

Avant-propos

Par **Andrus ANSIP**

Vice-président de la Commission européenne chargé du marché unique du numérique

et **Günther Hermann OETTINGER**

Commissaire européen chargé de l'économie et de la société numériques

Créer un marché unique du numérique, c'est construire l'avenir de l'Europe.

Alors que l'Europe est confrontée à de multiples crises, il importe plus que jamais de se projeter dans l'avenir et de jeter les fondations d'une Union européenne qui permette à ses citoyens de mieux vivre.

Nous sommes convaincus que notre avenir est numérique, d'autant plus que notre présent l'est déjà.

Au quotidien, les nouvelles technologies nous accompagnent, que l'on achète, que l'on vende, étudie ou travaille en ligne. Ces technologies font partie de notre environnement et évoluent dans les secteurs allant de la santé à l'éducation et à la culture, en passant par les transports ou la recherche et développement. Elles ne connaissent pas de frontière.

C'est pourquoi la Commission européenne a fait de la création d'un marché unique du numérique l'une de ses dix priorités politiques. Après six mois de mandat, nous avons présenté, en mai 2015, une stratégie ambitieuse comprenant pas moins de seize grands chantiers.

Nous sommes déjà à mi-parcours, après avoir déposé la moitié de nos propositions sur la table des députés européens et du Conseil des ministres de l'Union européenne. Nous souhaitons moderniser les règles existantes dans les domaines clés du commerce en ligne, des télécoms, des médias audiovisuels, de la cybersécurité ou encore du droit d'auteur et, ce faisant, encourager une innovation dopée notamment par l'économie des données.

Nous sommes ravis de voir ce numéro de *Réalités industrielles* se pencher sur plusieurs sujets que nous avons nous-même placés au cœur de notre stratégie : l'économie des données, le rôle économique et social des plateformes en ligne, ou encore la cybersécurité.

* *
*

Le marché unique est l'un des plus grands succès de l'Union européenne. Il est fondé sur la libre circulation des personnes, des services, des marchandises et des capitaux. En revanche, dans l'espace numérique, bien des obstacles et des discriminations qui n'ont plus lieu d'être dans le marché « physique » perdurent.

Selon nos études, c'est à peine plus d'un tiers des Européens qui parviennent à acheter *via* Internet dans un autre pays européen. Seules 8 % des petites et moyennes entreprises européennes – notamment françaises – vendent en ligne dans d'autres pays européens. Cela s'explique notamment par la complexité du *patchwork* des règles nationales qui s'appliquent au Web et qui freinent le développement potentiel des nouvelles technologies. Pour aller de l'avant, il nous faut donc progresser à l'échelon européen.

Il y a un peu plus d'un an (le 6 mai 2015), nous avons présenté notre plan d'action pour la création d'un véritable marché unique du numérique : une stratégie ambitieuse et complète fondée sur trois piliers que nous allons développer successivement.

Premier pilier : un meilleur accès aux contenus, aux services et aux produits – par-delà les frontières nationales

Tout d'abord, nous voulons garantir aux citoyens et aux entreprises un meilleur accès aux contenus, aux services et aux produits numériques à travers toute l'Europe. Cette évolution passe par l'adoption de règles harmonisées encadrant les contrats et la protection des consommateurs, et permettant une livraison plus efficace, transparente et moins onéreuse des colis d'un pays à l'autre de l'Union.

Nous avons proposé des règles claires pour en finir avec le « géoblocage » en ligne, cette pratique commerciale condamnable consistant à bloquer les sites de vente en fonction de la localisation géographique du consommateur, ainsi qu'avec d'autres formes de discrimination fondées sur la nationalité, le lieu de résidence ou le lieu d'établissement.

Un autre grand chantier en cours vise à moderniser les règles européennes en matière de droits d'auteur qui ont été instaurées en 2001, autrement dit bien avant le succès mondial de grands acteurs du Net comme Google, YouTube ou Spotify.

Nous voulons également réduire la charge administrative qui pèse sur les entreprises désireuses de commercialiser en ligne leurs services ou leurs produits au-delà des frontières du pays où elles sont implantées (une lourdeur notamment due aux différents régimes de TVA entre les pays membres de l'Union européenne). Pour ce faire, nous allons proposer de créer un seuil de TVA commun pour aider les petites entreprises qui vendent leurs produits ou leurs services en ligne.

Deuxième pilier : un environnement propice à l'innovation et équitable pour tous les acteurs du marché

Le second pilier de notre stratégie vise à créer un environnement favorable au développement de réseaux et de services numériques porteurs d'innovation. C'est dans ce contexte que nous venons de conclure un partenariat avec plusieurs représentants de l'industrie de la cybersécurité afin de développer des produits et des services sûrs.

Nous venons également de proposer une version plus moderne de la directive européenne encadrant les services de médias audiovisuels. Les nouvelles règles du jeu seront plus équitables pour tous – qu'il s'agisse des radiodiffuseurs traditionnels ou des nouveaux services en ligne de vidéo à la demande ou de partage de vidéos – et permettront une meilleure promotion des créations européennes.

