

CONTRIBUTION DE LA FEVAD A LA CONSULTATION

« FRANCE NUMERIQUE 2020 »

A titre liminaire, la Fevad souhaite saluer cette initiative qui s'inscrit dans le prolongement du plan France Numérique 2012 et atteste de la continuité et de la cohérence de l'action gouvernementale en matière de politique numérique. Cette démarche devrait permettre à la fois de tirer un bilan des actions menées depuis 2008, et de tracer les grandes lignes de l'action publique destinées à préparer la France aux enjeux numériques de demain.

Le numérique est devenu un secteur essentiel à la santé de l'économie. Comme le rappelle l'introduction à la consultation *« l'économie numérique représente un des secteurs les plus dynamique de l'économie mondiale, son taux de croissance dans les pays développés est le double de celui de l'ensemble de l'économie. »*.

Selon le Cabinet Mc Kinsey *« Internet a apporté à l'économie française un quart de sa croissance et a créé 700 000 emplois nets en 15 ans. D'ici 2015, Internet va conduire à la création de 450 000 emplois nets supplémentaires.[...] C'est en mettant en place une politique de filière adaptée que la France pourra tirer le meilleur parti du développement d'Internet sur son territoire, avec des effets bénéfiques pour son économie, pour ses entreprises et ses citoyens »*.

Dès lors, une politique ambitieuse en matière de numérique apparaît comme le meilleur moyen de préparer l'avenir économique de la France.

La Fevad (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) regroupe plus de 550 entreprises et plus de 800 sites internet parmi lesquels les 15 sites de e-commerce français les plus visités (Source : Médiamétrie//NetRatings). Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique en France. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'accompagner le développement du commerce électronique en France.

La Fevad souhaite par la présente apporter sa contribution sur un certain nombre de thèmes abordés dans la consultation.

I. NEUTRALITE DES RESEAUX

Comment percevez-vous l'état des risques et sous quelle forme un encadrement en matière de neutralité des réseaux vous semblerait nécessaire ? Quelles actions complémentaires devraient être conduites, et à quel niveau : national, européen ou international ?

Le sujet de la neutralité des réseaux fait l'objet de nombreux travaux aussi bien en France, qu'à l'étranger. A cet égard, la Fevad souhaite souligner la qualité des travaux de la mission parlementaire confiée à Corinne Erhel et Laure de la Raudière¹, qui semblent constituer une base sérieuse de réflexion.

D'une manière générale, la Fevad est favorable au principe de la neutralité des réseaux. Ce principe a permis de favoriser le déploiement d'Internet dans les foyers, tout en garantissant un accès concurrentiel aux réseaux pour l'ensemble des fournisseurs de contenus et de services.

Selon les opérateurs, l'explosion des usages pose aujourd'hui la question du financement de nouvelles infrastructures en termes de réseaux. La Fevad considère que face à cette situation, et compte tenu des enjeux, il revient aux pouvoirs publics de veiller à la prise en compte de l'intérêt général dans l'évaluation des nouveaux besoins et d'assurer l'équité nécessaire dans les moyens de son financement.

Il appartient aux pouvoirs publics de garantir le respect de l'intérêt général dans l'accès pour tous à l'internet. Les principes techniques et juridiques encadrant la neutralité du Net doivent être discutés au plan international et harmonisés au niveau européen.

¹[Rapport d'Information déposé](#) par la Commission des Affaires Economiques sur la neutralité de l'internet et des réseaux et Présenté par Mme Corinne Erhel et Mme Laure de La Raudière 13 avril 2011.

II. E-COMMERCE

Quelles actions seraient les plus utiles pour stimuler le e-commerce au cours de la prochaine décennie ?

Le secteur du e-commerce représente une composante très dynamique de l'économie numérique.

Cela est particulièrement avéré dans le e-commerce grand public. En quelques années, la France s'est hissée dans le peloton de tête des pays Européens, même si elle reste encore loin derrière le marché britannique.

Selon les estimations de la Fevad, les ventes sur Internet devraient atteindre 37 milliards en fin d'année. Le chiffre d'affaires du e-commerce a progressé de +450% en 5 ans et a été multiplié par plus de 40 en 10 ans. Cette croissance repose en grande partie sur une très forte progression de la demande. On compte aujourd'hui plus de 30 millions de cyber-acheteurs en France. En moyenne ces derniers commandent plus d'une fois par mois pour un montant annuel d'environ 1000 €.

Face à cette progression spectaculaire de la demande, le développement de l'offre s'est accéléré ces dernières années. On estime à près de 90.000 le nombre de sites marchands actifs. La Fevad estime que le cap des 100.000 devrait être franchi en 2012.

