

Neutralità delle piattaforme

.....

**Riunire le condizioni per un ambiente
digitale aperto e sostenibile**

MAYO 2014



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE


**MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DU REDRESSEMENT PRODUCTIF
ET DU NUMÉRIQUE**

Parere n. 2014-2

del Consiglio nazionale per il digitale sulla neutralità delle piattaforme

Premessa

Con lettera del 3 luglio 2013, il Ministro dell'Economia e delle Finanze, il Ministro del Rilancio Industriale e il Ministro delegato alle Piccole e Medie Imprese, all'Innovazione e all'Economia Digitale, hanno chiesto al Consiglio nazionale per il digitale (CNNum) di esprimersi riguardo a due questioni : la prima sulla procedura avviata presso la Commissione europea nei confronti di Google ; la seconda riguardo al proseguo delle riflessioni intraprese dal CNNum sulla neutralità delle piattaforme.

Un gruppo di lavoro composto da dieci membri del Consiglio ha messo a punto un iter consultivo tra il luglio e il novembre 2013. Quest'ultimo è stato organizzato sotto forma di quattro venerdì di consultazione, che hanno costituito un momento di scambio e di lavoro tra i membri del gruppo di riflessione del Consiglio e alcune personalità esterne le cui competenze o il cui impegno rispetto alla tematica in questione sono a tutti noti. Parallelamente a ciò, sono state condotte una serie di consultazioni per riunire le analisi prodotte da economisti, giuristi e operatori della Rete. I pareri e i documenti che a queste si sono accompagnati sono il risultato di queste sessioni di lavoro estremamente fruttuose, che hanno tenuto conto della grande diversità delle parti in causa e riunito oltre un centinaio di partecipanti : rappresentanti di organismi pubblici, di grandi piattaforme digitali, delle imprese denunciati nella procedura relativa a Google, gruppi professionali, imprenditori, avvocati, ricercatori, ecc.

Visto il lavoro realizzato dal gruppo di ricerca Piattaforme del Consiglio, diretto da Francis Jutand, membro del Consiglio, e composto da Benoît Thieulin, Presidente del Consiglio, da Serge Abiteboul, Nathalie Andrieux, Pascal Daloz, Nathalie Pujo, Lara Rouyrès, Nathalie Sonnac, Marc Tessier, membri del Consiglio ; da Jean-Baptiste Soufron, Segretario generale, da Yann Bonnet, Relatore generale, da Judith Herzog, Relatore aggiunto, e con l'aiuto di tutta la Segreteria generale, Il Consiglio emana oggi un parere sulla neutralità delle piattaforme in modo da fornire chiarimenti al governo in vista di una sua decisione a riguardo.

Le raccomandazioni messe a punto dal CNNum intendono rispondere alla richiesta di parere su diversi piani di azione e di riflessione. A breve termine, esse si propongono di rendere effettivo il principio di neutralità utilizzando risorse proprie del diritto tanto quanto risorse afferenti a dinamiche digitali. A medio termine, di organizzare e regolare il sistema dei dati. A lungo termine, di dotarsi di strumenti specifici per preparare il futuro in termini di competenze, conoscenze, creatività, innovazione e sperimentazione, in maniera da poter continuare ad essere competitivi e garantire gli elementi della nostra sovranità a livello collettivo ed individuale.

Non è compito del Consiglio sostituirsi alle prerogative delle autorità competenti, né immischiarsi negli scambi propri del mondo degli affari. Esso intende, tuttavia, attraverso le conclusioni e le raccomandazioni di tale parere, partecipare collegialmente al dibattito in corso sulla difesa di condizioni eque per gli ecosistemi interessati. Di conseguenza, il Consiglio ha deciso di inserire le preoccupazioni riguardanti Google all'interno di considerazioni relative all'insieme delle piattaforme. Queste ultime alimentano quattro ambiti

di azione prioritari, che mirano a riunire le condizioni suscettibili di garantire il principio di neutralità degli ecosistemi delle piattaforme. Tali condizioni costituiscono, secondo il Consiglio, un parametro fondamentale della sostenibilità del modello di sviluppo della società e dell'economia nell'epoca del digitale.

In aggiunta a tali raccomandazioni, il Consiglio pubblica una serie di schede tematiche che approfondiscono alcune linee di riflessione evidenziate durante i lavori ; un rapporto di analisi, stilato da Olivier le Gall, ispettore delle finanze, e realizzato sulla scorta del lavoro del CNNum e di numerose audizioni e riunioni ; nonché un resoconto dell'insieme del processo consultivo.

Parere n. 2014-2 del Consiglio nazionale per il digitale

Fermo restando che,

Già nel suo primo parere (n. 2013-1), il Consiglio nazionale per il digitale ha ritenuto che la neutralità della Rete fosse un pilastro dell'esercizio effettivo della libertà di comunicazione e d'impresa nel XXI secolo. A tal fine, le reti di comunicazione aperte al pubblico sono considerate alla stregua di infrastrutture, le quali rivestono un ruolo fondamentale, poiché l'assenza di discriminazione delle informazioni trasmesse consente a ciascuno di esserne tanto un consumatore quanto un contributore.

In tale occasione il Consiglio constatava che la società digitale non è azionata solamente da reti fisiche, ma anche da un insieme di servizi, all'interno dei quali le piattaforme rivestono un ruolo centrale.

Strutturando la relazione tra domanda e offerta, le piattaforme partecipano infatti allo sviluppo del commercio e dell'economia. Si costruiscono per lo più intorno ad una funzionalità utilizzata in massa dagli utenti per poi divenire uno spazio d'incontro tra l'offerta di un prodotto o di un servizio e i potenziali clienti.

Sicché Apple, Amazon, Expedia, Facebook, Google, Microsoft, Netflix, Twitter, Yahoo!... propongono spazi digitali d'intermediazione che si accompagnano a funzionalità di grande valore. Esse consentono, infatti, di creare nuovi mestieri e catene del valore, favorendo inoltre l'innovazione, o direttamente, o tramite l'utilizzazione di proprie risorse, finanziando o acquistando imprese innovative.

Tale funzione di collegamento offre anche un sostegno a varie forme d'interazione sociale tra individui. Le opportunità sono, infatti, tanto maggiori in quanto le diverse modalità di socializzazione si evolvono, divengono più sofisticate, e a volte si arricchiscono grazie allo sviluppo della società digitale: scambiare beni e servizi, condividere informazioni e conoscenze, federarsi e mobilitarsi intorno a progetti, collaborare e creare, dibattere e rivolgersi a chi detiene il potere decisionale, ecc.

Le piattaforme di servizi hanno subito un'evoluzione di tipo diverso rispetto a quella delle reti di comunicazione, saltando a piè pari lo stadio dei monopoli nazionali: un livello di investimento iniziale contenuto ha infatti consentito il rapido costituirsi di piattaforme dominanti sulla base di funzionalità che favoriscono effetti di rete. Un potere che continuerà a sussistere sino a quando tale predominio non troverà ostacoli a livello politico o industriale.

In quanto vettori di sviluppo del commercio, catalizzatori d'innovazione e volano delle interazioni sociali nella società digitale, e in considerazione della loro potenza, il

Consiglio ritiene che tali soggetti abbiano un ruolo cruciale nel garantire l'effettivo esercizio del principio di neutralità della Rete.

In quanto intermediari, le piattaforme possono mettere in relazione gli utenti, ma anche fraporsi ad essi, e diventare a volte concorrenti dei propri stessi clienti. La loro posizione di intermediazione costituisce per le piattaforme un notevole vantaggio dal punto di vista concorrenziale: essa consente infatti di raccogliere un enorme numero di informazioni sulle relazioni esistenti tra due facce del mercato e costruisce una conoscenza dettagliata dei consumi e degli usi. Tale configurazione può rivelarsi problematica se nel frattempo le imprese clienti sono diventate dipendenti dalla piattaforma.

Dopo aver creato valore radunando intorno a sé gli utenti attraverso servizi d'accesso (ricerca di informazioni, di offerte, mail, video, ecc), ed avere assicurato la monetizzazione – diretta o indiretta – di tali servizi valorizzando spazi di grande visibilità presso i professionisti (servizi di posizionamento, vendita di spazi pubblicitari), l'ingresso in questa terza fase di sviluppo è all'origine di contestazioni, denunce o altre azioni pubbliche, come è del resto avvenuto per la grande distribuzione, le telecomunicazioni, e oggi nel caso di società come Google a livello europeo.

Situazioni di questo genere chiamano in causa in senso più generale i principi che regolano il mondo degli affari, la cui applicazione diviene più difficoltosa per il fatto che l'ambiente digitale ben si presta alla creazione di soggetti dominanti su scala mondiale e che questi ultimi divengono, man mano che gli usi si spostano sulla rete, degli sbocchi commerciali strategici per l'insieme dei settori d'attività che si rivolgono al consumatore.

Alcune piattaforme hanno saputo distinguersi ricorrendo ad una diversificazione per settori e al controllo di ogni punto dei canali d'accesso tra sé e gli utenti: browser, sistemi operativi, console e altri oggetti connessi, logistica, ecc. Tale modalità di crescita presuppone notevoli risorse, che ben poche tra esse sono in grado di mettere in campo. La tendenza in atto vede dunque la formazione di numero limitatissimo di grandi ambienti informatici che funzionano in comparti separati e puntano all'autosufficienza. Per i loro utenti e partner, il rischio è allora quello di subire i danni collaterali della concorrenza che esse si fanno, in particolare attraverso l'aumento del livello di difficoltà richiesta per uscire da un dato ambiente.

Numerose piattaforme hanno adottato modelli di sviluppo basati sulla costituzione di veri e propri ecosistemi di cui esse occupano il centro. Per far ciò, esse aprono funzionalità sulle quali si basano innovazioni sviluppate da una serie di altri soggetti: API (interfacce applicative di programmazione), pacchetti di sviluppo, *open source*, ecc. Ma la strategia di valorizzazione di una piattaforma può condurre quest'ultima a modificare i parametri di accesso al proprio mercato (condizioni generali e tecniche, algoritmi, API, ecc.), anche se tali parametri possono essere determinanti per la sopravvivenza di imprese terze all'interno dell'ecosistema. Tali mutamenti, quando avvengono in maniera repentina, discriminatoria o non trasparente, suscitano legittime preoccupazioni per l'interesse degli utenti e il mantenimento di condizioni favorevoli all'innovazione.

