

CONSULTATION EN PREPARATION DU PLAN FRANCE NUMERIQUE 2020

Réponses de l'ACSEL

Lieu d'échange et de propositions, l'ACSEL regroupe des entreprises et des organismes qui ont pour ambition de réfléchir collectivement à l'impact des technologies émergentes sur les évolutions des usages, des comportements et des modèles économiques dans leur globalité, aussi bien en ligne que dans le monde physique.

L'Association œuvre pour le *renforcement de la confiance dans l'économie numérique* en réunissant des acteurs représentatifs de divers secteurs d'activités : prestataires techniques, commerçants (classiques et en ligne), éditeurs de contenus et fournisseurs de services, opérateurs de télécommunications, banques, acteurs du marketing, juristes, conseils, etc.

C'est un cercle de réflexion et de propositions porté par une vision prospective à moyen terme.

De grands chantiers sont au menu des actions de l'ACSEL sur des sujets clés comme la **diffusion des bonnes pratiques** au sein de l'écosystème de l'économie numérique, la mise en place de la gestion des identités numériques dans le cadre du programme **Vie numérique responsable**, l'accompagnement du **e-commerce dans sa dimension internationale**, la clarification des **offres de solutions de paiement**, les enjeux de la **mobilité**....

A ce titre, l'ACSEL a toute légitimité pour apporter une contribution constructive à la réflexion engagée par les pouvoirs publics en vue d'établir un plan de développement du numérique en France à horizon 2020.

1. PERMETTRE A TOUS LES FRANÇAIS D'ACCEDER AUX RESEAUX NUMERIQUES

1.1. **Déploiement des réseaux de haut et très haut débit -**

- Au-delà des initiatives en cours, comment envisagez-vous le déploiement du très haut débit à horizon 2020 ? Quelle combinaison de technologies (fibre optique, montée en débit, satellite, etc..) permettrait de répondre au mieux au besoin d'un haut débit de qualité sur l'intégralité du territoire ?

Le déploiement du très haut débit à horizon 2020 nécessite l'équipement en fibre optique à une large échelle et la généralisation du wi-fi tant dans les foyers, sur le lieu de travail que dans l'espace public ; ceci aura pour effet une plus forte pénétration des services domotiques, des services vidéo avec un confort d'utilisation supérieur (notamment pour l'accès à partir d'un terminal mobile) ainsi que le recours au *cloud computing*

Le très haut débit (THD) favorisera le développement économique en encourageant les entreprises, et particulièrement les PME, à innover en faisant progresser leurs offres de produits et services, leurs modes de production et leur organisation.

L'ACSEL a déjà défendu ces positions à diverses reprises : auprès du Sénateur Maurey pour son rapport au Premier ministre sur le financement des infrastructures à très haut débit ; à la Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services (DGCIS) pour son rapport à l'Assemblée nationale sur la neutralité du Net ; auprès de l'ARCEP et de la députée Laure de la Raudière dans le cadre de leurs travaux sur la neutralité d'Internet.

2.4. Contenus 3D

· Comment envisagez-vous le développement (production et consommation) des contenus 3D au cours de la prochaine décennie ?

Les contenus 3D ont envahi l'industrie du jeu vidéo. Ils investissent de plus en plus les salles de cinéma. Ils s'imposent au grand public comme un standard de production et de diffusion de contenus. Encore confidentiels sur Internet, car plus coûteux à produire, on les voit néanmoins progressivement se développer : showroom, simulation, « *serious game* », univers immersif....

La 3D est un langage universel et ses contenus constituent un véritable levier d'efficacité du fait de la richesse informationnelle et de la puissance interactive que permet la mise en situation « réelle » (simulation, par exemple).

Mais les contenus 3D ne se développeront réellement que si plusieurs conditions sont réunies : des *plug in* plus largement diffusés dans les navigateurs pour permettre une navigation 3D en temps réel, la démocratisation des systèmes de production 3D et la formation de nouvelles compétences tant techniques que scénaristiques. La France compte quelques leaders et dispose d'atouts dans ce secteur porteur, qui va inexorablement se développer.

⇒ Propositions de l'ACSEL

L'ACSEL propose de travailler avec les autorités compétentes pour **identifier et mettre en relation tous les acteurs économiques** qui développent tout ou partie de leur activité sur **la production et la distribution de contenus 3D**.