Nous avons également détaillé notre appréciation du rôle économique et social des plateformes en ligne (un sujet qui donnera lieu à des articles de fond dans les pages qui suivent). Cette nouvelle approche de ces acteurs devenus incontournables sur le Web est le fruit d'un an de travail et d'analyse approfondie. Nous en avons conclu que la meilleure solution pour profiter de ces plateformes et les encourager à se développer en Europe tout en garantissant des règles équitables, transparentes et durables, est d'agir dans des domaines clés (comme les médias audiovisuels, les télécoms ou la gestion des droits d'auteur) où ces plateformes s'installent et dans lesquels la législation européenne a besoin d'un bon coup de jeune. Un grand outil horizontal ne permettrait pas d'atteindre ces objectifs en raison de la très grande diversité des plateformes.

Troisième pilier : permettre à tous (citoyens, pouvoirs publics, entreprises...) de bien négocier le virage numérique

Enfin, à travers le troisième pilier de notre stratégie, nous cherchons à maximiser le potentiel de croissance de l'économie numérique. Pour cela, nous avons présenté (en avril 2016) une série de mesures destinées à soutenir et à lier entre elles les diverses initiatives nationales qui, déjà aujourd'hui, favorisent le passage au numérique de l'industrie, à l'instar des projets *Nouvelle France Industrielle-Industrie du Futur*, en France, ou *Industrie 4.0*, en Allemagne.

De manière très concrète, nous proposons également d'accélérer l'élaboration de normes communes dans des domaines prioritaires et par nature européens, tels que les réseaux de communication 5G ou la cybersécurité.

Nous voulons aussi aider au développement numérique de services publics de qualité, au bénéfice des citoyens comme des entreprises.

Enfin, notre initiative comporte la création d'un nuage informatique européen, dont l'objectif premier sera d'offrir à nos 1,7 million de chercheurs et à nos 70 millions de professionnels des secteurs scientifiques et technologiques un environnement virtuel permettant de stocker, de gérer, d'analyser et de réutiliser une immense quantité de données issues de la recherche.

C'est parce que les données sont au cœur du monde numérique – et donc de notre stratégie européenne – qu'avant la fin de cette année nous présenterons une initiative en faveur de la libre circulation des données (ces fameux *Big Data*) au sein de l'Union européenne. Après notre réforme majeure visant à mieux protéger les données personnelles des citoyens, ce projet, tourné vers l'innovation, portera sur les restrictions qui freinent la nouvelle économie des données, notamment pour clarifier la question du statut juridique de la propriété des données obtenues au moyen de capteurs et de dispositifs intelligents.

C'est encore au titre de ce troisième pilier que la Commission a adopté, début juin, une nouvelle stratégie destinée à renforcer les compétences des Européens et à les doter des talents dont ils ont besoin pour évoluer sur un marché du travail de plus en plus compétitif et exigeant, et ainsi participer pleinement à la société numérique.

Dans ce sens, la Commission créera bientôt une « coalition en faveur des compétences et des emplois numériques » rassemblant les États membres et les professionnels de l'éducation, de l'emploi et de l'industrie. Son but : se donner les moyens de garantir à tous des compétences numériques apprises.

Des chantiers en construction

Nous voilà donc à mi-parcours. Comme prévu, toutes nos propositions seront présentées d'ici à la fin de cette année 2016.

Nous sommes sur la bonne voie, mais le chemin à parcourir est encore long. Nous comptons sur les États membres, notamment sur le dynamisme de la France, ainsi que sur le Parlement européen pour travailler à nos propositions et pour en faire des outils opérationnels mis au plus vite au service de l'emploi, de la croissance et de l'innovation. Nous n'avons en effet pas une minute à perdre.

Ce numéro de *Réalités industrielles* s'intéresse également au regard que des entrepreneurs de divers pays, y compris non membres de l'Union européenne, portent sur l'économie numérique. Ces témoignages sont instructifs et enrichissants. Ils nous permettent aussi de démontrer que notre stratégie numérique n'est en aucun cas un projet protectionniste. Au contraire, un marché numérique européen facilitera la vie des entreprises non seulement en Europe, mais également au-delà. Remplacer une mosaïque de réglementations nationales par des règles européennes unifiées est le meilleur moyen de rendre l'Union européenne attractive aux yeux des investisseurs du monde entier.

À l'heure de la mondialisation, la création d'un marché unique du numérique en Europe n'est pas une option : c'est une nécessité !



Photo © Delmi Alvarez/ZUMA-REA

Le vice-président Andrus Ansip et les commissaires européens Vera Jourova et Günther H. Oettinger lors d'une conférence de presse sur le marché unique numérique, Bruxelles, décembre 2015.

« À l'heure de la mondialisation, la création d'un marché unique du numérique en Europe n'est pas une option : c'est une nécessité ! »