In virtù della loro funzione prescrittiva, molte di queste piattaforme strutturano e determinano le condizioni d'accesso alle informazioni, associando a volte utilità e opacità. Esse, infatti, non consentono sempre di stabilire agevolmente se quanto viene proposto appartenga all'ambito pubblicitario, ad una selezione algoritmica generica, ad un

adattamento personalizzato o ad una preferenza per l'offerta della piattaforma di hosting. E' quindi fondamentale che i loro meccanismi di classificazione e controllo del contenuto editoriale vengano presentati in condizioni di assoluta trasparenza e leggibilità.

La potenza delle piattaforme dipende in gran parte dalla loro capacità di moltiplicare le modalità di valorizzazione dei flussi di informazioni raccolte presso gli utenti. I termini e la procedura di tale scambio devono imperativamente rispettare obblighi di lealtà. Si tratta di una condizione per garantire i diritti degli utenti sui loro dati personali e far sì che questi rimangano gli unici responsabili delle conseguenze individuali del loro utilizzo. Si tratta anche di un prerequisito perché gli utenti possano trarne dei benefici. La situazione in atto mostra tuttavia che le attuali pratiche non consentono di raggiungere tali obiettivi.

L'insieme di queste considerazioni ha un impatto decisivo sulla sostenibilità della società e dell'economia digitali e richiede di perseguire obiettivi più ambiziosi della mera applicazione di regole di buona condotta su un dato mercato.

Gli stessi obiettivi che hanno portato alla formulazione del principio di neutralità devono indurre a trarne le conseguenze rispetto alle piattaforme digitali : è necessario infatti assicurarsi che il loro sviluppo, pur utile e innovativo, non freni le dinamiche relative alla creazione, all'espressione e agli scambi in Rete.

Altrettanto importante è però garantire l'attiva partecipazione delle forze in campo a livello nazionale ed europeo nel lungo periodo. Le trasformazioni indotte dal processo di digitalizzazione si inseriscono, insomma, nel contesto globale di una società in movimento : accelerazione dei cicli innovativi, discontinuità nelle modalità di creazione del valore, timori sui futuri modelli occupazionali, modalità di governance, ecc. Si dovrà perciò adattarsi in maniera sostenibile ad un ambiente in ebollizione, un parametro, questo, che va posto al centro delle strategie di transizione digitale.

Alla luce di tale obiettivo, la neutralità delle piattaforme può essere considerata sotto due aspetti diversi : un aspetto di tipo classicamente difensivo per garantire i principi di libertà – in particolare di libertà di espressione, scambio e accesso ai dati e ai contenuti e di libertà di concorrenza – ed un aspetto offensivo che sviluppi a lungo termine il potere degli utenti e il progresso economico e sociale, creando condizioni di pluralità e di innovazione. Tale approccio alla neutralità rientra nel concetto di sovranità in senso globale, ovvero nella capacità di azione e di scelta. Il Consiglio invita quindi a difendere e a sviluppare i punti di forza della Francia e dell'Unione europea in tale senso, nell'ambito dei negoziati internazionali.

Questi elementi alimentano quattro ambiti di raccomandazioni, considerati prioritari per garantire il rispetto del principio di neutralità all'interno dell'ecosistema delle piattaforme. L'insieme di tali direttrici di azione è parte integrante della posizione che dovrà essere adottata dalla Francia in seno all'Unione europea, per far sì che esse rientrino nelle priorità del prossimo gruppo di lavoro della Commissione europea. Esse si rivolgono a vari protagonisti (legislatori, responsabili di pubblici poteri, società civile, ecosistema, ecc.). Il Consiglio è disponibile a seguirli nell'attivazione di tali strumenti.

Sulla base di tali motivazioni, il Consiglio ritiene :

Ambito I. Rafforzare l'effettività dei diritti sulle piattaforme digitali

Le piattaforme digitali non sono spazi privi di ordinamento giuridico. In virtù della loro natura intermediativa e del ruolo che occupano all'interno del panorama digitale, esse esercitano de facto un potere sulle relazioni esistenti tra utenti e produttori di beni e servizi. Buona parte delle difficoltà sollevate da tale situazione possono essere affrontate sfruttando al meglio il quadro giuridico esistente: tutela del consumatore, diritto commerciale, concorrenza, dati, ecc., e facendone evolvere la giurisprudenza. Alcune particolarità richiedono di adattare il diritto alle logiche ecosistemiche proprie delle piattaforme: in particolare, gli effetti di scala a dimensione mondiale, la complessità multimodale dei canali digitali, la loro evoluzione rapida e costante, le loro specificità tecniche e i nuovi problemi legati all'appropriazione di dati e tracce digitali.

Raccomandazione n. 1 – Sfruttare al meglio le possibilità offerte dal quadro giuridico esistente, riducendo allo stesso tempo l'incertezza giuridica ed economica

- Adattare i ritmi di intervento e i livelli di sanzione alla velocità del mercato e alla dimensione dei danni. Tenere in debita considerazione l'impatto del fattore tempo, la complessità delle procedure, e le eventuali strategie dilatorie.
- Assicurare il coordinamento tra le autorità preposte alla regolazione, alla giustizia, le commissioni consultive e altre istituzioni di sostegno al fine di capitalizzare competenze e know how già esistenti.
- Assicurare un livello d'informazione ottimale riguardo ai dispositivi e ai ricorsi relativi alle relazioni tra le piattaforme e i loro utenti o tra le piattaforme e i loro partner. Istituire, in una forma ad hoc, uno sportello informativo e di consulenza per migliorare l'informazione di tutti e fare conoscere gli strumenti esistenti.

Raccomandazione n. 2 – Basarsi su apposite agenzie di rating per misurare i livelli di neutralità

- Sviluppare agenzie di rating della neutralità per mettere in luce le pratiche delle piattaforme e informare gli utenti e i partner nelle loro scelte. Dotarle di strumenti d'indagine e di osservazione per metterle in grado di sviluppare indicatori efficaci. Tali agenzie potrebbero assumere diverse forme: pubbliche, private, associative o basate sulla collettività e la società civile.

- Adottare a tal fine dei criteri suscettibili di evolversi per poter tener conto delle trasformazioni tecnologiche ed economiche in atto e della mutazione degli usi. Federando i protagonisti interessati, si potrebbero ad esempio misurare la stabilità delle API, la chiarezza delle condizioni generali d'utilizzo, l'interoperabilità, la portabilità, nonché il corretto utilizzo dei dati.
- Scopo di queste agenzie sarà riequilibrare il rapporto di forze, basandosi sulle dinamiche collettive (*crowd*) per creare un contrappeso incentrato sulla reputazione. Esse potrebbero inoltre utilizzare le opportunità offerte dagli strumenti digitali per mobilitare i soggetti intorno a tale approccio.
- Tali agenzie dovranno coinvolgere le piattaforme e l'insieme degli operatori per documentare le migliori pratiche e partecipare alla definizione di compromessi accettabili.
- I risultati ottenuti potrebbero essere messi a disposizione di finanziatori pubblici e privati per orientarne le scelte, nonché degli imprenditori per contribuire alle loro decisioni strategiche. Potrebbero inoltre essere integrati nei criteri richiesti dagli appalti pubblici per valorizzare la neutralità nei progetti finanziati dalla Francia e dall'Unione europea.

Raccomandazione n. 3 – Ottenere garanzie sulla trasparenza delle piattaforme nei confronti dei loro utenti e partner

- Stabilire standard minimi d'informazione in materia di tariffe, di contenuto delle condizioni generali di utilizzo (CGU), di esistenza di ricorsi o di meccanismi di conciliazione.
- Definire inoltre standard di leggibilità, di comprensione, nonché di ergonomia e facilità d'accesso al diritto nella relazione con la piattaforma, per rendere più efficaci i diritti degli utenti.
- Definire linee direttrici sulla trasparenza del funzionamento dei servizi offerti, in particolare sugli algoritmi, per consentire agli utenti di distinguere agevolmente tra contenuti riferibili a pubblicità o a informazione, o se una piattaforma personalizza, favorisce o sminuisce determinati risultati.

Raccomandazione n. 4 – Ottenere garanzie riguardo alla sostenibilità del modello rappresentato dalle piattaforme

- Introdurre regole di stabilità nei confronti del loro ecosistema di riferimento, integrando ad esempio un preavviso minimo nella diffusione delle informazioni per evitare l'introduzione di cambiamenti troppo repentini, come nel caso di un cambiamento nei parametri essenziali per le attività d'imprese terze (cambiamento repentino delle CGU o delle API).

Ambito II – Garantire la lealtà del sistema dei dati

I dati sono di natura estremamente varia rispetto alle loro fonti. Possono, infatti, essere prodotti da singoli individui, da gruppi o da macchine in ambiti riferibili alla sfera pubblica o privata, alla creazione di ricchezza relativa a beni destinati o meno alla vendita. I dati vengono inoltre trattati, conservati, scambiati e accorpati in maniera sempre più massiccia, tanto da divenire un *fattore di produzione fondamentale* e un *veicolo chiave* della nuova economia, suscettibile di creare nuove catene del valore.

Le piattaforme si accrescono sulla base di questa materia prima composita e accessibile, alla quale si aggiunge una massa crescente di dati personali e di tracce digitali che rappresenta un valore di rendimento che aumenta con l'aumentare del numero di utenti e con l'estendersi dello spazio di attrazione.

La loro stessa natura è oggi al centro di un acceso dibattito, incentrato tra le altre cose su concetti quali beni inalienabili, beni comuni, proprietà privata trasferibile, diritto d'uso o di sfruttamento. Essi sollevano inoltre numerose questioni di tipo etico ed economico, nonché relative alle libertà fondamentali. **Si tratta insomma di un nuovo universo economico e sociale che va organizzato nel rispetto di una serie di principi fondamentali per assicurare uno sviluppo sostenibile.**

Raccomandazione n. 5 – Creare un obbligo generale di lealtà riguardo all'utilizzo dell'insieme dei dati che vada oltre il solo principio di finalità

- Pretendendo la correttezza dell'insieme dei processi di raccolta e trattamento dei dati, delle modalità di acquisizione del consenso e delle informazioni fornite a tale scopo.
- Fornendo agli utenti e ai partner gli strumenti che garantiscano il rispetto dei termini dell'accordo proposto.

