

La construction du Marché Unique Numérique

La fin du mandat de la Commission présidée par Jean-Claude Juncker impose un retour sur l'un de ses principaux chantiers : le Marché Unique Numérique.

Cette initiative avait pour objectif d'adapter le cadre législatif en place **aux nouveaux usages et aux nouveaux enjeux du numérique**. En effet, l'obsolescence des textes applicables, la plupart élaborés aux premiers temps de l'internet, et leur inadéquation au marché numérique moderne a conduit à l'installation d'inégalités réglementaires et concurrentielles entre les nouveaux acteurs du marché et les acteurs traditionnels.

Les travaux européens ont ainsi œuvré à étendre la responsabilité des acteurs numériques, notamment les grandes plateformes, en **éloignant leur statut de celui d'intermédiaire technique**, responsable uniquement a posteriori, sur notification, et en **le rapprochant de celui d'éditeur**, responsable a priori des contenus présents sur son service. Plusieurs textes ont par ailleurs exploré différents moyens d'**inclure les nouveaux acteurs dans les mécanismes existants de financement et de valorisation de la création européenne**, et même posé plusieurs pierres à l'édifice d'une fiscalité spécifique au numérique.

Le marché unique numérique visait également à favoriser la circulation des contenus et des données à l'intérieur de l'Union européenne, et à donner aux internautes des moyens modernes pour garantir le respect de leurs droits dans l'univers numérique.

Andrus Ansip,
Vice-Président de la Commission
Européenne, chargé du Marché
Unique Numérique



Ministre des Affaires économiques en Estonie et chef du Parti de la Réforme dès 2004, il devient Premier Ministre en 2005. Après près de 9 ans au pouvoir, Andrus Ansip donne sa démission en mars 2014. Il exerce comme député européen du 1^{er} juillet au 1^{er} novembre 2014 au sein du parti ADLE, avant d'être nommé Commissaire européen.

Plusieurs des textes déposés par la Commission européenne, sous couvert de favoriser l'accessibilité des contenus et services audiovisuels, ont été vus par les ayant droits comme des atteintes plus ou moins directes au principe de **territorialité des droits**. En effet, les premières versions de la directive « Câble / Satellite 2 » et du règlement « Blocage géographique » semblaient remettre en cause le principe selon lequel des licences sont accordées pour l'exploitation d'un contenu sur le territoire d'un Etat donné, système sur lequel tout le financement de la création européenne repose. Ces textes ont ensuite été revus de façon à limiter ce risque. Toutefois, l'adoption du règlement « Portabilité », qui prévoit que les licences concédées pour l'exploitation d'un contenu sur un territoire couvrent également les accès « temporaires » à ces contenus dans d'autres Etats membres, montre bien que le principe de territorialité n'est plus absolu. Il peut être limité pour favoriser la circulation des contenus et le dynamisme du marché culturel européen.

Par ailleurs, les règles relatives à la publicité, principale source de financement sur le numérique, ont également été revues, s'agissant de la communication en ligne comme de la publicité à la télévision.

