

## Единый цифровой рынок Евросоюза

**Аннотация.** Вопросы правового регулирования цифрового рынка носят актуальный характер в условиях происходящих процессов глобализации. В связи с этим особый интерес вызывают проблемы правового регулирования трансграничных онлайн-операций по купле-продаже товаров. Изучая опыт Европейского Союза, автор отмечает, что с вступлением в силу в конце 2018 г. Регламента о запрете геоблокировки, принятого Советом Европейского Союза 27 февраля 2018 г., потребители смогут свободно осуществлять трансграничные онлайн-покупки в ЕС. Это означает, что интернет-торговцам придется обслуживать иностранных потребителей «как местных».

**Ключевые слова:** онлайн-бизнес, барьеры для трансграничной электронной коммерции, цифровой контент, геоблокировка, перенаправление клиентов, ограничения конкуренции, цифровой единый рынок для ЕС, запрет на геоблокировку, трансграничная переносимость.

DOI: 10.17803/1994-1471.2018.93.8.225-228

## LE MARCHÉ UNIQUE NUMÉRIQUE EUROPÉEN

Le commerce électronique dans l'UE n'a cessé de croître ces dernières années. Sur la base des données d'Eurostat, le pourcentage de personnes âgées de 16 à 74 ans ayant commandé des biens ou des services sur Internet est passé de 30 % en 2007 à 55 % en 2016.<sup>1</sup> Néanmoins, les consommateurs européens et les détaillants en ligne ne tirent pas pleinement parti du marché unique. En 2014, seulement 15 % des consommateurs ont acheté en ligne auprès d'un commerce situé dans un autre pays de l'UE, bien

qu'ils étaient 44 % à l'avoir fait dans leur propre pays.<sup>2</sup> Afin de stimuler le développement du commerce électronique d'un Etat membre de l'UE à un autre, la Commission européenne a adopté en mai 2015 «Une stratégie pour un marché unique numérique pour l'Europe» («DSM»)<sup>3</sup>. Au titre de cette Stratégie, la Commission a décidé le 6 mai 2015, sur la base des règles de concurrence de l'UE, conformément à l'article 17 du Règlement 1/2003<sup>4</sup>, de lancer une enquête sectorielle sur le commerce électronique des

---

<sup>1</sup> Eurostat; Enquête 2016 sur l'utilisation des TIC dans les ménages et par les individus // URL: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Ecommerce\\_-\\_statistics\\_for\\_individuals](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Ecommerce_-_statistics_for_individuals) (consulté le 4 janvier 2018).

<sup>2</sup> Portail des données ouvertes de l'UE; Flash Eurobarometer 413 // URL: [https://data.europa.eu/euodp/fr/data/dataset/S2058\\_413\\_ENG](https://data.europa.eu/euodp/fr/data/dataset/S2058_413_ENG) (consulté le 6 janvier 2018).

<sup>3</sup> Commission européenne; COM (2015) 192 final // URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2015%3A626%3AFIN> (consulté le 5 janvier 5, 2018).

<sup>4</sup> Règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002 relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 81 et 82 du traité // Journal Officiel de l'Union européenne du 4.1.2003, P. 1.

---

© Хатчинсон К. С., 2018

\* Хатчинсон Кристоф Самуэль, преподаватель-исследователь Департамента правового регулирования экономической деятельности Финансового университета при Правительстве РФ  
ksyuchinson@fa.ru  
125993, Россия, г. Москва, Ленинградский просп., д. 49

biens de consommation («Biens») et de contenu numérique dans l'UE<sup>5</sup> portant notamment sur la question de savoir si les accords de distribution passés entre des fournisseurs et des détaillants sont susceptibles de créer des obstacles à la concurrence en matière de commerce en ligne. Nous examinerons successivement les conclusions de l'enquête sectorielle sur les restrictions à la concurrence en matière de commerce en ligne (I), puis les propositions législatives présentées par la Commission européenne dans le cadre de sa «Stratégie pour un marché unique numérique pour l'Europe» visant à éliminer ces entraves (II).