Le développement du e-commerce a ouvert de nombreuses opportunités pour les consommateurs et les entreprises. Les entreprises peuvent désormais bénéficier d'un meilleur accès à des marchés plus vastes, y compris hors du territoire national. Les consommateurs bénéficient d'un accès à une plus grande variété de marchandises et de vendeurs, plus de commodité, des possibilités améliorées de comparer les produits et les prix, et dans certains cas, des prix plus bas.

1) Accélérer l'usage des TIC dans le commerce interentreprises

De manière globale, La France enregistre encore un retard en matière d'usage des TIC dans les entreprises et plus particulièrement en matière de commandes dématérialisées.

En effet, que ce soit en terme de proportion d'entreprises qui ont effectué des achats en ligne en 2010 (19%) ou en termes d'entreprises qui ont vendu en ligne (12%) la France se situe en dessous de la moyenne européenne (respectivement 28% et 14%)². Seuls certains secteurs, tels que l'équipement de bureau et les enseignes industrielles et spécialisées, l'informatique et le voyage d'affaires semblent avoir su tirer profit des opportunités offertes par internet.

Le commerce interentreprises constitue un relai de croissance très largement inexploité par les entreprises françaises, dans leur stratégie commerciale. Par-delà les opportunités de développement, l'achat en ligne représente aussi un enjeu de compétitivité pour les entreprises

² Source Eurostat enquête communautaire sur les TIC en 2010

françaises. Selon une étude réalisée par la Fevad³, la dématérialisation des commandes, induite par le e-commerce, est une source de productivité importante pour l'entreprise, souvent sous-estimée.

Les gains constatés peuvent atteindre suivant le type d'activité jusqu'à 30% des achats, sous la conjugaison de trois facteurs:

- la réduction des coûts de gestion,
- un meilleur respect de la politique d'achat (achats systématiques aux prix négociés),
- l'exhaustivité des offres et la facilité de comparaison impliquant des opportunités tarifaires rarement présentes sur les autres canaux.

La Fevad estime que le développement du commerce électronique constitue un véritable enjeu pour l'économie française. L'Etat devrait engager une politique volontariste en matière d'incitation des entreprises à recourir davantage aux TIC. Cette modernisation des entreprises devrait avoir pour objectif de hisser la France au niveau des pays les plus avancés en matière d'usage des TIC dans les entreprises.

Cette politique pourrait s'appuyer sur des initiatives concrètes, coordonnées par l'Etat et dont certaines pourraient être menées en partenariat avec les organisations professionnelles :

- a) **incitations fiscales** tournées à la fois sur l'équipement et la formation aux usages dans les entreprises ;
- b) accélération du processus de **dématérialisation des commandes publiques** afin de stimuler les investissements auprès des entreprises fournissant les personnes publiques ;
- c) lancement de **campagnes de communication** visant à promouvoir l'usage du numérique dans les entreprises ;
- d) **mobilisation des administrations, des régions et des organisations consulaires**, au service du développement des TIC à destination des PME-TPE (documentation, plans de formation, création de guichets uniques, ...)

2) Favoriser le développement du e-commerce grand public

Si le marché des ventes en ligne grand public a connu une évolution particulièrement dynamique ces dernières années, le potentiel de croissance reste encore fort. En effet, les ventes en ligne au Royaume-Uni en 2010 approchaient les 70 milliards d'euros contre 31 milliards en France en 2010.

Quels sont les moyens d'accompagner le développement ?

a) En garantissant l'accès à l'internet haut-débit pour tous

Il existe une corrélation directe entre le taux d'équipement des ménages et les habitudes d'achat, ce qui implique un potentiel « naturel » de croissance : 74 % des foyers français ont un accès à Internet à la maison en 2010 (Source Eurostat). Les progrès enregistrés ces dernières années, ont permis à la

³ Le commerce électronique interentreprises un enjeu majeur pour l'économie française- Etude réalisée pour la Fevad par Copilot Partners en partenariat avec le GIE Cartes Bancaires en 2006

France de rattraper une partie de son retard, au niveau européen. Le taux d'accès en France reste néanmoins inférieur par rapport à celui observé en Allemagne, au Royaume-Uni ou encore aux Pays-Bas, où l'internet couvre déjà 80% à 90% de la population.

