



ACTES DE LA CONFÉRENCE

CONFÉRENCE INTERNATIONALE
TRANSFORMATION DIGITALE
ENTRE RÉGULATION
ET COMPÉTITIVITÉ



9-10
Novembre
2022
Marrakech



SOMMAIRE

INTRODUCTION	03
PROGRAMME	04
SYNTHÈSE	07
SÉANCE INAUGURALE	14
PANEL 1 : LA RÉGULATION DES MARCHÉS	33
PANEL 2 : LA RÉGULATION DES SERVICES	51
PANEL 3 : LA PRESSE ET LES DROITS VOISINS	72
PANEL 4 : LA DIGITALISATION DE LA FINANCE	94
PANEL 5 : LA CENTRALITÉ DE LA DONNÉE DANS LES MARCHÉS NUMÉRIQUES	115
PANEL 6 : L'ÉGALITÉ D'ACCÈS À L'INFORMATION	134
SÉANCE DE CLÔTURE	160
GLOSSAIRE	163

INTRODUCTION

L'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT), l'Agence de Développement du Digital (ADD) et le Conseil de la Concurrence ont organisé une grande conférence internationale qui s'est déroulée les 09 et 10 novembre 2022 à Marrakech.

Le thème de cette conférence était « **La Transformation digitale : entre régulation et compétitivité** ».

Deux jours d'échanges d'expériences et de discussions de très haut niveau.



La transformation digitale a permis d'améliorer les performances de nombreux secteurs économiques et de faire émerger de nombreuses technologies innovantes. Cependant, cette transition vers de nouveaux modèles économiques challenge les pouvoirs publics du monde entier sur le plan de la réglementation et de la régulation. C'est pourquoi l'Union Européenne vient de se doter de deux directives importantes, le Digital Markets Act (DMA) et le Digital Services Act (DSA), qui seront appliquées dès 2023, et qui devront limiter la domination économique des grandes plateformes digitales. De plus, une telle évolution technologique, dans une économie globalisée, bouscule la notion de propriété intellectuelle, menace le principal moteur financier des secteurs numérisés, la publicité, dont les budgets sont de plus en plus accaparés par les agrégateurs, et transforme la finance, dont certains acteurs, devenus obsolètes, sont évincés. Par ailleurs, la transformation digitale est indissociable de la notion de donnée, qui représente un facteur de compétitivité pour les entreprises et dont l'usage est sensible, d'où la notion d'égalité d'accès à l'information. Ces questions ont été abordées et débattues durant six panels qui ont eu pour thèmes la régulation des marchés, la régulation des services, la presse et les droits voisins, la digitalisation de la finance, la centralité de la donnée dans les marchés numériques et l'égalité devant l'accès à l'information. Les travaux de la conférence et plus particulièrement des séances plénières ont été modérés par M. Mostapha Mellouk, président et fondateur de Casablanca Media Partners Group.

PROGRAMME

MERCREDI 09 NOVEMBRE 2022

08h30 Accueil des Participants

09h00 Séance inaugurale

- ◆ Abdellatif Jouahri, Wali de Bank Al-Maghrib (Maroc)
- ◆ Ahmed Rahhou, Président, Conseil de la Concurrence (Maroc)
- ◆ Frédéric Jenny, Président, Comité de la Concurrence, OCDE

10h00 - 11h30 Panel 1 : La régulation des marchés

Discours d'ouverture

- ◆ Ioannis Liannos, Président, Commission de la Concurrence (Grèce)

Panel

- ◆ Ryad Mezzour, Ministre de l'Industrie et du Commerce (Maroc)
- ◆ Chakib Alj, Président, Confédération Générale des Entreprises du Maroc - CGEM (Maroc)
- ◆ David Sevy, Vice-Président, Compass Lexecon (France)

11h30 - 13h00 Panel 2 : La régulation des services

Discours d'ouverture

- ◆ Alberto Bacchiega, Directeur des secteurs « Information, Communication & Medias », Commission Européenne

Panel

- ◆ Amin Benjelloun Touimi, Directeur Général, Groupe Poste Maroc (Maroc)
- ◆ Krisztian Katona, Vice-Président, Pôle concurrence et réglementation, Computer and Communications Industry Association - CCIA (USA)
- ◆ Othman Khalil El Alamy, Président par intérim, Autorité de Contrôle des Assurances et de la Prévoyance Sociale - ACAPS (Maroc)
- ◆ Katarzyna Araczewska, Directeur Adjoint, Département de la Protection des Consommateurs, Autorité de la Concurrence et de la Protection des Consommateurs (Pologne)

13h00 - 14h30 Déjeuner

14h30 - 16h00 Panel 3 : La presse et les droits voisinsDiscours d'ouverture

- ◆ Benoît Cœuré, Président, Autorité de la Concurrence (France)

Panel

- ◆ Mostapha Amadjar Directeur de la Communication, Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication (Maroc)
- ◆ Younès Moujahid, Président, Conseil National de la Presse (Maroc)
- ◆ Mohamed Zouak, Conseiller auprès du Président chargé de la presse électronique et des GAFAM, Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux (Maroc)
- ◆ Fatima Zahra Ouriaghli, Vice-Présidente, Association Nationale des Médias et des Éditeurs (Maroc)

16h00 - 17h30 Panel 4 : Digitalisation de la FinanceDiscours d'ouverture

- ◆ Lotfi Sekkat, Président, CIH Bank (Maroc)

Panel

- ◆ Margarida Matos Rosa, Présidente, Autorité de la Concurrence (Portugal)
- ◆ Abdelmounaim Dinia, Directeur Général du Crédit Agricole du Maroc (Maroc)
- ◆ Francis Kariuki, Directeur Général, Commission de la Concurrence (Kenya)
- ◆ Mounir Chraïbi, Directeur Exécutif, Bank of Africa (Maroc)
- ◆ Hicham El Alamy, Directeur du Pôle Support et Développement, Autorité Marocaine du Marché des Capitaux - AMMC (Maroc)

JEUDI 10 NOVEMBRE 2022

09h30 - 11h00 Panel 5 : Centralité de la donnée dans les marchés numériquesDiscours d'ouverture

- ◆ Roberto Rustichelli, Président, Autorité de la Concurrence (Italie)

Panel

- ◆ Amine Mounir Alaoui, Président de la Commission de la Société de la Connaissance et de l'Information, Conseil Économique, Social et Environnemental - CESE (Maroc)
- ◆ Daniel Guarnera, Conseiller Sénior, Ministère de la Justice (USA)
- ◆ Xavier Reille, Directeur du Bureau Maghreb et Djibouti, International Finance Corporation, Groupe de la Banque mondiale

11h00 - 12h30 **Panel 6 : L'égalité d'accès à l'information****Discours d'ouverture**

- ♦ **Sidi Mohammed Drissi Melyani**, Directeur Général, Agence de Développement du Digital-ADD (Maroc)

Panel

- ♦ **Hicham Chiguer**, Président, Association des Utilisateurs des Systèmes d'Information au Maroc - AUSIM (Maroc)
- ♦ **Abdelkarim Mazouzi**, Vice-Président Général, Fédération des Technologies de l'Information, des Télécommunications et de l'Offshoring - APEBI (Maroc)
- ♦ **Émilie Cazenave**, Analyste des politiques publiques, OCDE
- ♦ **Adèle Moukheibir Barzelay**, Conseillère Juridique Données et Développement Digital - Groupe Banque Mondiale
- ♦ **Arthur Foch**, Spécialiste Sénior Développement Digital - Groupe Banque Mondiale

13h00 **Déjeuner**

SYNTHÈSE

Jour 1 : une séance inaugurale et 4 panels

La première journée de la conférence internationale « Transformation digitale : entre régulation et compétitivité » a démarré avec la séance inaugurale durant laquelle MM. Abdellatif Jouahri, Wali de Bank Al-Maghrib, Ahmed Rahhou, Président du Conseil de la Concurrence du Maroc, et Frédéric Jenny, Président du Comité de la Concurrence à l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) ont prononcé chacun une allocution où ils ont posé les bases des discussions à engager lors de cette conférence et rappelé les enjeux et les défis à relever par les organes de régulation des économies du monde face à une transition digitale qui a déjà commencé et qui essaie parfois de s'affranchir des règles d'une concurrence franche et loyale.

SÉANCE INAUGURALE

M. Abdellatif **JOUAHRI**, Wali de Bank Al-Maghrib.



" Dans cet environnement numérique complexe, les pouvoirs publics et les régulateurs doivent s'assurer de la pertinence de l'encadrement juridique et réglementaire nécessaires pour garantir des conditions de développement saines."

Dans son discours inaugural, M. Abdellatif JOUAHRI, Wali de Bank Al-Maghrib, a rappelé les conditions d'une transition numérique réussie et appelé les responsables publics et privés à faire preuve de responsabilité dans la mise en place de cette transition.

M. Ahmed **RAHOU**, Président du Conseil de la Concurrence du Maroc



"La transformation digitale tend à favoriser naturellement la concentration des marchés. Ainsi, le marché numérique apparaît dans une situation monopolistique ou oligopolistique qui contribue à l'apparition de positions dominantes qui raflent quasiment tous les profits du Marché."

Dans son discours inaugural, M. Ahmed RAHOU, Président du Conseil de la Concurrence du Maroc, a évoqué l'importance que le numérique représente déjà dans l'économie mondiale et s'est interrogé sur l'attitude qu'il fallait adopter pour que les grandes plateformes n'abusent pas de leur position dominante.

M. Frédéric **JENNY**, Président du Comité de la Concurrence à l'OCDE



"La notion de marché pertinent, qui est au cœur de l'analyse de concurrence, n'est pas très pertinente dans le cadre des écosystèmes parce qu'ils sont sur tous les marchés et qu'ils sont liés à une technologie plutôt qu'à un marché."

Dans son discours inaugural, M. Frédéric JENNY, Président du Comité de la Concurrence à l'OCDE, a rappelé l'importance de la donnée dans les économies numérisées et exposé les difficultés que les organes de régulation pouvaient rencontrer en essayant de préserver les règles de la concurrence dans cette économie des données.

PANEL 1 : LA RÉGULATION DES MARCHÉS

M. Ioannis **LIANNOS**, Président de la Commission de la Concurrence de Grèce



"Le phénomène économique et social de la révolution numérique a mis en exergue la pauvreté du droit de la concurrence face à la montée en puissance des plateformes numériques dans l'économie mondiale."

Le premier panel, consacré à la régulation des marchés, a mis en lumière les difficultés auxquelles les organes de régulation seront confrontés et les défis qu'ils vont devoir relever afin d'imposer aux champions de l'économie numérique le respect des droits internationaux et nationaux, ainsi que celui d'une concurrence qui permettra aux petites et moyennes entreprises, ainsi qu'aux consommateurs, de ne pas subir les positions dominantes dont certaines plateformes abusent déjà.



Les travaux du panel ont été inaugurés par une keynote présentée par M. Ioannis Liannos, Président de la Commission de la Concurrence de Grèce, où il est revenu sur les modes de fonctionnement et les business models des plateformes de la Big Tech, ainsi que le principe de compétition entre les différents écosystèmes de l'économie numérique.

Ensuite, le panel a été marqué par les interventions de M. Chakib Alj, Président de la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM), qui a insisté sur l'importance que représente la transition numérique pour la croissance des entreprises du Maroc et d'Afrique, et de M. David Sevy, Vice-président de la branche française de Compass Lexecon, cabinet de conseil économique américain, qui a rappelé les notions de contestabilité et de concurrence dynamiques qui incitent les entreprises à innover face aux grandes plateformes.

PANEL 2 : LA RÉGULATION DES SERVICES

M. Alberto **BACCHIEGA**, Directeur des secteurs « Information, Communication & Médias » à la Commission Européenne



"En Europe, un consensus s'est dégagé sur la nécessité d'un nouvel outil, si fort que le Digital Markets Act et le Digital Services Act ont été créés en un temps record."

Le deuxième panel, consacré à la régulation des services, a mis en évidence la nécessité d'un encadrement juridique fort pour l'offre des services numériques, locaux et internationaux, mais aussi pour celle des crypto-actifs, de la chaîne de production des données et des plateformes telles que les Fintech, les opérateurs télécoms ou les BigTech.

Ce panel a entamé ses travaux par une keynote présentée par M. Alberto Bacchioga, Directeur des secteurs « Information, Communication & Médias » à la Commission Européenne, qui a rappelé les raisons pour lesquelles l'Union Européenne s'est doté de deux directives importantes, à savoir le Digital Markets Act et le Digital Services Act, et a expliqué pourquoi il faut éviter, à l'échelle des pays, les fragmentations réglementaires qui ne profitent en général ni aux autorités, ni aux entreprises.



Ensuite, le panel a été ponctué par l'intervention de M. Amin Benjelloun Touimi, Directeur général du Groupe Poste Maroc, qui a expliqué comment la digitalisation des services postaux pouvait compenser la baisse des volumes du courrier, dans un environnement régulé. Mme Katarzyna Araczevska, Directrice adjointe du Département de la Protection des Consommateurs à l'Autorité de la Concurrence de Pologne, a insisté sur l'importance d'intégrer les réglementations européennes comme le Digital Services Act dans les cadres juridiques de chaque pays en privilégiant d'abord la protection des consommateurs. Pour sa part, M. Krisztian Katona, Vice-président du Pôle Concurrence et Réglementation à la Computer and Communications Industry Association des Etats-Unis, est revenu sur les conditions dans lesquelles l'application de règles de concurrence strictes peuvent favoriser l'innovation et la croissance des entreprises. De son côté, M. Othman Khalil El Alamy, Secrétaire général de l'Autorité de Contrôle des Assurances et de la Prévoyance Sociale (ACAPS), a souligné la nécessité pour les entreprises et les institutions de mettre en place des écosystèmes digitaux équilibrés pour une transition numérique où les énergies sont préservées.

PANEL 3 : LA PRESSE ET LES DROITS VOISINS

M. Benoît **CŒURÉ**, Président de l'Autorité de la Concurrence de France



"L'utilisation de l'information provenant des producteurs de presse contribue à la création de valeur sur les plateformes, et la question de la redistribution de cette valeur est absolument centrale."

Le troisième panel, consacré à la presse et aux droits voisins, a permis de souligner, à travers l'examen des exemples du Maroc et de l'Union Européenne, la nécessité absolue de partager plus équitablement les revenus générés par les contenus de la presse en ligne et d'imposer aux grandes plateformes le paiement de droits d'auteur pour les producteurs de contenus.

Les travaux de ce panel ont débuté avec la keynote de M. Benoît Cœuré, Président de l'Autorité de la Concurrence de France, qui a mis l'accent sur la nécessité absolue de disposer de structures de gouvernance capables de s'imposer dans les discussions contractuelles avec les plateformes et de rééquilibrer le partage des valeurs générées dans la presse en faveur des éditeurs et des agences.



Ensuite, les travaux du panel se sont poursuivis avec Mme Fatima Zahra Ouriaghli, Vice-Présidente de l'Association Nationale des Médias et des Éditeurs (ANME), qui a expliqué comment, dans un environnement digital, les contenus générés par les journalistes doivent être valorisés comme de la data, dans une économie de la data, et M. Mohamed Zouak, conseiller du président de la Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux (FMEJ), qui a relevé la difficulté qu'éprouvent les éditeurs de presse marocains à lutter contre les grandes plateformes et les inégalités dans le partage des revenus publicitaires générés par la presse en ligne. Pour sa part, M. Mostapha Amadjar, Directeur de la Communication au ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication, a réaffirmé le soutien des autorités à la presse marocaine et l'engagement des pouvoirs publics à accompagner le secteur dans sa transition vers le digital. De son côté, M. Younès Moujahid, Président du Conseil National de la Presse, a insisté sur l'importance pour le secteur de la presse nationale et continentale de se constituer en une force soutenue par les Etats et capable de négocier avec les grandes plateformes pour préserver ses droits.

PANEL 4 : LA DIGITALISATION DE LA FINANCE

M. Lotfi **SEKKAT**, Président de CIH Bank



"Avec l'arrivée de nouvelles technologies comme la crypto-monnaie ou l'intelligence artificielle, c'est la technologie qui est à la manœuvre, mais qui nécessite des régulations réactives."

Le quatrième panel, consacré à la digitalisation de la Finance, a exposé les enjeux que pose la digitalisation de la finance, alors que la technologie évolue plus vite que les réglementations et que les nouveaux outils numériques appliqués à la finance permettent une inclusion qui doit être encadrées afin de garantir aux consommateurs la transparence et la sécurité de leurs opérations.

Les travaux de ce panel ont débuté avec la keynote de M. Lotfi Sekkat, Président de CIH Bank, qui a rappelé comment la digitalisation et les innovations techniques permettent une plus grande inclusion financière, mais dans un cadre réglementaire attrayant et avec des régulations réactives.



Ensuite, les travaux panel ont été ponctués par les interventions de M. Abdelmounaim Dinia, Directeur général du Crédit Agricole du Maroc, qui a précisé que la digitalisation des services financiers favorise une plus grande inclusion bancaire, surtout pour les population rurales ou éloignées, et de M. Francis Kariuki, Directeur général de la Commission de la Concurrence du Kenya, qui a mis l'accent sur la nécessité de disposer d'organes de régulation souples et réactifs face aux évolutions rapides de technologies et capables de s'adapter de manière très efficace à tous les contextes de crises. Par ailleurs, M. Hicham El Alami, Directeur du pôle Support et Développement à l'Autorité Marocaine du Marché des Capitaux (AMMC), a assuré que l'encadrement des Fintech devrait se faire dans un esprit de coopération globale face à des technologies entièrement dématérialisée telles la blockchain. Pour sa part, Mme Margarida Matos Rosa, Présidente de l'Autorité de la Concurrence du Portugal, a souligné que la digitalisation du secteur bancaire offre une réelle amélioration des services aux clients, mais à condition que le dialogue avec les organes de régulation soit permanent et constructif. M. Mounir Chraïbi, Directeur exécutif de Bank of Africa, a évoqué, quant à lui, les avantages qu'offrent les technologies numériques, telles que le paiement mobile, s'agissant d'accélérer l'inclusion financière au Maroc et de créer de nouvelles spécialisations pour promouvoir ces technologies.

Jour 2 : 2 panels et une séance de clôture

La deuxième journée de la conférence internationale « Transformation digitale : entre régulation et compétitivité » a vu les rencontres se poursuivre avec deux panels et s'achever avec une séance de clôture durant laquelle M. Mohamed Abouelaziz, Secrétaire général du Conseil de la Concurrence du Maroc, a donné lecture à un message adressé à Sa Majesté le Roi Mohammed VI.