### I. RESTRICTIONS A LA CONCURRENCE EN MATIERE DE COMMERCE ELECTRONIQUE.

Selon les conclusions du rapport final de l'enquête sectorielle publié le 10 mai 2017,<sup>6</sup> des restrictions à la concurrence peuvent être relevées en matière aussi bien de commerce électronique transfrontière aussi bien de produits que de contenu numérique.

Les conclusions de l'enquête sectorielle suggèrent que les restrictions qui obligent un détaillant à appliquer différentes mesures de géoblocage (consistant, par exemple, à bloquer l'accès à son site Web à des clients situés dans un autre État membre ou rediriger les clients

vers un autre site Web) ne peuvent bénéficier de l'exemption d'interdiction d'une entente verticale au titre de l'article 4, point b), du Règlement sur les exemptions par catégories verticales (VBER) et sont par conséquent, susceptibles d'entrer dans le champ d'application de l'article 101 paragraphe 1, du TFUE.<sup>7</sup>

Afin de fournir des services en ligne comprenant du contenu protégé par des droits d'auteur, un fournisseur de contenu numérique doit généralement obtenir une licence auprès des détenteurs des droits d'auteur sur un tel contenu, tels que des producteurs de films ou des maisons de disques. L'enquête sectorielle vise à identifier les éventuelles restrictions contractuelles découlant des relations contractuelles entre les fournisseurs (titulaires de droits) et les fournisseurs de services de contenu numérique en ligne (titulaires de licences)<sup>8</sup>.

Les répondants à l'enquête sectorielle titulaires de droits d'auteur sur un contenu numérique ont indiqué que leurs modèles de gestion reposent sur l'octroi de licences de droits sur une base nationale.<sup>9</sup> C'est ce qui peut expliquer que près de 60 % des fournisseurs de contenu numérique sont contractuellement tenus par les titulaires de droits de géolocaliser.<sup>10</sup> Afin de limiter la transmission en ligne de contenus numériques à certains États membres et de mettre en œuvre des accords de licence territoriale (exclusifs), les fournisseurs de

<sup>5</sup> Commission européenne; Décision de la Commission du 6 mai 2015 ouvrant une enquête sur le secteur du commerce électronique conformément à l'article 17 du règlement (CE) n° 1/2003 du Conseil (HT.4607), C (2015) 3026, final // URL: [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce\\_decision\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce_decision_fr.pdf) (consulté le 14 janvier 2018).

<sup>6</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017 // URL: [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector\\_inquiry\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_en.pdf) (consulté le 2 janvier 2018).

<sup>7</sup> L'article 101, paragraphe 1 du TFUE prohibe tout accord/pratique concertée ayant pour objet ou ayant/pouvant avoir pour effet de restreindre la concurrence ou d'affecter le commerce entre les États membres.

<sup>8</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017, paragraphe 807 // URL: [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector\\_inquiry\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_en.pdf) (consulté le 2 janvier 2018).

<sup>9</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017, paragraphe 807.

<sup>10</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017, paragraphe 807.

contenu numérique ont recours à des mesures de géoblocage.<sup>11</sup> 70 % des fournisseurs de contenu numérique interrogés admettent avoir recours à de telles mesures afin de restreindre l'accès des consommateurs à leurs services de contenu numérique en ligne provenant d'autres États membres.<sup>12</sup> Les mesures de géoblocage sont également utilisées pour restreindre l'accès et la portabilité transfrontaliers.

Les restrictions à l'accès et à la portabilité sont définies par le rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique comme étant des mesures techniques de blocage géographique qui restreignent la capacité des utilisateurs à accéder et à utiliser du contenu provenant de l'extérieur de leur État membre.<sup>13</sup> 72 % des répondants à l'enquête sectorielle fournisseurs de contenu numérique utilisent au moins une mesure de blocage géographique pour restreindre l'accès des utilisateurs et l'utilisation de contenu numérique en dehors du territoire de leur État membre.<sup>14</sup> Les licences exclusives sur une base territoriale ne soulèvent pas de problème de concurrence en soi. Cependant, associées à des restrictions contractuelles sur les ventes passives transfrontalières, elles pourraient violer les dispositions de l'article 101 paragraphe 1 du TFUE.<sup>15</sup>

