiffre d'affaire des seconds.

Enfin, les échanges n'ont pas permis d'établir un consensus sur la durabilité des situations de pouvoirs de marchés suscitant des vulnérabilités :

- certains estiment que les pouvoirs de marchés sont certes importants mais facilement réversibles, au gré des cycles d'innovations technologiques ou des mutations de modèles économiques - « on change de méchants tout les 2 ans ».
- D'autres pointent le fait que les plateformes dominantes sont un petit nombre d'acteurs qui ont acquis une assise suffisamment critique pour absorber leurs potentiels concurrents disruptifs.
- Enfin, certains intervenants ont invité à prendre en compte le fait qu'au cas d'espèce, seul le moteur de recherche dominant a été qualifié d'acteur dominant sur le marché de la recherche en ligne depuis un Avis de l'Autorité de la Concurrence de juin 2010².

Plateformes concernées : quel dénominateur commun ?

Compte tenu de l'émergence massive et de l'importante variété des plateformes d'inter médiation, les participants ont évoqué le besoin déterminer le dénominateur commun pour désigner celles qui doivent en particulier faire l'objet des réflexions du groupe de travail.

- Le **critère d'une position dominante** significative a été proposé mais il est également vu comme difficilement applicable pour certains marchés connexes à celui de l'activité principale, et de la difficulté d'établir des délimitations de marchés pertinents (offres bouquets, marchés multi faces, etc.).
- D'autres intervenant s'interrogent finalement sur le fait de savoir s'il faut considérer certaines plateformes comme des biens communs, ce qui justifierait de leur attacher des règles particulières.

² [Avis n°10-A-29](#) de l'Autorité de la concurrence, du 14 décembre 2010 sur le fonctionnement concurrentiel de la publicité en ligne.

- Certains ont également évoqué un **critère du « goulet d'étranglement »**. L'idée étant que certaines plateformes occupent *de facto* un rôle d'intermédiaire incontournable. Toutefois, les échanges n'ont pas dégagé de consensus sur l'existence d'alternatives significatives permettant aux entreprises référencées de commercialiser et leurs produits. Pour certains, "un moteur de recherche est répliquable à des coûts acceptables, il existe des challengers et des voies alternatives, en ligne et hors ligne au référencement (site web de l'entreprise, chalandise physique, etc.). Pour d'autres, les comportements d'adoption des consommateurs ont structuré le marché de façon à ce que certaines plateformes soient devenues incontournables *de facto*.

Les échanges ont mis en lumière la nécessité de définir précisément ce qui est entendu comme « essentiel » et pour quels types d'acteurs.

- leurs **espaces de référencement** ont pu être assimilés comme des formes de débouchés « essentiels ». Les plateformes concernées seraient celles qui occupent un rôle d'intermédiaire entre plusieurs faces de marché et qui constituent des « points de passages obligés » pour accéder aux cyber consommateurs. Les réserves tenant toutefois à la présence systématique de voies de contournement : « si je veux acheter une paire de chaussures de marque x, de nombreuses voies me sont offertes, en dehors du moteur de recherche généraliste ».
- D'autres intervenants ont plutôt désigné **les données**, issues notamment des requêtes des utilisateurs et de l'observation de leur comportement, comme un intrant obligatoire qui ne devrait pas faire l'objet d'une appropriation - notamment lorsqu'elles concernent les parcours des utilisateurs concernant des acteurs référencés.
- D'autres participants, plus sceptiques, estimaient qu'*in fine* – pour Google – c'est du **trafic**, donc de l'audience inégalée auprès des utilisateurs dont il est question. Dès lors, invoquer la théorie des facilités essentielles reviendrait à lui demander de « partager sa clientèle ».

2.3 Quel contenu pour le principe de neutralité appliqué aux plateformes ?

Sur la neutralité appliquée aux réseaux, certains participants ont insisté sur la spécificité du rôle des transporteurs de trafic et l'importance de maintenir une forte interdiction des pratiques de priorisation et autres formes de discriminations dans l'acheminement du trafic : même si le maintien d'une incitation économique des opérateurs à investir est capital, l'approche « *dumb pipe* » doit être protégée.

Pour certains participants, la neutralité des réseaux n'aurait de sens que si ses conséquences s'appliquent aussi aux plateformes. En revanche le contenu et les modalités de la neutralité, telle qu'appliquée aux plateformes, restent à établir.

Lors des ateliers, le terme de neutralité a été mentionné pour désigner plusieurs cercles imbriqués : une extension du principe de neutralité des réseaux aux plateformes au regard du rôle fondamental d'internet, la notion de non discrimination / d'égalité d'accès aux plateformes pour les concurrents, et l'idée de pleine restitution de l'information à l'utilisateur de façon à prévenir toute confusion.