PANEL 5 : CENTRALITÉ DE LA DONNÉE DANS LES MARCHÉS NUMÉRIQUES

M. Roberto **RUSTICHELLI**, Président de l'Autorité de la Concurrence d'Italie



"Les autorités de la concurrence sont soumises à une pression intense pour identifier les outils appropriés qui répondent aux défis de la digitalisation de l'économie."

Ce cinquième panel, consacré à la centralité de la donnée dans les marchés numériques, est revenu sur le rôle central que la data devrait acquérir durant les prochaines décennies, comme valeur marchande et comme enjeu de domination technique et scientifique pour ceux qui émettront les données, ceux qui les recueilleront et ceux qui les échangeront.

Les travaux de ce panel ont débuté avec la keynote de M. Roberto Rusticelli, Président de l'Autorité de la Concurrence d'Italie, qui a relevé l'importance que les données représentent pour le développement de presque tous les secteurs économiques du monde, ainsi que la difficulté d'encadrer la valorisation de ces données en respectant des règles équitables de concurrence.



Ensuite, les travaux de ce panel se sont poursuivis avec l'intervention de M. Amine Mounir Alaoui, président de la Commission de la Société de la Connaissance et de l'Information au Conseil Économique Social et Environnemental (CESE), qui a noté la forte corrélation entre le pouvoir, la possession des données et la création de richesses qui profiteront à tous. Pour sa part, M. Daniel Guarnera, conseiller senior au Department Of Justice des USA, a relevé l'incroyable quantité de données générées aujourd'hui et souligné l'importance de ne pas laisser les données fausser les règles de la concurrence. D'autre part, M. Xavier Reille, Directeur du Bureau Maghreb et Djibouti d'International Finance Corporation, une société du groupe Banque Mondiale, a expliqué pourquoi les pays émergents, surtout en Afrique, doivent générer leurs propres champions numériques et leurs données afin de ne pas subir une domination trop forte de plateformes internationales constituées en trust.

PANEL 6 : L'ÉGALITÉ D'ACCÈS À L'INFORMATION

M. Sidi Mohammed **DRISSI MELYANI**, Directeur général de l'Agence de Développement du Digital



"Le Maroc a été précurseur au niveau régional en accordant une attention particulière aux volets de la concurrence et de l'initiative privée."

Ce sixième panel, consacré à l'égalité d'accès à l'information, a posé la question de l'égalité des chances et de l'égalité des droits face à une information devenue l'objet de toutes les convoitises, de plus en plus monnayable et de plus en plus monnayée.

Les travaux de ce panel ont débuté avec la keynote de M. Sidi Mohammed Drissi Melyani, Directeur général de l'Agence de Développement du Digital (ADD), qui a souligné que l'accès à la data est important pour développer une économie digitale et expliqué pourquoi l'égalité d'accès à l'information est indispensable pour une concurrence saine et une vraie transparence des marchés.



Ensuite, les travaux de ce panel se sont poursuivis avec une intervention de M. Abdelkarim Mazouzi, vice-président de la Fédération Marocaine des Technologies de l'Information, des Télécommunication et de l'Offshoring (APEBI), qui a souligné l'importance, dans des pays comme le Maroc, de l'accès à l'information pour des secteurs comme les collectivités territoriales ou l'éducation nationale. De son côté, Mme Adèle Moukheibir Barzelay, conseillère juridique « Données et Développement digital » à la Banque Mondiale, a indiqué que l'accès à l'information et à l'open data est freiné en raison d'un déficit de confiance des émetteurs de données, soulignant que les cadres de gouvernance doivent se mettre en place grâce à une approche multipartite des secteurs publics et privés. Pour sa part, M. Arthur Foch, Senior Digital Development Specialist à la Banque Mondiale, a mis l'accent sur la nécessité de former et de sensibiliser les responsables techniques dans les secteurs qui utilisent l'open-data dans des économies numérique où l'égalité de l'accès à l'information implique souvent une égalité de l'accès aux équipements. D'autre part, Mme Emilie Cazenave, analyste des politiques publiques de l'OCDE, a précisé que l'accès égalitaire à l'information est synonyme de transparence et donc de confiance envers les marchés et l'économie en général. M. Hicham Chiguer, président de l'Association des Utilisateurs des Systèmes d'Information au Maroc, a précisé que l'accès à une information fiable est une condition indispensable de compétitivité et de création de richesses et d'opportunités.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

SÉANCE INAUGURALE



Abdellatif **JOUHARI**
Wali de Bank Al-Maghrib

Maroc



Ahmed **RAHOU**
Président du Conseil
de la Concurrence

Maroc



Frédéric **JENNY**
Président du Comité
de la Concurrence

OCDE

M. Abdellatif **JOUAHRI**, Wali de Bank Al-Maghrib.



D'abord, je tiens à vous remercier pour les mots que vous avez prononcés à mon égard. Cela me touche. Mais je vous dirais que souvent, par les temps qui courent, nous, banquiers centraux, nous passons plus de temps à expliquer pourquoi nous nous sommes trompés, en cherchant, peut-être, à bien agir dans le bon sens de la conjoncture actuelle. Et puis, vous pouvez vous poser la question de savoir pourquoi j'ai été sollicité pour introduire ces journées traitant des thématiques de la transformation digitale, de la concurrence et de la compétitivité.

J'ai répondu favorablement à cette sollicitation par devoir d'amitié d'abord vis à vis de M. Ahmed RAHHOU. Nous nous connaissons, car il était banquier aussi. Mais, j'ai répondu présent surtout parce qu'une certaine solidarité unit la communauté des régulateurs. Je vous demanderais donc un peu de bienveillance à mon égard concernant ce thème.

Monsieur le Président du Conseil de la Concurrence,

Messieurs les Présidents de l'ANRT et de l'ADD,

Messieurs les Présidents et Directeurs,

Monsieur le Président du Comité de la Concurrence à l'OCDE.

Mesdames et Messieurs,

C'est pour moi un réel plaisir de prendre part à cette conférence internationale sous le thème « Transformation digitale : entre régulation et compétitivité ». Je tiens, à cette occasion, de remercier mon ami M. RAHHOU, Président du Conseil de la Concurrence, pour son invitation et à le féliciter pour le choix de la thématique, pour la qualité des panélistes nationaux et internationaux qu'il a pu réunir et pour l'organisation de haut niveau de cette conférence.

Je suis d'autant plus heureux que le sujet retenu pour cette conférence porte sur une problématique d'intérêt commun pour Bank Al-Maghrib et le Conseil de la Concurrence et confirme l'importance des passerelles de communication et de concertation entre nos deux institutions.

Mesdames et Messieurs,

Nous assistons depuis une dizaine d'années à des évolutions importantes en matière de digitalisation qui impactent de plus en plus nos quotidiens d'individus et d'entreprises.

Ces évolutions se manifestent dans les changements apportés à notre manière de rechercher l'information, de communiquer, de consommer, de payer, de se financer, de présenter ou encore de distribuer les produits et les services. Les autorités publiques reconnaissent les énormes apports de ces évolutions en matière de création de nouvelles opportunités d'emploi, de confort, de produits et services personnalisés, de réduction des délais et des coûts et de simplification des liens sociaux.

Les plateformes numériques dites multifaces et les réseaux sociaux, acteurs clés de l'économie numérique, sont devenus incontournables à la fois pour les personnes et pour les entreprises, car on y voit de part et d'autre un environnement virtuel où l'on peut exister, penser, s'exprimer et consommer.

Bien que de nombreuses caractéristiques du modèle économique de ces plateformes

plateformes numériques ne soient pas nouvelles, leurs combinaisons, associées au rythme du changement et à la portée mondiale de certains acteurs du marché, constituent un défi pour les régulateurs et les autorités de la concurrence.

Ainsi, de plus en plus d'experts expriment des préoccupations concernant la concentration accrue dans certaines industries, y compris technologiques, la baisse de la part du travail dans le revenu et les inégalités croissantes de revenus. Ils soulèvent également les risques liés aux technologies utilisées, comme les algorithmes d'intelligence artificielle, aux positions dominantes de certains acteurs du marché pouvant donner lieu à des situations d'abus, au blanchiment des capitaux, au financement du terrorisme, à la cybersécurité et à l'atteinte à la protection des données personnelles.

Certains appellent à la dissolution des plus grandes entreprises technologiques ou à leur régulation en tant que service d'utilité publique pour réduire les niveaux de concentration et diminuer et éliminer l'effet de levier du pouvoir de marché. D'autres observateurs suggèrent qu'il serait nécessaire de partager les données, un atout central des entreprises numériques d'aujourd'hui entre concurrents, pour surmonter les barrières à l'entrée et ou à l'expansion sur certains marchés ; la donnée étant considérée désormais comme un actif stratégique et le développement des mécanismes de sa collecte et de son traitement ayant accentué les positions dominantes des géants du numérique sur différents segments d'activité.

En revanche, d'autres soutiennent que les marchés numériques sont hautement concurrentiels avec des investissements importants dans l'innovation, offrant aux consommateurs des produits et services de choix et de haute qualité à faible coût. Les décideurs et les responsables des politiques de la concurrence sont donc amenés à tenir compte de ces diverses considérations pour maîtriser les risques de la digitalisation sans compromettre les avantages qu'elles peuvent

apporter, tout en tenant compte des évolutions rapides de la technologie.

Mesdames et Messieurs,

Dans cet environnement numérique complexe qui se développe à un rythme soutenu, les pouvoirs publics et les régulateurs doivent constamment s'assurer de la pertinence de l'encadrement juridique et réglementaire nécessaire pour garantir des conditions de développement saines. C'est donc dans ce sens que certaines juridictions ont décidé d'adopter des règles spécifiques pour régir la relation entre les plateformes et les utilisateurs. Je citerai, en particulier au niveau de l'Union Européenne, le règlement Platform to Business (P2B), le Digital Markets Act (DMA), le Digital Services Act (DSA), l'initiative No Deal For Consumers concernant une meilleure application et modernisation des règles de protection des consommateurs de l'Union Européenne. De même, le Royaume-Uni a publié en juillet 2020, dans le cadre de sa stratégie digitale post Brexit, son plan de réglementation numérique dans lequel il a exposé sa vision globale de la gouvernance des technologies numériques visant à promouvoir la concurrence et l'innovation, à assurer la sûreté et la sécurité du Royaume-Uni en ligne et à promouvoir une société prospère et démocratique. Ce plan a été accompagné par une vision pour le futur régime réglementaire de l'intelligence artificielle au Royaume, qui sera favorable à l'innovation et adapté au contexte, et par une réforme des lois en lien avec la protection des données.

Par ailleurs, le Japon, à titre d'exemple, a adopté en février 2021 une loi sur l'amélioration de la transparence et de l'équité des plateformes numériques. Cette nouvelle législation oblige notamment les fournisseurs de plateformes numériques désignés à œuvrer pour assurer la transparence et l'équité du marché du numérique, ce qui devrait préserver le droit de la concurrence. D'autres directives ont été adoptées en matière de gouvernance et de valorisation des données.

Je cite le règlement européen général sur la protection des données personnelles et son équivalent, le PIPEDA (Personal Information Protection and Electronic Documents Act) au niveau du Canada, la deuxième directive européenne sur les services de paiement (DSP2) et la proposition de directive européenne sur la responsabilité en matière d'usage de l'intelligence artificielle, formulée en septembre dernier.

Ces exemples illustrent la complexité des approches de régulation qui doivent combiner à la fois la promotion de la concurrence saine, la protection du consommateur et la protection des données, tout en préservant les avantages de la digitalisation dans un environnement globalisé et en pleine mutation.

Big Tech, qui se basent généralement sur deux modèles ayant des contraintes réglementaires moins rigides que la banque classique. Il va sans dire que l'introduction de ces services innovants participe à la stimulation de la concurrence et favorise une plus grande diversité de l'offre et une réduction des coûts au bénéfice du consommateur, mais elle induit aussi des risques liés notamment à la stabilité financière, à la protection des consommateurs, au blanchiment des capitaux, au financement du terrorisme ou encore à la cybersécurité.

À l'échelle internationale, la transformation digitale dans le domaine bancaire et financier appelle à une concertation entre les régulateurs et les autorités compétentes afin



Mesdames et Messieurs,

A titre d'illustration, j'en viens maintenant au secteur bancaire qui me concerne plus directement et je l'aborderai sous deux angles. D'abord, l'angle de la transformation digitale et, puis, celui relatif à la promotion de la concurrence. En effet, le secteur bancaire a été l'un des précurseurs en matière de transformation digitale. Les banques ont entamé depuis déjà plusieurs années leur transformation vers le digital en adaptant le processus pour répondre aux besoins pressants d'instantanéité et de rapidité envers leurs clients.

On assiste également à une transformation des modèles d'affaires avec l'émergence de nouveaux acteurs comprenant les FinTech, mais également les opérateurs télécoms, les

de pouvoir concilier entre les avantages qu'offre cette transformation et la maîtrise des risques qu'elle induit. Dans ce sens, le programme FinTech de Bali, mis au point par le FMI et la Banque mondiale en octobre 2018, vise à aider les pays membres à tirer parti des avantages de la technologie financière et des possibilités de progrès rapides qu'elle offre, tout en gérant les risques inhérents. Ce programme édicte aussi les recommandations pour le renforcement de la concurrence et l'engagement en faveur de ce les pays membres appellent des marchés ouverts, libres et contestables.

Aussi, la technologie financière dans le secteur bancaire pourrait, selon le Comité de Bâle, induire des transformations de différentes

formes. D'un côté, les banques établies pourraient continuer de dominer le secteur, proposant un meilleur service à leurs clients grâce aux avancées issues des innovations technologiques. D'un autre côté, ces acteurs historiques pourraient voir leur situation bouleversée par l'arrivée de nouveaux entrants, plus agiles et plus prompts à adopter les innovations des technologies financières qui répondent aux besoins des clients.

Selon ce comité, les scénarios disruptifs sont improbables. Les scénarios qu'ils appellent morcellement du paysage bancaire ou meilleure banque demeurent les plus susceptibles de se réaliser. Ils se caractérisent principalement par des banques établies qui adoptent le numérique et se modernisent afin de protéger leur relation client et le service bancaire de base et l'émergence de nouvelles entreprises.

Indépendamment du scénario, les nouveaux acteurs du marché renforceront la concurrence dans ce domaine, en proposant des offres à des tarifs concurrentiels répondant aux besoins de la clientèle. Une concurrence que nous devons encourager au profit du consommateur et des services financiers. En ce qui concerne la concurrence dans le secteur bancaire, cet aspect est pris en compte par Bank Al-Maghrib, dans le cadre de son rôle de régulateur, et se reflète à travers l'application des mêmes règles à tous les acteurs, sans différenciation entre les statuts des actionnaires, qu'ils soient publics ou privés. S'agissant de l'ouverture du secteur bancaire à de nouveaux acteurs, je citerai les établissements de paiement, les banques participatives ou encore, tout récemment, le crowdfunding, qui présentent l'avantage de renforcer l'offre de produits et l'inclusion financière.

L'analyse de la concurrentialité du secteur bancaire a fait l'objet, d'ailleurs, d'une étude diligentée par le Conseil de la Concurrence en 2013, qui a démontré l'existence d'une concurrence effective entre les opérateurs.

À ce titre, Bank Al-Maghrib a œuvré à la levée

des barrières à l'accès au service bancaire, notamment à travers l'adoption par la profession de la gratuité d'une sélection de services bancaires et l'encadrement de la mobilité bancaire pour faciliter aux clients la décision de changer de banque. Le renforcement de la transparence des services bancaires est également une préoccupation permanente.

Ainsi, nous avons introduit les exigences ayant trait à l'affichage des conditions appliquées aux opérations, à la transmission des relevés bancaires à la clientèle, à la consommation annuelle du récapitulatif de consommation et à l'information des entreprises sur leur demande de crédit. Cette transparence sera renforcée davantage encore par la mise en place par le secteur bancaire très rapidement d'un comparateur des tarifs bancaires et des dates de valeur facilitant à la clientèle le choix de la banque qui répond le mieux à leurs besoins.

Mesdames et Messieurs,

Je ne vais pas vous assommer en vous indiquant dans le détail que Bank Al-Maghrib, en tant qu'institution, a mis le digital au cœur de son dernier plan stratégique. Cela conduit à la transformation de nos processus et activités internes, notamment à travers un travail de réingénierie et une exploitation avancée des données, consolidant ainsi notre rôle en tant que régulateur dans la digitalisation et l'émergence d'écosystèmes financiers.

Bank Al-Maghrib a également mené, en collaboration avec ses partenaires, plusieurs chantiers visant à renforcer le levier de développement de l'écosystème des FinTech. Nous avons également engagé, dans le cadre d'une commission nationale regroupant l'ensemble des parties prenantes, le chantier de préparation de l'encadrement juridique des cryptos actifs qui ont défrayé la chronique et qu'on nous a reproché d'interdire à un moment donné. Mais maintenant, une commission regroupant les différentes parties prenantes est en train de finaliser un projet de texte juridique régissant les cryptos actifs et

lancer la réflexion sur l'émission potentielle d'une monnaie digitale de banque centrale avec des comités et avec l'appui à la fois des organisations internationales comme le FMI et la Banque mondiale, mais surtout avec, la participation des banques partenaires qui nous ont devancé dans ce domaine et où le travail est bien avancé.

Nous nous orientons davantage vers une monnaie de banque centrale dirigée vers la monnaie de détail, plutôt que vers la monnaie de gros. Par ailleurs, une nouvelle dynamique de marché est attendue avec l'introduction prochaine d'open banking, qui constitue un puissant levier de l'innovation et de la recherche & développement dans le domaine bancaire.

Mesdames et Messieurs,

La stratégie de data, lancée en 2021, a positionné l'amélioration de la gestion et de la gouvernance de la donnée en tant qu'actif stratégique dans un dispositif global qui favorise la transparence sur les données statistiques qu'elle produit et facilite l'accès à ses données au profit de son écosystème et stimule la compétitivité entre les différents acteurs à travers une exploitation efficiente de ces données.

Mesdames et Messieurs,

Encourager l'innovation et l'utilisation des technologies numériques comme moteur de croissance pour créer des marchés florissants est devenu un facteur de compétitivité à l'échelle mondiale. En tant que régulateur, nous devons accompagner ces innovations tout en veillant à ce qu'elles soient développées de manière responsable afin de protéger la société et de faire respecter les droits des citoyens.

