**Moteur de recherche**

Rant est un moteur de recherche particulièrement efficace, présent dans tous les pays du monde. Sur le marché de la publicité sur moteur de recherche, Rant dispose d’une part de marché qui oscille entre 70 et 90%, selon les pays. Si l’on prend l’ensemble du marché de la publicité en ligne, sa part de marché descend à 30% car il faut compter avec la publicité sur les réseaux sociaux qui est dominée, à 75%, par Facebook.

Les raisons du succès de Rant sont connues : performance de l’algorithme de recherche, haute profitabilité de son activité de vente d’espace publicitaire, diversification des services proposés (météo, cartographie, comparateur de prix, système d’exploitation pour smartphone…).

Un certain nombre de pratiques doivent aujourd’hui être examinées sous l’angle de leur conformité au droit de la concurrence :

* Sur **la page de recherche dite « naturelle »** (c'est-à-dire hors cadre publicitaire placé en haut et sur le côté des pages de recherche), Rant privilégie certains opérateurs qu’il référence de manière prioritaire, sans appliquer son algorithme neutre. Ces opérateurs sont ceux qui le rémunèrent pour ce service ou avec qui Rant a des liens capitalistiques.

Cette pratique est-elle licite ? Le moteur de recherche est-il libre de son classement ?

* Sur **l’onglet** **réseau social,** Rant classe toutes les références issues des réseaux sociaux[[1]](#footnote-1). Mais il apparaît que Rant classe de manière prioritaire toutes les références trouvées sur Twitter. Cela s’explique par l’existence de liens capitalistiques entretenus entre Rant et Twitter.

Cette pratique est-elle licite ? Le moteur de recherche peut-il avantager ainsi un réseau social avec qui il a des liens ?

* Rant est en train de concevoir une voiture sans chauffeur qui fonctionnera avec ses services de cartographie en temps réel. Pour utiliser le véhicule, il faudra donc nécessairement passer par **l’application Rant map**. Cette pratique est-elle licite ou faut-il y voir une vente liée illicite ?
* Les ressources de Rant sont en très grande partie issues de son activité publicitaire. Un des facteurs d’attractivité mis en avant par Rant est la qualité et le nombre des données accessibles au moteur de recherche qui lui permettent de proposer à l’internaute une offre publicitaire ciblée. Ces données, en permettant une meilleure contextualisation de la publicité, améliore la performance des campagnes publicitaires. La pratique consistant, pour Rant, à **se servir des données récoltées grâce à l’historique de navigation** Rant vous semble-t-elle licite ?

D’autres acteurs de l’économie digitale souhaiteraient avoir accès à ces données mais Rant refuse de les communiquer en vertu du **droit à la protection de la vie privée.** Qu’en pensez-vous ?

1. Pratique inspirée du mode de fonctionnement du moteur de recherche Qwant. [↑](#footnote-ref-1)