Les plus fortes progressions enregistrées ces dernières années sur le plan de l'équipement et de l'achat sur internet ont concerné les « seniors », signe que la fracture numérique générationnelle est en voie de recul. Concernant la fracture sociale, plusieurs initiatives ont vu le jour récemment. La dernière en date, initiée par le gouvernement et les opérateurs, concerne l'instauration d'un tarif social visant à prémunir les plus démunis contre une nouvelle forme d'exclusion que constitue la privation de l'accès à internet. Cela mérite d'être encouragé et soutenu.

Toutefois elles ne permettent pas de répondre à une autre forme d'exclusion numérique : celle qui touche les personnes vivant dans des régions non connectées.

Comme le rappelle le sénateur Maurey dans son rapport du 6 juillet 2011 *« l'accès aux TIC constitue même, aujourd'hui, une condition sine qua non du développement des zones non urbaines : une entreprise ne s'y installera que si elle peut accéder au réseau à des débits convenables pour gérer son activité, une famille n'y résidera que si sa qualité de connexion est satisfaisante pour effectuer à distances des démarches administratives, réaliser des achats domestiques en ligne ou accéder aux sites d'information et de loisirs. Cela suppose que ces territoires soient correctement desservis par les infrastructures transportant les données numériques »*⁴.

A ce titre, si la Fevad soutient le déploiement du très haut débit, elle souhaite attirer l'attention des pouvoirs publics sur l'impératif de couvrir d'abord l'ensemble du territoire en haut débit. Sur le plan de l'aménagement du territoire, il n'est pas normal que des personnes n'aient pas accès aux formidables bénéfices que procure internet notamment en termes d'accès à l'information, à la connaissance, ainsi qu'au plus large choix de produits et de services à portée de clic. La couverture numérique de l'ensemble du territoire en haut débit est un chantier prioritaire pour l'avenir du secteur.

La Fevad a pris connaissance avec intérêt des orientations du Gouvernement précisées dans le cadre programme Très Haut Débit, et souhaite que les efforts d'investissement de l'Etat, notamment dans le cadre du Fonds national pour la société numérique, soient mis en œuvre le plus rapidement possible.

Si le nombre de foyers connectés a fortement progressé ces dernières années, la France est encore assez loin derrière l'Allemagne, le Royaume Uni ou les Pays-Bas.

L'accès de tous les Français au haut-débit, quel que soit leur situation sociale et leur lieu de résidence sur le territoire national, doit figurer au rang des priorités de l'action publique, tout comme le fût en son temps l'accès à l'électricité, la télévision ou le téléphone.

⁴ Rapport d'information de M. Hervé MAUREY, fait au nom de la commission de l'économie, du développement durable et de l'aménagement du territoire n° 730 (2010-2011) - 6 juillet 2011 : Aménagement numérique des territoires : passer des paroles aux actes.

b) En développant un environnement juridique, adapté et équilibré

Le e-commerce est soumis aux règles générales encadrant le commerce, auxquelles s'ajoutent des règles spécifiques aussi bien au niveau national qu'europpéen.

Il s'agit des règles relatives à la vente à distance et à la protection des consommateurs⁵, qui viennent d'être récemment modifiées au niveau européen⁶, des règles relatives au commerce électronique⁷, et enfin des dispositions relatives aux données personnelles et aux communications électroniques⁸. L'encadrement réglementaire est donc conséquent et particulièrement protecteur des internautes.

L'existence d'un cadre juridique protecteur contribue à établir la confiance nécessaire au développement du commerce en ligne. Ce cadre doit être clair et transparent. Il doit reposer sur le juste équilibre entre les impératifs de protection des consommateurs et la réalité économique du secteur. Il doit également offrir une certaine stabilité, sous peine d'être facteur d'insécurité juridique.

L'Etat doit notamment se garder de tomber dans la surenchère législative, à savoir l'instauration d'une nouvelle loi chaque fois qu'un problème est constaté. Cette approche donne lieu à une inflation réglementaire peu efficace. Dans certains cas, on observe que les textes existants permettent déjà d'appréhender le problème en cause. L'Etat devrait donc se concentrer en priorité sur l'effectivité des textes, par le biais des contrôles et par un effort d'information et de sensibilisation des acteurs.

L'Etat dispose à travers la DGCCRF et des services de police des moyens de contrôle et de répression efficaces. Le Bilan du Centre de Surveillance du commerce électronique (CSE) démontre une action soutenue en la matière : 8400 sites contrôlés en 2010.

⁵ Directive 97/7/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance.

Ordonnance n°2001-741 du 23 août 2001 portant transposition de directives communautaires et adaptation au droit communautaire en matière de droit de la consommation.

Loi n°2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs.

Loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie.

⁶ Directive relative aux droits des consommateurs adoptée le 23 juin 2011 par le Parlement européen

⁷ Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur («directive sur le commerce électronique»).

Loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

⁸ Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données.

Loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (« directive vie privée et communications électroniques »).

Loi n°2004-801 du 6 août 2004 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel et modifiant la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

Directive 2009/136/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009

C'est notamment le résultat de ces contrôles qui permet au CSE de déclarer que « *Plus de 85 % des manquements observés en France sont de nature contraventionnelle. Il s'agit d'infractions que l'on peut qualifier de mineures qui sont aussitôt corrigées par les professionnels par le recours à de simples injonctions.* »⁹

C'est ainsi qu'il apparaît essentiel de mieux informer et de sensibiliser les entreprises sur la réglementation et plus spécifiquement les petites structures telles que les TPE et PME qui se lancent dans le e-commerce.

En tant qu'organisme professionnel, la Fevad, associée à d'autres, est engagée dans cette démarche, à la fois au travers de l'élaboration de codes de déontologie et de guides de bonnes pratiques, mais aussi par une information constante et renouvelée de ses membres. Ces actions doivent être encouragées et soutenues par les pouvoirs publics et les autorités européennes.

L'effort de sensibilisation des entreprises aux enjeux de la réglementation doit être soutenu par l'État. Une mobilisation conjointe des administrations et de l'ensemble des organisations professionnelles est nécessaire. L'effort doit porter notamment sur les PME-TPE dont les ressources juridiques sont plus limitées par rapport aux grands acteurs.

III. TIC ET DEVELOPPEMENT DURABLE

Comment les TIC peuvent-elles permettre de diminuer la consommation d'énergie et de ressources non renouvelables, ainsi que l'impact environnemental ?

La Fevad a réalisé une étude publiée en 2009 sur l'impact environnemental de l'achat sur internet¹⁰. Les résultats sont des plus encourageants pour le e-commerce. Ils montrent en effet que le commerce en ligne présente de sérieux atouts en termes de réduction de l'empreinte carbone liée à la consommation. Ces bénéfices environnementaux sont réels et ne se limitent pas à la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Il en ressort ainsi qu'en matière de déplacement si on tient compte des déplacements réalisés par les véhicules de livraison on constate une division par 3,55 de la pression environnementale globale (Ecopoints UBP = unité de charge écologique).

Pour un colis « standard » le modèle e-commerce permet de diviser les émissions de gaz à effet de serre par un facteur proche de 4. Selon l'étude, en moyenne, une commande passée sur internet permet d'économiser 10 km parcourus. Rapporté à un nombre identique de livraisons effectives, le modèle e-commerce permet de diviser par 4,5 la consommation de ressources non-renouvelables liée aux déplacements et de diviser par 2,97 les dommages causés aux écosystèmes. En minimisant

⁹ Bilan 2010 du Réseau de Surveillance de l'Internet (CSCE / SNE) – page 7.

¹⁰ Etude réalisée par le Cabinet d'études Estia pour la Fevad en partenariat avec collaboration avec ColiPoste et Kiala ainsi que Médiamétrie/ Netratings relative à l'impact environnemental de l'achat sur Internet et dans le commerce traditionnel

les émissions de polluants, la réduction des déplacements favorise aussi la préservation de la biodiversité.

Les travaux menés par la Fevad ont mis en évidence les bénéfices du e-commerce sur le plan de l'empreinte CO2.

Pour autant, la Fevad considère que l'e-commerce, en tant que secteur économique responsable, se doit de prendre encore en compte de manière plus large les enjeux environnementaux, et de réfléchir aux moyens de réduire son empreinte environnementale.

La Fevad travaille actuellement dans ce sens avec ses membres et espère aboutir prochainement à une Charte d'engagements et à un guide relatif au développement durable dans le e-commerce.

De telles initiatives devraient être encouragées et soutenues par les pouvoirs publics.

Comment les TIC peuvent-elles favoriser la mise en place, le suivi et le partage d'indicateurs fiables et pertinents pour le suivi des mesures contribuant au développement durable et à la croissance verte ?

Internet est un formidable vecteur d'informations qui peut être mis au service de l'effort pédagogique de sensibilisation de la population au développement durable. En matière de commerce en ligne certains sites ont mis en place des solutions techniques innovantes permettant la diffusion d'informations environnementales destinées à orienter et responsabiliser les consommateurs dans leurs achats.

Les pouvoirs publics doivent encourager et s'appuyer sur ce type d'expérimentations, tout en évitant d'imposer des normes strictes peu adaptées au cadre évolutif d'Internet.

IV. CONFIANCE NUMERIQUE

Comment approfondir la confiance dans les nouveaux services de l'économie numérique au cours de la prochaine décennie ?