Raccomandazione n. 6 – Garantire agli utenti il pieno controllo dei dati legati alla loro attività digitale e delle loro conseguenze a livello individuale

- Consentire l'esercizio di tale controllo nel tempo, imponendo limiti di scadenza al consenso fornito alla raccolta e all'uso di determinati tipi di dati.
- Garantire un'informazione chiara e regolarmente aggiornata sugli usi secondari, in particolare sulle informazioni "di profilo", anche se di tipo non direttamente identificativo, ma suscettibili di avere conseguenze sugli utenti.
- Sperimentare l'introduzione per gli utenti di un diritto effettivo di visione e di controllo, ma anche di uso dei dati a carattere personale che li riguardano.
- Aumentare la trasparenza sui mercati degli *information brokers*, documentando la rivendita dei dati in forma resa anonima e facendo sì che tale documentazione sia accessibile all'utente.

Raccomandazione n. 7 – Favorire la fluidità dei dati

- Imporre la portabilità e l'interoperabilità dei dati per garantire la libertà e la pluralità d'uso, sostenere l'innovazione e difendere la libertà di scelta dell'utente.
- Approntare categorie di dati, di trattamenti o di servizi d'interesse generale o pubblico nei confronti delle quali le piattaforme potrebbero avere obblighi particolari, ad esempio obblighi di maggiore apertura, specie in materia di sanità pubblica, di sicurezza, di patrimonio digitale, ecc.

Raccomandazione n. 8 – Al di là della questione dei dati personali, far progredire la riflessione riguardo al quadro giuridico delle tracce digitali e alla creazione d'informazioni derivate

- Precisare lo status giuridico e il loro ambito di utilizzo, specie per quanto riguarda i principi che regolano i dati di traffico, di tendenza, ecc.
- Studiarne l'impatto in termini di creazione del valore, di nuovi *business models* e di ecosistemi innovativi.

Il caso Google

Fornire una risposta di tipo più globale alle preoccupazioni espresse in materia di distorsione della concorrenza e slealtà del sistema dei dati

In considerazione della sua potenza, oggi Google è al contempo un esempio, un partner e una minaccia per le imprese attive all'interno della catena d'intermediazione. Le raccomandazioni riferibili a questo ambito si rivolgono a tutte le piattaforme digitali che si basano sul proprio ruolo d'intermediari per controllare la relazione esistente tra le due facce del mercato.

Google è una società particolarmente dinamica e innovativa che si è sviluppata su scala mondiale grazie ad un motore di ricerca e ad un modello economico particolarmente efficaci, a partire dai quali si è oggi diversificata coprendo numerosi settori dell'economia: grandi utilizzazioni digitali (contenuti, mail, sistemi operativi, terminali mobili, reti di comunicazione), controllo dei flussi (pubblicità, servizi di posizionamento), intermediazione professionale (viaggi, assicurazioni, servizi), servizi di settore (informazioni geografiche, attività urbana, automobile, domotica) ecc. La sua potenza scientifica, tecnica e industriale, nonché la sua dinamica economica ed imprenditoriale ne fanno uno dei principali protagonisti a livello mondiale rispetto all'evoluzione globale della società digitalizzata.

I procedimenti antitrust avviati in Europa e nel mondo riguardo a Google evidenziano le difficoltà riscontrate nell'applicare gli schemi tradizionali del diritto a dinamiche di tipo ecosistemico proprie delle piattaforme.

Sollecitato in particolare riguardo alle pratiche di mercato messe in atto dalla società Google, il Consiglio nazionale per il digitale ha scelto di inserire tali preoccupazioni all'interno di considerazioni riferibili all'insieme delle piattaforme. In esse il Consiglio invita a migliorare la comprensione dei meccanismi economici alla base del successo di Google, a chiarire gli elementi di regolazione da approntare per canalizzarne la dinamica, in modo che essa rimanga al servizio dell'innovazione e delle libertà; e a migliorare gli strumenti di individuazione dei suoi abusi.

E' quindi necessario operare insieme con Google in modo da garantire che vengano rispettati i principi di neutralità e lealtà. La sua strategia di tipo proattivo deve inoltre spingerci a mantenere alto il livello di aspettative, investendo in settori di punta come la realtà aumentata (AR), gli oggetti interconnessi (IoT), i veicoli autonomi, i sistemi informativi e di big data, o l'intelligenza artificiale.

Tali preoccupazioni alimentano l'insieme delle raccomandazioni nel loro complesso e giustificano l'adozione di un approccio più globale e a lungo termine rispetto a quello fornito dalla sola opzione dei procedimenti antitrust avviati presso la Commissione europea.

Raccomandazione n. 9 – Considerare che le piattaforme rivestono un ruolo prescrittivo che giustifica la necessità di maggiori esigenze di trasparenza e d'informazione nei loro riguardi

- Accertarsi, di conseguenza, che i diversi meccanismi di classificazione e controllo dei contenuti editoriali siano presentati in condizioni di assoluta trasparenza, specie i meccanismi che finiscono per scartare in maniera mirata determinati contenuti e informazioni e spazi di visibilità, privilegiandone altri.
- Documentare le buone pratiche e definire le linee guida ad uso dei grandi motori di ricerca per permettere di stabilire agevolmente se quanto viene presentato è riferibile a pubblicità, ad una selezione algoritmica generica, ad una personalizzazione e ad una preferenza per l'offerta fornita dalla piattaforma.
- Accertarsi che i partner dei grandi motori di ricerca o i soggetti del posizionamento siano in grado di conoscere i motivi della perdita di un posizionamento o della perdita o del peggioramento delle condizioni di accesso ad una API e di prevedere l'avvento, o l'evoluzione, di soluzioni tariffarie.

Raccomandazione n. 10 – Mirare a una migliore comprensione dei comportamenti delle piattaforme dominanti e dei rapporti di forza esistenti tra queste e i loro utenti e partner

- Tutelare la correttezza della relazione tra le piattaforme e i loro clienti, accertandosi che le discriminazioni operate nei posizionamenti siano giustificate da considerazioni legittime (qualità, personalizzazione, ecc.) e verificabili da terzi.
- Trarre profitto dall'esperienza delle relazioni esistenti tra grande distribuzione e produttori per meglio comprendere le logiche di «grande a piccolo», tipiche dell'intermediazione, e migliorare la gestione di situazioni di concorrenza tra le piattaforme e alcuni loro utenti.
- Prevedere l'evoluzione e l'adattamento dei concetti di «posizione dominante» o di «essential facility» per tener conto delle nuove forme di predominio nell'accesso di terzi ai loro clienti attraverso strategie d'intermediazione o l'introduzione di compartimenti stagni, la creazione di un ecosistema di riferimento per i partner, o anche l'accumulo di dati e la messa a punto di informazioni non duplicabili sulla condizione del mercato e sulle preferenze degli utenti.
- Man mano che gli spazi di posizionamento commerciale si sostituiscono ai «posizionamenti organici», accertarsi che i meccanismi di selezione non comportino un aumento insostenibile dei costi d'accesso per i consumatori, il quale finisca per ripercuotersi sui prezzi o, alla lunga, su un peggioramento della qualità e della diversità della scelta globale, nonché delle condizioni d'informazione.

Ambito III – Avviare investimenti massicci nelle competenze e nelle conoscenze come condizione indispensabile per essere competitivi

La metamorfosi digitale sta investendo profondamente la società e le piattaforme mondiali stanno diventando una fonte di ricchezza di grande importanza, ma anche di produzione normativa, economica, sociale e individuale. L'espressione « *Code is Law* » è insomma tanto più vera in quanto la tendenza attuale vede il costituirsi di un limitatissimo numero di ambienti in concorrenza tra loro, i quali tentano di raggiungere una posizione dominante sul lungo periodo attraverso l'autosufficienza e il controllo globale sui propri ecosistemi.

Per avere pienamente accesso all'economia delle piattaforme, è dunque indispensabile dotarsi e sviluppare una serie di **competenze** e **conoscenze** in termini di prospettive, di ricerca, di know how e di consulenza, mobilitando a tal fine delle equipe multidisciplinari (*Parere n. 2013-2 sulla Fiscalità del settore digitale*). Per far sì che i risultati di questo sforzo comune favoriscano l'insieme della società, è essenziale che questi vadano di pari passo con un'ambiziosa politica di alfabetizzazione digitale dei cittadini e delle organizzazioni.

Raccomandazione n. 11 – Sviluppare la conoscenza e la comprensione della dinamica digitale a sostegno di un approccio di tipo strategico

- Avviare un programma di previsione e di ricerca a lungo termine sulla metamorfosi digitale e sul suo impatto sulle sfere economica, sociale e culturale. Si tratta insomma di anticipare al meglio le problematiche riscontrabili nei settori in fase di digitalizzazione.
- Avviare programmi di ricerca, studi strategici e attività di consulenza incentrate sull'evoluzione e sulle diverse opportunità economiche e giuridiche a favore dell'ecosistema europeo, con finanziamenti a livello statale o tramite partenariati tra soggetti pubblici e privati.
- Favorire la costituzione di competenze multidisciplinari sulle ricadute cognitive, sociali e umane del settore digitale per una migliore identificazione dei nodi critici di tale evoluzione e delle possibilità di azione.
- Avviare un programma di ricerca specifico sulla modellizzazione e la regolazione economica e giuridica delle catene complesse ed evolutive d'intermediazione digitale, nonché sulla forme di creazione e redistribuzione del valore intorno ai dati.

Raccomandazione n. 12 – Porre tale competenza al servizio dell'alfabetizzazione digitale di cittadini, imprese e collettività.

