

Entrée en vigueur du règlement européen sur les services numériques (DSA)

QUELS SONT LES OBJECTIFS DU DSA ?

La Commission européenne a présenté le 15 décembre 2020 un paquet relatif aux services numériques parmi lequel se trouve le règlement sur les services numériques (Digital Services Act – DSA). Ce règlement doit entrer en vigueur le 17 février 2024. Or, les très grandes plateformes en ligne et les très grands moteurs de recherche sont concernés plus tôt, le 25 août 2023.

Le DSA fixe un ensemble de règles pour responsabiliser les plateformes numériques et lutter contre la diffusion de contenus illicites (contrefaçons par exemple).

Le Commissaire au marché intérieur, Thierry Breton, et la Vice-Présidente de la Commission européenne, Margrethe Vestager, ont affirmé que cette législation avait pour objectif :

- D’instaurer un climat de coopération de confiance favorable aux petites et moyennes entreprises.
- De favoriser l’autonomie numérique des TPE-PME, insuffisamment développée.

La CPME s’est emparée du sujet et a publié sa note de position, le 31 mars 2021, dans laquelle elle partageait le constat de la Commission européenne de l’existence d’une position dominante dans laquelle se sont ancrées quelques entreprises, notamment les GAFAM, sur le marché numérique, ce qui a des conséquences néfastes pour les petites et moyennes entreprises.

QUELLES SONT LES NOUVELLES OBLIGATIONS POUR LES PLATEFORMES ET LES MOTEURS DE RECHERCHE ?

Le DSA prévoit de nombreuses mesures, graduées selon les acteurs en ligne.

- 1- Désignation d’un contact unique

Désormais, tous les acteurs en ligne vont devoir désigner un point de contact unique, ou, s'ils sont établis hors UE, un représentant légal et coopérer avec les autorités nationales en cas d'injonction.

2- Lutte contre les contenus illicites

Les plateformes en ligne doivent proposer aux internautes un outil leur permettant de signaler facilement les contenus illicites. Une fois le signalement effectué, elles doivent rapidement retirer ou bloquer l'accès au contenu illégal. L'objectif étant notamment de lutter plus efficacement contre les contrefaçons.

Les plateformes en ligne (par exemple Amazon) doivent mieux tracer les vendeurs qui proposent des produits ou services sur leur plateforme (recueil d'informations précises sur le professionnel avant de l'autoriser à vendre, vérification de la fiabilité des informations, ...).

3- Transparence en ligne

Les plateformes doivent expliquer le fonctionnement des algorithmes qu'elles utilisent pour recommander certains contenus publicitaires en fonction du profil des utilisateurs.

Elles ont également l'obligation de prévoir un système interne de traitement des réclamations permettant aux utilisateurs dont le compte a été suspendu ou résilié de contester cette décision.

Enfin, les pratiques visant à induire les utilisateurs en erreur par la mise en avant de certains choix par exemple sont prohibées.

4- Atténuation des risques et réponse aux crises

Les très grandes plateformes et les très grands moteurs de recherche jouent un rôle très influent sur la sécurité en ligne, la diffusion de l'information, la formation de l'opinion publique et les transactions économiques.

C'est pourquoi, désormais, ces grands acteurs doivent notamment analyser tous les ans les risques systémiques qu'ils génèrent (sur la haine et la violence en ligne, les processus électoraux, la santé publique...) et prendre les mesures nécessaires pour atténuer ces risques (suppression des faux comptes, visibilité accrue des sources d'information faisant autorité...).

QUELS SONT LES ACTEURS VISES PAR LE DSA ?

Le règlement DSA doit s'appliquer à tous les intermédiaires en ligne qui offrent leurs biens, contenus ou services sur le marché européen.

Sont notamment concernés :

- Les fournisseurs d'accès à internet,
- Les services d'informatique en nuage (cloud),
- Les plateformes en ligne (market places), les boutiques d'applications, les réseaux sociaux, les plateformes de partage de contenus, les plateformes de voyages et d'hébergement,
- Les très grandes plateformes en ligne et les très grands moteurs de recherche, désignés par la Commission européenne, à savoir : Alibaba AliExpress, Amazon Store, Apple AppStore, Booking.com, Facebook, Google Play, Google Maps, Google Shopping, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, TikTok, Twitter, Wikipedia, YouTube, Zalando, Bing, Google Search. Ce sont ces dernières qui sont concernées

par les nouvelles obligations du DSA dès le 25 août 2023. Les autres acteurs seront concernés à compter du 17 février 2024.

QUELLES SANCTIONS EN CAS DE NON-RESPECT DU DSA ?

Dans tous les pays de l'UE, un coordinateur indépendant des services numériques est désigné par chaque État membre. En France, le coordinateur national est l'ARCOM.

Ces coordinateurs sont chargés de contrôler le respect du règlement DSA dans leur pays et de recevoir les plaintes à l'encontre des intermédiaires en ligne.

En cas de non-respect du DSA, des astreintes et des sanctions pourront être prononcées. Pour les très grandes plateformes et les très grands moteurs de recherche, la Commission pourra infliger des amendes pouvant aller jusqu'à 6% de leur chiffre d'affaires mondial.

En cas de violations graves et répétées au règlement, les plateformes pourront se voir interdire leurs activités sur le marché européen.