La confiance en matière de commerce électronique a très fortement progressé ces dernières années. Selon le baromètre de la confiance publié trimestriellement par la Fevad et Médiamétrie, le taux de confiance dans le commerce électronique n'a jamais été aussi élevé. Une autre étude menée sur les paiements en ligne indique que 96% des cyber-acheteurs¹¹ sont confiants dans la sécurité des paiements par carte et que seuls 10% des internautes non-acheteurs invoquent le manque de confiance, en tant que facteur de désintérêt pour l'achat en ligne. Enfin, 97% des cyber-acheteurs interrogés par Médiamétrie se disent satisfaits de leurs achats en ligne au cours des 6 derniers mois¹².

¹¹ Rapport annuel d'activité 2010 de l'Observatoire de la sécurité des paiements

¹² Baromètre Fevad-Médiamétrie./Netratings mai 2011

Si les barrières liées au sentiment d'insécurité suscité par Internet semblent aujourd'hui être dépassées pour une majorité de clients, la confiance n'en reste pas moins au cœur de la relation commerciale sur Internet.

Le maintien du niveau de confiance, reste donc un objectif prioritaire pour l'avenir du commerce en ligne. A cet égard, deux axes importants sont à prendre à compte : il s'agit notamment de veiller à la sécurisation efficace des données (y compris les données liées aux paiements) et de s'assurer de l'application effective des droits des consommateurs.

S'agissant des paiements, d'importantes avancées ont été enregistrées ces dernières années en matière de sécurisation, notamment grâce aux efforts des banques et des e-commerçants. Ces efforts doivent être poursuivis et encouragés par les pouvoirs publics. Il est essentiel que les mesures de sécurisation soient prises de manière transparente et en étroite concertation avec les acteurs du e-commerce, contrairement à ce qui a pu être fait dans le cas de 3 D Secure.

Par ailleurs, ces mesures devraient tenir compte de l'environnement international et notamment européen dans lequel évolue le e-commerce. Ainsi, il paraît regrettable de voir se développer des systèmes d'authentification différents pour les paiements par carte, dans les différents pays de l'Union Européenne.

S'agissant des domaines touchant à la sécurité, qu'il s'agisse de la sécurisation des réseaux, de celle des paiements, ou de l'authentification, les pouvoirs publics ont un rôle à jouer y compris en encourageant l'émergence de nouveaux standards adaptés. A cet égard, l'initiative prise dans le cadre du programme ID Num mérite d'être saluée, en tant que facteur d'accroissement de confiance permettant le développement des usages d'Internet.

Faut-il définir un droit à l'oubli numérique ?

La protection des données à caractère personnel, est une question essentielle pour l'avenir de l'économie numérique. Les données sont en effet le « carburant » de l'économie numérique. Pour que le moteur puisse tourner, encore faut-il que les personnes acceptent de confier leurs données aux entreprises. Cela suppose bien entendu, que les individus aient confiance dans l'utilisation qui sera faite de leurs données.

La confiance en matière d'Internet et plus spécifiquement d'e-commerce passe donc par un traitement respectueux des données personnelles. La multiplication des traitements informatiques qu'engendre le développement des TIC, conduit cependant à s'interroger sur l'évolution nécessaire du cadre juridique entourant la protection des données. La question s'est posée à travers les débats sur l'opportunité de créer un droit à l'oubli.

Si la question de l'évolution du droit mérite d'être posée, il n'en demeure pas moins nécessaire de rappeler que le cadre réglementaire français et européen est aujourd'hui particulièrement protecteur de la vie privée et des données personnelles, au point d'ailleurs, que le droit à l'oubli, en

tant que droit permettant l'effacement et/ou le retrait de données pouvant être qualifiées de personnelles, y est déjà consacré.

En effet, ce droit résulte des principes généraux de la loi « informatique et libertés » et plus particulièrement du principe de finalité et du droit d'accès, d'opposition et de rectification reconnu à tout individu sur ses données.

En plus des dispositions légales, les acteurs de l'économie numérique, de la publicité et du marketing, représentés au sein de l'UFMD (Union française du Marketing Direct) mettent depuis longtemps cette préoccupation au cœur de leur action commune.

L'adoption de la charte de l'e-mailing en 2005, *Code relatif à l'utilisation de coordonnées électroniques à des fins de prospection directe*, validée par la CNIL et de la charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes en 2010 adoptée sous l'égide du Secrétariat d'Etat chargée de la prospective et du développement de l'économie numérique, en sont les illustrations.

