



Contribution à la consultation de la Commission Européenne sur l'équité dans les relations inter-entreprises "Fairness in Platform-to-business relation"

Paris, le 24 novembre 2017 – L'Association des Services Internet Communautaires (ASIC) est la première organisation française à réunir les acteurs du web communautaire et vise à promouvoir le développement du « nouvel internet ». Elle a été fondée en décembre 2007 et compte aujourd'hui parmi ses membres des plateformes aussi diverses que Loopsider, PriceMinister, Dailymotion, Airbnb, Deezer, eBay, Facebook, Google, Microsoft, Twitter, Skype et Yahoo!.

La diversité de ses membres marque la volonté d'accueillir au sein de l'ASIC des acteurs de l'internet communautaire, français ou étrangers, « petits » ou « gros », mais qui ont pour point commun de tous chercher à développer l'internet en s'appuyant sur l'ensemble de ses utilisateurs.

L'ASIC apprécie la possibilité qui lui est offerte de prendre part à l'étude d'impact anticipant la potentielle initiative de la Commission européenne sur l'équité dans les relations inter-entreprises (P2B). Cette contribution de l'ASIC représente le point de vue d'un panel d'acteurs divers, aux modèles d'affaires variés.

Cette diversité de modèles, ADN de l'ASIC, nous permet d'observer que les éléments pointés par la Commission comme problématiques dans la relation P2B ne sont pas des points de préoccupation réels observés par nos membres qu'ils soient des "plateformes", des "business" ou les deux à la fois.

Nous nous attacherons donc à détailler les raisons pouvant expliquer cette analyse biaisée de la réalité économique, qui pourrait conduire les institutions européennes à accoucher d'une régulation inadaptée et inéquitable pour les acteurs européens.

→ Les éléments et les données sur lesquels s'appuie la Commission pour identifier de potentiels problèmes dans les relations P2B ne semblent pas justifier d'intervention réglementaire.

La Commission s'appuie sur les résultats d'enquête d'Ecorys (disponible [ICI](#)). Or, dans cette enquête, les données partagées jusqu'à présent indiquent que moins de 2% des entreprises interrogées ont exprimé des préoccupations dans des domaines identifiés comme problématiques. La grande majorité des acteurs interrogés n'a pas rencontré de problèmes - au contraire, les entreprises déclarent utiliser efficacement les plateformes pour atteindre de nouveaux marchés ou clients de manière rapide et efficace. La minorité ayant rencontré des problèmes les ont résolu avec rapidité en entrant directement en contact avec la plateforme. Cette enquête paraît donc en ligne avec les retours faits par nos membres.



→ Toute intervention réglementaire ciblée serait inadaptée avant même sa mise en oeuvre dans la mesure où les relations P2B recouvrent un très grand nombre d'acteurs et de secteurs aux modèles d'affaires intrinsèquement différents

Il semble que la Commission ait eu beaucoup de difficulté à trouver une définition juridiquement exclusive des plateformes en ligne lors de son examen du sujet en 2016.

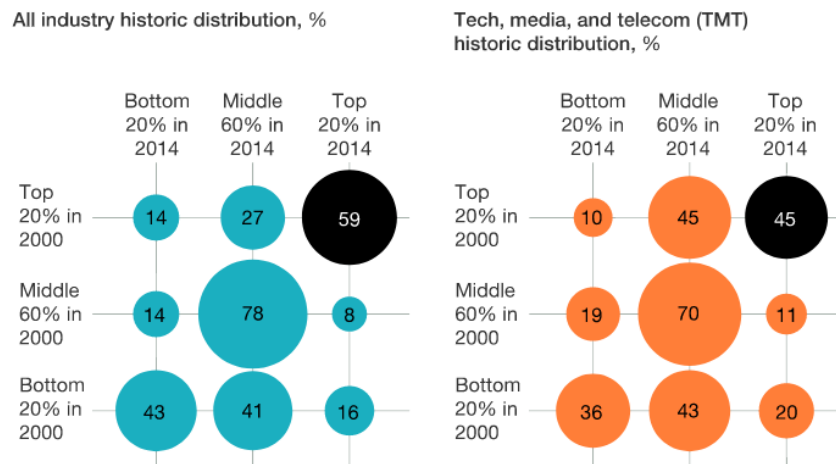
Cette situation laisse penser qu'une législation se ferait sur une définition large, touchant ainsi l'ensemble de l'écosystème en ligne. Les start-ups européennes cherchant à grossir en utilisant un modèle de plateformes seraient touchées par une réglementation figée et de nouveaux poids réglementaires (par exemple des obligations de surveillance et de reporting lourdes à destination du nouveau régulateur européen, un processus compliqué avant toute évolution de la plateforme et des obligations de portabilité).

