

Lettre publique : 10 principes pour des choix screens équitables sur les smartphones et des mécanismes efficaces pour changer de navigateur et de moteur de recherche

Qwant, DuckDuckGo et Ecosia signent ce jour une lettre ouverte qui suggère au législateur européen, 10 recommandations pour appliquer équitablement le Digital Markets Act (DMA).

« Cette lettre constitue une liste non exhaustive de recommandations, pour mettre en place efficacement le Digital Markets Act qui sera en application à partir de 2023. Notre objectif est de préserver la liberté de choix des internautes. La mise en place de ces recommandations leur permettra de faire le choix de leur navigateur et de leur moteur de recherche, dès leur première recherche, et leur donnera l'opportunité d'en changer facilement et régulièrement. Cette liberté de choix devrait pouvoir s'appliquer à l'ensemble des services du web. Avec cette lettre, nous souhaitons être dans une démarche constructive et collaborative vis-à-vis des GAFAs et de nos concurrents. Qwant se tient à leur disposition pour faciliter la réflexion sur ces sujets », explique Corinne Lejbowicz, Présidente de Qwant.

10 principes pour des choix screens équitables sur les smartphones et des mécanismes efficaces pour changer de navigateur et de moteur de recherche

Les menus de préférences et les mécanismes de changements de fournisseurs sont des outils essentiels qui donnent aux utilisateurs le pouvoir de choisir et permettent une concurrence sur les marchés des moteurs de recherche et des navigateurs. L'Union Européenne (UE) a fait un premier pas important en adoptant la législation sur les marchés numériques (Digital Markets Act - DMA), qui prévoit l'obligation de mettre en œuvre de tels outils. Cependant, l'efficacité des mandats de l'UE et les efforts réglementaires connexes dans le monde entier dépendront de la manière dont les contrôleurs d'accès (gatekeepers) mettront en œuvre les changements pour se conformer à ces nouvelles règles.

Sans une adhésion stricte à des règles et des principes clairs en matière de menus de préférence équitables et de mécanismes de changement de fournisseur efficaces, les contrôleurs d'accès (« gatekeepers ») pourraient choisir de contourner leurs obligations légales. Nous suggérons aux régulateurs d'indiquer clairement que leur application doit respecter les **dix principes essentiels suivants pour des choix screens équitables sur les smartphones et des mécanismes efficaces pour changer de navigateur et de moteur de recherche**

1. **Gratuité** : tout menu de préférence ou autre mécanisme de changement devrait être gratuit pour les participants.
2. **Disponible en tant que paramètre principal** : les menus de préférence devraient être disponibles à chaque fois que les utilisateurs souhaitent changer, par exemple en tant que paramètre principal, et pas seulement une fois lors de l'initialisation de l'appareil.
3. **Présentés régulièrement aux utilisateurs** : les menus de préférence devraient être présentés régulièrement aux utilisateurs, par exemple lors des principales mises à jour du système d'exploitation. L'installation initiale de l'appareil n'est pas le seul moment où les utilisateurs ont envie de changer leurs services principaux, et les mises à jour majeures de logiciels peuvent réinitialiser ou affecter les paramètres par défaut du moteur de recherche et du navigateur mis en place par les gatekeepers.
4. **Efficace à travers les points d'accès contrôlés par les "gatekeepers"** : le choix de l'utilisateur devrait s'appliquer à tous les points d'accès contrôlés par le "gatekeeper". Par exemple, pour un menu de préférence de moteur de recherche sur un smartphone, l'utilisateur devrait pouvoir choisir tous les points d'entrée de recherche prédéfinis, en une seule fois, comme le widget de recherche sur l'écran d'accueil, les widgets de recherche auxiliaires, le navigateur par défaut, l'assistant par défaut, etc.
5. **Aucune préférence technique accordée à une application** : le "gatekeeper" ne devrait pas s'accorder à lui-même ou à tout moteur de recherche ou application de navigation, un statut "système" le rendant impossible à être désinstallé. Lorsque l'utilisateur supprime l'application de recherche ou de navigation par défaut, le menu de préférence correspondant devrait s'afficher.
6. **Permettre le basculement par défaut en une seule fois de toutes les applications et site web d'autres fournisseurs** : les utilisateurs devraient pouvoir changer tous les points d'accès contrôlés par le "gatekeeper" en un seul clic, via une application ou un site web concurrent. Si une application fournit les deux services (c'est-à-dire un navigateur et un moteur de recherche), l'utilisateur doit pouvoir changer tous les paramètres par défaut pour les deux.
7. **Des tests utilisateurs transparents pour un design centré sur l'utilisateur** : afin de s'assurer qu'il n'y a pas de pièges pour les utilisateurs, des tierces parties comme les concurrents et des organisations de consommateurs de confiance devraient avoir la possibilité de tester les designs et faire des commentaires. Dans le cadre d'un processus collaboratif et itératif, leurs commentaires devraient être dûment pris en compte par le "gatekeeper" et, en dernier ressort, par le régulateur. La conception des menus de préférence et des mécanismes de changement de fournisseurs devraient faciliter un choix clair et les tentatives déloyales d'orienter les choix des consommateurs devraient être interdites.