L'idée de créer un droit à l'oubli (qui existe pourtant déjà sous les deux formes explicitées préalablement) a surtout vu le jour depuis le formidable développement des réseaux sociaux.

Comment s'assurer qu'une information postée sur un réseau soit retirée ?

Dans le cadre d'une publication non volontaire, c'est-à-dire par un tiers, les utilisateurs sont protégés par deux types de dispositions :

- Le droit de chacun à la vie privée : Le respect de chacun à la vie privée (article 9 du code civil) est un droit fondamental et en application de l'article 1 de la loi du 6 janvier 1978 l'informatique, donc le numérique, ne doit pas y porter atteinte.
- Les dispositions pénales concernant la diffamation, l'atteinte à l'honneur ou à la considération s'appliquent à partir du moment où l'acte a été commis de manière publique, critère pouvant être rempli sur Internet et les réseaux sociaux.

Dans le cadre d'une publication volontaire sur un réseau social, le droit d'opposition devrait également, sur le plan juridique, permettre à l'intéressé d'obtenir le retrait des informations.

Si le droit à l'oubli existe déjà, on peut cependant s'interroger sur les moyens de renforcer son effectivité dans un contexte et un environnement ayant considérablement évolué.

La Fevad considère que les mesures qui pourraient être prises dans ce sens devraient impérativement tenir en compte des éléments suivants :

- a) la **dimension internationale** dans laquelle intervient l'utilisation des données ;
- b) le besoin de **concertation avec l'ensemble des parties prenantes** afin de maintenir le bon équilibre entre les impératifs de protection des individus et les besoins légitimes liés à la réalité de l'économie numérique ;
- c) le **recours possible à des outils de régulation** tels que les chartes, codes, labels,...susceptibles de venir utilement compléter le droit. A cet égard, la Charte UFMD sur la publicité ciblée constitue un précédent intéressant ;
- d) le besoin de renforcer **l'effort d'information et de pédagogie des utilisateurs**, concernant l'utilisation de leurs données, et notamment les conséquences possibles d'une exposition non maîtrisée. Cet effort devrait notamment **porter sur les jeunes et être intégré dans le programme mis en place par l'Education Nationale.**

V. ECOSYSTEME FAVORABLE AU DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DU NUMERIQUE

Quels sont les principaux obstacles que les entreprises du numérique et en particulier les start-up rencontrent aujourd'hui dans leur développement ?

La France peut se targuer aujourd'hui d'avoir su créer une véritable excellence française en matière de commerce électronique. La France est un des seuls pays, en dehors de Etats-Unis, à avoir donné naissance à autant de « pure-players » de grande envergure dont certains ont acquis une dimension internationale.

Compte tenu de l'enjeu que représente le Numérique pour l'économie de demain, une véritable politique volontariste doit être mise en place pour accompagner encore davantage la création et le développement d'entreprises dans ce domaine.

Cette politique devrait notamment avoir pour objet d'encourager le financement de l'innovation et la constitution de fonds d'investissement dans les startups et les usages innovants. Elle devrait s'appuyer sur des dispositifs d'encouragement administratifs et fiscaux stables. Ainsi, le dispositif des auto-entreprises a démontré que la simplification dans ces domaines pouvait jouer un rôle important en faveur de la création d'entreprises dans le Numérique. De même, de nombreuses entreprises du secteur ont pu bénéficier du statut de JEI et du Crédit Impôt recherche pour se développer. Ces mécanismes d'aides à l'entrepreneuriat ne peuvent pleinement fonctionner que s'ils sont stables et s'échelonnent sur le long terme. A cet égard, les refontes successives et remises en question contribuent à affaiblir l'efficacité des dispositifs existants.

Enfin, l'Etat devrait également inciter et faciliter la coopération entre la recherche, l'enseignement, les entreprises et les startups afin d'encourager la R&D et de développer sa diffusion.

La Fevad souhaite une **politique volontariste de l'Etat en matière de financement des startups et usages innovants**. Cette politique doit notamment reposer sur :

- a) des mesures d'encouragement administratives et fiscales inscrites sur le long terme ;
- b) un effort de communication afin d'améliorer la connaissance de ces dispositifs par les acteurs concernés ;
- c) un développement de la coopération entre le monde de la recherche, de l'enseignement, des entreprises et des start-up.

Comment bénéficier davantage du marché intérieur européen ?

L'absence de règles harmonisées est souvent présentée comme un obstacle au développement de l'activité des entreprises en dehors du territoire national.

Si la disparité des législations constitue un obstacle manifeste au développement du commerce transfrontière, il ne s'agit pas pour autant du seul frein identifié.