→ L'étude d'impact de la Commission semble par ailleurs ignorer complètement la vivacité des différents secteurs concernés.

La trop large définition de la Commission sur les "plateformes" prévient - à tort - de réaliser systématiquement une analyse pour l'ensemble des secteurs de l'économie concernés.

Si l'on se concentre sur les "Tech, Media et Telecom" (TMT), la concurrence est incontestable. Cela se traduit, selon une récente étude de McKinsey de septembre 2017¹, par un taux de maintien plus faible des leaders au cours du temps. Ainsi, seul 45% des entreprises leader en 2000 le sont toujours en 2014, contre une moyenne de 59% pour l'ensemble de l'économie.

A far smaller percentage of TMT top quintile from 2000 remain in the top quintile in 2014 compared with other industries.



McKinsey&Company

¹ <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/how-tech-giants-deliver-outsized-returns-and-what-it-means-for-the-rest-of-us?cid=other-eml-alt-mip-mck-oth-1709&hlkid=0d97252fba954127a6e2e256dbbaa1f2&hctky=2927105&hdpid=5b97a841-179a-4fec-a8b5-f2cbd44952a0>



Cette analyse globale pourrait être étayée en France en se concentrant sur des secteurs précis. Le secteur du transport de personnes a par exemple été bouleversé par l'apparition d'applications de mise en relation de voitures, dits "Véhicules de Tourisme avec Chauffeur" (VTC) et de clients particuliers.

Malgré l'existence d'une plateforme de grande taille dès l'ouverture du marché (Uber), les entreprises concurrentes continuent d'affluer sur le marché, guidées en particulier par le consommateur final qui, passant d'une plateforme à l'autre, entraîne les entreprises avec lui. En France, le nombre de plateformes continuent d'augmenter. Le lancement en octobre 2017 de la startup Taxify² est un exemple probant des effets positifs de la concurrence, sans nécessité de lourdeur réglementaire qui auraient freiné l'accession de cette startup au marché parisien. Dans ce cas précis, l'avantage comparatif mis en avant par Taxify est l'augmentation de la rémunération des chauffeurs VTC sans augmentation du prix pour le consommateur final³.

La concurrence joue ici son rôle en contraignant les plateformes à diminuer autant que possible leurs marges commerciales d'une part et d'autre part, en poussant certaines plateformes à créer des offres adaptées à la demande des consommateurs : Chauffeur privé insiste sur la qualité du service, quand Heetch insistait sur le bas prix des courses, pour un public plus jeune.

→ **Les six points soulevés par la Commission européenne présentent un décalage latent par rapport aux réalités économiques**

Les six points particuliers soulevés par la Commission ont attiré notre attention. Sur chaque thème, il nous a semblé que la réalité de l'activité économique différait substantiellement des "problèmes" identifiés.

