

Digital Services Act (DSA) et Digital Markets Act (DMA)

Contexte

En décembre dernier, la Commission européenne a présenté un paquet numérique porté par Margrethe Vestager et Thierry Breton qui comporte deux propositions de règlement :

- ▶ [Digital Services Act \(DSA\)](#) qui vise à actualiser la directive e-commerce du 8 juin 2000 et à renforcer les obligations des services numériques quant aux contenus ;
- ▶ [Digital Markets Act \(DMA\)](#) qui vise à réguler les plateformes structurantes en adaptant les règles du droit de la concurrence à ces nouveaux acteurs.

1. Digital Services Act (DSA)

Objet du texte : Prise en compte du développement numérique depuis les années 2000 dans l'écosystème économique : « tout ce qui est interdit hors ligne doit également l'être en ligne » (principe repris par Thierry Breton) afin de lutter contre certains types de contenus tels que :

- la haine en ligne (notamment sur les réseaux sociaux)
- la diffusion de contenus à caractère pédopornographique
- la diffusion de contenus à caractère violent ou à caractère terroriste
- la contrefaçon en ligne
- la vente de produits dangereux ou non conformes aux normes européennes.

4 types d'intermédiaires identifiés avec des obligations graduées : les intermédiaires techniques (fournisseurs d'accès Internet, services de cache, services de stockage...), les hébergeurs, les plateformes et les très grandes plateformes (plus de 45 millions d'utilisateurs actifs par mois).

Enjeux pour les entreprises :

- ▶ **Maintenir la liberté d'entreprendre sur internet :** les services numériques ne doivent pas avoir le pouvoir de décider la suppression d'un compte ou d'un contenu sans l'intervention d'un juge. [Une entreprise qui ne pourrait pas accéder à une marketplace ou un réseau social ou proposer ses produits ou services sur ces plateformes se retrouverait exclue d'une part du marché et aurait sa visibilité limitée.](#)
- ▶ **Renforcer la transparence des conditions d'utilisation des services numériques** (en lien avec le règlement « Platform-to-business » (PtoB)) : les services numériques doivent renforcer la transparence sur les conditions d'utilisation de leurs services, notamment pour ce qui concerne le référencement des produits et services, pour avoir [des critères objectifs permettant à une entreprise de renforcer la visibilité sur son produit ou service.](#)
- ▶ **Protéger le commerce français (et européen) en luttant contre les offres concurrentes déloyales, notamment étrangères :** il faut une coopération entre les plateformes, les entreprises et les autorités publiques afin de [lutter contre la contrefaçon en ligne, la vente de produits dangereux ou la concurrence déloyale par le biais de tarifs moins élevés en raison de certaines pratiques illicites](#) (absence de TVA, non-répercussion des droits de douanes, produits non conformes aux normes européennes...).

Position du MEDEF

S'il est important de renforcer les obligations des plateformes et services numériques, notamment en termes de transparence et de vigilance, il ne faut pas leur imposer une obligation générale de surveillance des contenus.

2. Digital Markets Act (DMA)

Objet du texte : réinjecter de la concurrence dans le numérique (dominé par une poignée de plateformes systémiques), via des mesures de contrôle *ex ante* et un nouvel outil d'enquête.

Deux piliers :

- ▶ Mesures *ex ante* contre les plateformes structurantes (ou *gatekeepers*) dominant un ou plusieurs marchés avec la définition de pratiques interdites ou d'obligations spécifiques.
- ▶ Nouvel outil d'enquête permettant à la Commission de bloquer plus rapidement le verrouillage d'un marché par une ou deux entreprises.

Gatekeepers / contrôleurs d'accès : 3 critères cumulatifs pour qu'une plateforme soit présumée structurante :

- ▶ Une **taille importante** : chiffre d'affaires annuel dans l'Espace économique européen supérieur à 6.5Mds€ **ou** capitalisation boursière supérieure à 65Mds€. Des services délivrés dans au moins 3 Etats membres.
- ▶ Le contrôle de l'accès aux marchés pour d'autres entreprises : **au moins 45 millions d'utilisateurs finaux actifs par mois et au moins 10 000 utilisateurs professionnels par an.**
- ▶ Une **position durable** : le deuxième critère doit être rempli sur les trois dernières années.

Enjeux pour les entreprises : **Empêcher les acteurs désignés « gatekeepers » de contrôler l'accès à un marché** en restreignant cet accès à certains acteurs ou en imposant une relation de dépendance pour les entreprises utilisatrices des services.

A cette fin, le DMA propose d'interdire certaines pratiques déloyales (articles 5 et 6), telles que le croisement par un *gatekeeper* de données issues de plusieurs de ses services (cloud + marketplace par exemple), l'interdiction par le *gatekeeper* de changer de service, la pré-installation par défaut d'applications sur un équipement terminal ou encore l'utilisation du référencement pour favoriser les produits ou services du *gatekeeper*.

Calendrier

31/03/2021 : Le MEDEF a envoyé ses observations sur le DSA à la Commission européenne.

05/05/2021 : Le MEDEF a envoyé ses observations sur le DMA à la Commission européenne.

01/07/2021 : Echéance pour le dépôt d'amendements auprès du Parlement européen.

08/11/2021 : Vote au Parlement européen (Commission IMCO), puis en plénière en décembre.