63% des managers européens pensent que les coûts potentiellement élevés en raison du risque de fraude et de non-paiement sont un obstacle important aux ventes transfrontalières et 62% visent les coûts supplémentaires liés à la mise en conformité avec les différentes réglementations nationales fiscales. 45 % mettent en avant les coûts supplémentaires découlant des différences linguistiques¹³.

La commission européenne a estimé que le coût administratif total imposé par le respect du droit des consommateurs de l'UE sur les vendeurs à distance est localement 5.526€ par entreprise. Cela augmente de 9.276 € par entreprise pour les vendeurs à distance qui veulent vendre dans un ou deux autres pays européens, avec un coût estimé de 70.526€ pour une entreprise qui souhaite vendre dans tous les 27 États membres (ces estimations sont les coûts totaux par entreprise et des chiffres non annuels)¹⁴.

Pour aider les entreprises à surmonter ces barrières, les Etats au sein de l'Union pourraient mettre en place dans chacun des pays **une structure destinée à encourager et orienter les entreprises désireuses de développer leurs activités intra-communautaires.**

S'agissant de l'harmonisation des réglementations, la Fevad est favorable à un rapprochement des législations nationales. Celle-ci doit faire l'objet d'une réflexion globale, permettant d'aboutir à une réglementation cohérente et adaptée. L'harmonisation ne doit pas résulter de l'empilement de mesures nationales, et reposer sur le seul principe d'addition des règles existantes, comme cela a failli être le cas dans le cadre de la directive européenne sur les droits des consommateurs. Il importe notamment en matière de droit de la consommation, de veiller à l'équilibre entre les intérêts de protection des consommateurs et la réalité économique des entreprises.

Le marché intérieur européen harmonisé doit faire l'objet d'une réflexion globale, permettant d'aboutir à une réglementation cohérente et adaptée.

¹³ Source Gallup Organisation, 2008b. Flash Eurobarometer 224: Business attitudes towards cross border sales and consumer protection

¹⁴ Source consumer behaviour in a digital environment IMCO European Parliament 2011

Comment répondre au mieux aux besoins de la filière numérique en matière de recrutement et de formation de qualité au cours de la prochaine décennie ?

Selon une étude réalisée par le Cabinet Astères pour la Fevad, le e-commerce employait 60 000 emplois équivalent temps plein en 2010¹⁵. Ses effectifs ont progressé de 9 % sur 2010. Pour 2011, 37 % des entreprises du secteur interrogées prévoient une augmentation d'effectif de plus de 10 % en 2011. Les offres d'emplois concernent à la fois des personnels qualifiés et non qualifiés. Aujourd'hui, le secteur recrute principalement des femmes et des jeunes de moins de 30 ans.

Malgré ces perspectives particulièrement encourageantes, les acteurs du secteur font état aujourd'hui de vives tensions sur le marché du recrutement. Cette pénurie est attribuée à la difficulté de trouver des candidats qui réunissent l'ensemble des qualités attendues par les employeurs.

Compte tenu des perspectives que représente ce secteur, l'Etat devrait veiller à assurer :

- d'une part, l'organisation de filières afin de répondre aux besoins des acteurs, aussi bien sur le plan de la formation initiale que dans le domaine de la formation continue ;
- d'autre part, de la simplification des procédures administratives, dans le cas des aides à la formation et à la reconversion des personnels.

Suite au Colloque¹⁶ du 2 mai dernier « *Commerce électronique et emploi : comment transformer la croissance en création d'emplois ?* », un dialogue a été engagé avec le Ministère du Travail pour envisager la mise en place d'une étude prospective en partenariat avec le secteur.

VI. ORGANISATION DU SECTEUR DU NUMERIQUE

La rapidité des cycles de l'économie numérique, la mobilité des acteurs interpellent la conception même du mode de représentation : comment penser un mode d'organisation du secteur du numérique qui soit garant de sa permanente adhésion aux transformations à l'œuvre ?

a) L'apport de l'autorégulation et de la co-régulation

La Loi se doit d'être au-dessus des évolutions fluctuantes et rapides des technologies. Les principes généraux doivent, lorsqu'il y a lieu, être complétés par des règles plus spécifiques. Toutefois, l'établissement de ces règles spécifiques devrait toujours donner lieu à une analyse approfondie sur

¹⁵ Etude réalisée par le Cabinet Asteres pour la Fevad en partenariat avec le Club des DRH du net « L'emploi dans le secteur du e-commerce »

¹⁶ Organisé par la Fevad, à l'initiative de Bernard GERARD Député du Nord et Maire de Marcq-en-Baroeul et sous le haut patronage et en présence de Xavier BERTRAND, Ministre du Travail, de l'Emploi et de la Santé

les besoins réels de créer de nouvelles normes particulières. Cela permettrait d'éviter le risque d'inflation législative, qui est une des principales sources d'insécurité juridique.