Parvenir à cet équilibre est un enjeu majeur qui requiert l'adoption d'approches réglementaires proportionnées et agiles, en simplifiant les procédures et en offrant clarté et confiance aux entreprises et aux consommateurs, ainsi et surtout qu'une collaboration et une coordination étroites entre les régulateurs au niveau des pays et évidemment aussi à l'échelon mondial.

Bank Al-Maghrib et le Conseil de la Concurrence se sont bien engagés dans cette voie. La concertation entre nos deux institutions, consacrée à la fois au niveau de la loi relative au Conseil de la Concurrence et la loi bancaire, a été renforcée avec la conclusion en janvier 2020 d'un accord de coopération qui fixe le périmètre de collaboration et d'échange d'informations et prévoit un cadre de concertation et d'échange d'expertises dans les domaines d'intérêt commun.



Dans le même sens, nous avons multiplié les accords de coopération conclus avec les autorités de régulation et des institutions nationales, telles que la Commission Nationale de contrôle de la protection des Données à caractère Personnel (CNDP), l'ANRT, l'Autorité Nationale du Renseignement Financier (ANRF), l'AMMC, l'Instance Nationale de la Probité, de la Prévention et de la Lutte contre la Corruption (INPPLC), la Direction Générale de la Sûreté Nationale et l'Administration des Douanes et aussi, à l'échelon international, avec plusieurs banques centrales et régulateurs au niveau du secteur bancaire et financier.

Je suis convaincu que les thématiques choisies pour ces deux journées et les interventions des panélistes de haut niveau ne manqueront pas de fournir un éclairage sur les enjeux qui s'imposent à nous et d'enrichir à la fois les débats et les réponses appropriées.

En souhaitant plein succès aux travaux de cette conférence, je voudrais m'excuser d'avoir été peut-être un petit peu long et vous remercie de votre aimable attention.

M. Ahmed RAHOU, Président du Conseil de la Concurrence (Maroc)



Monsieur le Wali de Bank Al-Maghrib, merci pour les belles paroles que vous avez eu à mon égard lors votre discours inaugural,

Messieurs et Mesdames les Présidents et Directeurs des instances de gouvernance et de régulation au Maroc,

Monsieur le Trésorier Général du Royaume,

Mesdames et Messieurs les Présidents des Autorités de la Concurrence,

Monsieur le Président du Comité de la Concurrence à l'OCDE,

Monsieur le Président de la CGEM,

Messieurs les Présidents et Directeurs Généraux,

Mesdames et Messieurs,

Au nom

du Conseil de la Concurrence,

de l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT), en la personne de son Directeur Général, M. Azzelarab HASSIBI qui est avec nous,

de l'Agence du Développement du Digital, en la personne de son Directeur Général, M. sidi Mohammed DRISSI MELYANI, présent avec nous,

J'aimerais vous souhaiter à tous la bienvenue et vous exprimer mes vifs remerciements pour

votre présence à Marrakech pour participer aux travaux de cette conférence internationale co-organisée par ces trois institutions autour de la thématique de « La transformation digitale : entre régulation et compétitivité ».

Mesdames et Messieurs,

Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu L'assiste, a bien voulu honorer de son Haut Patronage, cette conférence internationale. Cet insigne honneur vient illustrer l'intérêt que porte Sa Majesté le Roi à la problématique de la transformation digitale et sa centralité dans un monde qui change à grande vitesse. À cet égard, dans Son dernier Discours au Parlement à l'occasion de l'ouverture de la deuxième année législative de la 11 législature, Sa Majesté le Roi a souligné que la digitalisation des procédures, tout comme la consolidation des règles de concurrence loyale, constituent des conditions majeures pour l'attractivité des investissements productifs, levier essentiel pour libérer les énergies, tirer le meilleur parti des potentialités nationales, encourager l'initiative privée et drainer davantage d'investissements étrangers. Permettez-moi à cette occasion, en votre nom à tous, d'exprimer avec fierté et gratitude notre reconnaissance à Sa Majesté le Roi pour les marques de profonde sollicitude et de haute bienveillance.

Mesdames et Messieurs,

Le nouveau modèle de développement a consacré une part importante de ses conclusions et recommandations à la question du numérique.

À cet effet, il entrevoit le numérique comme véritable levier de changement et de développement auquel il convient d'accorder un intérêt particulier en le considérant comme catalyseur des transformations structurantes à fort impact. De ce fait, l'accélération de la transformation digitale est importante et cruciale afin d'entraîner les disruptions nécessaires dans les modes de production, les modalités d'accès aux services

de base, l'accès à l'information et l'inclusion économique et financière des populations et des espaces géographiques.

Pour que le potentiel transformationnel des technologies numériques soit pleinement mobilisé, le rapport sur le nouveau modèle de développement a mis le doigt sur l'importance de disposer d'une stratégie ambitieuse de transformation numérique, de mettre à niveau l'infrastructure et de l'étendre à l'ensemble du territoire national, de digitaliser l'administration, de former des compétences en nombre suffisant et de parachever le cadre légal visant à assurer la confiance numérique des utilisateurs et la souveraineté numérique du Royaume.

Au regard de ce processus de développement, le Maroc possède d'importants atouts et entreprend des progrès significatifs en matière de transformation digitale, aussi bien sur les plans de l'équipement et d'infrastructures disponibles que sur celui des stratégies et programmes mis en œuvre.

Pour l'infrastructure télécoms, à titre d'illustration, le Maroc comptait jusqu'en mars 2022, 30,3 millions d'abonnés pour le parc d'Internet mobile dominé par la technologie 4G, et 2,3 millions d'abonnés pour le parc d'Internet fixe, dont 1,6 million pour l'ADSL et environ 450.000 abonnés pour la fibre optique, ce qui représente un taux de croissance aujourd'hui de 77,3 %.

Il compte également plus de 51 millions d'abonnés pour le téléphone mobile, 2,5 millions pour la téléphonie fixe. Le secteur des télécoms a généré, en 2021, 33,9 milliards de dirhams en chiffre d'affaires, soit une croissance de 8,9 % depuis 2016. Le Maroc possède également de fortes potentialités dans le secteur de l'offshoring. À cette fin, il a déployé des écosystèmes numériques pour développer des champions nationaux et des start-ups à fort potentiel de croissance.

Le Maroc a mis en place également une stratégie pour former un vivier de talents capables de porter la transformation digitale.

Mesdames et Messieurs,

La transformation digitale ne se limite pas aujourd'hui à l'innovation au sens large consistant à créer ou améliorer un produit ou un processus. Elle renvoie à un phénomène plus profond faisant appel à l'innovation disruptive ou de rupture.

Ce concept, qui a été expliqué par Clayton Magleby Christensen, décrit un processus par lequel un produit ou un service prend initialement racine au bas d'un marché, avec des fonctionnalités nouvelles mais simples, puis s'améliore et gagne de plus de parts de marché, puis devient tellement important sur le marché que les concurrents établis se voient obligés de s'adapter sous peine d'être évincés.

Ce schéma complexe montre que la transformation digitale exerce un impact profond sur le fonctionnement des marchés, aussi bien du côté de l'offre que de la demande, que des conditions de la concurrence et de la régulation. En effet, la transformation digitale réussit à mettre en relation un plus grand nombre d'entreprises et de consommateurs dans de nouveaux marchés de biens et de services portés par des secteurs innovants et, simultanément, contribue fortement à bouleverser des secteurs dits classiques qui en deviennent dépendants.

Mesdames et Messieurs,

La crise sanitaire a confirmé l'importance vitale du numérique et a montré qu'il est un accélérateur majeur de transformation digitale en offrant un contexte favorable à son irruption. En effet, le déclenchement de la crise a provoqué un afflux massif vers l'usage de l'Internet, ce qui a favorisé une accélération numérique remarquable et a permis à un nombre important d'entreprises et d'individus de mieux s'adapter à cela.

Cela a encouragé également les pouvoirs publics à placer la transformation digitale au cœur de leur programme d'actions pour la sortie de crise. En parallèle avec l'ensemble des répercussions positives de la transformation

digitale, nous sommes confrontés à des défis majeurs avec des implications fondamentales sur la concurrence, du fait que les marchés numériques disposent de caractéristiques différentes des marchés traditionnels. En effet, la transformation digitale introduit sur le marché de nouveaux modèles d'affaires, portés par de puissants effets de réseau et par l'exploitation de données à grande échelle.

Cette dynamique s'est davantage accentuée avec l'accélération de l'intégration de l'intelligence artificielle dans notre quotidien, à travers les algorithmes qui gèrent les machines et les processus organisationnels. Toutefois, même avec les changements bénéfiques que procure l'intelligence artificielle, des problématiques importantes se manifestent ayant trait à sa viabilité en termes de confidentialité, d'explicabilité des technologies, c'est à dire la capacité de rendre compréhensibles les éléments pris en compte pour produire un résultat et aussi la responsabilité éthique des acteurs.

Aujourd'hui, il est légitime de s'interroger jusqu'à quel point nous pourrions laisser les algorithmes conduire nos vies. Parallèlement, il a été constaté que, du fait du rendement croissant induit par les fonctions de production, la transformation digitale tend à favoriser naturellement la concentration des marchés. Ainsi, les marchés numériques apparaissent dans une situation monopolistique ou oligopolistique et contribuent à la formation de positions dominantes qui reflètent quasiment tous les profits du marché (The winner takes all), d'autant plus qu'avec la transformation digitale, les barrières à l'entrée de plusieurs marchés s'abolissent plus aisément pour permettre l'éclosion de nouvelles opportunités, rendant ainsi les marchés fortement contestables. Ainsi, les réglementations se trouvent fortement interpellées, notamment par rapport à l'équité dans l'application des conditions juridiques en matière d'exercice de certaines professions et d'application des régimes fiscaux, puis, par rapport à l'adéquation des

règles juridiques avec les contraintes liées à la propriété du capital et aux obligations comportementales des entreprises.

Par ailleurs, la transformation digitale bouscule l'avenir de l'emploi et des professions en modifiant structurellement la typologie des métiers, sans oublier la remise en cause des méthodes classiques d'organisation de travail, ce qui soulève de nouveaux défis au droit du travail et à la protection sociale.

Elle soulève également des problématiques en rapport avec la portabilité des données et la sécurisation de leur production et utilisation, ce qui renvoie à la façon dont est abordée la propriété intellectuelle et la propriété des données.

Un autre défi relevé par la transformation digitale a trait à la question de la neutralité du Net et de la possibilité, en cas de dissymétrie de trafic, de faire payer pour l'usage du réseau ainsi qu'à l'adaptabilité du cadre fiscal dédié à l'économie numérique, compte tenu de l'émancipation des activités sur les marchés, ce qui engendre des distorsions fiscales importantes.

Mesdames et Messieurs,

Le monde d'aujourd'hui est contraint de se greffer sur le sentier de la transformation digitale et le Maroc ne fait pas exception. Plusieurs chantiers peuvent être ouverts pour permettre aux entreprises et aux consommateurs marocains d'exploiter pleinement les bienfaits de cette transformation.

Le premier chantier a trait à l'amélioration de l'infrastructure numérique qui doit bénéficier du même effort de développement que l'infrastructure physique. L'engagement de ce chantier important doit s'accompagner par une sécurisation de la chaîne de production et d'utilisation des données et une inclusion des catégories défavorisées dans l'environnement numérique.

Le deuxième chantier se rapporte au défi de régulation qui impose une réinterprétation des règles actuelles et une convergence des

réglementations aussi bien sur une échelle nationale qu'internationale.

Aujourd'hui, il est de toute importance de surveiller des écosystèmes fermés conçus pour maximiser la rétention des utilisateurs, en particulier les stratégies des plateformes qui se déploient dans un contexte d'intégration verticale, notamment à travers des systèmes en silos, sans possibilité d'interconnexion avec des systèmes gérant d'autres fonctionnalités ou horizontaux comme les stratégies de bundling avec la promotion de produits et de services en packs basés sur des pratiques de prix forfaitaires.

Il est important également de réguler les effets de réseau indirect, notamment dans un contexte de développement des modèles d'affaires qui génèrent des effets réseau difficiles à reconstituer pour les nouveaux entrants. Par ailleurs, l'action des autorités de la concurrence et des régulateurs doit être fondée sur une connaissance approfondie des marchés numériques, qui s'avèrent généralement complexes sur le plan technique, puis également sur une meilleure réactivité et étant donné la nature des marchés numériques qui s'associe à des innovations de rupture.

La problématique de la détermination des marchés pertinents est cruciale, notamment dans un environnement où les marchés numériques ont tendance à paraître bifaces ou même multi-faces, combinant publicité et contenu, et reliant différents types d'acteurs, des offreurs, des demandeurs mais aussi des opérateurs se finançant par la publicité et par la réutilisation des données collectées. L'une des questions qu'il convient de poser à ce titre est comment définir les marchés pertinents lorsque l'innovation avance rapidement et lorsque les produits et services qui en résultent sont initialement inclassables ?

Un troisième chantier à ouvrir renvoie au modèle de politique de concurrence adapté pour mieux encadrer la transformation digitale, en particulier les orientations politiques permettant la transition numérique des filières non numérisées.

Un quatrième chantier structurant à conduire est celui de la donnée personnelle, dont l'usage est d'une extrême sensibilité. Nous constatons aujourd'hui que la digitalisation a fait émerger des entreprises qui collectent les données des utilisateurs en contrepartie des services procurés de façon gratuite, ce qui leur permet de constituer un stock important de données qui revêt une haute importance pouvant être exploité et commercialisé auprès des producteurs ou des prestataires des services publicitaires ou des institutions bancaires ou des compagnies d'assurances.

Un cinquième chantier a trait au financement de la transformation digitale, qui passe par l'adaptation du financement au cycle de croissance des entreprises innovantes, notamment les start-ups à fort potentiel de croissance.



Mesdames et Messieurs,

La conférence internationale que nous organisons ces deux jours a prévu plusieurs ateliers qui ont pour ambition d'analyser les opportunités et les défis de la transformation digitale au carrefour de la question de la compétitivité et de la régulation.

Je souhaite donc plein succès à la réflexion collective que nous nous proposons de faire lors de cette conférence et un déroulement fructueux pour les différents ateliers programmés durant ces deux prochains jours.

Pour finir, permettez-moi d'adresser mes remerciements aux autorités locales, ainsi que à toutes les institutions et personnes, pour tous les efforts louables qu'elles ont déployés pour assurer l'organisation et la réussite de cette conférence internationale.

Et merci.

M. Frédéric JENNY, Président du Comité de la Concurrence (OCDE)



Monsieur le Wali de Bank-Al Maghrib, Monsieur le Président du Conseil de la Concurrence,

Je voudrais commencer par exprimer tout le plaisir que je ressens d'être parmi vous aujourd'hui dans cette conférence qui a été décrite comme étant une conférence fondatrice et qui est certainement extraordinairement importante, compte tenu de la nature des enjeux qui vont être discutés. Donc, je voudrais, tout d'abord, remercier les trois organismes organisateurs qui ont rendu cette manifestation possible pour leur invitation.

Mon second propos serait de dire que finalement, je n'ai rien à dire parce que mes prédécesseurs ont couvert un champ extrêmement large et extrêmement pertinent. Et il est bien difficile d'être le troisième orateur dans cette séance inaugurale.

Je vais cependant vous dire quelques mots qui ne seront peut-être que des illustrations de certains des propos qui ont été tenus avant, en me fondant sur le fait que l'OCDE en particulier, comme certains d'entre vous le savent peut-être, a porté une très grande attention à ces problèmes d'économie digitale ; le Comité de la concurrence en particulier, mais bien évidemment ce n'est pas

la seule institution au sein de l'OCDE à l'avoir fait. Nous avons consacré pratiquement une quarantaine de tables rondes à différents aspects et nous continuons de le faire parce que les progrès de la connaissance dans ce domaine sont absolument cruciaux compte tenu d'un certain nombre de défis auxquels nous sommes confrontés, ou en tout cas qui se créent par le développement du digital.

Je voudrais émettre quatre observations dans ma présentation :

La première, c'est simplement de rappeler le contexte. Le contexte, c'est l'économie des données qui n'est pas, dans un certain sens, quelque chose de nouveau. Elle a toujours existé. Les entreprises ont toujours essayé de comprendre quels étaient les désirs et les besoins des consommateurs. Elles ont essayé également de communiquer elles-mêmes par des moyens de publicité, par exemple dans la presse ou dans les médias. Mais ce qui s'est passé depuis une vingtaine d'années ou une trentaine d'années, c'est qu'il y a eu une transformation technologique triple qui a affecté l'économie des données et qui a complètement transformé les bases sur lesquelles fonctionne cette économie des données.

La première révolution technologique a été l'évolution technologique de l'informatique, la miniaturisation des composants électroniques qui a permis un stockage de données considérablement plus important et considérablement moins cher que les techniques traditionnelles de conservation des données.

La deuxième révolution technologique a été, bien évidemment, celle de la communication digitale, qui a permis le développement de l'échange de ces données entre un très grand nombre de personnes et également d'ailleurs, la multiplication du recueil de ces données, toujours à des coûts qui sont très faibles.

Et puis le troisième développement technologique auquel il a été fait allusion, ça a été le développement de l'intelligence artificielle

et du machine learning, c'est à dire d'une capacité de compréhension de ces données, de traitement de ces données et d'utilisation de cette analyse pour orienter l'action.

S'agissant de ce dernier point, dans les années 70 du siècle dernier, l'ambition des scientifiques était de créer des machines qui pourraient raisonner et qui pourraient être intelligentes dans le même sens que l'intelligence humaine. Ce projet n'a pas prospéré. Ce qui a prospéré, en revanche, ça a été justement le développement de techniques qui permettent d'analyser de façon beaucoup plus profonde, de trouver des structures à l'intérieur des données et de les utiliser dans des algorithmes pour permettre d'orienter l'action.

L'exemple peut être le plus frappant que je puisse évoquer pour illustrer cela a été LIBRATUS qui est un programme ou un algorithme qui a été mis au point en 2017 à Carnegie Mellon Institute aux Etats-Unis. C'est un algorithme qui joue aux échecs. Plusieurs choses sont intéressantes à rappeler :

Premièrement, en 2017, il y a eu une grande confrontation, c'est à dire qu'on a mis l'algorithme face aux trois meilleurs joueurs de poker du monde, et naturellement, l'algorithme a gagné au bout d'une série assez longue de parties. Ce qui est remarquable, c'est qu'il a gagné alors que rien dans l'algorithme ne disait comment jouer. La seule chose qui était dans l'algorithme, était ce qu'était « gagner » et ce qu'était « perdre ».