3. DIVERSIFIER LES USAGES ET LES SERVICES NUMERIQUES

Le e-commerce

Les enjeux du e-commerce

- Une croissance qui passe par l'élargissement de la zone de chalandise et notamment l'Europe ;
- Un nouveau mode de distribution qu'il faut accompagner dans sa transformation.

Les évolutions actuelles du e-commerce mettent en évidence l'Europe comme zone de chalandise naturelle. C'est un moteur de croissance pour les *pure players* – e-marchands ou éditeurs de contenu – et cela correspond aux marchés des nouveaux acteurs que sont les marques et les distributeurs, souvent déjà largement implantés localement dans les pays de l'Union.

Toute fragmentation excessive des règles du marché unique constitue un élément de complexité pour les acteurs, que ce soit pour pratiquer des transactions transfrontières ou/et pour mettre en place une stratégie européenne de distribution *cross canal* dans tous les pays de l'Union.

⇒ Propositions de l'ACSEL

1. Renforcer la confiance dans le marché européen du e-commerce.

La confiance des consommateurs dans l'achat à distance constitue le socle de tout acte de commerce dans un marché unique composé de diversités, tant linguistique que culturelle ou commerciale.

⇒ L'ACSEL propose de travailler avec le ministère chargé de l'Economie numérique pour **élaborer un «signe de reconnaissance européen» pour les sites français de e-commerce qui déploient leur activité en Europe**.

2 .Construire l'Europe de la logistique.

Nous avons su construire l'Europe des télécommunications ; il est urgent de construire sur le même modèle l'Europe de la logistique. La construction d'un espace logistique européen nécessite d'organiser les relations entre les acteurs qui participent à ces échanges afin de créer un espace cohérent et compétitif. La position géographique de la France et la dynamique des acteurs du transport placent notre pays dans une situation privilégiée au cœur de cet espace logistique européen.

⇒ **L'ACSEL sollicite la représentation française au sein de l'Union européenne afin que ce chantier soit inscrit au titre des priorités pour le développement du marché européen du e-commerce.**

3. Elaborer un cadre fiscal numérique européen

L'ACSEL souhaite que l'Etat apporte son soutien à toute initiative qui viserait à faciliter l'harmonisation des règles communes du marché européen et principalement ce qui touche à la fiscalité. L'ACSEL souhaite que soit favorisée la mise en place d'un **cadre fiscal numérique européen**. En effet, les difficultés les plus prégnantes rencontrées par les acteurs dans leur expansion européenne relèvent de la fiscalité : imposition des sociétés et complexité des règles de la TVA.

⇒ L'ACSEL propose la création d'un **guichet unique de collecte de la TVA**, qui serait un élément de simplification des démarches utile.

A défaut de pouvoir construire rapidement un cadre européen de référence en matière de fiscalité numérique, nous proposons **d'aligner le taux de TVA français** des services en ligne **sur les pays européens les mieux-disant** fiscalement afin de favoriser le développement des activités de sociétés de commerce électronique (françaises ou étrangères) ayant leur siège social en France.

A ce jour, cette TVA est payable (selon une règle valable jusqu'en 2018) là où se trouve le siège social de l'entreprise, ce qui induit des taux plus favorables dans les pays européens mieux-disant fiscalement que la France.

Cette situation constitue une distorsion de concurrence préjudiciable au développement des activités des entreprises de commerce électronique ayant leur siège social en France.

Le paiement

La multiplication de « nouvelles offres de paiement » entraîne une réelle confusion dans la perception que les utilisateurs ont des moyens de paiement, que ce soient les consommateurs ou les marchands, et ce, tant sur Internet que dans le monde physique.

Force est de constater que nous ne sommes qu'au début de la révolution des paiements : monnaie électronique, cartes prépayées, paiement mobile NFC, paiement mobile à distance pour un achat en magasin, programmes de paiement émis par des enseignes, *co-branding*, SEPA, ...

Le paiement par mobile, qui fait l'objet d'une grande créativité, est encore très disparate en termes de solutions. En particulier les nombreux faux départs du paiement mobile NFC depuis près de six ans ont lassé nombre d'interlocuteurs et rendent difficile l'accompagnement du changement vers ces nouveaux usages.