La Fevad considère ainsi que si le constat est fait d'une mauvaise application concernant des dispositions législatives ou réglementaires existantes, il faut rompre avec une tendance à l'élaboration de nouveaux textes, qui conduisent également à un empilement de dispositions. Dans bien des cas, la question qui se pose est davantage celle de l'effectivité de la règle, c'est-à-dire celle de son application, plutôt que celle de son existence. La réponse à ce genre de situation devrait être recherchée en direction de l'amélioration des règles existantes, plutôt que dans la voie de l'établissement de nouvelles règles.

Enfin, la Fevad estime que les dispositifs législatifs et réglementaires classiques peuvent trouver un prolongement utile et adapté à travers des modalités de régulation fondées sur une démarche de mobilisation et de responsabilisation des acteurs au niveau national, mais aussi européen. Elle considère que les codes déontologiques sont des outils de régulation permettant de compléter efficacement le socle normatif constitué par les lois et les règlements.

La régulation concertée permet de compléter efficacement le socle législatif et réglementaire nécessaire. Les initiatives dans ce domaine doivent être soutenues et encouragées.

b) les organismes existants, le CNN et le comité filière STIC, espaces de représentation et de dialogue doivent voir leur mission confortée.

Les polémiques et protestations qui ont entourées l'adoption de certains textes législatifs concernant le numérique, ont mis à jour le défaut de concertation organisée des acteurs du secteur. L'adoption de la taxe dite « Google », aura été un bon exemple de concertation manquée. Cette taxe adoptée, a finalement été abandonnée quelques mois plus tard, après que les Parlementaires aient pris conscience de son inadéquation.

Cet épisode a montré l'utilité de mettre en place un comité de concertation susceptible d'être consulté par les pouvoirs publics sur les projets de réglementation. Son rôle n'est bien évidemment pas de réguler, mais bien d'éclairer le législateur, à qui revient le pouvoir de décider.

La création du Conseil National du Numérique prévue dans le plan France Numérique 2012 a vu le jour en 2011. La Fevad soutient le CNN en tant qu'organisme consultatif ayant pour objet de rendre des avis sur les orientations des pouvoirs publics en matière de politique numérique. A cet égard, la Fevad salue la qualité des avis rendus par le CNN depuis sa création.

La Fevad estime que cette structure doit être dotée des moyens nécessaires lui permettant de remplir pleinement ses fonctions.

Le comité filière STIC, répond à une mission complémentaire qu'il convient de soutenir également. En effet, la mission d'observation et de recommandations, en tant que filière industrielle dans toute sa diversité semble essentielle pour l'avenir de la France. Il faut souligner l'importance de la

composition paritaire de ce comité : industrie, partenaires sociaux et représentant des administrations (DGCIS, CGIET), instituts de recherche et de formation (CNRS, CNAM, Institut télécom).

Ces deux organismes mis en place en 2011 doivent être confortés dans leurs missions complémentaires et dotés de moyens adéquats.

VII. ORGANISATION DE L'ÉTAT POUR REpondre AUX ENJEUX DE LA SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE

Quelles missions prioritaires de l'Etat et quelle organisation devraient selon vous adopter l'Etat pour répondre de la manière la plus efficace aux enjeux du numérique?

Une représentation du secteur, par le biais d'un Ministère dédié, est encore nécessaire tant que le numérique ne s'est pas diffusé pleinement au sein de la société et qu'il en constitue un élément à part entière. La continuité des politiques gouvernementales depuis la création du secrétariat d'Etat à l'économie numérique a jusque-là été gage d'efficacité.

La concertation avec les acteurs de l'économie numérique sous forme de consultation sur des plans à plusieurs années est une démarche positive. Elle doit évidemment être couplée au quotidien par une concertation régulière des acteurs par le biais des organismes représentatifs. La récente réunion du E-G8 est une réelle prise de conscience du poids de l'Internet au plus haut niveau des Etats, la Fevad appelle de ses vœux à ce qu'une telle concertation perdure dans le temps.

La France pourrait être ainsi à l'initiative d'une formalisation de la concertation de l'Union Européenne afin de définir les orientations de la société numérique sur un plan politique entre les ministres en charge du secteur.

CONTACT

FEVAD

60, rue la Boétie

75008 Paris

01 42 56 38 86

www.fevad.com