Au début, l'algorithme a beaucoup perdu. Il a analysé les données qu'il récoltait, mais comme il ne savait pas jouer, il avait de la difficulté même à avoir une notion des règles selon lesquelles on pouvait jouer au poker. Puis, en continuant d'analyser les données passées qui s'accumulaient au fur et à mesure des parties, la machine s'est aperçue qu'il y avait une incohérence et l'incohérence venait du fait qu'il était clair que les champions du monde de poker étaient en train de bluffer et que c'est pour ça qu'ils gagnaient.

L'algorithme a, par conséquent, intégré cette dimension, s'est mis, lui-même, à bluffer et

c'est comme ça, ultimement, qu'il a fini par gagner contre les trois plus grands joueurs de poker du monde. . C'est donner une idée assez précise de ce en quoi l'intelligence artificielle et le machine learning peut aider à la décision et la puissance de l'instrument. Alors la combinaison de ces trois révolutions technologiques a bien évidemment fait que les données dont j'ai dit qu'elles avaient toujours existé dans l'analyse économique ont changé de dimension.

C'est devenu d'abord un facteur extrêmement abondant, un facteur extrêmement peu cher, un facteur extraordinairement productif grâce à l'intelligence artificielle que j'évoquais et surtout un facteur qui ne se détruit pas avec son utilisation, contrairement aux autres facteurs de production. Ceci a changé considérablement les techniques de production des biens et des services, tout à fait naturellement.

De plus, cela a, d'ailleurs, complètement changé la relation entre producteurs et consommateurs, parce que cette donnée vient de l'activité même des consommateurs, en tant que demandeur sur les marchés.

Alors, comme il a été dit, un certain nombre de caractéristiques découlent de ce que je viens d'évoquer. Premièrement, il existe des économies d'échelle énormes qui vont poser un problème nouveau qui est le suivant : plus on a de données, plus l'algorithme va être entraîné et devenir puissant dans ses prédictions et meilleur on est, c'est à dire que ça introduit notamment par le biais de l'intelligence artificielle, un lien entre concentration et efficacité.

Par conséquent, cela crée un dilemme entre concurrence et efficacité. On avait l'habitude de dire que c'était par la concurrence et donc la concurrence atomistique, c'est à dire la concurrence entre un très grand nombre de concurrents, que l'efficacité pouvait se développer. Eh bien là, on est dans un monde dans lequel la relation est inversée et ça va poser un problème aux autorités de régulation : Quelle est l'arbitrage à faire entre la recherche de l'efficacité, d'un côté, et la préservation de la concurrence, de l'autre ?

Ceci est amplifié par le fait qu'il y a également des économies de gamme dans l'économie des données, c'est à dire que des données qui sont récoltées à propos de quelque chose peuvent être utilisées dans différentes activités. Ceci veut dire que les opérateurs digitaux vont être des opérateurs qui vont fonctionner sur la base d'économie de gamme, c'est à dire de façon conglomérale ; conglomérale dans le type de service qu'ils vont pouvoir offrir et conglomérale dans le sens où plus ils offrent un lot important de services, plus ils utilisent leurs données dans de nombreuses directions, plus ils sont efficaces. Bien évidemment, ceci va créer un

Alors ceci conduit, et je crois que c'est un élément important, au fait qu'il y a plusieurs angles sous lesquels la régulation des données voudrait intervenir, et ces angles ne sont pas nécessairement cohérents les uns avec les autres. Premièrement, du point de vue de la concurrence, une circulation de la donnée, un accès à la donnée la plus importante permet de développer la concurrence, l'efficacité ... etc. C'est une bonne chose. Mais bien évidemment, la protection de la vie privée est un élément qui va dans le sens contraire dans lequel on voudrait pouvoir, en tous cas de celui qui est à l'origine des données, restreindre cette diffusion.



nouveau dilemme qui est le dilemme de l'accès aux données. On a dit que cela pousse à la concentration, mais une fois qu'un organisme a un très grand nombre de données, il n'a pas d'incitation particulière à les partager avec qui que ce soit. Au contraire, il aimerait pouvoir monopoliser cette donnée. Et la concurrence requiert, en tout cas pour l'instant (Il y aura peut-être des développements technologiques dans les prochaines années sur ce point, parce qu'il y a maintenant l'émergence de quelque chose dont je ne veux pas parler, mais qui sont les données synthétiques, c'est à dire des données qui sont elles-mêmes générées indépendamment de la réalité), l'accès à la donnée qui devient un élément de concurrence très important et donc les régulateurs devront gérer le problème lié à la manière de réguler cet accès à la donnée.

Troisième élément : assurer l'accès à la donnée constitue aussi un enjeu de concurrence, mais se heurte éventuellement à la protection de la sécurité de la donnée, parce que la donnée est quand même fragile. Elle peut être transformée. Donc accès et sécurité posent un nouveau dilemme. Finalement, l'intégrité de la donnée est aussi quelque chose qui est très importante puisque la donnée est sous une forme immatérielle et peut être facilement transformée.

C'est une nouvelle considération qui vient s'ajouter. Et puis finalement, la protection du consommateur, c'est-à-dire, le fait que les données auxquelles il a accès soient fiables, est également un élément à prendre en considération.

L'un des problèmes auxquels on doit faire face est le fait que ces différentes réglementations ont été conçues dans un certain nombre de pays, indépendamment les unes des autres, ce qui pose une question institutionnelle. Comme il a été fait référence tout à l'heure au Royaume-Uni, est ce qu'il ne faudrait pas fonder un organisme qui regrouperait les différents régulateurs de données pour que lorsqu'il y a des arbitrages à faire entre des objectifs qui sont tous éminemment sérieux mais qui peuvent être contradictoires, ces arbitrages puissent être faits.

J'en ai fini avec l'économie des données. Je voudrais maintenant passer aux défis qui sont posés aux autorités de la concurrence. Le défi le plus important de l'économie digitale pour les autorités de la concurrence est que la concurrence dans le digital ne fonctionne pas comme la concurrence dans les secteurs non digitaux. Il y a tout un ensemble d'éléments qui permettent de comprendre pourquoi.

D'abord, dans le domaine digital, il n'y a pas de firmes qui soient présentes sur un marché, qui achètent des inputs, qui transforment, qui vendent ces inputs à un prix qui leur permet de couvrir le prix des inputs. Ce que l'on a ce sont essentiellement des écosystèmes, composés d'une plateforme centrale qui est un algorithme qui permet un certain type de relations entre différentes parties prenantes, et puis ce qu'on appelle des complémentaires, qui sont par exemple des gens qui inventent des applications qui peuvent fonctionner. Ce que font les plateformes, c'est d'une part elles-mêmes et d'autre part avec les complémentaires, c'est d'offrir un ensemble de services qui utilisent l'algorithme central et qui sont des services complémentaires et attractifs pour les consommateurs. Par conséquent, nous ne sommes pas du tout dans une logique d'entreprise classique pour laquelle a été fait le droit de la concurrence.

Le deuxième élément réside dans le fait qu'un écosystème produit des services complémentaires, car ce que les gens achètent quand ils s'abonnent Google ou

quand ils ont le service Google, c'est un ensemble de services qui sont offerts par Google et qui sont soit des services qui ont été produits par Google, soit des services qui ont été produits par les complémentaires mais que Google a admis sur sa plateforme.

Le troisième élément tient au fait que les plateformes sont multifaces. Contrairement aux entreprises qui, en général, ont une face qui les relie au consommateur, les plateformes sont multifaces, c'est-à-dire qu'il y a les annonceurs d'un côté, il y a les fournisseurs d'applications de l'autre, il y a éventuellement les commerçants qui veulent vendre sur la plateforme et puis il y a finalement les utilisateurs de la plateforme.

Alors le fait qu'elles soient multifaces, cela veut dire notamment que ces plateformes peuvent fournir des services gratuits à l'une de ces faces en faisant financer la production de ces services par d'autres faces. C'est typiquement ce que fait Apple par exemple, qui finance un grand nombre de services qu'on peut trouver sur Apple, quand on a le système Apple, grâce aux recettes de vente des terminaux qui sont très luxueux et très chers. Donc c'est ça qui finance la plateforme.

Ce qui est intéressant, c'est que Google a une approche tout à fait différente : il se fait financer par la publicité et non pas par des terminaux qui sont très chers. Je reviendrai là-dessus parce que c'est important.

Cela veut dire que la concurrence par les prix, a un sens complètement différent et qu'un certain nombre d'instruments qu'utilisent les autorités de concurrence pour mesurer la concurrence (le rapport entre les prix et les coûts) ne vont pas être adaptés à une situation dans laquelle les services sont gratuits. Donc il va bien falloir inventer de nouveaux instruments pour pouvoir, par exemple, estimer la puissance de marché.

Comment se joue alors la concurrence entre les plateformes ? Ça se joue par l'innovation, par la capacité de mettre des services qui deviennent attractifs et qui font qu'on abandonne une plateforme au profit d'une autre.

C'est une innovation dont on avait dit tout à l'heure qu'elle est souvent disruptive. Une innovation de rupture dans laquelle on produit autrement. Mais c'est assez différent du schéma implicite de la concurrence dans le monde réel, dans lequel plusieurs entreprises sur le même marché font la même chose les unes que les autres et les consommateurs arbitrent entre leurs différentes offres.

Là, les consommateurs arbitrent entre les offres, mais ce sont des offres qui sont diversifiées. L'un des exemples de cela, est que Facebook a, depuis 2011, proposait de mettre à la disposition de qui il le voulait, un certain nombre de données qui sont acquies par Facebook grâce à l'examen des utilisateurs de Facebook.

Personne ne veut de ces données parce que ces données sont d'abord formatées pour les besoins de Facebook. Donc le seul intérêt qu'on pourrait avoir pour ces données, c'est le fait de dupliquer ce que fait Facebook, mais dupliquer ce que fait Facebook compte tenu des économies d'échelle, compte tenu des économies de gamme que j'ai évoquées, ne présente aucune espèce d'intérêt.

La concurrence va donc être une concurrence schumpetérienne, on va dire, par l'innovation et non pas une concurrence traditionnelle par les prix telle qu'on la connaît.

Autre élément : on a l'habitude de penser qu'un sidérurgiste est un opérateur sur le marché de l'acier, ou un cimentier est un opérateur sur un marché du ciment. Mais quand on parle d'une plateforme ou d'un écosystème numérique, il n'y a pas de marché particulier sur lequel ils sont.

Ils sont sur tous les marchés sur lesquels ils peuvent intervenir, compte tenu de leur algorithme, et qui plus est, ils changent la configuration de leurs services. Cela veut dire que la notion de marché pertinent, qui est au cœur de l'analyse de concurrence, n'est pas très pertinente dans le cas, justement, des écosystèmes parce qu'ils sont surtout liés à une technologie, plutôt que d'être lié à un marché, et c'est cela qui fait la différence.

Cela veut dire en particulier, que la concurrence potentielle peut venir d'autres écosystèmes qui font quelque chose de totalement différent, mais qui peuvent utiliser leur algorithme éventuellement pour investir un champ. Et c'est précisément pour ne pas avoir vu ça, par exemple, que l'Office of Fair Trading en Angleterre, lorsqu'il a examiné la fusion entre Facebook et Instagram, s'est dit entre un réseau social d'un côté et une application qui permet d'échanger des photos de l'autre, il n'y a pas de lien. Je vais interroger les gens. Est-ce que Instagram pourrait devenir un réseau social ? Les gens ont ri « non, c'est une application pour échanger des photos, mais c'est tout ». Aussitôt la concentration réalisée, Instagram est devenue comme TikTok ou autres, un réseau social en lui-même.



C'est pour avoir eu une vue trop restrictive et trop classique de la notion de marché pertinent que cet élément a été perdu de vue et que l'opération a été autorisée. Alors que maintenant, beaucoup se posent la question de savoir si elle aurait dû l'être.

Un élément crucial est la gouvernance. Les plateformes ne sont pas seulement un algorithme, mais établissent des règles pour les relations qu'il va y avoir entre les plateformes et les complémenteurs. Cela a conduit à des débats sur la concurrence interne à la plateforme. Mais cette concurrence interne à la plateforme a un effet sur les concurrences entre les plateformes. Par exemple, à l'heure actuelle, nous savons que Apple est beaucoup plus discriminant quand

quand il s'agit d'accepter des applications qui viennent de l'extérieur que Google. Il y a une raison pour cela, c'est qu'ils ont tous les deux des business models différents. Apple pense que ses clients sont des gens qui veulent une exclusivité et une qualité de service qui est très élevée. Ils sont, par conséquent, très exigeants pour accepter des applications. En revanche, Google joue sur la masse qu'il va pouvoir vendre aux annonceurs et donc a intérêt à ce qu'il y ait le plus possible d'applications et le plus possible d'utilisateurs, quel que soit finalement le niveau de qualité qu'il y a entre les deux.

Cela nous permet de relever deux choses :

Premièrement, les business models sont différents, ce qui veut dire que le traitement de problèmes de concurrence va être un problème non pas au niveau du marché, mais au niveau de chaque entreprise, parce qu'il va falloir adapter la prescription et le remède au business model de l'entreprise.

Deuxièmement, comme je le disais tout à l'heure, la notion d'entrée potentielle et de concurrence potentielle est beaucoup plus large dans le domaine du digital qu'elle ne l'est dans le domaine réel.

Cela veut dire qu'un certain nombre de doctrines, notamment la doctrine dite de la concurrence potentielle qui conduit à prendre en compte un concurrent potentiel s'il est pratiquement sur le point de rentrer dans le secteur, qui va être tout à fait inapplicable dans le cas où si elle est appliquée, elle va être appliquée à tort dans le domaine du digital dans lequel il faut regarder les choses d'une façon horizontale, beaucoup plus grande.

Toutes ces différences disent quoi ? Elles disent que l'appareil traditionnel de gestion de la concurrence que nous avons est essentiellement fondé sur un modèle économique qui est assez différent du modèle digital et qu'il faut donc l'adapter. Il ne faut pas éliminer ce modèle parce que, clairement, la concurrence conduit à l'efficacité et à l'innovation elle aussi, mais il faut adapter les concepts, il faut adapter les

mesures, il faut adapter l'analyse. C'est ce travail qui est difficile et dans lequel l'OCDE a beaucoup investi.

Le troisième point que je voudrais aborder est le rapport entre le droit de la concurrence et la régulation dans le domaine du digital qui a déjà été abordé. Je vais donc être assez bref là-dessus. Le droit de la concurrence repose sur l'exemplarité d'un nombre restreint de cas traités ex post et qui donne une indication de ce qui est interdit et de ce qui ne l'est pas, de ce qui est possible et de ce qui ne l'est pas. Selon quel modèle ? Selon une procédure j'allais dire quasi-juridictionnelle, dans laquelle une autorité de concurrence doit faire une instruction qui va être contradictoire, qui va donner lieu à des sanctions et probablement à un recours ou à un appel.

La question qui est posée est la suivante : compte tenu de la vitesse à laquelle évolue le secteur digital, est-ce que cette méthode, consistant à essayer de s'assurer que les comportements des opérateurs soient conformes à la concurrence, est efficace ? Est-ce qu'elle n'intervient pas trop tard ? Et est-ce qu'elle ne se fera pas à un coût exorbitant pour l'autorité de concurrence ?

C'est là qu'il y a une tension ou une complémentarité possible entre le contrôle ex-post et le contrôle ex-ante. C'est là, par exemple, que l'Union Européenne a répondu en disant, outre l'article 101 et l'article 102 du traité de l'Union Européenne, j'ai aussi besoin d'une régulation ex-ante pour éviter que certaines situations, qui seraient incontournables et qui ne pourraient pas être défaites, ne se créent pendant le temps durant lequel je résous le problème.

Deux « caveats » sur les questions de la régulation : premièrement, pour avoir une bonne régulation, il faut bien comprendre comment fonctionne la concurrence dans le secteur. Deuxièmement, lorsque la connaissance du fonctionnement de la concurrence est évolutive comme elle l'est pour le secteur du digital, parce qu'il y a beaucoup d'innovations dans ce secteur, une régulation qui inclut une certaine flexibilité

quand il s'agit d'accepter des applications qui viennent de l'extérieur que Google. Il y a une raison pour cela, c'est qu'ils ont tous les deux des business models différents. Apple pense que ses clients sont des gens qui veulent une exclusivité et une qualité de service qui est très élevée. Ils sont, par conséquent, très exigeants pour accepter des applications. En revanche, Google joue sur la masse qu'il va pouvoir vendre aux annonceurs et donc a intérêt à ce qu'il y ait le plus possible d'applications et le plus possible d'utilisateurs, quel que soit finalement le niveau de qualité qu'il y a entre les deux.

Cela nous permet de relever deux choses :

Premièrement, les business models sont différents, ce qui veut dire que le traitement de problèmes de concurrence va être un problème non pas au niveau du marché, mais au niveau de chaque entreprise, parce qu'il va falloir adapter la prescription et le remède au business model de l'entreprise.

Deuxièmement, comme je le disais tout à l'heure, la notion d'entrée potentielle et de concurrence potentielle est beaucoup plus large dans le domaine du digital qu'elle ne l'est dans le domaine réel.

Cela veut dire qu'un certain nombre de doctrines, notamment la doctrine dite de la concurrence potentielle qui conduit à prendre en compte un concurrent potentiel s'il est pratiquement sur le point de rentrer dans le secteur, qui va être tout à fait inapplicable dans le cas où si elle est appliquée, elle va être appliquée à tort dans le domaine du digital dans lequel il faut regarder les choses d'une façon horizontale, beaucoup plus grande.

Toutes ces différences disent quoi ? Elles disent que l'appareil traditionnel de gestion de la concurrence que nous avons est essentiellement fondé sur un modèle économique qui est assez différent du modèle digital et qu'il faut donc l'adapter. Il ne faut pas éliminer ce modèle parce que, clairement, la concurrence conduit à l'efficacité et à l'innovation elle aussi, mais il faut adapter les concepts, il faut adapter les

mesures, il faut adapter l'analyse. C'est ce travail qui est difficile et dans lequel l'OCDE a beaucoup investi.