Le développement de boutiques de contenu (de type Apple Store) auquel on assiste entraîne la multiplication des paiements de petits montants à une large échelle (mondiale), qui a un effet tant sur le modèle économique des acteurs que sur les modalités de création et de circulation monétaire. Commerçants, consommateurs, intégrateurs, établissements de paiement, opérateurs télécoms, banques sont tous concernés par ces évolutions.

Les nouvelles directives (DSP, DME2,..) en œuvre ou en cours de finalisation sont censées amener plus de clarté dans l'environnement juridique, mais au regard des questions sans cesse plus nombreuses de nos membres, il est évident que cet environnement manque de visibilité et de clarté.

Malgré une volonté d'harmonisation européenne, les règles du jeu restent très différentes d'un pays de l'UE à l'autre, ce qui conduit à de réelles distorsions de concurrence. Pour cette raison, nombre d'acteurs français songent d'ailleurs à installer leurs activités dans d'autres pays de l'UE.

Enfin la France se doit de se donner les moyens de rester un des pays leaders dans le domaine des paiements, comme l'historique de la carte à puce et plus spécifiquement de la carte bancaire a pu le montrer par le passé.

⇒ Proposition de l'ACSEL

L'ACSEL s'emploie régulièrement depuis plusieurs années à essayer de faire avancer le débat de fond sur ces sujets et à éclairer les acteurs concernés sur les nombreuses évolutions en cours dans l'univers des paiements

Il nous semble important que l'ensemble des acteurs économiques -, législateur, Etat et autorités de régulation inclus -, s'emploient à :

- Mettre en place un cadre réglementaire
 - adapté et clair, tant pour les marchands que pour les consommateurs ;
 - à même d'assurer la nécessaire sécurité des paiements à laquelle les Français sont particulièrement habitués et qui est un axe majeur de la confiance des Français dans l'économie numérique ;
 - garantissant d'égales chances d'accès à ces nouveaux marchés aux acteurs historiques et aux nouveaux entrants ;
 - permettant aux acteurs français du paiement de pouvoir réaliser leurs opérations sur le territoire national dans des conditions comparables aux autres acteurs de l'Union européenne.
- Informer les consommateurs sur l'évolution de leurs droits et de leurs devoirs concernant les moyens de paiement qu'ils utilisent afin que chacun détermine ses usages en connaissance de cause.
- Maintenir un niveau de confiance élevé dans le système de paiements en général, par exemple en créant :
 - une autorité transverse de type « médiateur des paiements » à même d'être un ultime recours pour les consommateurs comme cela existe dans les télécoms
 - un ou plusieurs labels à même de faciliter le choix des consommateurs et/ou des marchands dans les solutions utilisées,
- Participer financièrement au développement de l'ensemble de l'écosystème des paiements et pas uniquement du paiement mobile sans contact NFC ; celui-ci récolte en effet la manne de nombreux financements depuis de nombreuses années, malgré un développement plus incertain que ce qui est souvent avancé, et ce au détriment d'autres types d'offres de paiement tout aussi intéressants et majeurs : monnaie électronique, virements de proximité, micro paiement, cartes alternatives, ...

3.14. Confiance numérique

L'Acsel juge la problématique des identités numériques – élément clé de la dématérialisation des procédures – essentielle pour le développement de la société numérique

(citoyen/utilisateur, commerçants et fournisseurs de services, entreprises, administrations et collectivités).

Cette problématique se décompose principalement en deux éléments complémentaires :

- *L'authentification* : elle est garante de l'identité de la personne. Il existe différents niveaux d'authentification – du simple login/mot de passe à la signature électronique avancée – car les degrés de responsabilité et les besoins sont différents selon les services : accéder à un espace client en ligne ou effectuer un virement bancaire n'exigent pas les mêmes niveaux de sécurité.

L'Acsel pense qu'un premier niveau d'interopérabilité entre ces diverses solutions d'authentification est essentiel. A ce titre, le label « IDéNum » envoie un signal positif vers l'adoption de standards communs.

- La gestion des *attributs d'identité* : la dématérialisation des services requiert que l'utilisateur soit en mesure de fournir les éléments constitutifs de son identité numérique comme par exemple l'âge, l'adresse, le numéro de téléphone.

