



BRICE COUTURIER

Journaliste, chroniqueur à France Culture, Brice Couturier repère les grandes controverses qui agitent les think tanks du monde entier. Ce mois-ci : l'Europe et Internet.

IDÉES  
*Polemics*

# A QUAND UN MARCHÉ UNIQUE DU NUMÉRIQUE ?

L'Europe, qui a été à la pointe de toutes les révolutions industrielles depuis le XVIII<sup>e</sup>, a tardé à adopter la dernière en date, le numérique. Seules une poignée de plateformes d'envergure mondiale sont nées sur le Vieux Continent : la suédoise Spotify, l'allemande Zalando et Skype – créée en Lettonie, mais rachetée par Microsoft. De fait, l'économie numérique est aujourd'hui dominée par les États-Unis. Est-il trop tard pour relever le défi des Gafa (Google, Amazon, Facebook, Apple) ? La Commission européenne mise sur l'élargissement du marché unique à l'économie numérique. Avec quelles chances de succès ? Quels risques pour le droit d'auteur ?

➔ Wolfgang Fengler, économiste à la Banque mondiale, rapporte avec exaspération avoir été facturé 30 euros pour une communication d'un quart d'heure entre Munich et Vienne. Inconcevable aux États-Unis, où n'existaient que quatre opérateurs pour un marché de plus de 330 millions d'abonnés – jusqu'à l'arrivée de Google ! Dans ce pays, 40% des connexions sur mobile s'effectuent en 4G, contre seulement 10% en Europe. Diagnostic de Fengler : le marché européen morcelé en une centaine d'opérateurs bloque l'innovation : celle-ci nécessite des investissements dont les Européens ne sont pas capables. Les applications les plus rentables sont créées aux États-Unis. [bit.ly/Enjeux-Fengler](http://bit.ly/Enjeux-Fengler)

**« Le marché européen, morcelé en une centaine d'opérateurs, bloque toute possibilité d'innovation. »**

Wolfgang Fengler, Banque mondiale

← « L'instrument fondamental de l'intégration européenne est le marché unique : nous devrions franchir de nouvelles étapes vers un marché intérieur mieux intégré, avec une approche ciblée sur quelques secteurs-clés, comme l'énergie ou le numérique », écrivaient les ministres de l'Économie français et allemand, Emmanuel Maeron et Sigmar Gabriel, dans une tribune publiée le 3 juin. Trois jours plus tard, la Commission publiait sa « Stratégie pour un marché unique numérique en Europe ». Quand les Allemands et les Français sont d'accord, Bruxelles suit... Mais de quoi s'agit-il, demande James Waterworth, sur Project Syndicate ? De favoriser l'innovation européenne, en levant les blocages existants ? Ou de remettre à leur place les mastodontes américains ? On ne connaît que trop la propension des Français et des Allemands à la création de « champions » protégés par des réglementations protectionnistes... [bit.ly/Enjeux-Waterworth](http://bit.ly/Enjeux-Waterworth)

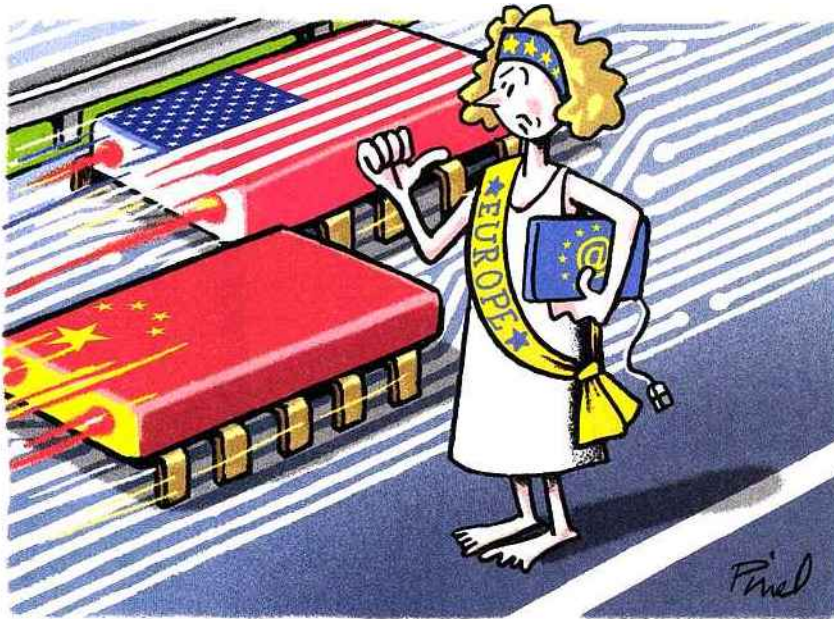
➔ « Les technologies numériques ne connaissent aucune frontière », constate le président de la Commission, Jean-Claude Juncker. Et pourtant, notre marché numérique reste morcelé, cadenassé par des réglementations et des normes nationales incompatibles entre elles. Le but : que le consommateur ait « accès à des services, à la musique, aux films et aux événements sportifs sur ses appareils électroniques, où qu'il soit en Europe ». Le moyen : « une harmonisation des règles et des normes nationales, pour faire disparaître les obstacles à l'activité en ligne transfrontalière ». Le bénéfice escompté : 250 milliards d'euros en cinq ans. [bit.ly/Enjeux-UE](http://bit.ly/Enjeux-UE)