## **II. PROPOSITIONS LÉGISLATIVES VISANT À AMÉLIORER L'ACCÈS DES CONSOMMATEURS ET DES ENTREPRISES AUX MARCHANDISES EN LIGNE ET AU CONTENU NUMÉRIQUE EN EUROPE.**

Les propositions législatives de la Commission visent à lutter contre les restrictions à la concurrence en matière de commerce électronique transfrontière de marchandises ainsi qu'en matière de commerce de contenu numérique dans l'UE.

La Commission a présenté une proposition de Règlement visant à interdire le géoblocage injustifié en matière de ventes en ligne de marchandise. Selon l'article 3 de la proposition consacrée à l'accès aux interfaces en ligne, «les commerçants ne peuvent, par des mesures techniques ou autres, bloquer ou limiter l'accès des clients à leur interface en ligne pour des raisons de nationalité, de lieu de résidence ou de lieu d'établissement du client».<sup>16</sup>

En décembre 2015, la Commission a proposé un nouveau Règlement<sup>17</sup> garantissant la portabilité transfrontière. L'article 3 de la proposition du Règlement énonce l'obligation pour le fournisseur d'un service de contenu en ligne de permettre à un abonné qui est temporairement présent dans un État membre d'accéder et d'utiliser le service de contenu en ligne auquel il a souscrit dans son pays d'origine.

---

<sup>11</sup> Commission européenne; SWD (2016) 70 final // URL: [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce\\_sw\\_d\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/ecommerce_sw_d_en.pdf) (consulté le 13 janvier 2018).

<sup>12</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017, paragraphe 807 // URL: [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector\\_inquiry\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_en.pdf) (consulté le 2 janvier 2018).

<sup>13</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017, paragraphe 807 // [http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector\\_inquiry\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/competition/antitrust/sector_inquiry_final_report_en.pdf) (consulté le 2 janvier 2018).

<sup>14</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017, paragraphe 807.

<sup>15</sup> Commission européenne; COM (2017) 229 Rapport final sur l'enquête sectorielle sur le commerce électronique, 10 mai 2017, paragraphe 807.

<sup>16</sup> Commission européenne; COM (2016) 289 final // URL: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/EN/1-2016-289-EN-F1-1.pdf> (consulté le 18 janvier, 2018).

<sup>17</sup> Commission européenne; COM (2015) 627 final // URL: <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2015/EN/1-2015-627-EN-F1-1.pdf> (consulté le 10 janvier, 2018).

## CONCLUSION

L'adoption le 27 février 2018 par le Conseil et le Parlement européen du «Règlement anti-géoblocage» constitue certes une étape importante de la réalisation du marché unique. En effet, lorsque ce Règlement entrera en vigueur autour de Noël cette année, les commerces en ligne devront

aussi bien servir les consommateurs étrangers que «les locaux». Cependant, des produits tels que les livres électroniques, les jeux vidéo et la musique ont été exclus du champ d'application du Règlement. Il serait cependant souhaitable que ce texte soit amendé pour qu'il couvre aussi les programmes télévisés, les films, les livres électroniques et les jeux vidéo.

*Материал поступил в редакцию 15 апреля 2018 г.*

## SINGLE DIGITAL MARKET OF THE EU

**HUTCHINSON Christophe Samuel** — University Lecturer and Researcher of the Department of Legal Regulation of Economic Activities of the Financial University under the Government of the Russian Federation  
 ksyuchinson@fa.ru  
 125993, Russia, Moscow, Leninsky prospekt, d. 49

**Abstract.** *When the Regulation on the Prohibition of Geoblocking voted on February 27, 2018 comes into force next December, consumers will be able to shop online freely within the European Union. This means that e-traders will have to serve foreign consumers «like the locals».*

**Keywords:** *online business, barriers to cross-border e-commerce, digital content, geo-blocking, re-routing customers, restrictions to competition, digital single market for the EU, prohibition of geo-blocking, cross-border portability.*