

VERS UNE NOUVELLE ÈRE DU NUMÉRIQUE EUROPÉEN

Et non, ce n'est pas le même article que celui du mois dernier !...

Nous avons évoqué le « *DSA* », *Digital Services Act*, entré en application le 17 février dernier.

C'est au tour du « *DMA* », *Digital Markets Act*, autre règlement européen du « paquet législatif sur les services numériques », visant à mettre en place de nouvelles règles harmonisées sur le territoire européen, pour les grandes plateformes numériques, d'entrer en vigueur.

Le DMA est né de la volonté de mettre fin au monopole des grandes plateformes en ligne, qui ont utilisé leur pouvoir de marché et leur rôle d'intermédiaires incontournables pour mettre en œuvre des pratiques commerciales inéquitables. Sont donc visées les entreprises en position de « *contrôleurs d'accès* » : Google, Android, Youtube, Apple, Meta, Microsoft...

Ce n'est pas moins de 24 nouvelles obligations qui sont entrées en application le 7 mars dernier.

Parmi elles, à noter :

- obligation de permettre un accès équitable, raisonnable et non discriminatoire aux entreprises qui souhaitent développer leurs activités sur les magasins d'applications, réseaux sociaux ou moteurs de recherche,
- obligation de permettre aux utilisateurs de désinstaller les applications préinstallées sur leurs smartphones et leur laisser la possibilité de choisir leurs services par défaut (*moteurs de recherche, navigateurs..*),
- obligation de laisser aux entreprises utilisatrices la possibilité de promouvoir leurs offres et conclure des contrats en dehors de leurs services,
- faciliter l'accès aux données essentielles générées par les interactions entre ces entreprises et leurs clients finaux...

Ces nouvelles obligations imposées aux grandes plateformes laissent entrevoir de nouvelles opportunités à saisir pour nos acteurs du numérique !

