

question du jour

L'Europe peut-elle s'imposer face aux Gafa ?

La croix jeudi 17 décembre 2020 rubrique « DEBATS »

Meeting of the Conference of Delegation Chairs (CDC) - DAINA LE LARDIC/Parlement européen

La Commission européenne a présenté, mardi 15 décembre, son plan destiné à encadrer les géants du numérique, via deux règlements. Le « Digital Services Act » vise notamment à lutter contre la prolifération des contenus haineux et la désinformation en fixant des obligations de modération des contenus. Le deuxième texte (« Digital Markets Act ») imposera des contraintes spécifiques aux Gafa, dont la toute-puissance menace le libre jeu de la concurrence.

Nous n'avons pas le choix

Stéphanie Yon-Courtin

Députée européenne, membre du groupe Renew Europe (RE) et vice-présidente de la commission des affaires économiques et monétaires (Photo : Daina Le Lardic/Parlement européen)

La question n'est pas de savoir si l'Europe peut s'imposer face aux Gafa, elle doit le faire. Nous n'avons pas le choix. Pour cela, les propositions de législation sur les services numériques (DSA) et sur les marchés numériques (DMA) dévoilées par la Commission européenne sont un bon point de départ. Ces textes étaient attendus et nécessaires.

Avec le DMA, la Commission veut imposer une série d'obligations et d'interdictions aux plateformes considérées, à partir de critères tels que la taille du service, comme des « contrôleurs d'accès ». C'est utile car les procédures qui découlent du droit de la concurrence actuel ont montré leurs limites : elles sont très longues et les sanctions ne sont souvent pas dissuasives. Quand on voit que les milliards d'euros d'amendes contre Google n'empêchent pas l'entreprise de violer les règles en place, on se dit qu'il faut intervenir avant que le mal ne soit fait. La logique, aujourd'hui, c'est de prévenir plutôt que guérir.

Cette nouvelle législation va faire réfléchir les Gafa. Elle peut entraîner un changement de paradigme. Le DMA rappelle en effet que, dans l'économie numérique comme dans l'économie réelle, les acteurs privés ne peuvent pas définir leurs propres règles. Je vois la situation actuelle comme un match de foot dont les règles du jeu doivent être rétablies : on ne peut pas permettre à une équipe d'être à la fois joueuse et arbitre. Or Amazon ou Google sont dans cette position-là. L'Europe ne veut pas sanctionner le succès ou l'innovation. Les grandes plateformes ont le mérite d'avoir su grandir, devenir dominantes sur les marchés – ce qui n'est pas condamnable en soi. Avec le Covid-19, on a bien vu combien elles sont utiles. L'Europe doit donc réussir à contrer les comportements qui empêchent les petites entreprises de devenir grandes.

Pour cela, il faudra être efficace. Faire des propositions, c'est bien, mais il faut avoir les moyens nécessaires à leur mise en œuvre. Pour faire en sorte que ces nouvelles dispositions ne restent pas des coquilles vides, la Commission devra se muscler. En face, le pouvoir et les ressources des Gafa sont énormes – avec une horde d'ingénieurs, d'économistes comportementalistes et autres chercheurs qui tenteront de faire plier l'UE. À elle de parvenir à se faire entendre. Quant aux sanctions prévues par la Commission pour un « contrôleur d'accès » ne respectant pas la liste noire des comportements prohibés (10 % maximum de son chiffre d'affaires annuel mondial total et des astreintes), j'espère qu'elles seront suffisantes. L'UE ne doit pas, en parallèle, faire l'économie de la réforme de son droit de la concurrence. Les deux modes d'action – en amont, avec la liste des comportements interdits par le DMA, et en aval, avec le droit de la concurrence actuel – seront nécessaires pour faire le poids.

Recueilli par Céline Schoen (à Bruxelles)

Il faudra être attentif à l'efficacité du nouvel arsenal législatif

Léonidas Kalogeropoulos

Délégué général de l'OIP (Open Internet Project), qui fédère des entreprises du numérique luttant contre les abus de position dominante (Source : Léonidas Kalogeropoulos)

Je ne doute pas de la bonne volonté de la Commission européenne, mais je suis d'un pessimisme constructif. Rappelons que le premier projet d'encadrement des droits voisins, pour les éditeurs sur Internet, date de 2016. Plus d'un an après son adoption en avril 2019, il y a encore des discussions tendues sur la manière dont il va être mis en œuvre en France, premier pays à être passé à l'acte. Entre l'annonce et l'effectivité des mesures, il y a un temps infiniment long. Or, le temps est l'ami des monopoles et l'ennemi des concurrents alternatifs. Le « Digital Markets Act » identifie assez bien les embûches d'accès au marché. Les intentions sont louables, mais le passage à l'acte est toujours fastidieux à l'échelle de la Commission européenne. Un des premiers cas de sanction contre Google – le dossier Shopping – a démarré en 2009. Plus de dix ans après, Google conteste en appel l'amende qu'il a reçue et les remèdes infligés par la Commission ne sont toujours pas appliqués. Les Gafa maîtrisent le temps en envoyant auprès de la Commission, en cas de litige, des armadas d'avocats et des milliers de pages de documents à analyser.

Il existe des abus de position dominante que le « Digital Services Act » ne pourra pas contrer en l'état, comme le marché de la publicité digitale, où Google et Facebook captent plus de 85 % de la valeur qui y est créée. Or, en France, les éditeurs de presse représentent 25 % de l'audience sur le Net. S'ils touchaient 25 % des revenus liés à la publicité digitale, ils recevraient un milliard d'euros en plus, vital pour un très grand nombre d'entreprises, actuellement spoliées. Par ailleurs, certaines mesures peuvent parfois tourner à l'avantage de ceux qu'elles visaient initialement. Par exemple, avec la protection contre les cookies, on constate désormais que Google est le seul acteur assez omniprésent pour collecter les données des citoyens tout en se passant de cookies, alors que les plus petits acteurs, comme les éditeurs, qui auraient besoin de cookies pour faire de la publicité ciblée, en sont privés. Des règles louables dans leur principe peuvent avoir des effets pervers dans un monde numérique en perpétuel mouvement.

La Commission européenne dispose déjà d'outils pour sanctionner les Gafa, notamment les mesures conservatoires. La commissaire à la concurrence, Margrethe Vestager, a récemment innové en y recourant contre Broadcom, alors que d'habitude, notamment parce qu'il faut prouver qu'une pratique anti-concurrentielle cause des dégâts « irréparables » à l'économie, la Commission ne s'y risque pas. Renforcer la rigueur des textes existants et les rendre applicables serait donc déjà un premier pas. J'espère que nous sortons de la naïveté et que nous serons attentifs à l'efficacité du nouvel arsenal législatif.

Recueilli par Romain Subtil