Ces différents attributs sont fournis par des « fournisseurs d'identité » dont le nombre va être croissant. Une mise en œuvre opérationnelle de solutions adaptées nécessitera à ce niveau également une interopérabilité entre les fournisseurs d'identité et l'adoption de référentiels communs. Elle offrira un accès simple pour l'utilisateur qui doit garder le contrôle de ses données personnelles.

La gestion des identités n'est plus un rêve lointain puisque les standards internationaux se stabilisent et commencent à être mis en œuvre dans certains pays avec des modalités différentes : Etats-Unis ou Royaume-Uni pour l'accès aux services publics, Suisse avec le service d'Identity Provider associé aux certificats SuisseID.

En France, il apparaît opportun de combiner une approche telle que « IDéNum » à une gestion des attributs d'identité adaptés aux besoins des utilisateurs, afin de mutualiser l'organisation et les investissements.

La gestion des identités recouvre d'importants enjeux au niveau industriel pour la France, car elle implique des compétences dans différents domaines : développement et exploitation d'infrastructures sécurisées, industrie de la carte à puce, des lecteurs, applications web y compris mobiles, etc.

⇒ Proposition de l'ACSEL

L'ACSEL considère que l'Etat devrait soutenir le principe de la création d'un système de confiance interopérable, qui serait largement structurant pour les acteurs à la fois publics et privés, et s'appliquerait à la fois aux mécanismes d'authentification et de gestion des identités. La constitution d'un tel environnement de confiance nécessite des investissements de départ qui pourraient donner un signal fort et fédérateur pour l'ensemble des acteurs concernés. L'ACSEL préconise un soutien via les fonds d'investissement d'avenir.

Rendre à l'utilisateur la maîtrise de ses usages : pour un programme « Vie numérique responsable »

En dépit des nombreux bénéfices des usages du numérique, l'élargissement de nos vies numériques engendrera sans aucun doute un renforcement de la suspicion numérique.

Un rapport asymétrique s'est établi entre des fournisseurs de toute nature qui apportent des facilités d'usage au prix d'une liberté toujours plus restreinte des utilisateurs à en disposer en toute connaissance de cause (cf. les réseaux sociaux et leurs nombreux paramètres de profil utilisateur.) L'étude barométrique publiée en coopération par l'Acsel et la Caisse des Dépôts montre que la nouveauté et la valeur d'usage l'emportent sur les risques perçus par l'utilisateur, même si celui-ci est bien conscient des risques.

En complément d'un « droit à l'oubli », il faut donc réfléchir à un « droit à gérer sa vie numérique ». Au-delà du besoin de protéger ses données personnelles, il y a un enjeu sociétal à permettre aux utilisateurs d'en disposer à leur guise au moment choisi et pour favoriser une consommation en confiance.

⇒ Proposition de l'ACSEL

L'ACSEL propose que soit mis en œuvre, en partenariat étroit avec les industriels, les fournisseurs de services, les associations de consommateurs et les pouvoirs publics, un programme intitulé "Vie Numérique Responsable" qui s'articulerait autour de trois axes principaux :

- Pédagogie : sensibilisation du public et formation à la vie numérique (vidéos pratiques, fiches experts, campagnes d'information, etc.)
- Innovation : montage de programmes et de projets innovants (en partenariat avec les pôles de compétitivité) permettant aux utilisateurs d'avoir une vie numérique responsable en connaissance de cause.
- Cadre réglementaire : favoriser la convergence et/ou compléter les dispositifs réglementaires et juridiques français et européens.

Ces axes rejoignent en les approfondissant les conclusions du rapport du Conseil National de la Consommation relatives aux conditions de protection des données personnelles.

L'enjeu de ce programme serait de contribuer à regrouper les énergies, les pratiques et les expériences et d'éclairer les choix d'avenir.

Ce programme, doté de soutiens financiers et humains *ad hoc*, renforcerait l'appropriation des usages du numérique par les différents publics. Les soutiens financiers pourraient être, à parité, abondés par les acteurs concernés et les pouvoirs publics.

3.15. Usages des TIC en entreprise

• Quelles actions complémentaires permettraient d'inclure toutes les entreprises, en particulier les TPE, dans le numérique ?