Le troisième point que je voudrais aborder est le rapport entre le droit de la concurrence et la régulation dans le domaine du digital qui a déjà été abordé. Je vais donc être assez bref là-dessus. Le droit de la concurrence repose sur l'exemplarité d'un nombre restreint de cas traités ex post et qui donne une indication de ce qui est interdit et de ce qui ne l'est pas, de ce qui est possible et de ce qui ne l'est pas. Selon quel modèle ? Selon une procédure j'allais dire quasi-juridictionnelle, dans laquelle une autorité de concurrence doit faire une instruction qui va être contradictoire, qui va donner lieu à des sanctions et probablement à un recours ou à un appel.

La question qui est posée est la suivante : compte tenu de la vitesse à laquelle évolue le secteur digital, est-ce que cette méthode, consistant à essayer de s'assurer que les comportements des opérateurs soient conformes à la concurrence, est efficace ? Est-ce qu'elle n'intervient pas trop tard ? Et est-ce qu'elle ne se fera pas à un coût exorbitant pour l'autorité de concurrence ?

C'est là qu'il y a une tension ou une complémentarité possible entre le contrôle ex-post et le contrôle ex-ante. C'est là, par exemple, que l'Union Européenne a répondu en disant, outre l'article 101 et l'article 102 du traité de l'Union Européenne, j'ai aussi besoin d'une régulation ex-ante pour éviter que certaines situations, qui seraient incontournables et qui ne pourraient pas être défaites, ne se créent pendant le temps durant lequel je résous le problème.

Deux « caveats » sur les questions de la régulation : premièrement, pour avoir une bonne régulation, il faut bien comprendre comment fonctionne la concurrence dans le secteur. Deuxièmement, lorsque la connaissance du fonctionnement de la concurrence est évolutive comme elle l'est pour le secteur du digital, parce qu'il y a beaucoup d'innovations dans ce secteur, une régulation qui inclut une certaine flexibilité

peut avoir un plus grand sens qu'une régulation qui, a priori, pose des principes qui sont difficilement modifiables.

De ce point de vue-là, je renvoie au débat qu'il y a entre le DMA (Digital Markets Act) de l'Union Européenne et les actions de régulation qui ont été initiées par exemple au Royaume-Uni selon un style tout à fait différent. Dans ce dernier système, il y a bien une régulation, il y a bien de grands pouvoirs reconnus à l'autorité de concurrence pour imposer des choses, mais seulement après un examen au cas par cas pour savoir vraiment quelle est la nature du problème.

de bénéficier de l'expérience d'autorités qui étaient là depuis plus longtemps et qui avaient acquis une certaine expérience de la pratique.

Dans un deuxième temps, que je situerai vers les années 90 du siècle dernier, avec le développement du commerce international et la libéralisation des échanges, on s'est aperçu qu'il y avait une interpénétration des marchés nationaux. C'est à dire qu'un marché national pouvait être la victime d'une pratique anticoncurrentielle qui était mise en œuvre par une entreprise d'un autre pays qui a exporté vers ce pays-là. S'est posé donc un problème de comment est-ce que chaque



Le système de régulation européen, si je veux le schématiser, est plutôt de dire voilà, il y a un certain nombre de comportements que l'on considère comme étant inadmissibles et donc qui ne doivent pas être mis en œuvre. Entre les deux systèmes européen et britannique, il y en a un qui est un petit peu plus flexible que l'autre. L'histoire dira comment seront appliquées compréhension et la flexibilité.

Mon dernier point porte sur la coopération internationale et la coopération entre autorités de concurrence. Nous sommes dans un système dans lequel la coopération s'est développée selon deux modèles. Dans un premier temps, la coopération entre autorités de concurrence a été essentiellement destinée à permettre à de nouvelles autorités

autorité nationale pouvait exercer sa souveraineté opérationnelle à partir du moment où elle n'avait pas de pouvoir d'enquête dans le pays d'origine de l'entreprise auteur de l'infraction ?

C'est là qu'on a développé un protocole dans lequel les autorités de concurrence se cèdent mutuellement, en échangeant des informations confidentielles ou non confidentielles, le traitement des cas.

Avec l'économie digitale, on arrive dans un troisième monde qu'on n'a pas encore envisagé, qui est un monde dans lequel il n'y a plus de marchés nationaux. Il y a des opérateurs globaux sur des marchés globaux et dont les pratiques ont exactement les mêmes effets dans tous les pays.



Et l'une des questions qui doit être posée est la suivante : est-ce qu'il est toujours utile d'avoir le système de coopération que nous avons ?

Si je prends l'exemple de Booking.com, ce dernier fait l'objet d'un nombre considérable d'enquêtes d'autorités de concurrence dans beaucoup de pays du monde. Beaucoup de ces enquêtes qui se dupliquent les unes les autres, ne seraient pas nécessaires s'il y avait une autre façon de coopérer qui serait une façon de coopérer cette fois-ci sur la sélection des cas et sur le traitement de cas plutôt que d'être uniquement ou largement fondé sur l'échange d'informations.

Je pense que compte tenu de la disproportion des moyens dont disposent les GAFAM et les autorités de concurrence en général, c'est une piste de réflexion qui doit être prospectée, parce que le risque, bien évidemment, est que les autorités de concurrence épuisent toutes leurs ressources à lutter contre des pratiques qui, par ailleurs, ont déjà été envisagées et condamnées, et ne puissent pas, pendant ce temps, assurer leurs missions vis à vis d'autres secteurs confrontés également à des problèmes de concurrence.

Un grand nombre de ces sujets (pas tous) seront traités pendant ce colloque :

- L'innovation disruptive, par exemple dans le domaine de la finance, qui pose des problèmes de la régulation qui ont été tout à fait bien posés par le Wali de Bank Al-Maghrib.
- Le problème de l'accès aux données.
- Le problème de la régulation à la fois des services et des produits, ...

C'est pour ça que je crois que cette conférence est une conférence fondatrice parce qu'elle touche les points essentiels qui posent problème ou en tout cas qui posent des interrogations à l'heure actuelle dans le développement de l'économie digitale.

Merci beaucoup.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

PANEL 1

LA RÉGULATION DES MARCHÉS



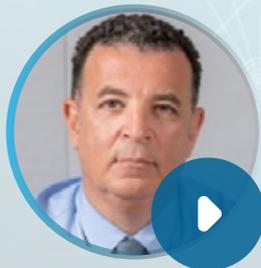
Ioannis **LIANNOS**
Président de la Commission
de la Concurrence

Grèce



Ryad **MEZZOUR**
Ministre de l'Industrie
et du Commerce

Maroc



Chakib **ALJ**
Président de la Confédération Générale
des Entreprises du Maroc-CGEM

Maroc



David **SEVY**
Executive Vice-président de la branche
française de Compass Lexecon

France

M. Ioannis **LIANNOS**, Président de la Commission de la Concurrence (Grèce)



Monsieur le Président,

Chers collègues,

Mesdames, Messieurs les organisateurs,

Mesdames, Messieurs,

C'est un grand plaisir d'être ici aujourd'hui. Je voudrais remercier le Conseil de la Concurrence du Royaume du Maroc et les autres partenaires pour leur invitation à cette conférence importante.

La révolution numérique et l'émergence de plateformes numériques est un phénomène économique mais aussi un phénomène réglementaire émergent. Au cours des six dernières années, nous avons eu une série de rapports sur l'évolution nécessaire du droit de la concurrence afin de répondre aux défis de l'économie numérique. Nous avons alors essayé d'étudier cette question. Nous avons eu le rapport commissionné par la Commission européenne, le rapport du gouvernement du Royaume-Uni, un rapport privé du centre Stigler et également un rapport des pays du BRICS ainsi qu'un certain nombre de conférences qui ont également été organisées en la matière, avec des discussions sur les outils du droit de la concurrence et les différentes approches à adopter concernant les plateformes numériques. J'ai organisé certaines de ces conférences durant mon cursus académique, avant d'être le président de l'Autorité de la Concurrence.

Ces discussions ont conduit à un certain nombre de constats.

Premièrement, le phénomène économique et social de la révolution numérique a mis en exergue, je pense, la pauvreté du droit de la concurrence face à la montée en puissance de plateformes numériques dans l'économie mondiale.

On les appelait les GAFAM, maintenant c'est les GAMAM parce que Facebook est devenu Meta et cela peut s'expliquer par ce fondement intellectuel du droit à la concurrence en ce que j'appellerais l'économie simple en opposition à l'économie complexe. Je m'explique : le droit à la concurrence, comme il est actuellement appliqué, n'aborde pas la complexité dynamique de l'économie, la complexité computationnelle des acteurs décideurs et la complexité conjonctive de ces interactions entre les différents acteurs et décideurs.

Il y a de nouvelles formes de compétition, et même de nouveaux espaces de compétition. Il est, par conséquent, nécessaire, je pense, d'avoir un cadre conceptuel nouveau pour le droit de la concurrence. Je vais parler un peu du concept de l'écosystème qui, à mon avis, est une illustration de ce changement de paradigme. Et à mon sens, il faut penser en fait à l'économie actuelle, à l'économie numérique comme un système complexe.

Qu'est-ce qu'un système complexe ? Un système de boucle de rétroactions interdépendantes reliant des micro-comportements, des modèles d'interaction à des régularités globales, par opposition aux régularités uniquement locales. On a affaire à un système dynamique d'agents en interaction. C'est un système qui est non linéaire, donc où des petits changements dont les entrées ou les paramètres peuvent produire des grands changements de comportements : Pensez aux effets de réseaux.

C'est en fait un système qui est peuplé par une collection d'agents hétérogènes. Nous n'avons

plus uniquement les producteurs et les consommateurs. Nous sommes des consommateurs et des usagers de services numériques, mais également des fournisseurs de données, donc des intrants pour la production. C'est un système qui est caractérisé par un apprentissage adaptatif constant.

On relève bien en fait l'introduction de ces nouveaux concepts de l'économie complexe. Des concepts comme les réseaux ou le point de levier « leverage point » ou « tipping point », le point de basculement ou la question des notions de dépendance ou « path dependence », dans le cadre de l'application du droit de la concurrence.

Par ailleurs, le défi qu'on a est évidemment dans le cas de l'opinion publique est la dominance de plateformes qui a augmenté pendant la période Covid. A l'examen de quelques chiffres datant du quatrième semestre 2021, on remarque une augmentation faramineuse du poids de ces plateformes.

L'émergence d'écosystèmes est donc un facteur essentiel de ce développement. Ces écosystèmes structurent et engendrent les transactions économiques.

Mais qu'est-ce que c'est qu'un écosystème ? Frédéric Jenny en a parlé tout à l'heure et en a donné quelques exemples. Un écosystème est un groupe d'entreprises en interaction, qui dépendent des activités les unes des autres, s'appuient sur le leadership technologique d'une ou deux entreprises qui fournissent une plateforme autour de laquelle d'autres membres du système fournissent des intrants et des biens complémentaires et alignent leurs investissements et leurs stratégies.

C'est une notion, un concept qui est lié à la notion de modularisation de la production. Dans certains sens, ce n'est pas une formation qui s'applique dans le cadre uniquement de l'économie digitale. On le voit également s'appliquer à d'autres domaines plus traditionnels et je vous en donne un exemple : celui des plateformes d'agriculture « Agritech » où on peut également faire appel à cette notion d'écosystème.

Les écosystèmes sont donc des communautés d'entreprises collaboratrices qui produisent collectivement un bien, un service ou une solution avec une vision alignée. C'est en quelque sorte un concept qui a été étudié les 20 dernières années, surtout par la littérature dans le cadre de Business Studies. Actuellement, ce concept est en train d'être utilisé de plus en plus par les autorités de la concurrence.

L'adoption de ce concept d'écosystèmes soulève la question de savoir ce qui devraient concerner les autorités de la concurrence. L'interconnectivité entre tous les éléments de l'écosystème devient essentiel, évidemment pour acquérir un avantage concurrentiel et offre de nombreux goulots d'étranglement potentiels à exploiter. Par exemple, les orchestrateurs de plateformes numériques font un usage stratégique de leurs interfaces de programmation et d'applications, les APIs, qui permettent aux applications externes de se connecter.

Ils utilisent leurs algorithmes basés sur l'analyse de Big Data ou également sur des restrictions contractuelles afin d'assurer l'interconnectivité et l'interopérabilité pour le consommateur et évidemment aussi pour les autres entreprises qui participent au système. Cependant, le même moyen que leur fournissent cette construction d'ensembles du système fournit également des points de contrôle rentables et des ressources pour construire un avantage concurrentiel stratégique.

Aussi, des entreprises qui contrôlent les écosystèmes peuvent générer des profits grâce à une nouvelle dynamique. Elles peuvent mieux exploiter la disposition à payer de leurs utilisateurs que les entreprises conventionnelles de deux manières : Premièrement, leur plateforme agit comme un intermédiaire. Ils peuvent mieux comprendre les dispositions à payer des différentes parties de leur marché grâce à la collecte et à la personnalisation des données, extrayant aussi un surplus plus élevé pour leur appariement. Désormais ils peuvent accroître la volonté des utilisateurs de payer pour la



plateforme elle-même en ajoutant de nouvelles fonctionnalités caractéristiques, en incitant les complémentateurs à développer des produits qui augmentent la valeur de la plateforme.

Elles peuvent ensuite extraire davantage de plus-value de leur écosystème, par exemple, en capturant la valeur en tant que partie de la vente de chaque produit ou services complémentaires vendus par la plateforme, y compris les compléments qu'ils construisent eux-mêmes.

Mais évidemment, ce monde est caractérisé aussi par la concurrence entre les écosystèmes, comme par exemple les écosystèmes de smartphones Apple et de Android Google. Une telle concurrence inter-écosystème met l'accent sur la substituabilité principalement entre les écosystèmes multiproduits. Cependant, les écosystèmes reposant sur des interactions entre firmes indépendantes et les écosystèmes multi-acteurs donnent aussi lieu à une concurrence intra-écosystème qui peut être aussi bien horizontale entre les firmes proposant des offres concurrentes potentiellement substitutives au sein d'un même écosystème. On peut penser, par exemple, à Amazon en tant que marchand qui fait concurrence à d'autres marchands dans les systèmes d'Amazon. Ces écosystèmes peuvent donner également lieu à l'adoption d'une approche ou à une concurrence intra-

écosystème verticale qui fait référence à la valeur capturée grâce à une collaboration conjointe entre les participants de l'écosystème, y compris l'orchestrateur.

La concurrence verticale intra-écosystème qui, à mon avis, tombe dans l'angle mort du droit à la concurrence existant, est au cœur des préoccupations contemporaines des orchestrateurs de plateformes. Par exemple, les frais de 30 % d'Apple sur les applications achetées sur son App Store et, plus important encore, son interdiction de ces pratiques commerciales standards d'achat au sein d'applications dont nous n'avons pas besoin de nous préoccuper ou sont-elles des expressions d'abus des compléments ou non ?

On a évidemment une émergence aussi, et cela a été souligné par les intervenants qui m'ont précédé, d'intermédiaires ainsi que de différents modèles de business et de modèles commerciaux.

Qu'est-ce que les modèles commerciaux ? Ils désignent le plan d'exploitation d'une entreprise, identifiant les sources de revenus, la clientèle visée, les produits et les détails de financement. Ils décrivent, en quelque sorte, la logique selon laquelle l'organisation crée, délivre et capte de la valeur, en particulier dans le contexte économique, social et culturel.

Nous avons affaire à différents types de plateformes. Quelques plateformes se focalisent surtout sur les modèles de financement

basé sur les publicités, tandis que d'autres, par exemple Apple, se basent sur d'autres possibilités.

Une autre notion importante est celle de l'architecture de l'écosystème. C'est l'architecte de l'industrie en quelque sorte, qui englobe la gouvernance des écosystèmes, les normes d'engagement et les parties faisant partie intégrante des processus de l'architecture de l'industrie. Cela façonne les conditions de l'existence de cet écosystème. À mon sens, ce qu'on appelle l'architecture, c'est plutôt les règles et les rôles de fonctionnement de l'écosystème qui comprennent les rôles et les relations de toutes les parties qui s'engagent dans un écosystème, les conditions de monétisation et les paiements utilisés.

Évidemment, c'est ce genre d'évolution en quelque sorte, et c'est cette focalisation sur les systèmes de business de chaque écosystème, sur l'architecture de chaque système, qui sont assez différents, sont importants pour comprendre un peu ce qui nous intéresse en tant qu'autorités de la concurrence, qui est en quelque sorte le pouvoir qui ne s'exerce pas uniquement dans les cas de marchés pertinents, mais dans le cadre d'un écosystème. Nous avons donc une vision plus large et pluridimensionnelle du pouvoir.

Les autorités de la concurrence essaient de se focaliser généralement sur ce qu'on appelle « ressource dependency », la dépendance aux ressources, généralement horizontale ou verticale, et cela nous permet de les calculer via la part de marché ou en regardant le goulot d'étranglement, la dépendance économique ou la dépendance technologique.

Mais je pense également qu'on voit l'apparition d'autres dimensions de pouvoir, ce que j'appellerais le pouvoir panoptique, celui d'être au centre des réseaux. C'est plutôt un pouvoir positionnel qui dépend de la position au centre de quelques entreprises au centre d'un réseau qui a la possibilité de recueillir des informations. Nous pouvons penser également au pouvoir de fixer l'agenda

ou de manipuler les préférences. Cela devient important, surtout dans le cadre du développement de marchés personnalisés et c'est à mon avis, quelque chose qui nous pousse à réfléchir différemment à la notion de pouvoir et à la manière d'évaluer ces dimensions de pouvoir. C'est dans ce cadre-là, je pense, que l'Union Européenne a fait l'effort de construire un ensemble réglementaire pour prendre en compte ces nouvelles dimensions de pouvoir qui ne pouvaient pas être prises en compte par les droits traditionnels de la concurrence.

Je ne vais pas beaucoup parler du DMA (Digital Markets Act), car je pense qu'il y aura d'autres intervenants qui en parleront demain, mais juste en quelques mots rapidement, : pour l'architecture du DMA, nous avons un certain nombre de services de plateformes essentielles et il y a beaucoup de discussions sur la manière dont devraient être gérés ces services de plateformes essentielles. Finalement, on est arrivé à une liste, que vous voyez en jaune, et qui concerne le « virtual assistant » qui inclut les autres noms. Pour ce genre de services de plateformes essentielles, on peut désigner un certain nombre de contrôleurs d'accès et ces contrôleurs d'accès sont désignés par rapport à un certain nombre de facteurs et vous pouvez voir dans la liste quels sont les différents facteurs pris en compte pour la détermination de ces contrôleurs d'accès. On voit un peu la définition du pouvoir qui n'est pas focalisé sur la définition de marchés pertinents, mais sur la prise en compte, par exemple, du fait que c'est une entreprise qui constitue un point d'accès majeur permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre leurs utilisateurs finaux. Il s'agit donc d'une focalisation sur le positionnement.