- Aiutare imprese, amministrazioni e altre organizzazioni a integrare la dinamica della metamorfosi digitale. Incoraggiare e sostenere in particolar modo le iniziative che

consentono agli utenti di aumentare il controllo sul proprio ambiente digitale e definire le condizioni del loro accesso all'informazione.

- Informare i cittadini sul funzionamento delle piattaforme, introducendo i principi tecnici sottesi alle funzionalità fondamentali nei diversi parametri di riferimento dell'alfabetizzazione digitale. Mettere a disposizione i vari strumenti necessari a consentire una sperimentazione accessibile al maggior numero possibile di persone.
- Garantire la presenza di dibattiti pubblici di alto livello sul ruolo delle piattaforme, sulle loro specificità tecniche ed economiche, nonché sulle loro implicazioni, per favorirne la metabolizzazione da parte dei soggetti della società civile.

Ambito IV – Creare le condizioni perché possano emergere opzioni alternative

L'Unione europea rappresenta al giorno d'oggi 500 milioni di cittadini e detiene una molteplicità di know how, culture e competenze su cui può basarsi per occupare una posizione di forza dal punto di vista industriale nel futuro digitale. La Francia e l'Unione europea, se non vogliono essere ridotte a mere zone di consumo di soluzioni e contenuti digitali, devono portare avanti una strategia che si faccia garante dei loro valori sociali e individuali e sia al contempo un punto di forza nello sviluppo economico digitale. La sovranità, qui intesa come capacità di scegliere il modello di sviluppo da adottare in ambito digitale, implica la possibilità di dotarsi degli strumenti che consentano di compiere tale libera scelta.

Un approccio positivo e attivo non deve basarsi unicamente su una serie di restrizioni imposte ai comportamenti degli operatori di telecomunicazioni o delle piattaforme, ma avallare anche un atteggiamento attivo da parte delle pubbliche autorità per riunire condizioni di piena effettività del diritto, partecipare all'economia delle piattaforme e **restaurare l'equilibrio di forze tra piattaforme, Stati e utenti.**

In tal senso, il Consiglio ritiene che la salvaguardia di uno spazio digitale aperto richieda l'adozione di un approccio positivo e attivo alla neutralità, intesa come un imperativo per la tutela di un ambiente favorevole all'innovazione e al progresso. Si tratta insomma di prevenire l'asfissia del sistema a fronte di fenomeni di oligopolio da parte di società multinazionali il cui peso si avvicina o addirittura supera quello del singolo Stato, senza però possederne il riscontro democratico ai fini dell'interesse generale e della sostenibilità. L'ecosistema degli attori del digitale e del loro ambiente deve rimanere contestabile, innovativo, competitivo e proattivo. Il che è estremamente difficile considerando che il settore si evolve rapidamente e nuovi soggetti dominanti continuano regolarmente ad emergere, rendendo così più ardua la messa a punto di misure di regolamentazione a breve termine.

E' dunque indispensabile dotarsi di strumenti che consentano di diventare protagonisti creativi e potenti dell'economia delle piattaforme e degli ecosistemi di innovazione digitale in tutti i settori d'attività. Le nostre strategie industriali devono anch'esse potenziare le dinamiche di creazione, espressione e scambio sulla Rete e accompagnare la digitalizzazione di tutti i settori. A livello mondiale, l'impatto del settore digitale in generale e delle piattaforme dominanti in particolare si fa sentire sulla vita economica, sociale, ma anche culturale e privata. E' necessario quindi dotarsi di strumenti che siano a servizio della sovranità, ovvero di capacità di scelta e di azione per difendere la pluralità delle visioni a livello mondiale.

Raccomandazione n. 13 – Favorire un modello di sviluppo che preveda un digitale aperto

- Fare in modo che sia preservata la diversità degli ecosistemi di creazione e innovazione, consentendo lo sviluppo di spazi neutri e aperti. All'interno di questi

progetti, inserire la creazione di valore come criterio prioritario ai fini dell'accesso ai finanziamenti (specie prima della monetizzazione dei servizi).

- Favorire l'introduzione di nuove soluzioni tecniche e di standard aperti. Sfruttare il potenziale offerto dalle logiche aperte per dare impulso all'innovazione : effetti di diffusione, facilitazione della cooperazione, ampliamento della capitalizzazione su contributi diversi, ecc.
- Sostenere attivamente le iniziative che riguardano la costituzione di *business models* alternativi. Ad esempio soluzioni "*cross-platform*" che facilitano l'uso simultaneo di servizi complementari in concorrenza tra loro, o quelle che conducono ad una diversificazione dei canali della catena del valore tra servizi e utenti o lo sviluppo di nuove applicazioni nel campo dell'economia sociale.
- Sostenere attivamente le iniziative di soggetti a monte della catena del valore, mirando a ricostituire dei rapporti diretti tra imprese e clienti, specie attraverso l'introduzione di piattaforme verticali, sulla base di competenze di tipo professionale ; ciò vale in particolar modo per i soggetti rivenienti da settori caratterizzati da un elevato livello di dispersione. In aggiunta agli approcci di tipo settoriale, sostenere le iniziative condotte a livello locale sfruttando i vantaggi propri dei bacini economici.

Raccomandazione n. 14 - Diffondere a livello internazionale i valori europei per costruire una società digitale sostenibile

- **Garantire un quadro fiscale equo, per far sì che tutti contribuiscano allo sforzo e allo sviluppo collettivi.** (*Parere del CNNum n. 3-2013, sulla Fiscalità del settore digitale*).
 - **Garantire il rispetto dei principi europei e nazionali nei contratti sottoscritti tra le piattaforme e i loro partner applicando il principio dello standard di protezione più alto a livello locale**, accertando che i cittadini godano di un uguale trattamento nell'utilizzo sia di una piattaforma internazionale sia di un'alternativa locale.
- **Difendere la pluralità d'opinione e la diversità culturale a tutti i livelli.**
- **Portare la concezione europea della neutralità della Rete nelle istanze di governance internazionale, investendo attivamente gli spazi in cui si costruiscono le norme e i protocolli del futuro** (*Parere del CNNum n. 2014-1 sul Comparto digitale del progetto di partenariato transatlantico per il commercio e gli investimenti*)
 - Sostenere dei principi guida nei processi di normalizzazione e di standardizzazione, in modo che i futuri standard tecnologici, d'importanza strategica per il digitale, siano sviluppati coerentemente con i principi di neutralità della Rete. Prevedere, in particolare, eventuali effetti di prelazione pregiudizievoli per la collettività: apparecchiature mobili, oggetti connessi, *smart cities*, istruzione, sanità ecc.

- Introdurre all'interno del dibattito internazionale sulla governance del digitale la questione dei dati di qualunque genere.
- Partecipare attivamente all'elaborazione di un quadro giuridico che rispetti l'equilibrio tra la sicurezza collettiva e il rispetto delle libertà ; privilegiare l'adozione di norme internazionali attraverso istanze internazionali.

L'insieme di queste direttrici di azione è destinato a far parte delle future priorità della Commissione europea, come anche delle questioni che si porranno prossimamente all'interno della governance mondiale del digitale. E' compito dei soggetti coinvolti nell'ecosistema farle proprie, per strutturare le risposte da fornire a tali sfide. Il CNNum è pronto ad aiutare tali soggetti ad identificare le entità competenti, a declinare le proprie raccomandazioni e ad attivare queste leve d'azione.

Fact sheets

The French Digital Council has supplemented its opinion with several suggestions for further consideration based on its recommendations on net neutrality. These have been incorporated into 3 fact sheets designed to clarify its opinion, but without taking its place. These fact sheets cover the main conceptual topics that emerged from the group's work and the consultations.

The fact sheets are part of the French Digital Council's working methodology based on an open and educational approach.

Contents:

Introduction

Fact sheet 1 – **Legal resources for neutrality**

Fact sheet 2 – **Fairness and sustainability of the data system**

Fact sheet 3 – **Positive neutrality: achieving an open Internet**

Introduction

In July 2013, the **French Digital Council** was asked by the Minister for the Economy and Finance, the Minister for Industrial Renewal and the Minister Delegate for Innovation, Small and Medium-sized Enterprises and the Digital Economy to hold consultations about the commitments that Google made to the European Commission and to further its ongoing investigation into the application of the principle of net neutrality.

The context for this consultation was the initiation of antitrust proceedings against Google around the world, and, more particularly, in the United States and Europe, as well as growing concerns about global intermediation platforms' compliance with the principles of privacy, taxation and competition.

The issues for governments: enforce net neutrality on such platforms by building a consistent legal framework, in view of the transversal nature of digital technology; acquire the conceptual and economic resources to deal with the dynamics in play.

Proposed definition of neutrality

Net neutrality is based on the principle of non-discriminatory handling of information flowing through infrastructures. It aims to protect innovation, freedom of speech and equal access to all of the information and services available.

Net neutrality enforcement for platforms must do more than just protect consumers' well-being. It must also protect the well-being of citizens by ensuring that the Internet's role as a catalyst for innovation, creation, expression and exchange is not undermined by development strategies that close it off.

It takes the form of:

- **Transparency and equity in collecting, processing and retrieving information**
- **Non-discrimination between forms of expression and shared content**
- **Non monopolisation of Information production means**
- **Non-discrimination in the economic terms for access to platforms**
- **Non-discrimination in the technical compatibility or interoperability requirements with platforms**

Legal resources for neutrality

What is the objective?

Free competition has given rise to many historic standards. As the digital economy develops, these standards are mainly expressed in competition law, business law, consumer law and data law. After consulting with the stakeholders, the Council recommends **using these resources** and the existing regulatory tools. But it also recommends **adapting the framework and the procedures** to the specific dynamics of digital technology and to the new legal area of Internet platforms.

a) Distinguish between economic rents from innovation and those that are unmerited

The major platforms raise the usual concerns in competition economics: abuse of a dominant market position, predatory behaviour, vertical restraint of trade, etc.

These concerns are more acute in the ecosystem of such platforms, where they are exacerbated by a swift and tendency toward the formation of oligopolies, in view of the network effects that are inherent in a social phenomenon.

