



Loyauté des plateformes

Le concept de « Neutralité des plateformes », ou « Loyauté des plateformes » a émergé du côté des éditeurs et hébergeurs qui souffrent de ou contestent les positions dominantes des gros acteurs du web, principalement anglo-saxons.

Ces notions de loyauté et de neutralité des plateformes ont pu être utilisées pour distraire les parlementaires du débat sur la neutralité du Net.

La question de la loyauté des plateformes doit être envisagée dans un univers où, de plus en plus, sont liées les questions de maîtrise par l'utilisateur de ses terminaux numériques (ordinateur, tablette, téléphone portable, autres objets connectés comme ceux du *quantified self*, etc.), de situations de monopoles de fait par certaines entreprises, de problématiques de fiscalité et de partage des revenus.

La neutralité (ou la loyauté) des intermédiaires techniques n'est pas liée à la notion de plateforme, elle-même très mal définie et recouvrant des modèles de réalisation et non un usage ou un rôle définis dans l'univers numérique. Le rôle tenu par une « plateforme » donnée (par exemple Facebook) peut être réalisé par d'autres méthodes (par exemple Diaspora*), où l'on ne parle alors plus de « plateforme ».

Il s'agit donc de ne pas débattre de la loyauté des « plateformes » en général, mais de leurs obligations, attachées à des rôles fonctionnels et indépendamment de leur mode d'organisation (centralisé ou acentré)

Reconnaître le rôle de l'afficheur

Un des rôles fonctionnels est celui d'**afficheur**. Il se pose entre l'éditeur qui publie et sélectionne des données et l'hébergeur qui stocke de manière brute, sans intervention sur le contenu.

La notion de plateforme telle que le [Conseil national du numérique l'envisage](#), englobe toujours un hébergeur et un afficheur. Par exemple, Google stocke des liens et choisit l'ordre dans lequel il affiche ceux qui sont trouvés.

Définir la notion de plateforme

En conservant l'idée de l'afficheur, la notion de plateforme peut se référer à « l'environnement d'exécution d'une application, d'un afficheur, d'un outil ».

Ainsi la notion de plateforme recouvre les équipements (système d'exploitation et

MarketPlace) ou certains sites web (Facebook agrège des applications externes, Google Apps agrège des applications internes et externes, etc). Le fait que l'exécution des applications se fasse dans un site web (Facebook), sur un système d'exploitation (iPhone) ou sur un serveur personnel du client (CozyCloud), relève des détails d'implémentation.

Définir la loyauté de l'afficheur / de la plateforme

Une obligation de loyauté attachée à ce rôle d'afficheur devrait reprendre quelques points clefs :

- ⌠ la transparence vis-à-vis de l'utilisateur sur ce que fait la plateforme (critères de choix, critères sur l'ordre, etc) ;
- ⌠ permettre à l'utilisateur un contrôle de ce que fait l'afficheur (modifier les choix) ;
- ⌠ garantir que l'utilisateur peut utiliser un autre afficheur (dans le cas des plateformes, cela entraîne une obligation de portabilité des données, pour changer de plateforme, l'afficheur étant intégré).

Dans le cas d'une obligation de loyauté attachée à la plateforme les points à garantir seraient les suivants :

- ⌠ l'utilisateur choisit les applications qu'il utilise, on ne peut pas lui en imposer ;
- ⌠ l'utilisateur peut décider d'installer une application qui ne soit pas certifiée par la plateforme (à ses risques et périls) ;
- ⌠ l'utilisateur peut choisir une autre source d'applications certifiées que celle fournie par la plateforme ;
- ⌠ l'utilisateur peut produire sa propre application, et s'en servir, et la diffuser, soit via les applications certifiées par la plateforme, soit via une autre source d'applications certifiées, soit par ses propres moyens (en devenant une source d'applications) ;
- ⌠ Les systèmes informatiques doivent avoir la capacité de fonctionner avec d'autres systèmes ou plateformes, autrement dit d'être interopérables.
- ⌠ L'interopérabilité des systèmes consiste ainsi à garantir l'échange d'information sans tenir compte du logiciel utilisé, et éviter des restriction d'accès à celle-ci.

Les autres critères s'apparentent plus à des obligations liées au droit de la concurrence (le fait par exemple ne pas favoriser ses propres services) et dépendent beaucoup du degré de monopole de la plateforme sur son marché et de ses pratiques éventuellement anticoncurrentielles (à l'image de Google, par exemple).