Neutralité des plateformes au titre du rôle d'outil fondamental d'internet

Certains intervenants ont rappelé qu'au départ, la règle qui doit prévaloir au départ est la liberté commerciale. C'est pourquoi même dans le secteur très régulé des communications électroniques, on ne régule que lorsque c'est nécessaire – ce qui serait difficile à justifier dans des marchés concurrentiels. Toutefois, le rôle d'outil fondamental de l'accès à internet aujourd'hui, permet de justifier une forme de vigilance sur la transparence, ou qualité des services d'accès dispensés par les opérateurs.

Ce qui permettrait de diverger d'une approche concurrentielle traditionnelle pour les plateformes serait dès lors le rôle spécifique d'internet dans nos sociétés, en termes d'innovation notamment. Ce ne serait qu'à ce titre qu'il serait possible de justifier des exigences d'ouverture, de neutralité, ou des obligations d'accepter des tiers sur leurs plateformes pour certains acteurs.

Neutralité au sens d'une égalité d'accès des concurrents aux plateformes

Ici il s'agit pour certains intervenants de demander une traduction du concept de neutralité sous forme de non discrimination dans l'accès aux services des plateformes pour les entreprises partenaires concurrentes. Il a été question :

- d'une égalité d'accès dans les conditions d'affichages : mettre à disposition des concurrents les mêmes conditions d'affichage que pour les services propriétaires de la plateforme.
- d'une égalité dans les conditions économiques d'accès aux services de référencement entre produits /services concurrents et produits/services verticalement intégrés ou « propriétaires » de la plateforme.

Les réserves émises à cet égard pointaient le fait qu'il existe toujours nécessairement une part de « non neutralité » dans les modalités de référencement à partir du moment où ces services visent précisément à permettre aux annonceurs de payer pour obtenir une mise en avant préférentielle. Les participants invitent dès lors à éclaircir si une telle hypothèse doit s'appliquer au seul référencement gratuit, ou à défaut, selon quelles modalités elle devrait concerner les espaces payants.

Certains ont alerté sur les risques de glissements sémantiques, entre le fait de permettre aux acteurs d'accéder aux marchés aval et le fait de déloger des acteurs qui ont acquis leur position grâce à une offre compétitive.

Neutralité dans la manière de restituer l'information à l'utilisateur.

Cette fois-ci envisagée à l'égard des utilisateurs, la neutralité a été également entendue comme la façon de restituer l'information aux internautes.

- Un élément mentionné de façon récurrente est la nécessité de ne pas induire en erreur quant à la frontière entre informations issues d'un référencement « naturel » ou payant.
- Certains participants ont pu y raccrocher l'idée que, en dehors du contenu des plateformes elles-mêmes, les utilisateurs devaient être mis en mesure de percevoir l'existence d'offres alternatives dans leur parcours de navigation.

- Les intervenants se sont penchés sur modalités d'application de la neutralité dans les critères de référencement. Il a été question d'agir sur la pertinence des critères au regard de l'intérêt des consommateurs, en vérifiant par exemple que des offres plus compétitives ne leur soient pas voilées. Définitions nécessaires : coût, prix, qualité, diversité, choix ?

Certaines interrogations sont émises :

- une forme de neutralité par l'exhaustivité ou l'universalité irait-elle dans l'intérêt des consommateurs ? « Je peux justement avoir intérêt à ce qu'on mette en avant, de façon non neutre, des publicités pour tel produit que j'affectionne plutôt qu'un autre ».
- quel est l'intérêt de l'utilisateur lorsqu'il n'est pas question de référencer des biens de consommation ?
- Plus largement, il a été rappelé que l'internaute comprend potentiellement plusieurs facettes : ai-je les mêmes attentes et critères prioritaires selon que je m'adresse à une plateforme avec une posture de consommateur, de citoyen, de travailleur, d'étudiant ?

Là où la démarche de consommation n'est pas ambiguë pour certaines plateformes thématiques dédiées par exemple aux hôtels, au e-commerce ; la recherche sur une plateforme généraliste comprend potentiellement toutes les facettes de l'internaute. Il deviendrait en ce sens délicat de postuler des critères de référencement « neutres » à l'égard de la seule approche par les intérêts du consommateur.

2.4 Faut-il donner un statut particulier à la recherche horizontale ?

Certains intervenants estiment que la position détenue en Europe par le moteur de recherche de Google ne peut être comparée aux autres plateformes. Ceci - en plus caractère stratégique de la recherche généraliste en ligne pour les internautes et les écosystèmes d'entreprises référencées - justifierait d'isoler le cas du moteur de recherche de celui des autres plateformes.