This contrasts with the slower pace of existing supervisory tools, particularly in the case of after-the-fact supervision. The Internet's constant and rapid changes compound this slow pace with the structural difficulty of anticipating the formation of dominant market positions and the future trends in ecosystems. Before a player reaches critical mass, there is not much to monitor, but once a player does, it is often too late. It is very hard to analyse market dominance, since, in principle, the competition is "just a click away"².

By crowdsourcing their value creation, the platforms base the strength of their business model on the crowd. Even though users do not pay to use the platform services directly, they make a direct contribution to the platforms' value through their attention, their contributions of various content and the information they provide about themselves.

Regulators must not overlook the impact of these new value creation models. The doctrine used to manage market dominance will have to change to cope with these specific developments and to be able to distinguish economic rents that reward innovation from those that are unmerited.

² This refers to the absence of insurmountable obstacles to prevent users from switching providers, or "churn".

Suggestions for further consideration

- **Adapting the notion of dominant market position** to use more than just the market share criterion in order to consider more generally the power to squeeze other players out of a market or to undermine innovation through control of key resources, critical access points, visibility, information, etc. The conceptual tools underpinning regulation will also need to consider the fact that, nowadays, a platform sometimes constitutes a market in itself. Some OECD experts recommend deeming that a digital economy company is dominant if no competitor has challenged its leadership in five years and it is profitable³.
- **Adapting the concept of “essential facility”⁴ to the age of digital technology and network effects.** An economic rent is legitimate if a dominant market position is won by merit. This is why innovative efforts should be encouraged. This is the argument for protecting such rents with intellectual property law, but it is also the argument for competition policies that involve restrictions on such protection at times. For this purpose, the theory of essential facilities is a good tool since it ensures equitable access to the resources owned by a player, if these resources are essential for entry to a market. But this concept has always been difficult to apply to resources that are not actual “*infrastructures*”.
- **Clarifying compliance requirements for indirect payment models** with regard to competition rules: by considering subsidised free services and how platforms’ business models based on two-sided markets work. The Council’s consultations have shown that the main issue is not the opposition between models with free services and those with paid services. The real problem is to be able to detect harmful pricing practices, when there are no price signals to analyse, and to be able to present the economic terms of the relationship between platforms and their users with more transparency (*see Fact sheet 2 – Fairness and sustainability of the data system*).
- Acquiring measurement, testing and analysis skills to **facilitate the definition, detection and substantiation of abuses**, as well as the relevant investigation and handling of cases (commitments, rights of action, etc.)
- **Making all forms of discrimination against partners and users unlawful**, if it is not justified by the need to protect rights, ensure service quality or for other legitimate business reasons. Some of those consulted noted that it seems hard to ensure that a platform will not favour its own content⁵, unless **hosting and publishing functions are segregated**. These observers feel that this is the only way to ensure users’ freedom of choice and orderly competition in the long term.

³ OECD Report, “*The Digital Economy*”, 2012.

⁴ The notion of essential facility encompasses all hardware and software owned by a dominant company that cannot be easily reproduced and where access is essential for third parties to conduct their business on the market.

⁵ For example, a general-purpose search engine or an app store that favours its own services or content.

- **Upholding the principle of equal access for partners that have become competitors** of essential platforms. This principle could be applied specifically to the availability of space and preferential listing services, as well as the economic terms for access.

b) Using trade law to overcome the limitations of competition rules

Unlike competition rules, commercial law is used to settle disputes between businesses and cases are heard in courts. With regard to platforms, trade rules do not rely on restrictive definitions of markets, proof of a dominant market position and the effect of anti-competitive behaviour on the market. Instead, they focus on the nature of the relationships between companies.

Lawmakers could consider relying on trade law and the body of rules dealing with “*restrictive trade practices*”⁶, which are more elastic and could be adapted to the dynamics of platforms.



Suggestions for further consideration

- **Clarifying minimum *business ethics* rules for dealings between platforms and their partners.** The rules for exchanging information and data, listings, access to APIs and pricing should be specified. The participants in the French Digital Council’s consultation expressed the need to make lists of lawful and unlawful clauses available to stakeholders.
- **Identifying, promoting and disseminating *best practices* with the help of stakeholders, by making the practices binding where appropriate.** Best practices could be updated periodically to incorporate significant changes. To regulate the use of exclusive contracts, the European Commission has provided guidelines that illustrate how the principles apply to individual cases⁷.
- **Creating a European network of entities responsible for investigating trade practices** (like the French *Commission d’examen des pratiques commerciales*) with powers to subpoena market information equivalent to the powers of electronic communications and postal regulatory authorities.

c) Optimising use of consumer protection tools

Consumer law includes a wide range of tools designed to protect consumers against abuses arising from a lopsided balance of power *vis-à-vis* businesses in terms of information and economic resources. This law should be adapted to the specific workings of digital environments.

⁶ French law includes a set of rules on “restrictive trade practices”, in Part IV of Book IV of the Commercial Code, as well as laws on unfair competition, based primarily on ordinary civil liability law. These two sets of laws are sometimes called “minor competition law,” as opposed to “major competition law,” which focuses on the effects of practices on the market. See the description on [Wikipedia: http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_de_la_concurrence](http://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_de_la_concurrence)

⁷ See Regulation 330/2010 of the European Commission and the related guidelines on requirements for vertical agreements to qualify for the block exemption.

Suggestions for further consideration

- **Drafting terms of use that are understandable and visible:** for example, with an effort to standardise the terms that are common to most services. At the very least, it would be helpful to work with industry professionals to draft best practices on information design and access to rights in dealings between users and platforms with the aim of improving user friendliness.
- **Improving the class action system to make it more effective in the digital environment:** the “*Hamon*” consumer act, which was adopted on 13 February 2014, gives France a new class action procedure. By uniting scattered interests, it aims to improve the balance of power in favour of consumers’ exercise of their rights. But the Act is solely intended to provide monetary compensation for damages and only approved national consumer associations can bring suits before the courts. In this, it falls short of the European objective, which called for a scope of application that goes beyond competition and consumption to deal with personal data protection.
- **Clarifying the principles on governing law clauses that assign jurisdiction to foreign courts for disputes between platforms and users,** whether or not the users are deemed to be consumers. More generally, the consultation has shown that there is an urgent need for clarification of how international private law applies to the business of digital platforms.

d) Observing and highlighting best practices

The speed and unpredictability of changes in platforms’ ecosystems make it difficult to apply normative rules and regulatory instruments. The drafting of best practices is an effective vector for a flexible legal framework that involves the players governed by it.

Suggestions for further consideration

- **Establishing best practice and platform neutrality observation and rating networks,** that could focus on the sustainability of platforms’ practices with regard to partners (developers, publishers, customers, users, etc.) and their fairness to web users. For example, these networks could rate:
 - constancy of API access conditions;
 - constancy, clarity and fairness of terms of service, particularly with regard to personal data;
 - portability and interoperability of the users’ digital goods on a platform, or barriers erected to its removal;
 - disclosure of bias in ranking mechanisms;
 - compliance of the platform’s own services to its relevance criteria for ranking results.
- **The observation networks could also be made responsible for analysing specific intermediation risks for different sectors, with due consideration of overall digital**

trends, such as the move toward connected objects in the future. In the longer term, we need to determine whether business dealings between platforms and users are a zero-sum game or, if they are not, who stands to gain.

- **These tasks could be “crowdsourced”**, relying on contributions from wide networks of observers to identify the best rating criteria and to highlight best practices. Many such initiatives are emerging. They should be highlighted and united.

Where should we look for inspiration?

*In the United States, the FTC dropped its “silo” approach
in the exercise of its supervision of mergers and business concentrations
by reminding Facebook of its privacy obligations*

When Facebook acquired Whatsapp, the Federal Trade Commission took the opportunity to remind Facebook of its commitments regarding personal data management. This was an important step in view of the possibilities opened up by combining the data from both networks (Whatsapp recently announced that it had more than 500 million users). As part of its action, the FTC sent a letter⁸ to both companies pointing out that any violation of the user consent rules would be severely punished. The FTC restated the requirements imposed on Facebook since 2012, including the obligation to conduct audits for 20 years⁹.

>> The FTC, which is the American trade watchdog, had no compunction about taking a position on the measures regulating exchanges of personal data between Whatsapp and Facebook. This stems from a holistic approach to the issues involved and seems to be particularly suitable in a context where the dividing line between personal and commercial data is porous.

The FTC sets specific disclosure requirements for search engines

In June 2013, the FTC published an update of its 2002 Search Engine Ad Disclosure Guidelines after observing a decline in compliance over time with regard to provisions that enable users to distinguish clearly between search results and commercial links. It cites a survey showing that nearly half of American users did not notice commercial links presented in the search results.

>> The FTC guidelines set out detailed requirements regarding visual signs, labels or other techniques to prevent users from confusing commercial links with search results.

⁸ See: <http://www.ftc.gov/public-statements/2014/04/letter-jessica-l-rich-director-federal-trade-commission-bureau-consumer>

⁹ Following privacy complaints, the FCC started an investigation at the end of 2009. It reached an agreement with the social network, under which Facebook will be subject to independent audits for a period of 20 years to ensure that it complies with the terms of the agreement. Facebook is liable to a fine of 16,000 dollars for each infraction found.

“Terms of Service: Didn’t Read” (ToS:DR) raises user awareness of terms of service

ToS:DR is one of many initiatives intended to overcome the excessive length and dense legalese of most web services’ ToS agreements.

>> It provides summaries of the agreements and assigns grades from A to E for their respect for individual rights. It is available as a plug-in for web browsers.

See: www.tosdr.org

Fairness and sustainability of the data system

What is the objective?

A new data system – Data volumes are increasing. They are digitised, processed, stored, exchanged, aggregated and transformed. They are commercial and non-commercial assets that give rise to new value chains. The mass of data is aggregated in a global system that encompasses a large number of players and techniques for collecting, enhancing and distributing information. The extent of the “big data” phenomenon is still unknown, but we need to **establish the principles for regulating this new economic and social continent of wealth and value creation.**

a) The engineering of consent must lie at the heart of regulation

Information retrieval procedures must be fair. This approach¹¹ considers platforms in their capacity as **advisers**¹²: a platform is unfair when its own interest is not aligned with that of its users¹³.