C'est une entreprise qui jouit d'une position solide et durable dans ses activités et jouira selon toute vraisemblance d'une telle position dans un avenir proche. Et c'est à mesurer par rapport à un certain nombre des données comme le chiffre d'affaires, le nombre d'utilisateurs et donc des choses qu'on ne prend

pas vraiment en compte directement dans le cadre de la définition d'un marché pertinent.

C'est un peu une vision plus globale de la puissance d'une entreprise. Évidemment, le DMA prévoit également une interaction avec les autorités de la concurrence qui peut faire partie en fait de l'application du DMP. On a alors la possibilité, qui est prévue dans le cadre de l'article 38 du DMA, pour les autorités de la concurrence qui sont désignées par les États membres, d'appliquer le DMA, sachant que le DMA ne se substitue pas au droit de la concurrence mais il est plutôt complémentaire à l'application de ce droit.

Il s'agit donc de l'outil principal au niveau européen mais qui fait partie d'un ensemble de grands outils qui ont été mis en place pour réguler l'économie numérique. Je vais rapidement en dire quelques mots. Premièrement, on a actuellement l'« Artificial Intelligence Act » qui est en discussion au Parlement Européen et au Conseil. Il concerne la régulation de l'Intelligence Artificielle ; le « Data Governance Act » qui se focalise en quelque sorte sur les données de nature publique et l'ouverture de ces données. Il y a également la notion d'altruisme ou de partage des données dans le cadre d'une opération. Nous avons également le « Data Act » qui a pour fonction de protéger les PME avec une approche se focalisant sur le déséquilibre économique et on prend en compte la puissance du pouvoir de négociation contre certaines entreprises. On a aussi des règles sur l'interopérabilité et la data qui, à mon avis, sont très importantes parce qu'elles s'appliquent à toutes les plateformes numériques, pas uniquement aux gatekeeper (contrôleurs de données). Cela a une importance considérable dans le cadre de l'Union Européenne.

Nous avons également une approche sectorielle. Nous sommes actuellement en discussion au sujet de la formation d'un espace européen de données de santé où il y aura l'interopérabilité entre les différentes données au niveau de la santé. Nous avons eu également des réglementations spécifiques

par rapport aux banques et PSD2 (Payment System Directive Two) sur les données financières et on a également le Digital Services Act qui concerne la régulation du contenu concernant par exemple la protection des mineurs ou la protection contre les discours de fake news ou la transparence.

Nous relevons également l'émergence de choses beaucoup plus larges et au-delà de la régulation de la concurrence, comme par exemple les réglementations concernant la protection de la cybersécurité ou la protection des infrastructures stratégiques, afin d'assurer la résilience de l'infrastructure européenne. Il s'agit, par conséquent, d'une vision d'ensemble, en quelque sorte réglementaire, qui est prise en compte.

Nous disposons donc d'un certain nombre d'options pour gérer le problème des écosystèmes : premièrement, il s'agit d'utiliser l'outil conventionnel du droit de la concurrence et de l'étendre si possible. Par exemple, étendre la notion de marché pertinent afin de prendre en compte la question des écosystèmes. Actuellement, dans le cadre de l'Union Européenne, il y a une discussion sur la révision de la communication sur la définition du marché pertinent qui date de 2004.

La nouvelle communication inclut un chapitre sur les écosystèmes digitaux et également l'autre défi, qui est d'intégrer l'innovation et l'approche « forward-looking » qu'on doit avoir dans le cadre de ce marché nouveau. Cela est un terrain important et on va voir comment cela va amener à des résultats au niveau des différentes affaires de droit de la concurrence.

D'autres options s'offrent également à nous. Je parle de la nécessité d'un « toolkit approach », une approche qui combine le droit de la concurrence avec des outils de régulation plus classiques. Nous aurons donc la régulation ex-ante qui pourra être une régulation se focalisant sur la transparence. Par exemple, la régulation 2019/1150 (Platform of business regulation).



Nous avons évidemment, comme je l'ai dit tout à l'heure, la réglementation ex-ante du Digital Markets Act qui ressemble un peu à une sorte de réglementation d'utilité publique dans le sens où certaines plateformes sont désignées comme étant d'utilité publique du fait de leur puissance. Elles sont régulées, mais ce n'est pas de la régulation de coûts, de prix ou de résultats. C'est plutôt la régulation de leur comportement par rapport aux stratégies concurrentielles qu'elles adoptent sur le marché.

Nous avons également des dispositifs plus nouveaux, comme par exemple ceux qui ont été utilisés en Allemagne (Article 19 sur les écosystèmes). Je parlerai très rapidement de la proposition de loi grecque (Article 2-a) qui concerne une disposition sur l'abus d'écosystèmes, mais également d'une approche innovante d'utiliser d'autres outils dont nous disposons au droit de la concurrence, comme par exemple la notion d'abus de dépendance économique, avec comme exemples l'affaire Apple en France ou l'affaire Facebook du Bundeskartellamt (Autorité allemande de la concurrence) qui concernait l'utilisation du droit à la concurrence classique, mais concernant des comportements d'exploitation qui réduisaient la protection des données.

Nous avons donc une vision d'ensemble. Quant à la loi grecque, je ne vais pas m'étaler là-dessus, mais c'est un texte qui permettait

pour la première fois de définir, de manière un peu plus concrète, ce qu'était un écosystème ou une plateforme et de mettre en place un système flexible dans le sens où ce n'était pas vraiment une réglementation comme le DMA. Ce serait en fait une sorte de droit de la concurrence, mais appliqué dans le cadre de l'écosystème. Malheureusement, la loi n'est pas passée au Parlement, mais à mon avis, cela offre un exemple de ce qu'on pourrait développer comme règles de concurrence spécifique aux écosystèmes si on fait ce choix.

En conclusion, je dirais que c'est un domaine qui est en pleine évolution et qu'il faudrait scruter au niveau expérimental l'approche qui est adoptée, pas uniquement en Europe, mais aussi dans d'autres pays qui, en dehors du cadre européen, sont en train de réfléchir sur la manière de gérer les nouvelles économies ou l'économie complexe des écosystèmes.

À mon sens, le bénéfice de la période que nous vivons maintenant, c'est d'expérimenter, c'est de voir les différentes approches et évidemment, dans quelques années, de réfléchir encore sur les avantages et désavantages de chacune de ces approches pour pouvoir finalement aboutir à un consensus international. Nous disposons donc d'une période d'essai avant d'aboutir à une approche internationale. J'estime que cela pourrait présenter des problèmes par rapport à l'aspect juridique des entreprises, mais en même temps, cela a un coût si on veut évidemment faire un choix qui soit correct et qui correspond aux besoins des consommateurs dans le cadre de l'économie numérique.

Mesdames, Messieurs, je vous remercie de votre attention.

M. Ryad **MEZZOUR**, Ministre de l'Industrie et du Commerce (Maroc)

Intervention Vidéo



Bonjour à toutes et à tous. Je tiens tout d'abord à remercier le Conseil de la Concurrence pour l'organisation de cet événement sous le thème « Transformation digitale : entre régulation et compétitivité ». Tout d'abord, je tiens à réaffirmer la conviction qu'il n'y a pas d'économie forte et qu'il n'y a pas d'économie de marché performante sans une régulation et sans des régulateurs forts qui contrôlent les évolutions du marché, qui préviennent les abus de position et évitent les exagérations en termes de domination du marché.

Le Conseil de la Concurrence est à ce titre un acteur clé dans l'appareil économique de notre pays. Il permet, tout d'abord, d'offrir les meilleures conditions de concurrence aux citoyens. Il permet aussi de renforcer la compétitivité de nos entreprises. Il permet d'éviter les ententes aux dépens du marché.

Cette performance est essentielle dans toutes les économies et la transition numérique permet de mieux appréhender et d'appréhender plus rapidement ces évolutions de marché.

Ces évolutions de marché en termes de parts de marché et d'ententes peuvent être captées aujourd'hui par des outils utilisant différentes technologies, notamment l'intelligence artificielle, pour adopter les politiques nécessaires

et pour avoir une réactivité immédiate. Je dirais même pour pouvoir anticiper certaines évolutions. Un régulateur fort est déterminant pour avoir une économie forte.

Aujourd'hui, la technologie de l'information et tous les outils à notre disposition permettent, non seulement de renforcer la compétitivité de nos économies et la productivité de nos outils de production, mais permettent aussi de renforcer l'attractivité de la plateforme industrielle économique nationale pour l'ensemble des investisseurs. Il n'y a pas d'attractivité sans règles du jeu claires ; lesquelles règles permettent à tous les opérateurs économiques d'interagir en évitant les coûts de transaction, en renforçant leur projection et en adoptant des standards qui leur permettent de conquérir les marchés et d'être aux normes pour pouvoir distribuer leurs produits et leurs services dans l'ensemble des pays avec lesquels nous sommes partenaires.

Le Maroc se veut un hub. Le Maroc est en train de construire la plateforme industrielle la plus compétitive au monde et elle se doit, pour réussir, d'avoir des régulateurs forts, des régulateurs performants et des régulateurs au top niveau de la technologie.

Je vous remercie pour votre attention.

M. Chakib ALJ, Président de la Confédération Générale des Entreprises du Maroc (Maroc)



Monsieur le Président du Conseil de la Concurrence,

Monsieur le Trésorier Général du Royaume,

Messieurs les Présidents,

Chers amis,

Mesdames et Messieurs,

J'aimerais, tout d'abord, remercier le Conseil de la Concurrence, l'ANRT (Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications) et l'ADD (Agence du Développement du Digital) pour l'organisation de cet événement qui tombe à point nommé au vu des multiples transformations que nos sociétés et économies connaissent actuellement, résultant de crises successives.

Ces transformations présentent évidemment d'importantes défis à plusieurs niveaux pour les entreprises et pour les consommateurs, mais sont porteuses d'opportunités et de grandes perspectives de croissance.

Dans un environnement marqué par l'incertitude où la seule constante est le changement, le digital est apparu comme un moyen sûr de s'adapter, de passer outre les crises et de se réinventer. La pandémie COVID 19, qui a changé notre façon de travailler, d'apprendre et de consommer, a en effet poussé

le public et le privé à faire appel à l'innovation technologique en concevant des solutions qui ont permis le maintien de nos activités économiques et sociales et ce, malgré les contraintes imposées par la crise sanitaire.

À titre d'exemple, on peut citer les solutions de digitalisation des opérations agricoles ou encore les solutions déployées dans le domaine de l'enseignement à distance ou de la santé, mais aussi la poursuite du chantier de la digitalisation de l'administration. Les secteurs du tourisme, de l'immobilier et de la culture ont également surfé en 2020 sur la vague du digital en préparation de la relance.

Mesdames et Messieurs,

Le numérique représente 15,5 % de l'économie mondiale et se développe à un rythme effréné. Il est prévu qu'il atteigne 25 % du PIB mondial à l'horizon 2025. Le Maroc doit participer à cette tendance. Dans ce sens, il est impératif d'améliorer la compétitivité de l'économie marocaine en portant la part du numérique dans le PIB à 5 % d'ici l'horizon 2030.

Pour atteindre cette ambition, un ensemble d'actions concrètes doit être mis en place. Je citerai l'émergence d'un système FinTech avec la généralisation du paiement mobile et du transfert « peer to peer » comme cas d'usage prioritaire et ce, en mettant en place un régime provisoire permettant la création d'espaces de « Sand Boxing » avec des dispositifs de test et de soutien, de nouveaux services financiers ou modèles d'affaires exercés en conditions réelles.

Celles-ci doivent être soumises à un encadrement et à une surveillance particulière. L'intégration et l'interopérabilité des plateformes de paiement sont aussi des prérequis nécessaires. La mise en place d'un écosystème EdThec permettant l'accès à une éducation de meilleure qualité et l'accompagnement de la réforme de ce secteur en renforçant la notion d'achats publics en termes d'innovation, ainsi qu'en accélérant le développement des solutions d'apprentissage numérique dans le cadre du

partenariat public privé, et aussi la mise en place d'un écosystème HealthTech indispensable pour réussir le chantier de généralisation de la protection sociale et ce, à travers l'adoption par les ministères de tutelle d'une démarche d'open innovation. Tout cela doit être accompagné par la digitalisation de toutes les procédures administratives. Un chantier que nous gagnerons ensemble à accélérer.

Par ailleurs, le Maroc accuse un retard important en matière de financement Tech et de développement de l'innovation, ce qui va à l'encontre du poids économique et géostratégique du Royaume sur le continent africain qui devrait normalement le placer parmi les leaders dans ce domaine.

les talents, tout en déployant des mesures incitatives pour les retenir et les faire prospérer.

En tête du palmarès de ces hubs technologiques, nous retrouvons notamment le Nigéria, le Kenya et l'Egypte ; le Maroc est en 12^e position.

Le nouveau modèle de développement du Maroc s'intéresse d'ailleurs à ces enjeux. Il devient urgent de faire de l'innovation et de la tech des leviers d'une croissance soutenue, durable et inclusive.

Pour cela, l'amélioration de l'accès au financement est essentielle. On doit encourager l'investissement des « business angels » à travers des dispositifs fiscaux incitatifs



En 2021, plus de 5 milliards de dollars ont été levés par les startups en Afrique. Les startups de pays comme le Nigeria, l'Afrique du Sud et l'Egypte ont réussi à lever respectivement 1,8 milliard de dollars, 832 millions de dollars et 652 millions de dollars en 2021. Au Maroc, seulement 33 millions de dollars ont été levés par les startups, soit 0,6 % du total des montants levés en Afrique.

Sachant que le Maroc représente 4,4 % de l'économie africaine. Ce constat doit nous interpeller. Une concurrence accrue existe également entre les différentes places financières africaines qui cherchent à se positionner en tant que hubs technologiques et à attirer les investisseurs internationaux et

encore en favorisant le développement d'une industrie de capital risque capable d'attirer les investisseurs internationaux et d'ériger la destination Maroc en véritable hub continental. Cela revient à exonérer les fonds d'investissement de la TVA sur les frais de gestion pour être en ligne avec les pratiques internationales. Il s'agit aussi d'augmenter le plafond d'investissement défiscalisé à un minimum de 2 millions de dirhams. En effet, le plafond actuel est beaucoup trop bas et le mécanisme de mise en œuvre beaucoup trop compliqué pour attirer les capitaux privés de cette classe d'actifs. Cela consiste encore à agir pour une réglementation de change en faveur des startups à vocation internationale



et des fonds d'investissement qui financent ces startups.

Le dernier enjeu que j'aimerais évoquer est celui du gap de compétences numériques, notamment en matière de développement d'applications, d'intelligence artificielle, de production de contenu numérique et de traitement de données.

Avec près de 230 millions d'emplois en Afrique qui nécessiteront des compétences numériques d'ici 2030, la perte de talents technologiques est devenue une problématique majeure. Chaque année, 70.000 professionnels qualifiés quittent le continent.

Le Maroc est le premier pays d'Afrique du Nord et le second en zone MENA, après le Liban, à subir le phénomène de la fuite des cerveaux. 600 ingénieurs hautement qualifiés, soit l'équivalent des lauréats de trois ou quatre écoles d'ingénieurs, quittent le Royaume chaque année avec un besoin en profils spécialisés en technologies numériques estimé environ à 15.000 par an pour les prochaines années et devant atteindre plus de 50.000 par an à l'horizon 2030. Le Maroc n'a pas d'autre choix que de développer l'offre de formation en la matière et d'œuvrer pour la rétention de ces talents.

Face à toutes ces préoccupations, de grandes opportunités se présentent aux acteurs du digital qui souhaitent se développer. Les conséquences d'une régulation plus affirmées GAFAM aux USA et dans l'Union Européenne des GAFAM aux USA et dans l'Union Européenne

permettra une concurrence plus saine et l'ouverture de nouveaux marchés pour les solutions émergentes.

Mesdames et Messieurs,

Malgré un développement encore timide du secteur du numérique national, la Confédération Générale des Entreprises du Maroc est convaincue du gisement d'opportunités qu'offre cette économie nouvelle. Nous ne manquerons pas d'œuvrer, en collaboration avec l'ensemble des parties prenantes publiques et privées de l'écosystème, à la mise en place d'un cadre d'action favorable au développement de la tech au Maroc, car c'est aussi là que se joue notre avenir.

Merci encore aux organisateurs d'avoir réuni à Marrakech autant d'éminentes personnalités et d'experts de premier plan en provenance de plusieurs pays, spécialistes dans la régulation économique, notamment celle relative au secteur du digital. Je suis persuadé que le compte rendu de ces travaux constituera un référentiel précieux et nous sommes disposés à travailler sur la base des conclusions de cette conférence pour renforcer davantage les capacités concurrentielles de nos entreprises.

Merci de votre attention.

Intervention en panel :

À la CGEM, nous avons l'APEBI qui est la Fédération des Technologies de l'Information, des Télécommunications et de l'Offshoring.

Nous avons aussi une commission spécialisée qui est dédiée au développement du digital. Comme je l'ai dit dans mon allocution, le potentiel est très important. Nous devons créer des écosystèmes dans le digital pour pouvoir avoir de futures startups au Maroc.

Il n'y a pas encore l'environnement pour faire émerger les startups au niveau de notre écosystème. C'est important et nous sommes en train de travailler dessus. Il y a aussi le fait que, comme vous avez parlé de régulation, quand on voit ce que représentent les GAFAM, c'est effrayant. Si on prend le PIB, ils occupent la troisième position après les Etats-Unis et la Chine.

Maintenant, nous avons beaucoup de retard à rattraper. Ce n'est pas un constat pessimiste. Au contraire, c'est une niche où nous devons nous mettre parce que ça va très vite. Ça va même trop vite pour quelqu'un comme moi qui n'est pas très branché digital. Je constate que ça avance à une vitesse effroyable.

Tout à l'heure, j'ai entendu l'intervention de M. Frédéric Jenny qui a parlé de l'intelligence artificielle qui s'est adaptée aux joueurs de poker et qui a su les bluffer. Ça m'a bluffé ! Je peux vous dire aussi, juste pour ne pas trop m'étaler, que nous subissons aussi tout ce qui est intelligence artificielle au niveau des marchés et ça tous les gens qui sont sur les



Cela montre la force de ces sociétés qui maîtrisent le digital. On ne peut que saluer les régulations qui ont fait leurs preuves, que ce soit en Europe ou aux Etats-Unis. Maintenant, on est en train de subir ces grandes entreprises qui font tout pour éviter le fisc et aussi garder une mainmise sur le secteur du digital.

