

By Alain Strowel, 22 May 2017

## La réputation en ligne, un nouvel actif immatériel dans l'économie collaborative



En 2011, la Commission européenne proposait un plan d'action pour renforcer la confiance dans l'économie numérique<sup>1</sup>. En présentant en 2015 une stratégie pour le marché unique numérique, la Commission visait à concrétiser davantage ce plan action<sup>2</sup>. Cela donne à penser que la confiance dans l'économie numérique peut se construire. Des mesures législatives assurant les droits des consommateurs peuvent inciter les individus à déployer davantage leurs activités en ligne. Au-delà des institutions qui rassurent, la confiance se gagne sur le terrain, à travers le succès de relations directement nouées en ligne.

La confiance numérique, c'est-à-dire - tentons un début de définition ! - , la possibilité de se fier à des propositions et à des informations circulant en ligne, peut se décliner de multiples façons. Elle peut valoir à l'égard d'un opérateur en ligne qui est une entreprise. Dans le chef de l'entreprise, elle constitue alors une nouvelle forme de bien incorporel constituant une plus-value économique ou un actif immatériel. Parfois, cette entreprise est exercée par une personne privée qui offre ses biens ou services, par exemple dans le cadre de ce que l'on appelle l'économie collaborative. L'actif immatériel de l'entreprise peut reposer sur certains droits intellectuels (par exemple une marque). Dans d'autres cas, la renommée et/ou les compétences du fournisseur de biens ou services permettront d'acquérir une image de marque<sup>3</sup>.

Dans l'économie numérique, et en particulier l'économie collaborative, les fournisseurs et prestataires de services qui ne sont pas des professionnels ne peuvent s'appuyer sur une marque ou une image construite par la publicité. Afin de faciliter les échanges entre les consommateurs et les prestataires non-professionnels, les plateformes numériques qui jouent le rôle d'intermédiaires tentent de susciter la confiance par d'autres moyens. C'est ainsi que se sont développés des systèmes de notations et de commentaires ('ratings and reviews') permettant un contrôle par la réputation, élément essentiel de la confiance. Que l'on songe par exemple aux évaluations d'hébergements sur booking.com ou sur Airbnb. Parfois, les évaluations sont réciproques, et les consommateurs sont eux aussi notés par les fournisseurs de service.

Ces mécanismes de contrôle de la réputation en ligne (ou e-réputation) ne sont pas entièrement fiables. Ainsi, l'autorité anglaise de régulation de la publicité a estimé que TripAdvisor ne pouvait promouvoir son site web avec le slogan «*Des commentaires auxquels vous pouvez faire confiance*» ('Reviews you can trust'), car il serait trompeur<sup>4</sup>. Une cour d'appel de Californie a rendu une décision similaire à l'encontre de Yelp<sup>5</sup>. En Belgique aussi, les commentaires de la part de clients ont donné lieu à des litiges parfois répercutés dans la presse<sup>6</sup>.

Les autorités publiques s'intéressent aussi à la fiabilité des systèmes de réputation. En matière d'applications mobiles de santé, le Sénat belge a adopté le 12 mai 2017 un rapport qui comprend

une partie dédiée à la construction de la confiance<sup>7</sup>.

A travers ces exemples, on voit que la construction de la confiance en ligne fait l'objet de mesures pratiques et de contentieux judiciaires, tout en suscitant un débat plus large, relayé par la presse.

La construction de la confiance en ligne dans le cadre de l'économie collaborative a fait l'objet, le 16 décembre 2016, d'un séminaire à l'UCL organisé par le CRIDES. Vous pouvez suivre ce séminaire en ligne, les présentations et discussions ont été filmées: <https://uclouvain.be/fr/instituts-recherche/juri/crides/actualites/conference-building-online-trust.html>

Pour faire avancer le débat sur l'essor de ce nouvel actif immatériel qu'est la e-réputation, merci de réfléchir aux questions suivantes (ce sont des questions relativement ouvertes, il n'y a pas une seule bonne réponse):

- Pouvez-vous proposer une définition de la e-réputation dans l'économie collaborative ?
- A la lumière de ce qu'est un droit de propriété intellectuelle (à vous de sélectionner une définition), veuillez expliquer pourquoi le droit sur la e-réputation est (ou n'est pas) un droit intellectuel ?
- Pouvez-vous donner un exemple précis d'un outil garantissant un certain niveau de confiance, éventuellement en vous basant sur votre propre expérience des plateformes de l'économie collaborative?
- Les systèmes de notation et recommandation constituent un des moyens les plus fréquents pour créer la confiance sur les marchés (numériques et financiers). Ces mécanismes ont des points positifs et négatifs. Identifiez et exemplifiez au moins deux avantages et deux inconvénients.
- Comment les normes techniques (les standards) peuvent-ils jouer pour renforcer la confiance en ligne? Indiquez une limite à la régulation par les normes techniques.
- Que peut faire le droit pour limiter les inconvénients des systèmes de notation et recommandation? Plus généralement, la régulation par la réputation retire-t-elle toute place au droit ? Comment le droit peut-il renforcer la confiance ? Y a-t-il des différences entre le mode d'intervention du droit hors ligne et en ligne ?

Alain Strowel et Enguerrand Marique

<sup>1</sup>.Communication de la Commission, *Un cadre cohérent pour renforcer la confiance dans le marché unique numérique du commerce électronique et des services en ligne*, COM(2011) 942 final.

<sup>2</sup>.Communication de la Commission, *Stratégie pour un marché unique numérique en Europe*, COM(2015) 192 final.

<sup>3</sup>.Voy. par ex. C. Pourbaix, *Valeur de l'entreprise. Critères et mesures*, Paris, Dunod, 1969, p. 124.

<sup>4</sup>.<https://www.asa.org.uk/rulings/tripadvisor-llc-a11-166867.html> .

<sup>5</sup>.*Demetriades v. Yelp* 2014 WL 3661491 (Cal. App. Ct. July 24, 2014). Disponible sur

<https://cases.justia.com/california/court-of-appeal/2014-b247151.pdf?ts=1406232055>

6. Voy. 'L'Echo' du 10 avril 2017, <http://www.lecho.be/economie-politique/belgique-general/Emettre-une-critique-negative-sur-TripAdvisor-Attention/9881383>.

7. *Rapport d'information concernant la nécessaire collaboration entre l'autorité fédérale et les Communautés en ce qui concerne les nouvelles applications en matière de soins de santé et notamment de santé mobile*, Doc. Parl., Sénat, n°6-261/4 (en particulier recommandation n°52) et n° 6-261/5.