Fairness validates the user’s consent by ensuring informed consent. Consequently, disclosure to users about how their data is used should be drafted so that it is readily understandable by any reasonably informed person. Fairness also requires that the relevance criteria and governing principles of algorithms be explained to users as part of a digital literacy effort.

The way algorithms, APIs and data systems work should be explained in user-friendly terms of service and fact sheets. But informed user consent will require more operational means of ensuring the users’ freedom of choice in all of their dealings with platforms.

“Utilities” or “Publishers”: two approaches to avoid

Recent net neutrality debate tends to be polarised around two incomplete approaches. The first approaches platforms as essential “*utilities*” that need to be regulated to prevent *bias* in their listings. The second approaches platforms as *publishers*. The first option is hard to apply in algorithmic listing systems, which are biased by nature, since it is hard to conceive of a “neutral”¹⁰ information product. The other option runs into the problem of infringing the publisher’s freedom to make editorial choices. Therefore, the host-publisher distinction may seem obsolete in the case of major platforms, which often combine both notions.

¹⁰ A listing of search results with no ranking would be of little value.

¹¹ This interpretation is based on the work of theorists, such as James Grimmelmann (“*Speech Engines*”), University of Maryland, 7 April 2013.

¹² This approach is distinct from a critique of the different forms of customising search results or suggesting content and offers. When done in the user’s interest, they are one of the main sources of value added on the web.

¹³ This is the case when the algorithm does not live up to its promise. For example, if a search engine deliberately alters its algorithm to the detriment of a player, as in the case of suggestions presented as suited to the user’s inferred preferences, when the platform is actually promoting stock that needs to be cleared out rather than goods that are most suited to the user’s affinities.

Suggestions for further consideration

- **Building privacy protection by design throughout data systems:** *“the fairness principle must be apparent in the lines of code”*. This commitment must be visible. For example, the concept of **privacy by design**¹⁴ is a requirement for the implementation of certain privacy rules, as in the case of the *“right to be forgotten”*, which must be planned for before a service is designed in order to be effective.
- **Giving users the possibility to express and renew their consent periodically.** Certain players are required to retain data for specified periods, but it is difficult to conceive that users give their consent once and for all for every service. This recommendation could be implemented as a right to have all data held by the platform deleted periodically, based on the average useful life of data. The user could also have a say about who receives the data and how it is used.
- **Banning practices that make the use of a service subject to any form of data collection when it is not necessary for the proper operation of the service.** This ban could be backed up by highlighting the procedures that web users can use to give their consent for different services, purposes and recipients of the data collected.

Google, https and opportunism in respect for privacy

When a web user clicks on a link in a web browser to go from a page on site A to site B, site B receives the URL of the page on site A. When the referrer is a search engine, traffic analysis tools (such as Google Analytics) collect the search terms entered by the web user.

This referrer information is very useful for the webmaster of site B, who can identify the exact pages that visitors come from and the key words that generate traffic. For some time now, however, Google has started to require all of its users to use its secure search (https). The result is that webmasters are prevented from receiving referrer information. Google's main argument is that disclosing the search terms could infringe privacy since they could contain personal data.

Given that it protects privacy, Google's position is hard to challenge. And yet, Google does disclose this information, if webmasters buy advertising through Google AdWords campaigns. Some contributors slammed this newfound concern for protecting privacy as opportunistic, claiming that the protection takes second place to business interests.

b) The digital literacy of citizens, private-sector and public-sector players is a pre-requisite for a balance of power.

A digital literacy effort is required to enable individuals and civil society to participate in debates and decision-making concerning the information society. This effort will establish a balance of power

¹⁴ Considering and complying with privacy principles starting in the product and service design stage and up until the end of the life cycle of the technology concerned.

between citizens, public-sector players and private-sector players. The relevant debates must be accessible if digital citizenship is to emerge.

.....

Suggestions for further consideration

- **Raising the awareness of consumers, users and citizens** with regard to the platforms' different operating principles and their business, legal and technical policies, along with the implications and opportunities for the public. Much of the awareness-raising could be accomplished by relying on NGOs and helping them observe the platforms' behaviour.
- **Enhancing digital literacy in business:** pointing out to players relying on intermediaries the importance of regaining control of their access to end users and their supply of market information. Greater overall awareness of the importance of maintaining their digital independence is necessary to avoid outsourcing all of the digital skills that have become critical for the survival of their business (SEO, e-crm, etc.). When possible, business should have partnerships with several intermediaries, instead of just one major one, to reach their digital markets.

c) Laying foundations for equitable sharing of the value of data

The role of data as input in the platform business needs to be discussed further.

- **Because data shapes the intermediation markets of today and it will fuel the rest of the economy tomorrow.** We now know that data represents a major economic stake¹⁵, since the use of data underpins the business models of the different platforms. Many observers think that data holds considerable potential to improve how society observes itself and how public policy is made.
- **But also because information is power.** This fact was proven long before digital technology came along, but the massive increase in collection, processing and storage capacities has exacerbated worries about the concentration of information and the related means of production.

These are major issues surrounded by great uncertainty: are “economic” data rules possible and compatible with the protection of fundamental freedoms? Is the economic classification of data a political matter? Can any criteria be applied now and which process could be consistent with the democratic imperatives ? These questions are inextricably linked to the broader issue of adapting governance and regulation to the speed of digital technology change and its transversal scope. There are currently two concerns:

- **Asymmetric power relationships between platforms and users.** Today, the problems lie not only in abusive data collection, storage and use, particularly when data moves across borders,

¹⁵ The total value of European consumers personal data in 2011 was estimated at EUR 315 billion. In 2020, Big Data in the European Union should become a market worth 1,000 billion dollars (Source: Report by Boston Consulting Group: <http://www.libertyglobal.com/PDF/public-policy/The-Value-of-Our-Digital-Identity.pdf>).

but also in cases where a platform has much more information about its users than the users have themselves.

- **Asymmetric power relationships between platforms and their partners.** Some partners have trouble securing their business models when they are required to hand over collection of the information that they produce to the host in order to gain access to a platform. There are many data sharing initiatives, but a platform host can cut off access to the most valuable data at any time, if it wishes to develop and provide services that are similar to its partners' services, for example. In this case, the platform can also use the information that its partners produce to identify the best innovations, giving it a major competitive advantage. When a platform is an intermediary between an application publisher and a web user, it could, for example, compile a database of potentially interested customers, their profiles and feedback on their preferences (dropped services, uninstalled apps, use times, key words, etc.).

Suggestions for further consideration

- **Ruling out the option for data ownership** – in principle, information cannot be owned, in contrast to the means of producing it or enhancing it may be. Recognising individuals' ownership of their personal data is often put forward as a means of striking a balance of power between individuals and the data-collecting entities. The Council urges rejection of this option:
 - Because it makes it the responsibility of the individual to manage and protect their data, reinforces individualism and ignores the power relationship between consumers and businesses.
 - It would generate only minor income for users and would create a market for digital data protection management, hence rising up the cost of it.
 - It would lead to greater inequality between citizens with the capacity to manage, protect and profit from their data and those who do not have the literacy, time, money or resources to do so and leave these functions to the market.
- **Instead, users' rights should be guaranteed by default to reduce the asymmetry of the power relationship between users and platforms** – including a right to understand the legal and economic terms of transactions with the platform: knowing what data is being collected, the right to correct information and to benefit from it as well. On the other hand, certain data uses could be secured for platforms, such as management of data needed to improve customer relationships and sharing data with third parties for the sole purpose of improving efficiency, provided the data is depersonalised and is not sold or rented.
 - **Data transferability**, with full restitution of data to users in open and machine-readable formats, without requiring payment for "premium" options. Ideally, a "delta" function could offer retrieval of only the data added or changed over a specified period. This approach could be expanded to more than just personal data to prevent lock-in effects. It could encompass items (co)created by the user through a substantial investment of time and money, such as playlists, favourites, search history, e-mails and contacts.

■ **Development of a critical mass of suitable tools for appropriating, monitoring, supervising and managing data.** Several initiatives aim to provide users with a dashboard showing the services using their data. These initiatives should be highlighted and efforts should be made to support their dissemination and their improvement. Such initiatives include:

- Tools enabling users to manage their own service space, with the option of choosing its location.
- Systems enabling users to manage their information and applications from a personal environment¹⁶.
- **Clarifying the principles governing techniques for mass data extraction** from third parties by platforms¹⁷. The stakeholders consulted evoked drafting requirements for minimum reciprocity between players. These requirements should incorporate such practices into the competition rules concerning monopolies over information required for entering or doing business on a market.
- **Anticipating systemic risks stemming from information monopolies**, particularly in healthcare, security and education.

d) Defining information commons in the digital era

The sustainability of the data system requires tools to ensure that power and the value created are shared equitably. This also means maintaining balanced flows between the spheres of free resources distributed over the Internet and exclusive resources. The success of non-commercial sites is important for citizens' access to knowledge, but it is also important for commercial operators, since the resources of these sites can be tapped by anyone.

¹⁶ See, for example: Cozy cloud, a tool that enables users to take back control of their data - <https://www.cozycloud.cc/>

¹⁷ Web crawling and web scraping are automated techniques for exploring and indexing the web. They extract content from sites using scripts or programs in order to transform this content for reuse in different contexts, such as rankings. For a description see: http://fr.wikipedia.org/wiki/Web_scraping and http://fr.wikipedia.org/wiki/Robot_d%27indexation.

.....

Suggestions for further consideration

- **Transposing the European Directive on reuse of public sector information**, especially the ban on certain exclusive arrangements for the reuse of public sector information:
 - Restricting areas where open data is the exception;
 - An effort for comprehensive pooling of resources and funds, particularly for digitising and depersonalising data;
 - Encouraging the use of open licenses¹⁸ and compiling a clear-cut list of the types of data covered by more restrictive licenses;
 - Introducing price supervision.
- **Defining categories of data that cannot become exclusive:**
 - Public sector data;
 - Data that persons have voluntarily made public or covered by open licenses;
 - Data provided by businesses to promote ecosystems;
 - All of the information that constitutes a basis for individuals' participation in society.
- **Addressing the development of management procedures for information resources that are jointly owned by the public sector, the private sector and the public at large.**
- **Promoting partnerships between platforms, universities, communities, etc.** to share information that may affect the general interest: improving life in our communities, public policies, public service quality, etc. in healthcare, education, security, energy, culture, etc.