**« S'agit-il de lever les blocages pour favoriser l'innovation ou de "punir" les géants américains ? »**

James Waterworth, Project Syndicate

← Pour de nombreux Français, la « prévalence américaine » est telle que les fleurons américains du numérique, en position hégémonique, ne peuvent plus être concurrencés à moyen terme. Olivier Siehel, PDG de LeGuide.com, montre dans une contribution à l'Ifri comment les Gafa parviennent à « internaliser la rupture, en rachetant les entreprises qui percent grâce à un concept novateur » et « avalent les nouveaux venus avant que ces derniers ne puissent véritablement les concurrencer ». Que peut faire l'Europe contre ces « géants agglomérants », qui pratiquent l'évasion fiscale, fixent eux-mêmes les règles de confidentialité auxquelles ils se soumettent et considèrent la vie privée... comme une anomalie ? Adopter des « réglementations capacitanes », pour protéger leur marché intérieur, comme l'a fait la France en interdisant à Amazon de vendre ses livres en-dessous du prix unique... Au risque de bloquer l'essor du livre numérique, dans le vain espoir de sauver les petites librairies ?

« Redonner la main aux États », afin que, par une politique de quotas, de subvention à la création et des encouragements fiscaux, ils défendent leur « exception culturelle », préconise Olivier Siehel. Le contraire de la logique défendue par la Commission. Nombreuses sont les voix qui s'élèvent contre la politique d'optimisation fiscale déployée par les géants amé-



ricains du Net. Ou qui réclament à la Commission la mise en œuvre des mesures visant à assurer la neutralité du Net.

[bit.ly/Enjeux-Sichel](http://bit.ly/Enjeux-Sichel)

➔ De son côté, le think tank culturel Forum d'Avignon reproche à la « Stratégie pour un marché unique numérique » de prendre en considération le seul intérêt du consommateur. Dans une tribune publiée dans *Les Echos* et cosignée par plusieurs personnalités de la culture, le Forum plaide pour le droit d'auteur; un droit dont les signataires reconnaissent qu'il doit être adapté aux nouvelles conditions de diffusion des contenus culturels, mais qui ne saurait être passé par pertes et profits, si l'on veut que la création soit encouragée. Il serait risqué de sacrifier la juste rétribution des créateurs à l'impératif de diffusion transfrontière et à la « libre circulation des données » que vise explicitement la Commission.

[bit.ly/Enjeux-Avignon](http://bit.ly/Enjeux-Avignon)

← Les Européens ne croient pas à l'efficacité de « murailles de Chine numériques », qui protégeraient nos fragiles start-up des Gafà. Ils raisonnent en termes d'économies d'échelle et pensent qu'il n'est pas trop tard pour susciter la création de rivaux européens. Le Centre for European Policy Studies avertit néanmoins qu'il

**« Il ne faudrait pas sacrifier la juste rétribution des créateurs à la libre circulation des données . »**

**Forum d'Avignon, Les Echos**

s'agit de « la dernière chance pour l'Europe de figurer dans le salon numérique ». Et Colin Blackman, chercheur au CEPS, met en garde contre une harmonisation des réglementations qui se traduirait, pour les plates-formes Internet, par des régulations qui en bloqueraient le développement – tandis que leurs concurrentes américaines sauraient s'en affranchir. La partie la plus novatrice de l'économie européenne a besoin de ces plates-formes, qu'elles soient basées en Europe ou aux États-Unis, ajoute-t-il. Quant à la « neutralité » du Net, son extension aux moteurs de recherche et aux sites d'intermédiation est un pur non-sens: leur fonction est précisément de trier et de sélectionner les résultats les plus appropriés au profil de l'utilisateur qui les consulte. Bref, le CEPS est suspicieux envers la stratégie de la Commission, comme les trois think tanks proches du monde des start-up, qui signent l'étude intitulée « Startups and the Digital Single Market ». ■

[bit.ly/Enjeux-CEPS3](http://bit.ly/Enjeux-CEPS3)