Actuellement, nous sommes très proches du Business Europe et nous avons pas mal de relations où le digital fait partie des discussions en cours, en particulier avec les patrons africains. J'ai reçu, il y a moins de quinze jours au Maroc, une trentaine de patrons africains avec qui nous avons partagé aussi l'opportunité que représente le digital.

marchés, qu'ils soient des commodities ou des marchés de change ou d'actions, notent maintenant que ce sont les machines qui prennent les choses en main. Je pense qu'il faut réguler tout cela.

Merci.

M. David **SEVY**, Executive Vice-président de la branche française de Compass Lexecon (France)



Pour commencer, je voudrais adresser mes chaleureux remerciements aux organisateurs de la conférence, au Conseil de la Concurrence et à son Président et aux autres organisateurs pour m'avoir fait l'honneur de pouvoir contribuer à ces débats et présenter un point de vue qui sera un point de vue d'économiste praticien, donc impliqué dans des dossiers.

J'ai travaillé dans le domaine du numérique pour certaines plateformes. J'ai des collègues aussi qui ont travaillé dans ce domaine-là, ce qui est normal en étant consultants et en n'étant pas le régulateur. Je ne vais pas entrer dans le détail des cas dans lesquels moi ou d'autres de mes collègues ont été impliqués. Je vais plutôt prendre une perspective d'économiste pour revenir sur certains des points qui ont été évoqués par les précédents panélistes, et notamment dans la présentation très stimulante de M. Frédéric Jenny, et apporter peut-être quelques contrepoints sur certains aspects.

La première chose qui ressortait et qui était importante dans cette présentation, c'est la notion de contestabilité qui est au cœur du DMA. Et la contestabilité, c'est quoi en l'occurrence ? C'est l'idée de se dire que,

notamment dans des secteurs de l'économie qui sont des secteurs innovants, ce qui est important, ce n'est pas tant le fait qu'il puisse exister à un instant donné des positions qui soient des positions relativement fortes, avec éventuellement des formes de pouvoir de marché avec des niveaux de profitabilité qui peuvent être assez conséquents. Ce qui est important c'est qu'il y ait une concurrence dynamique, c'est qu'il y ait de l'innovation, du remplacement et que de nouveaux entrants qui arrivent, dotés de bonnes idées et de bons produits, puissent se substituer aux opérateurs existants. La rente de court terme représente, d'une certaine façon, une incitation à innover. C'est la rente pour laquelle les nouveaux entrants vont se battre dans une forme de concurrence par le mérite autour de l'innovation.

Or ce qui se passe, c'est que quand on observe l'économie des plateformes et tous les éléments qui ont déjà été évoqués, cette notion de contestabilité dynamique ne fonctionne pas ou pas si bien que ça et ce, exactement pour les raisons qui ont été évoquées. En effet, des formes d'inertie vont persister une fois que les positions sont installées. Ces formes d'inertie vont être liées d'une part à des avantages concurrentiels liés à l'importance des économies d'échelle. Vous investissez essentiellement dans des plateformes, dans de l'IT, dans des programmes, vous avez des frais de développement, des frais fixes qui sont relativement importants, mais si vous pouvez diffuser cela sur un nombre d'utilisateurs qui est très large, évidemment vous êtes très compétitif, par opposition à un entrant qui, lui, n'aurait qu'une base d'utilisateurs qui est limitée.

Deuxième point, les effets de réseau aussi qui ont largement été évoqués. Effets de réseau entre utilisateurs de même type, mais aussi et surtout effets de réseau croisés avec des utilisateurs de types différents. Les utilisateurs comme vous et moi, à un bout de la plateforme,

des annonceurs qui vont être présents, des fournisseurs de contenus, des développeurs d'applications, et en fait, c'est la présence conjointe de tous ces groupes d'utilisateurs sur une plateforme qui en fait d'une certaine façon l'intérêt et qui est la raison d'être de la plateforme. Mais bien entendu, cela pousse à la concentration. Cela pousse à une congrégation des différents groupes d'utilisateurs autour d'une même plateforme, et cela veut dire quoi ? Cela veut dire que pour un nouvel entrant qui cherche à se développer, il est à face à un problème très complexe à résoudre, parce qu'il ne devrait pas simplement être capable de séduire une phase du marché et être capable de séduire des clients ou des utilisateurs comme vous et moi, mais il est appelé à séduire des utilisateurs, des développeurs d'applications et éventuellement des annonceurs pour se constituer lui-même son propre écosystème et avoir un modèle qui est un modèle viable. C'est très difficile. Cela veut dire aussi qu'il sera confronté à des problèmes de coordination. Cela veut dire pouvoir arriver avec une plateforme ou une proposition qui est très intéressante pour certains utilisateurs et pas d'autres, alors que si vous n'arrivez pas à avoir tout le monde, vous n'arriverez pas à vous développer. D'où le fait que même en ayant un produit qui peut être, d'une certaine façon, supérieur, l'effet d'échelle, mais surtout l'effet de réseau, va entraîner une inertie dans les positions et d'une certaine façon, cela vient diminuer le potentiel d'une concurrence par le mérite simplement autour de l'innovation.

D'une certaine façon, ceci relève des caractéristiques presque structurelles du secteur. Maintenant, ce que l'expérience a révélé et montré, en tout cas ce qu'un certain nombre de cas de concurrence ont montré, c'est qu'à côté de tout cela émergent également des comportements et donc des raisons comportementales pour lesquelles il ne pouvait pas y avoir cette concurrence dynamique.

Un certain nombre de stratégies qui sont visées ont déjà été évoquées, mais c'est intéressant de les rappeler et surtout de souligner

que ces stratégies sont déployées de façon parallèle et concomitante et qu'elles se renforcent les unes les autres.

Il y a les stratégies de type développement où une plateforme qui est déjà dotée de fonds significatifs parce qu'elle dispose d'utilisateurs et d'annonceurs et tire des revenus de toutes ses activités existantes, peut se développer sur une nouvelle activité en offrant le service avec des conditions qui sont particulièrement attractives.

Vous aspirez à attirer les utilisateurs d'autres plateformes qui, elles, n'ont qu'un certain type de services, pour vivre et pour être profitables et qui ne sont pas en mesure de suivre ce que vous proposez en termes de conditions économiques.

Deuxième chose, si vous arrivez à attirer les utilisateurs de ces nouveaux services, vous avez la possibilité de faire du groupage avec des services déjà existants.

Vous allez pouvoir accéder à un service payant, mais pour accéder à ce service payant, vous devrez utiliser l'application de paiement qui est celle de la plateforme et pas une autre. Cela renforce bien évidemment les services qui sont les services installés, accroît le potentiel de monétisation de ces services installés et verrouille vis à vis d'autres potentielles entreprises qui auraient une proposition intéressante en termes de service.

Troisième chose quand on parle de services, on a des plateformes qui ont des services propriétaires, des plateformes qui ont des services tiers. Chaque plateforme a des services qui sont au cœur. Le « Core services » est d'ailleurs un des concepts importants dans le DMA : il y a des services de la plateforme qui vont être utilisés pour l'accès aux services en propre et aux services tiers, d'où la question : est ce qu'il y a une équité dans l'utilisation du « Core services » ou au contraire, peut-il y avoir des effets de levier ? Peut-il y avoir notamment des effets de favoriser ses propres services ? et c'est le fameux « Self referencing » qui était au cœur de l'affaire Google Shopping et qui est apparu comme un des comportements interdits dans le cadre du DMP.



Tout ça contribue donc à des effets de renforcement qui sont assez importants, parce que vous favorisez vos propres services, vous êtes mieux en mesure de monétiser, vous avez plus d'utilisateurs et au centre donc de ces « Core services », il y a souvent de l'information. Vous avez donc une information qui est plus riche, plus large et meilleure. Cela contribue à renforcer votre avantage concurrentiel et à une meilleure monétisation vis à vis des annonceurs en particulier. On observe alors une mécanique assez implacable, d'une certaine façon, de renforcement des positions existantes. Pour faire écho à une chose qui a déjà été évoquée, pas simplement le renforcement sur un marché donné qui est le type de préoccupations classiques que l'on a en droit de la concurrence, mais au travers de tout un ensemble de marchés, avec la création de positions qui sont des positions de type conglomérat.

Si on évoque tout cela et si on se dit qu'en raison à la fois de ces éléments structurels et de ces éléments de comportement, il n'y a pas de constat de stabilité au sens dynamique du terme, cela veut dire qu'on n'a pas l'effet correcteur attendu de la concurrence sur les positions de marché et sur les rentes. Nous sommes alors en face d'un cas classique de défaillance du marché qui justifie une régulation ex-ante. Pour moi, Il y a une question qui est intéressante : Pourquoi on a mis tant de temps à y arriver ? Il y a des raisons, bonnes ou mauvaises à cela. Il y a évidemment des raisons institutionnelles et il y a d'autres raisons aussi qu'il faut avoir à l'esprit,

qui sont liées aussi aux effets d'efficacité que l'on rencontre avec ces grandes plateformes.

Première chose, la fonction première de beaucoup de ces plateformes consiste à faciliter des transactions et à réaliser de l'appariement entre différentes phases du marché. Vous êtes d'autant plus contents en tant qu'utilisateurs si vous avez une palette de services très étendue qui vous est offerte via une plateforme. Il y a donc une fonction première qui apporte de l'efficacité et qu'il ne faut jamais perdre de vue et qui permet, par ailleurs, à un certain nombre d'acteurs d'avoir par la suite un accès global au marché.

Il y a aussi un autre aspect qui peut-être un peu plus controversé, mais qu'il ne faut pas perdre de vue, à savoir l'aspect disruptif, parce que ces plateformes, qui sont certes protégées et ont construit des bastions autour d'un certain nombre de services, sont toutefois développées sur d'autres services et ont apporté de la concurrence là où finalement il y n'en avait peut-être pas beaucoup.

Je vais être volontairement un peu polémiste, sachant que le point que je soulèverai va être débattu lors d'un autre panel. Dans le secteur bancaire par exemple, l'introduction de tout ce qui est système de paiement numérique est une évolution intéressante qui a amené les banques à faire évoluer leur propre système de paiement et qui, de plus, leur a permis de le faire sans même se trouver dans la situation classique à laquelle faisaient face les banques auparavant. En effet, chaque fois qu'elles voulaient

introduire une innovation en matière de systèmes de paiement, cela devait être discuté entre les différentes banques et être soumis à l'autorité de la concurrence qui pouvait lever le sourcil devant le type de coopération qui était envisagée dans le cadre de ce type de projet et en tout cas, qui pouvait demander un certain nombre de garanties, tandis que là, les banques qui veulent maintenant développer en commun de nouveaux systèmes de paiement, peuvent assez naturellement invoquer le fait qu'elles sont confrontées à la concurrence d'acteurs qui sont des acteurs majeurs.

Nous avons maintenant le DMA qui est entré en vigueur et qui va être expérimenté dans les mois et les années à venir, avec évidemment des aspects qui sont utiles et recherchés, à savoir la capacité à avoir une intervention en temps utile, là où l'intervention classique du droit de la concurrence pouvait mettre beaucoup de temps et pouvait sembler relativement inefficace. Le DMA s'est présenté plutôt comme complément du droit de la concurrence.

Je pense qu'il y a des points de frottement et des points d'interaction qui sont intéressants et qu'il faudra suivre. La première chose a trait à la définition même des plateformes. Nous sommes dans un exercice qui n'est pas forcément très éloigné ou complètement détaché de l'exercice de détermination des marchés pertinents, mais pour autant, ce n'est pas exactement la même chose et il n'y aura pas exactement la même discipline. Je pense alors que cela aura une influence sur la façon dont, ensuite, des dossiers classiques de politique de la concurrence et dans le secteur du digital seront suivis, parce qu'il y aura déjà un cadre qui aura été posé et un certain nombre de questions qui auraient été soulevées. En tous cas, il me semble assez évident qu'un Gatekeeper partira avec une présomption de position dominante sur un marché qui serait défini de façon classique.

Après, il y a une longue liste de « Do's & Don'ts » qui sont associés au DMP. Je ne vais pas les parcourir tous ensemble, mais il y a certaines

de ces obligations qui, a minima, soulèvent des interrogations.

Il y a tout ce qui est le fait de vouloir complètement séparer les données entre le « Core services » de la plateforme et les autres services de la plateforme et/ou l'utilisation des données de tiers. On s'oriente alors plutôt vers un système de mise en silos en affirmant qu'il ne faut pas donner une force trop importante à la plateforme en combinant toutes ses données. Mais, il faut aussi se rappeler - et cela constitue un enjeu - que c'est cette combinaison des données qui permet d'avoir une meilleure information et qui permet aussi d'améliorer les services. Je pense qu'il y a là un point intéressant à suivre et qui ne me semble pas du tout évident.

Deuxième chose, le « Self referencing ». C'est donc une obligation très forte, ardente et pas du tout évidente à honorer parce que cela implique qu'il faut être capable de rentrer aussi dans les algorithmes et de comprendre ce qui s'y passe et y compris dans le monitoring me semble-t-il de Google Shopping. Ce n'est pas complètement évident, surtout que nous œuvrons à imposer quelque chose de très strict aux grands acteurs du digital qui, en aucun cas, ne pourraient accorder d'avantage à tel ou tel type de services, ni à leurs services propriétaires. Si on prend un peu de recul, cela ressemble au fond à une situation d'intégration verticale dans laquelle on force l'entreprise, qui est verticalement intégrée, à offrir ce service dans des conditions strictement identiques à celles que l'entreprise verticalement intégrée a. On voit bien que ce n'est pas évident d'un point de vue de la concurrence. On voit que ce n'est pas évident non plus d'un point de vue efficacité.

S'agissant des remarques génériques que peut susciter le DMP, la première a trait au fait que c'est une série d'obligations assez longues qui découlent de cas assez spécifiques, chacun avec ses caractéristiques propres, mais qui, in fine, va aboutir à cette longue liste d'obligations qui va s'imposer à tous les acteurs, indépendamment de leur nature particulière.

Cela renvoie à ce que M. Frédéric Jenny disait tout à l'heure, en précisant qu'au fond nous n'avons pas une seule variété d'acteurs dans les grandes plateformes du digital. Nous avons des modèles qui sont différents, mais également des problématiques de concurrence qui sont différentes. Donc le « One size fits all » soulève des questions en soi. La deuxième chose, et cela constitue une interrogation forte, en tous cas pour les économistes praticiens du droit de la concurrence, et j'espère que ce n'est pas un recul ; il s'agit de se dire qu'on revient à des règles passées et que ces règles ont leur sens dans le domaine du digital, compte tenu de la situation dans laquelle on est.

Mais ce qu'il faut voir c'est que le droit européen de la concurrence et l'ensemble même des droits de la concurrence avaient réalisé une évolution durant les 20 dernières années en décidant qu'on ne va pas regarder dans beaucoup de circonstances du passé, faire du cas par cas et s'intéresser aux vraies conséquences économiques de tel ou tel type de pratiques. Le « Bundling » n'est ni un mal ni un bien en soi. Il faut voir dans quelles circonstances le « Bundling » est pratiqué et dans quelles circonstances il est utilisé. C'est à partir d'un examen circonstancié qu'on peut arriver à des conclusions. Quand on examine cet aspect de la régulation, et de toutes façons c'est une expérimentation à une grande échelle qui va être lancée, on va voir ce que sont les résultats. Mais, en tant qu'économiste intervenant dans des sociétés de concurrence, je me dis c'est juste impossible qu'on ait une stricte complémentarité simplement, et qu'on n'ait pas des effets de bord entre cette régulation et la façon dont le droit de la concurrence va se pratiquer dans le digital, mais aussi dans d'autres secteurs, parce qu'il y a aussi l'impératif de cohérence de la pratique décisionnelle des autorités.

La dernière chose sur laquelle je voudrais terminer et qui est peut-être plus pertinente aussi pour toute la question de l'écosystème des petites entreprises innovantes et qui est en partie un sujet hors DMA, mais qui demeure



un sujet aussi important, c'est celle des acquisitions prédatrices. C'est un sujet qui fait couler pas mal d'encre en s'interrogeant s'il faut au jour d'aujourd'hui, interdire strictement les acquisitions opérées par les grandes plateformes digitales indépendamment de ce que les entreprises acquises sont, ou autoriser ces acquisitions dans des circonstances exceptionnelles.

Dans le débat, un motif est avancé selon lequel nous sommes face à une situation de concentration. C'est le cas de plateformes qui sont devenues trop importantes, tous secteurs confondus, et qu'il faudra donc tout arrêter. Cela pourrait être une vision, mais en tant qu'économiste, j'avoue que ce n'est pas la vision que je favoriserais. Il y en a une autre qui me semble plus intéressante qui est autour de l'innovation, parce que les grandes plateformes sont aussi un point de sortie pour les petites entreprises.

On parle beaucoup de la FrenchTech par exemple en France. Vous pouvez avoir un secteur innovant avec, pour les petites entreprises, la perspective de se faire racheter par de grandes plateformes, sachant que tous les efforts de développement sont tributaires de cette possibilité de rachat, ce qui stimule l'innovation et la met à disposition du plus grand nombre.

Ce qui est intéressant à relever que des travaux académiques commencent à voir le jour maintenant et disent attention : ces acquisitions prédatrices ont aussi un effet sur



l'innovation, y compris sur la façon dont les petites entreprises innovantes contribuent à l'innovation. Pourquoi ? Parce qu'il y a des acquisitions qui interviennent à un stade très prématuré, avant même que les petites entreprises ne soient dotées d'utilisateurs. Il y a une telle attente de la part des utilisateurs et des développeurs d'applications que de toutes façons, si une petite entreprise arrive avec une proposition intéressante, elle va être rachetée par une grande plateforme. On l'utilisera alors sur la grande plateforme et on développera ce qu'il faut comme applications quand ce sera sur la grande plateforme.

Cela veut dire donc que la petite plateforme reste à l'état de projet. Elle n'a pas de clients et

elle n'a pas d'utilisateurs. Ainsi, les grandes plateformes peuvent les racheter dans des circonstances où elles ne payent pas autant qu'elles auraient pu se développer. Cela est intéressant parce qu'on relève qu'il y a certes un mécanisme de sortie, mais ce mécanisme de sortie est activé de telle façon que les grandes entreprises ne payent pas autant qu'elles pourraient ou devraient payer pour les acquisitions des petites entreprises innovantes. De fait, cela constitue plutôt un frein à l'innovation qu'une incitation à l'innovation et je trouve que c'est une perspective intéressante sur ce sujet des « killer acquisitions ».