¹⁸ Like the Creative Commons license, the Open Database licence (ODbL) is used for open data. It enables anyone to make public, commercial or non-commercial use of databases as long as they hold a licence for the database and, possibly, for changes to the database, and they mention the licence explicitly if such changes lead to creations. The ODbL is a free licence as defined by the Free Software Foundation.

Where should we look for inspiration?

Google tools for an equitable data system

In some ways, Google is an example, providing users with easily understandable tools for using its services:

- **TakeOut¹⁹** is a platform created by the Google Data Liberation Front that enables users to download their data in open formats from certain Google services (Google+, Google Drive, Google Reader, YouTube, etc.)

>> This initiative facilitates the movement of users' data inside and outside Google's services.

Page Rank: Google launched a site²⁰ in 2013 that uses animated graphics to explain how its algorithm works

>> Without denying the stakeholders' criticism of the opaque ranking criteria, this initiative helps demystify the algorithm for users making searches.

- **Targeted advertising:** Google lets its users deactivate the display of advertisements based on their social and demographic categories and their centres of interest (for example, "car enthusiast" or "inferred age: 18-34").

>> Google maintains that it does not use data about visits in this case to facilitate the creation of social and demographic categories or centres of interest. On the other hand, users cannot deactivate the display of advertisements on the basis of their previous dealings with advertisers, meaning visits to their websites.

Privacy Icons

Clarifying the terms of transactions with the platform

The Privacy Icons initiative emerged from a Mozilla workshop that brought together many on-line privacy experts. Privacy Icons use the same visual model as Creative Commons, suggesting that publishers add small icons to their websites to make it easier to understand their privacy charter. The initiative proposes several icons with the aim of giving users an immediate understanding of how the site uses personal data.



>> The aim of such initiatives is greater digital literacy. They clarify the terms of the transaction with the platform and are simple to use.

¹⁹ <https://www.google.com/settings/takeout>

²⁰ <https://www.google.com/insidesearch/howsearchworks/thestory/>

Personal Information Management System (PIMS) initiatives

Enhancing users' control of their data

As the number of services and applications increases, users are providing their data to a large number of commercial systems based on a “silo” approach.

Users and partners of major platforms are sometimes held hostage by conflicts between APIs from competing environments: Android-Chrome-Google-Gmail-etc. vs. IOS-Safari-Itunes, etc. vs. Office-skydrive-etc.

Users do not have complete control over the use made of their data, nor do they benefit from this use in their dealings with businesses. Web users cannot carry out a search to find all of the information about them in the different systems and they cannot create a list of websites holding sensitive data about them, such as their banking information. Nor can users synchronise their information across the different “silos”. The situation worsens as the number of information sources increases and personal data is scattered across the Internet.

Delegating management of all of this information to a single company, such as Apple or Google, would greatly simplify the users' lives, but it would carry a heavy toll in terms of freedom. To remedy this problem, PIMS initiatives let users take back control of their data. They use services hosted on servers that are managed on behalf of users, rather than services hosted on the major platforms' servers. A basic PIMS monitors the data used on a platform and how they are managed.

>> Since the platform no longer has a say in who has access to the users' data, users know which service has access to which data and they can choose to move their data from one service to another, or to stop certain applications from gaining access to their data. This type of service does not promise to provide a vault to protect data, but to help give users control over their information and let them make appropriate use of it.

Making search logs common property

To make dominant positions in the online search market open to challenges

In a paper for Tilburg University, Cédric Argenton and Jens Prüfer²¹ propose a new form of regulation: making search logs (data on previous searches) common property. In view of the general features of the search market, especially the low switching cost for users²², it is by no means clear that business concentration undermines innovation. And yet, the authors point out that the perceived quality of a search engine depends greatly on the data from its search logs. This is proprietary data that the search engine uses to refine its search results (sites visited, etc.), which enhances the users' perception of the quality and relevance of these results. In turn, greater search quality gives rise to an increase in the number of searches, enabling the company to accumulate even more search logs. This causal link underpins a natural trend towards monopolisation of the online search market and increases the market's economic and social importance. Since Google is the search engine that managed from the outset to capitalise on these externalities, it is not surprising that it now holds a dominant market position, with market tipping accounting for much of this success.

>> Making search logs common property implies establishing an information system for exchanging the data directly between search engines or through a hub, for free or for a price. For the purposes of sustainability, making search logs common property could also open dominant market positions up to challenges, by letting competitors catch up to the leaders and by stimulating innovation.

However, there are criticisms and questions regarding this position:

- Search logs are business assets and constitute a major advantage for the company that owns them, which means that making them common property is contrary to freedom of enterprise.
- Since these assets are crowdsourced, their value must be shared with the crowd and action is needed to cope with the heightened risk of collusion between players.
- Such an arrangement could be made by means of interoperability requirements to ensure that the network effect works to the benefit of other platforms and that the users' switching cost is not prohibitive, especially in the case of platforms with APIs.
- Further discussion of content status is needed: should information producers be paid? Is there a need to ensure that they are properly compensated, especially in the case of non-professionals?

²¹ See the paper by Cédric Argenton and Jens Prüfer, "Search Engine Competition With Network Externalities," available from: <http://ideas.repec.org/p/dgr/kubtil/2011024.html>

²² The ease of switching from Google to Bing, for example.

Positive neutrality – achieving an open Internet

What is the objective?

The growing success of platforms has contributed to the development of the digital economy and, through it, the general economy, services, innovation and trade. The growth of new services with great social value optimises dealings between customers and vendors and gives rise to new value chains and businesses. Platforms promote innovation directly or by using their economic rents to finance or acquire innovative companies.

Is competition really just a click away?

Conventional wisdom states that the competition is “just a click away” on the Web. Users’ switching costs in terms of time, money and effort are supposed to be low, which makes it easy for users to switch to an alternative supplier if they are dissatisfied with a service. But the specific growth dynamics of platforms mean that this conventional wisdom needs to be reconsidered: up to a certain market penetration rate or “tipping point”, a service is fragile and vulnerable to opposing forces, such as a lack of interest in the service or exorbitant market entry costs. Once a platform reaches the market tipping point, the dynamics make its success overwhelming, creating barriers to entry for competitors through a critical mass of data, learning algorithms, attraction for advertisers and contributors, etc. The barriers to the emergence of alternatives are even higher if the service benefits from network effects and reaches critical mass²³.

Some observers hypothesise that there is a “*natural*” tendency for monopolies to emerge that may or may not be irreversible. Others predict a lasting oligopoly will be established since only a handful of players are capable of deploying the resources required to control their entire value chain and all of the channels of access to their users, ranging from services and content to devices and connected objects, and including operating systems, browsers and search result rankings.

>> Either way, there is the risk of being held hostage by a single solution or the battle between competing platforms. Ultimately, the concern is that quality and diversity will suffer, innovation will be hindered and fewer channels for expression will be available.

²³ For example, the cost users incur for switching from Facebook to Google+ depends on how difficult it is to convince their contacts to switch too. In a similar vein, users are less likely to switch from iTunes to Google Play if they have already invested time and money in compiling their playlists.

a) Special responsibilities for players that have become indispensable for their ecosystem

When a major platform succeeds in becoming the centre of an ecosystem by making itself indispensable, it may control the access parameters that decide the survival of other players. In this case, the need to create value may predominate and the platform may be tempted to use its power to obtain a larger share of the value chain.

For the players concerned, such as publishers, advertisers or developers, this may mean harsher terms for access to the environment created by the platform. This environment provides the prominence, information and technical resources that enable them to do business. Harsher access terms may mean more restrictive contracts, larger shares of profits for the platforms and, ultimately, a reduction of the players' capacity to grow and innovate. Their dependence on the major platforms is accentuated when the latter have aggressive acquisition policies to aggregate innovative services, maintain their lead and increase their market shares, which sometimes has the effect (or the aim) of nipping disruption in the bud.

Under these circumstances, it is only fair that platforms should bear extra responsibilities when they become indispensable.

.....

Suggestions for further consideration

Technical compatibility and interoperability are another way of addressing neutrality: the Web works and prospers because of the interoperability²⁴ of its transport protocols and communication languages, syntax, coding, etc. For services, interoperability based on open formats gives users more freedom of choice. There is a tendency to believe that the less interoperable the formats are, the more likely the platform is to generate income. However, compatibility increases network effects, benefiting both consumers and companies, which acquire broader markets through greater interoperability. This is why some platforms have made open systems a pillar of their business models, publishing some of their technical specifications as open source and allowing third parties to publish, sell and innovate in their ecosystems.

On the other hand, once a platform has a dominant market position, it may be in its interest to restrict its interoperability to secure the market shares it has won. One of the arguments put forward is that compatibility with other services could hinder the platform's own innovation. In such cases, the dominant platform may decide to restrict the types of content it will accept, tighten up its standards or increase its prices.

²⁴ Interoperability is the capacity of a product or a system, which has fully known interfaces, to operate with other existing or future products and systems, without access or implementation restrictions. Standardisation is often an aspect of interoperability.