Nombre de TPE se tiennent encore à l'écart de l'économie numérique car elles n'intègrent pas le numérique ni dans leur gestion ni dans leurs modes de relations avec clients et fournisseurs ; elles utilisent les services en ligne mais en sont rarement acteurs ; à l'opposé, d'autres TPE, très dynamiques et souvent de création récente, fondent leur modèle économique et leur croissance sur l'intégration du numérique à tous les stades de leur activité.

Il faut absolument passer à la généralisation du tout numérique dans la relation avec les administrations ainsi qu'avec les partenaires commerciaux (fournisseurs, clients) – ce qui constituera, de fait, le cadre s'imposant à toutes les entreprises et les amènera à s'appuyer sur le numérique pour communiquer sur leurs activités et à s'inscrire dans une démarche résolument « numérique ».

4. RENOVER LA GOUVERNANCE ET L'ECOSYSTEME DE NOTRE ECONOMIE NUMERIQUE

4.1. Ecosystème favorable au développement des entreprises du numérique

• Quels sont les principaux obstacles que les entreprises du numérique et en particulier les start-up rencontrent aujourd'hui dans leur développement ? Comment rapprocher davantage la recherche et la création d'entreprise ? Comment attirer les meilleurs talents étrangers du numérique ?

L'IFOP a réalisé pour l'ACSEL une enquête auprès d'un panel composé de prestataires de services (47 %), d'industriels (16 %) et d'acteurs proposant des contenus ou des services numériques (38 %) sur les besoins de financement des entreprises du numérique.

Selon les résultats de cette enquête publiée en mars 2011, 38 % des entreprises de l'économie numérique recherchent des financements pour se développer mais elles sont 81 % à rencontrer des difficultés dans leur recherche de fonds.

Pour autant le secteur bénéficie d'une forte croissance : 88 % des entreprises interrogées ont constaté une hausse de leur chiffre d'affaires (d'octobre à mars 2010) et 90 % une augmentation de leur portefeuille clients, une situation particulièrement favorable qui a permis à 87 % de ces entreprises de procéder à de nouvelles embauches.

Le dynamisme de ce domaine d'activité étant freiné par la frilosité des investisseurs, il importe que des efforts soient consentis par le secteur financier et que des mesures incitatives soient déployées par les pouvoirs publics afin de rendre plus facilement accessibles les sources de financement nécessaires au développement des entreprises de l'économie numérique en France.

4.5. Cyber sécurité

- Comment voyez-vous le développement des menaces en matière de cyber sécurité et de cyber criminalité d'ici à 2020 ?

Lutte contre la cybercriminalité

La confiance est un élément majeur qui favorise le développement de l'économie numérique. De gros progrès ont été accomplis, notamment en direction de la protection des consommateurs : en matière de fraude, les porteurs de carte bancaire sont désormais protégés. Le dernier Baromètre de la *Confiance des Français dans le numérique* ACSEL/Caisse des Dépôts atteste d'une croissance globale de la confiance des Français dans leur pratique quotidienne des services de l'économie numérique.

Mais la fraude ne cesse de croître et de peser sur les acteurs économiques qui en supportent la charge.

Face à la fraude et aux pratiques déloyales qui impactent de plus en plus les modèles économiques, les acteurs sont le plus souvent isolés.

Si de grands groupes ou entités ont déployé des moyens de lutte, ils échangent peu d'informations entre eux et cette lutte reste une pratique trop faiblement partagée, donc peu efficace.

Lorsqu'un acteur arrive à contrer les cyber-délinquants, ceux-ci s'attaquent alors à une nouvelle cible moins protégée. Les solutions techniques ne peuvent à elles seules suffire pour contrer le problème dont l'importance grandit.

Enfin, le délai de réactivité pour lutter contre un acte délictueux est dégradé par un circuit de communication complexe entre les différentes parties prenantes qu'il conviendrait d'améliorer et de faciliter.

⇒ Proposition de l'ACSEL

L'ACSEL propose de **rapprocher l'ensemble des acteurs concernés** afin de **favoriser l'échange de bonnes pratiques**, ce que lui permet son positionnement transversal. **Seront ainsi associés l'Etat et les instances de régulation, de répression et de lutte contre la fraude à cette initiative.**