Jean-Claude Juncker
Président de la Commission
européenne

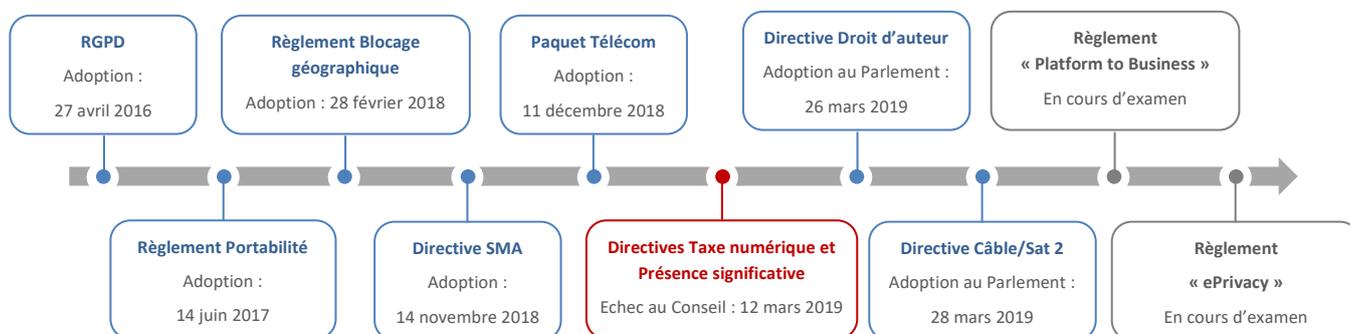


Secrétaire parlementaire du Parti populaire chrétien-social du Luxembourg en 1979, il en est élu Président en 1990. En 1982, il devient secrétaire d'Etat au Travail et à la Sécurité sociale. Elu député au Parlement luxembourgeois en 1984, il est ensuite nommé ministre délégué au Budget et ministre du Travail, ministre des Finances dès 1989, et finalement Premier ministre en 1995. Gouverneur de la Banque mondiale de 1989 à 1995, Jean-Claude Juncker assume ensuite la responsabilité de gouverneur du Fonds monétaire international (FMI) et de gouverneur de la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD). En 2014, il dirige le PPE aux élections européennes, et est désigné Président de la Commission européenne.

NPA Conseil propose une étude qui reprendra chacun des textes européens proposés par la Commission et adoptés par les institutions européennes impactant les secteurs de l'audiovisuel et des médias numériques.

Au besoin, l'étude reviendra sur les versions intermédiaires de certains textes, pour mettre en exergue la façon dont le législateur européen a pu être sensible aux difficultés ou à l'argumentaire de différents acteurs du secteur et comment les intérêts en présence ont été mis en balance. Cela permettra d'anticiper la teneur des débats pour la transposition des textes ou pour leur révision, le cas échéant.

Calendrier d'examen des textes couverts par l'étude



La compréhension de la teneur et des enjeux des textes européens adoptés dans le cadre du marché unique numérique est d'autant plus importante qu'une partie non négligeable d'entre eux devra faire l'objet d'une transposition en droit national avant d'entrer en application. Certains pourront notamment être transposés dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel, annoncée par le Gouvernement pour fin 2019 – début 2020.

Pour d'autres, la transposition a déjà été entamée ; on pense notamment au droit voisin des éditeurs de presse, adopté dans le cadre de la directive Droit d'auteur, qui est en cours de transposition via une proposition de loi actuellement en examen. S'agissant enfin des Règlements européens – qui ne nécessitent pas de transposition – l'étude en rappellera la liste, le champ, et les dates d'entrée en application.

L'étude s'attachera à analyser les différents textes sous l'angle de thématiques transverses : la territorialité des droits, l'accessibilité des contenus, la responsabilité des acteurs quant aux contenus qu'ils proposent, le financement de la création, la mise en avant de contenus européens, la fiscalité et la publicité.

L'étude suivra le plan suivant :

- II) Favoriser la circulation des contenus
 - a. La préservation du principe de territorialité des droits
 - b. Le développement de l'accessibilité des contenus culturels
 - II) Rétablir l'égalité entre acteurs historiques et nouveaux acteurs
 - a. Des exigences renforcées quant à la maîtrise des contenus proposés en ligne
 - b. L'intégration progressive des nouveaux acteurs dans le système européen de financement de la création
 - c. L'objectif d'une justice fiscale du numérique
- Focus : La régulation de la publicité dans le marché unique numérique
- a. Publicité en ligne : la régulation vise la donnée
 - b. Publicité télévisée : l'opportunité ratée d'un second souffle

Livraison de l'étude : mai 2019

Prix : 2900 € HT

Contact : NPA Conseil – Aude Boisseranc – aboisseranc@npaconseil.com – 01 74 71 43 84

Une étude NPA Conseil réalisée par le Pôle Juridique et Affaires Publiques