In the digital economy, as elsewhere, such developments are business as usual under freedom of enterprise. The problem when dealing with platforms lies more in the inadequacy of conventional safeguards for protecting users and innovation when a switch from an open format to a closed format occurs. More specifically:

- **Establishing guidelines for equitable use of open source** – A platform's power lies in its capacity to unite an ecosystem of users, developers, etc. to provide information, content and innovation for the platform. When Apple opens some of its APIs to third-party developers or when Google makes its map collection available free of charge to businesses, they are counting on benefiting from positive externalities, by building ecosystems that many players rely on. In such cases, it is important that these externalities are not turned against the contributors to lock them in. The creative and expansive power of open business approaches must not become instruments for players whose strategy is to close off their platforms once they have become indispensable. Ways of preventing this to be considered include:
 - **Disclosing compatibility and interoperability requirements in the terms of service using easily understood and clear labelling:** which other services and environments are the platform's services compatible or not compatible with? Under what conditions? Why are they not compatible (security, quality, cost, corporate strategy, etc.)? The objective is to ensure that platforms do not use their power to impose technical specifications and standards²⁵ on third parties (application developers and device manufacturers) with the aim of heading off future innovations.
 - **Removing barriers to cross-platform solutions** for mass-market services, if such solutions do not entail extra costs for the dominant platform.
 - **Incorporating these criteria into the assessment of a platform's neutrality (see *Fact sheet 1 on establishing best practice and platform neutrality observation and rating networks*).**

*Twitter locks out developers
after relying on them for its business growth*

By opening up its API, Twitter, like many other players, enabled many services and applications to emerge. Since Twitter could not ensure its presence on all platforms (especially mobile platforms) on its own, crowdsourcing innovation was a simple way of boosting its growth.

But, like many services before²⁶, Twitter has imposed more and more restrictive rules on developers in its ecosystem, such as requiring compliance with strict message display rules, imposing a cap of 100,000 users and requiring the most popular applications to consult with Twitter before making any changes. This closed strategy increases the developers' dependence on Twitter and makes it harder for them to foresee the future of their business.

²⁵ Specifications, best practice guides, updates, compliance requirements, etc.

²⁶ Twitter is not the first company to impose its requirements on developers using its API. Facebook regularly imposes rules that are sometimes detrimental for third-party developers.

- **Advocating European and international open standards policies to support major standardisation projects, especially for the Internet of Things**, to make possible horizontal surveillance of practices by communities of observers.

***Android moves certain applications to closed APIs
and retaliates to prevent the deployment of Android OS “forks”***

The “forks” battle: Google is putting pressure on some Asian manufacturers to prevent the dissemination of Android forks derived from the Google OS by refusing to supply updates and threatening to deny the devices access to Google Play Store, as well as threatening industrial property lawsuits.

Native applications - Google is also making device manufacturers' access to its Android OS subject to incorporation of some of its *native* applications, like Maps.

Android “abandonwares” developed as part of the Android Open Source Project (AOSP) is often mentioned as a cause for concern. Google is said to be moving the most up-to-date data for certain applications to closed APIs, leaving open access only to previous technical specifications, which are less convenient to use. Some observers see this as a barrier to innovation by new entrants, since major players, such as Amazon, have the means to recreate APIs to be compatible with their solutions in the Google environment, whereas smaller players may be unable to do so.

- **Dissociating operating systems from devices:** when users buy a computer, they can choose the operating system, the browser and the other services they want to use. This makes it hard to argue that they should not have the same freedom for mobile devices. The objective is not to require manufacturers to produce devices with each type of OS, but to allow users to remove the OS and its native applications from a device without the threat of retaliation.
- **The transferability of mobile applications:** if a user owns a large number of applications, the fact that they cannot be used in a new environment may be a deterrent to switching.
- **Ensuring greater disclosure regarding platforms' treatment of other stakeholders** – The Council's work has shown the need to introduce minimum notice periods, or even mediation arrangements, for the removal of applications and services or major changes in access to APIs that are not responses to detrimental behaviour.

The major platforms' businesses overlap as a result of vertical integration and diversification. Users become a rare and hotly disputed resource for ensuring the equilibrium of their business. When a handful of competitors share a market, there is a risk that they will collude on key standards to control the market. Under these circumstances, the issue for lawmakers is not so much to protect competitors, but to focus on how the platform deals with advertisers, web users, developers, etc. so as to prevent hegemonic practices with regard to pricing, access, availability of tools, etc., especially when they contribute to the creation of the platform's value and/or bear some of the participation costs.

- **Ensuring greater disclosure of major platforms' acquisitions to prevent the harmful effects of pre-emption of market resources.** Enhanced disclosure requirements for major

players could be considered to foresee not only the market share that they are about to acquire, but also the consequences with regard to personal data (and the possibilities for aggregating data), or the acquisition of patents to pre-empt the market. Special attention could be paid to transfers of exclusive rights that lead to lock on markets, control of bottlenecks, acquisition of cross-platform solutions or entry into markets in competition with the platform's customers.

- **Ensuring closer collaboration between competition authorities, patent offices and standardisation organisations to head off and fight patent trolls²⁷.** Competition authorities rarely reject mergers and acquisitions leading to business concentration, but they do have the power to extract commitments called "preventive remedies" regarding companies' behaviour or structure. Closer cooperation between these different entities could help identify appropriate remedies for the digital economy and improve supervision of acquisitions by dominant platforms.

b) Active policies to support choice and alternatives

The Internet's primary value lies in its role as a vector for choice and creativity, its capacity to overcome the barriers between producers and consumers, and between professionals and non-professionals. It is in everybody's interest that the Internet remains a writable and modifiable medium for contributions. To achieve this, France and Europe will have to implement an active open Internet policy, ensuring not only that the law upholds net neutrality, that the dominant players do not smother innovation and that the data system is deployed fairly (Factsheets 1 and 2), but also that the law promotes the creation of a dynamic digital ecosystem.

Conventional regulation is still needed, particularly to ensure that dominant players' positions remain open to challenges, which is the only way to prevent abuse. However, neutrality must not be defined in solely negative terms, nor must it be specified in legal terms only, especially since the effectiveness of rules will always be a problem on digital markets.

The Council's consultations made one thing clear: it is not governments' job to decree the birth of Europe's next digital champion and it will not succeed in doing so by trying to duplicate existing platforms. Its job is to **create an environment that favours alternatives**.

²⁷ A patent troll is usually a company or individual in the business of using licensing and patent disputes for profit. The main feature of patent trolls is that they do not produce any goods or services. Their business model is akin to blackmail. Patent trolls acquire one or more patents, but not for their own use. They then seek to sell operating licenses to companies producing goods and services under threat of lawsuits for infringement of their patents.

Suggestions for further consideration

- **Supporting initiatives for business models that are alternatives to the "audience-advertising-data" triptych** – the collaborative economy, or "*peer-to-peer economy*", holds out considerable potential to be explored, especially since it often gives rise to successful hybridisation when it is combined with more conventional business practices²⁸. The horizontal nature of the collaborative economy encourages fair dealing. It is important for governments to unleash the potential of these new models and support this dynamic.

For this purpose, it is also important to discuss the compromises to be made with regard to players in the "*conventional*" economy so as to avoid a repeat of the confrontations seen with hotelkeepers and taxis each time digital technology disrupts a new sector.

Opening up global geolocation data from vehicles-for-hire applications to ensure fair competition

The controversy about vehicles-for-hire applications²⁹ epitomises how companies can offer better services at a lower cost than the conventional models by using information technology, but, in doing so, jeopardise the existing business models.

The proposal³⁰ to ban vehicles-for-hire applications from using global geolocation data rejects innovation in order to protect the business model of taxis, in this case. A back-up solution could improve competition in the sector by **opening up the global geolocation data from vehicles-for-hire applications** instead, so that they benefit the entire sector, including taxis. Backed up by an open data policy aimed at supporting the use of such data, and subject to stringent privacy safeguards, opening up this data would contribute to progress for all and be more in line with an approach that is fair for all players through the emergence of a reputation economy between taxis and vehicles-for-hire applications.

²⁸ For example, Wal-Mart encourages its customers to deliver their neighbours' purchases in exchange for a discount on their own bill. See also the November 2013 report by the French Emerging Consumption Models Observatory (ObSoCo), directed by Philippe Moati available at:

²⁸ http://www.lobsoco.com/images/pdf/4%20pages_conso_emergentes.pdf

²⁹ Applications for hiring a car and driver.

³⁰ The report by Thomas Thévenoud (Member of the French National Assembly for Saône-et-Loire) on consultations held on taxis and vehicles-for-hire services suggests that only taxis should be allowed to provide the location of available cars on a map in real time to facilitate contacts with passengers. Mr Thévenoud calls this "electronic prowling". <http://www.thomasthevenoud.fr/wp-content/uploads/2014/04/Rapport-Thomas-Th%C3%A9venoud-24-04-20142.pdf>

- **Supporting cross-platform solutions that enable services to operate in competing environments** (see boxes).
- **Supporting solutions and initiatives to diversify digital value chain paths between services and users, outside of the device/browser/search engine/app-store access tunnel.**
- **Supporting sector initiatives to rebuild links between businesses and customers, by setting up vertical platforms based on skills specific to a given business.**

Where should we look for inspiration?

VideoLAN project

Greater freedom for playing video and audio content

VLC media player (VLC) is a free multimedia player produced by the VideoLAN project, which was originally a student project at the École Centrale Paris. VLC is free open source software that operates with Windows, all forms of GNU/Linux, BSD, Mac OS, Android, BeOS, Solaris, QNX, Pocket PC, etc., for a total of some twenty environments. It is distributed under a GNU/GPL license.

The advantage of the software is that it integrates the codecs needed to play most audio and video formats. VLC can also play a large number of streaming media. It is now one of the top multimedia players with between 100 million and 150 million users.

>> VLC now seems to be one of the most flexible, or even the most flexible, multimedia player(s) because it rejects the "silo" approach entirely. Unlike other proprietary media players, VLC can play nearly all videos and is very tolerant of slightly damaged data flows. In fact, it even does its best to repair damaged flows.

For more information, go to: www.videolan.org

EPUB

EPUB is a file format designed by the International Digital Publishing Forum (IDPF) for digital documents. It is primarily used for reading text documents on reading devices. Texts are usually stored in files with additional information that determines the layout, adds images, inserts hypertext links, etc. EPUB is an open format, which means that users can edit, write or convert text in this format. It also means that device manufacturers can use it.

>> This initiative has helped reduce lock-in because it enables users to leave a given software and hardware environment and take their digital text assets with them.

www.cnnumerique.fr/en/plateformes

Consiglio nazionale per il digitale

Bâtiment Atrium
5 place des vins de France
75573 Paris Cedex 12
FRANKREICH
info@cnnumerique.fr - @CNNum
01 53 44 21 27

Rapporti con la stampa

presse@cnnumerique.fr
01 53 44 21 27