8. **Critères d'éligibilité fonctionnels** : la capacité fonctionnelle d'une application devrait être le seul critère d'éligibilité pour être intégré dans le processus de menu de préférence. Par exemple, de nombreuses applications de moteur de recherche sont également des navigateurs web à part entière et le fait d'exploiter un moteur de recherche ne devrait pas les empêcher d'apparaître sur les menus de préférence de navigateur.
9. **Choix attendus par l'utilisateur** : la liste des options sur les menus de préférence devrait refléter la diversité du marché et être déterminée objectivement avec les meilleures données disponibles et communément admises sur les parts de marché. Les choix les plus populaires devraient être affichés de manière aléatoire en haut de la liste, ce qui garantit que tous les principaux choix attendus par l'utilisateur sont initialement visibles, puis suivis des choix moins populaires disposés de manière aléatoire.
10. **Des tableaux de bord transparents pour les participants** : les données sur l'efficacité des menus de préférence devraient être mises à la disposition des participants sur une base quotidienne via un tableau de bord en libre-service où les entreprises peuvent voir combien d'impressions et de sélections ont eu lieu, et plus encore.

Les “gatekeepers” devraient déployer dès à présent, à l'échelle mondiale, des menus de préférence équitables et des mécanismes de changement de fournisseur, en appliquant ces principes. Nous sommes prêts à collaborer à cette fin, en honorant le désir des utilisateurs de choisir les services qu'ils souhaitent utiliser et en évitant que ces choix soient décidés pour eux par défaut.

SIGNATAIRES

- Gabriel Weinberg, CEO, DuckDuckGo – <https://duckduckgo.com>
- Christian Kroll, CEO, Ecosia - <https://www.ecosia.org/>
- Corinne Lejbowicz, President, Qwant - <https://www.qwant.com/>

A propos de Qwant

Développé en France et leader en Europe, Qwant est le moteur de recherche qui respecte la vie privée de ses utilisateurs en protégeant leurs données personnelles numériques.

Qwant développe sa propre technologie d'indexation du web, conçue pour donner des résultats de recherche impartiaux, exhaustifs et non profilés. Qwant assure ainsi un service de recherche internet avec zéro tracking des recherches, zéro tracking publicitaire et zéro vente de données personnelles.

Au-delà des services [Qwant Search](#), [Qwant Maps](#), offre de cartographie, et [Qwant Junior](#), moteur de recherche dédié aux 6-12 ans, Qwant propose [Qwant VIPrivacy](#), une extension de navigateur permettant de parcourir le web sans subir de tracking publicitaire. Qwant comptabilise 6 millions d'utilisateurs mensuels. Retrouvez Qwant sur desktop et sur applications mobiles iOS et Android.

Qwant ne sait rien sur vous, et ça change tout !

www.qwant.com

CONTACTS PRESSE

AGENCE CLE -Théo Vidal
qwantpress@agencecle.fr – 06.47.49.32.17

QWANT – Adélaïde Mauger
press@qwant.com