- **Termes et conditions**: Les plateformes fonctionnent à grande échelle avec parfois des centaines de milliers de clients. Être un portail ayant une taille critique afin d'attirer suffisamment d'acheteur finaux pour créer des débouchés nombreux aux entreprises qui utilise la plateforme est même la condition du succès. La contractualisation de masse qui est consubstantielle à leur modèle impose une standardisation de leurs conditions contractuelles. Évoquer la possibilité qu'elles négocient des conditions individuelles avec chaque client reviendrait à créer un vrai frein au développement et ne soutiendrait pas la croissance d'une économie de plateforme européenne. La quantité d'opérations juridiques représenterait une charge que les plateformes ne pourraient pas supporter. La disparition des plateformes nuirait d'abord aux PME européennes qui les utilisent pour gagner une visibilité et adresser un marché européen, ce qui était jusque récemment réservé aux entreprises multinationales.
- **Suppression et radiation**: les plateformes n'ont aucun intérêt à retirer les produits de leurs clients de leurs services de manière arbitraires et elles doivent conserver la souplesse nécessaire pour protéger leurs utilisateurs finaux contre les logiciels malveillants, les produits dangereux ou illicites, la fraude, le spam et autres mauvais

² <http://www.lefigaro.fr/societes/2017/10/05/20005-20171005ARTFIG00050-taxify-concurrent-d-uber-debarque-a-paris-ce-jeudi.php>

³ <http://www.leparisien.fr/high-tech/vtc-comment-taxify-voudrait-detroner-uber-27-10-2017-7358631.php>



acteurs. Les conditions de radiation sont clairement identifiées dans les conditions générales d'utilisation. Les plateformes sont encouragées à maintenir un écosystème sain sur leurs plateformes en les rendant attrayantes pour les clients professionnels et les consommateurs.

Des auditions de plateformes mettaient en avant des cas concrets de radiation, et permettraient de réaliser qu'il s'agit de mesures de protection du consommateur final.

- Transparence: Les plateformes sont incitées à fournir des informations sur les règles qui régissent leur fonctionnement. Cela doit bien sûr être fait de sorte que des acteurs mal intentionnés ne puissent pas abuser de cette transparence pour mener des activités illégales. Beaucoup ont établi des bonnes pratiques en matière de transparence qui peuvent servir de normes pour l'ensemble de l'industrie.
- Classement favorable et biaisé: les autorités de la concurrence se révèlent efficaces pour lutter contre les abus de marché et les possibles tentatives de plateformes de favoriser leurs propres produits. Il n'y a pas d'élément étayant la nécessité d'une réglementation ex ante, sans reconnaître un dysfonctionnement des autorités de régulation de la concurrence.
- Accès aux données: Les plateformes ont déjà des solutions pour assurer la portabilité des données entre les services. En outre, le RGDP établit de nouvelles normes pour l'accès et l'utilisation des données, que l'industrie devra mettre en œuvre dès mai 2018. Enfin les recherches montrent que nombre d'entreprises utilisent déjà plusieurs plateformes et ne signalent pas de problèmes de verrouillage. Par ailleurs, le consommateur final ne souhaite probablement pas, lorsqu'il s'inscrit sur une *market place*, que ses données personnelles soient utilisées, sans son contrôle par des acteurs de la plateforme. Il lui est bien entendu possible de fournir ces informations individuellement sur les sites de chaque entreprise. Si le consommateur passe par une plateforme c'est précisément pour la facilité qu'offre cette solution en regroupant toutes les informations en un lieu unique. La gestion de ses données personnelles en un point unique est donc une des raisons de l'utilisation des plateformes, garantissant sécurité et protection du consommateur. Y mettre fin irait à l'encontre de la sécurité et de la volonté du consommateur final.
- Recours des utilisateurs: Les plateformes ont déjà des canaux pour répondre aux préoccupations et différends entre leurs clients. Il ne semble donc pas nécessaire d'introduire un mécanisme alternatif de règlement des différends. Les solutions actuelles fournissent aux entreprises un moyen efficace et rapide de répondre à leurs préoccupations et d'assurer la santé de l'écosystème de la plateforme.

L'ASIC restera vigilante sur ce sujet et appelle la Commission à ne pas s'engager sur le terrain réglementaire en matière de relations P2B au risque d'asphyxier l'émergence de plateformes européennes à court et moyen terme.