Je vous remercie.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

PANEL 2

LA RÉGULATION DES SERVICES



Alberto **BACCHIEGA**

Directeur Information,
Communication & Médias

Commission Européenne



Amin **BENJELLOUN TOUIMI**

Directeur Général du Groupe
Poste Maroc

Maroc



Krisztian **KATONA**

Vice-président du Pôle
Concurrence et Réglementation,
Computer and Communications
Industry Association

USA



Othman Khalil **EL ALAMY**

Secrétaire Général, Autorité de Contrôle
des Assurances et de la Prévoyance Sociale

Maroc



Katarzyna **ARACZEWSKA**

Directrice Adjointe du Département
de la Protection des Consommateurs,
Autorité de la Concurrence

Pologne

M. Alberto **BACCHIEGA**, Directeur Information, Communication & Médias
(Commission Européenne)



Merci beaucoup. Je voudrais aussi remercier les organisateurs de cette conférence pour l'importance des thèmes abordés, le très haut niveau des interventions, l'accueil chaleureux qui nous a été réservé et le cadre magnifique de travail qui nous a été offert à Marrakech qui est vraiment incroyable.

J'aimerais donc parler du DMA pour changer. Je supervise le groupe en charge de la mise en œuvre du DMA et nos jours-ci sont très chargés. Nous nous préparons activement. Comme vous le savez, le DMA est entré en vigueur il y a seulement quelques jours, la semaine dernière. Mais comme Mostapha l'a mentionné, j'aimerais aussi commencer par expliquer quelle en est la justification ? Quel est le contexte dans lequel le DMA a été conçu, en donnant très brièvement l'architecture principale de cette réglementation ? Beaucoup de choses ont déjà été dites. Nous parlerons aussi brièvement des obligations des « gatekeepers » et ensuite de comment nous nous préparons pour l'application.

Pour le contexte, il s'agit d'une réflexion mondiale sur la question de savoir si le droit de la concurrence est suffisant pour relever les défis posés par les acteurs numériques.

Je pense que la première considération ici est que la régulation n'est pas quelque chose de

nouveau dans l'économie. Une grande partie de notre économie est réglementée. Nous y sommes très habitués. Une partie de la régulation dans l'économie a en fait été inspirée par des ordonnances d'intervention en matière de concurrence dans le passé. Pensez au secteur des télécommunications en Europe il y a 20 à 25 ans. Pensez aussi à l'énergie.

Il y a aussi d'autres domaines de l'économie qui sont très réglementés au regard d'objectifs certes différents de ceux de la concurrence, mais toujours d'une importance capitale : stabilité financière des services financiers et la sécurité des soins de santé et des médicaments. D'une certaine manière, nous ne faisons rien de nouveau, car nous ne faisons que ramener un secteur dont l'importance a énormément augmenté au cours des 25 dernières années dans un cadre normal dans une sorte d'économie réglementée, une économie libre mais régulée dans laquelle nous vivons.

Cela a été une considération principale. En effet, l'intervention typique du style de la mise en application de la concurrence, qui est, comme cela a été mentionné, ex-post et examine des cas individuels et des contextes individuels a été perçue comme n'étant plus suffisante pour traiter les problèmes qui sont en fait systémiques et pour lesquels une intervention ex-post risque de venir trop tard, et lorsque le monde a de nouveau évolué.

Ainsi, en Europe, il y a eu un consensus très fort sur la nécessité d'un nouvel outil ex-ante pour permettre une mise en application efficace de la concurrence dans les marchés numériques. Ce consensus est tellement fort que le Digital Markets Act (DMA) and et le Digital Services Act (DSA) ont en fait été adoptés dans des délais records. Je pense que cela avait pris 14 mois pour le DMA et même moins pour le DSA, ce qui est très rapide au vu des normes du processus législatif, plutôt compliqué comme celui que nous avons en Europe.

Les problèmes identifiés ont déjà été mentionnés. Il n'est donc pas nécessaire d'y consacrer beaucoup de temps. Mais nous constatons qu'il y a une faible contestabilité des services de plateforme, eu égard au fait que le réseau crée des barrières à l'entrée. Le rôle très important des données contribue au fait que les plateformes établies ne sont pas suffisamment contestées par les innovateurs.

De plus, il existe un certain historique de pratiques déloyales de la part des plateformes dominantes, que nous appelons aujourd'hui les gardiens (gatekeepers) vis-à-vis des utilisateurs commerciaux. Nous avons aussi constaté que le besoin conduisait également à des interventions au niveau national en Europe, et il y avait le risque d'une fragmentation réglementaire qui n'aurait pas profité ni aux autorités ni à l'entreprise.

Cela a conduit à la décision de mettre en place une réglementation au niveau européen, afin de remédier à la défaillance du marché, de garantir des marchés numériques contestables et compétitifs, d'empêcher certaines pratiques déloyales des gardiens et de renforcer la cohérence et la sécurité juridique. La complémentarité entre la DMA et d'autres ensembles de règles a donc fait l'objet de discussions. La conception de la DMA est d'être complémentaire à d'autres règles, à la boîte à outils des règles, c'est-à-dire de traiter une question d'équité et de contestabilité dans le marché numérique, et cela concerne absolument les règles de concurrence de l'UE et l'application des articles 101 et 102, leur équivalence nationale, mais aussi d'autres règles qui défendent l'intérêt légitime des citoyens, la protection des consommateurs ou les règles de concurrence déloyale, les règles sur la confidentialité des données aussi bien.

Nous considérons donc la DMA comme la réponse systémique aux problèmes qui ont été soulevés par l'application des règles de concurrence ou qui ont été détectés dans le cadre de l'application des règles de concurrence, mais certainement pas comme un substitut à l'application des règles de

concurrence. Nous espérons que la plupart des cas que nous avons traités dans le passé ne seront plus nécessaires, car ils sont traités ex ante. Mais il est certain que l'application des règles de concurrence restera de la plus haute importance pour garantir l'équité sur les marchés numériques.

Maintenant, l'architecture principale du DMA, qui est connue de la plupart des personnes présentes dans l'auditoire et sur laquelle je ne veux donc pas m'attarder, a déjà été mentionnée. Il s'agit d'une liste de clauses de ce que nous appelons les services de base de la plateforme.

Comme vous le savez, il est vrai que l'architecture qui a été choisie en Europe consiste plutôt en une liste de clauses qu'en un type de liste plus ouvert. Quant au dialogue avec les entreprises, tel qu'il figure dans la législation proposée au Royaume-Uni, par exemple, il est également vrai qu'il s'agit de modèles différents, avec des avantages et des inconvénients, et il est tout à fait vrai que le temps nous dira lequel est le plus efficace.

Je pense que l'avantage d'avoir une liste très claire des choses à faire et à ne pas faire et une liste très claire des entreprises auxquelles ces choses à faire et à ne pas faire s'appliquent et à quels services, c'est la sécurité juridique, la transparence, dans une certaine mesure, c'est aussi de réduire la possibilité de capture réglementaire, mais c'est aussi de répondre à une demande de clarté de la part du secteur, des entreprises elles-mêmes qui ont besoin de savoir comment changer leur modèle d'affaire, comment s'adapter au nouvel environnement réglementaire.

À cet égard, je pense que l'Union Européenne a l'avantage d'être la première à agir, car c'est le premier ensemble complet de législation qui est adopté dans le monde entier. C'est un avantage, mais aussi un risque. Nous courons également le risque d'être les premiers à agir et nous devons probablement tester cela. Et en tant que réglementation, il y aura un moment où la réglementation devra être révisée, adaptée.



En fait, cette liste, bien qu'elle soit fermée, n'est pas destinée à rester fermée pour toujours. Si l'on regarde l'histoire de la réglementation dans les services financiers, par exemple, c'est une longue histoire de réglementation, d'établissement de règles, d'adaptation des entreprises à la réglementation, d'invention parfois par les entreprises des moyens de faire ce qu'elles veulent faire, et parfois de contournement de la réglementation, mais la réglementation finit par rattraper son retard et s'adapter également à cet environnement.

C'est un cadre de vie. Il n'est pas modifiable à volonté. La liste des services de plate-forme de base nécessitera un amendement au règlement, donc un processus législatif complet, mais ne sera certainement pas exclue à l'avenir. Ce point a également été mentionné dans une diapositive précédente. Il s'agit essentiellement de savoir qui est le gardien, et l'intention du législateur est ici très claire.

Les gardiens présentent certaines caractéristiques. Il s'agit des exigences sur le côté gauche et il y a des présomptions très claires et faciles sur la façon dont ces caractéristiques sont satisfaites.

Comme vous le voyez, la question de savoir qui est un utilisateur actif : ai-je vraiment 10 000 utilisateurs professionnels ? Est-ce que j'ai vraiment 45 millions d'utilisateurs professionnels ? donne lieu à des discussions avec certains gardiens potentiels, mais dans l'ensemble, nous nous attendons à ce que la

désignation des gardiens soit un exercice très rapide et, disons, très simple.

Comme vous le voyez, la présomption est réfutable, ce qui signifie que nous avons des chiffres très clairs, mais que nous pouvons nous tromper. Le système permet donc aux gardiens potentiels de dire : "Écoutez, je respecte le seuil en termes de chiffre d'affaires, je respecte le seuil en termes de capitalisation boursière, mais il y a quelque chose qui ne va pas dans ces chiffres. Ces chiffres ne reflètent pas la réalité de ma position.

Il existe tout un système qui permet à la Commission, tout d'abord, de déterminer si ces demandes de réfutation sont fondées et, le cas échéant, de mener une enquête plus approfondie sur le marché et de voir si les arguments des gardiens potentiels sont valables ou non.

Je pense qu'un point important est à relever ici, à savoir que la réfutation ne sera pas une porte ouverte pour faire ce que le DMA est censé éviter ou ne pas avoir à traiter.

Ce n'est pas le moyen d'entamer une discussion sur la définition du marché et sur la question de savoir si la DMA est dominante ou non. Ce n'est pas le moyen de revenir à une analyse de type concurrentiel. Je pense qu'il est également très important de garder à l'esprit que la mise en œuvre de la DMA sera très, très différente de l'application de la législation sur la concurrence.

Tout d'abord, la base juridique est très différente,

mais surtout, la logique de la DMA est très différente. En fait, nous ne voulons pas entrer dans des discussions relatives à l'application de la législation sur la concurrence. Ce ne sont pas des concepts qui seront traduits dans l'application de l'autorisation de mise sur le marché.

Ce travail a été réalisé d'une certaine manière par le législateur. Le législateur a décidé quels sont les services et quelles sont les entreprises qui sont soumis à la réglementation. Ce n'est donc pas un travail que nous devons faire, c'est un travail que nous devons simplement faire pour vérifier si les conditions sont remplies.

Il y a aussi la possibilité de désigner ce que l'on appelle des "gatekeepers" émergents. Il s'agit donc d'entreprises qui n'atteignent pas les seuils permettant de présumer qu'elles sont des "gatekeepers", mais il existe une dynamique pour qu'elles deviennent des "gatekeepers". Comme nous le savons tous, ces marchés sont susceptibles de basculer. Il y a donc également lieu de préempter le fait qu'ils deviennent des gardiens et que le basculement se produise car inverser le basculement du marché est très difficile, voire impossible.

Il est donc possible de réaliser une étude de marché pour les entreprises qui ne sont pas encore des "gatekeepers" et de dire qu'elles ont le potentiel pour devenir des "gatekeepers", ce qui est tout à fait bien, qu'elles se développent, mais qu'elles ne devraient pas adopter la même caractéristique que les "gatekeepers" en termes de fermeture d'opportunités à d'autres entreprises ou d'exploitation de leur position.

En fait, pour les gardiens émergents, seul un sous-ensemble des obligations s'appliquera, et il s'agit essentiellement d'obligations visant à garantir la contestabilité de leurs activités dans le cadre des marchés sur lesquels ils opèrent. La liste des obligations des "gatekeepers" est donc assez longue, plus de 20. Les grands principes qui nous guideront sont d'essayer d'être aussi précis que possible dans la description des obligations et de toujours garder à l'esprit l'objectif de garantir

la contestabilité et l'équité, d'avoir des obligations qui sont directement applicables et seulement une possibilité limitée d'avoir une exception et une obligation qui sont directement applicables.

C'est donc au gatekeeper qu'il incombe de mettre en œuvre ces obligations. Ce n'est pas à la Commission de rendre une décision dans laquelle elle précise, comme elle le ferait éventuellement à la fin d'une procédure antitrust, ce que le gatekeeper peut faire et ne peut pas faire. C'est aux gardiens de dire comment ils vont se conformer à la DMA.

Évidemment, cela n'est pas né du néant. Cela fait déjà plusieurs mois que nous discutons avec des gardiens potentiels. Ils ont un intérêt très légitime à comprendre clairement comment ils doivent modifier leur modèle d'affaires et leurs processus également, car cela prend du temps et les délais de la DMA sont plutôt courts, mais la charge de la preuve incombe aux entreprises, et non à la Commission.

Enfin, il est en effet indiqué que dès le moment où ils seront désignés, les gardiens auront six mois pour assurer la conformité, et ils nous disent (et c'est un très bon argument) que six mois est un délai très court pour changer leur système.

Voici donc quelques exemples d'obligations. Certaines d'entre elles ont été mentionnées dans la discussion précédente. Nous avons des pratiques liées aux données telles que les silos de données et peut-être une considération des silos de données, il y a deux aspects : L'un concerne la vie privée des individus et la protection des données. Le DMA y fait référence. Il est cohérent avec la protection des données, mais ce n'est pas l'instrument qui garantit la protection des données.

Et en tout état de cause, toute disposition du "gatekeeper" concernant les données relatives aux personnes repose sur le consentement, qui est le même concept que celui qui figure à la DG PR. Je ne vois donc pas la DMA comme un instrument qui réduira la possibilité pour les entreprises d'utiliser les données de manière efficace. Il ne fait que

confirmer ce qui existe déjà dans la philosophie européenne en tant qu'instrument où, tout d'abord, les individus sont propriétaires de leurs informations et où ils décident dans quelle mesure ils veulent partager leurs informations avec les entreprises. Une fois qu'ils ont donné leur accord, les entreprises sont prêtes à les utiliser de la manière la plus efficace possible.

par exemple 13\$ et si vous allez sur mon site web, cela coûte 10\$. C'est quelque chose que l'on empêche aujourd'hui. Nous pensons que ce n'est pas juste et c'est une disposition de la DMA. Cela inclut le multi-homing et la possibilité pour d'autres magasins d'applications d'être présents sur les écosystèmes, sur les téléphones, par exemple, ce qui est largement exclu aujourd'hui.



Je pense que la DMA se concentre peut-être davantage sur les données du côté des entreprises et, fondamentalement, cela dépend du concept selon lequel les données qui sont partagées avec la plateforme par une entreprise ne sont pas la propriété de la plateforme mais celle de l'entreprise, et l'entreprise a le droit d'avoir ces données et de pouvoir les utiliser. Bien sûr, si elles ont le consentement des propriétaires de ces données, qui sont généralement des individus, la plateforme n'a pas le droit d'utiliser ces données, s'il ne s'agit pas de données qu'elles génèrent et elles n'ont pas le droit d'empêcher les entreprises de recevoir et d'utiliser ces données.

Il y a ensuite les dispositions de neutralité telles que les auto-références, qui ont déjà été mentionnées. Je ne pense pas que nous devions y consacrer beaucoup de temps. Et il y a des dispositions pour promouvoir le multi-homing comme l'anti-steering. En gros, dans un écosystème, les développeurs d'une application spécifique, aujourd'hui, ne peuvent pas dire à leurs clients : si vous voulez avoir un abonnement avec moi, ici cela coûte

Ensuite, il y a les pratiques liées à la publicité, qui visent essentiellement à ouvrir la boîte noire qui existe souvent entre les annonceurs et les éditeurs, les personnes qui possèdent le site web avec l'espace où les annonces sont placées, et à leur donner la possibilité de comprendre l'efficacité et l'impact de leur publicité. De plus, la transparence concernant la tarification de ces publicités fait largement défaut aujourd'hui.

Un autre point qui a été abordé précédemment est l'obligation pour les "gatekeepers" de signaler toute concentration impliquant leurs services de plate-forme d'appel ou d'autres services dans le secteur numérique. Cette obligation va donc au-delà des seuils de notification actuellement en vigueur au niveau européen et national.

Et cela tient également au fait que les acquisitions par de très grands "gatekeepers" doivent être examinées plus attentivement, plus en profondeur. Ensuite, la remarque concernant les acquisitions prédatrices (killer acquisitions) et le fait que pour les startups innovantes, la stratégie de sortie consiste parfois ou souvent à se faire racheter par une

grande plateforme était très intéressante. En fait, pour moi, cela ne devrait pas être le cas parce que si une startup, comme on le dit, peut avoir pour stratégie de sortie d'être achetée par une grande plateforme, elle ne défiera jamais la grande plateforme. Elle ne fera jamais quelque chose de perturbateur. Elle ne fera jamais d'innovation qui ne soit rien d'autre qu'incrémentale par rapport à ce que fait la grande plateforme, parce que les grandes plateformes ne sont pas intéressées par les innovations qui menacent réellement leur écosystème. En fait, il est très important pour les startups d'avoir une stratégie de sortie, mais je pense que c'est un peu un piège de penser que la stratégie de sortie est d'être acheté par une grande technologie.

La stratégie de sortie devrait consister à se faire racheter par quelqu'un d'autre qui souhaite défier les grandes entreprises technologiques. Il devrait s'agir d'une OPI (Offre Publique Initiale). Ce type de concurrence schumpétérienne perturbatrice qui peut apporter des changements à long terme sur le marché. Sinon, nous devons nous résigner à n'avoir qu'une innovation incrémentale et compatible avec la situation actuelle du marché.

Maintenant, quelques mots sur la structure de gouvernance de la DMA : l'Union Européenne est un système assez complexe de répartition des compétences entre le niveau central et le niveau national.

Comme vous le savez, les articles 101 et 102 sont appliqués à la fois au niveau européen et au niveau national, et nous avons mis en place tout un système de communication, de répartition du travail et de discussion.

Pour la DMA, la Commission Européenne est la seule en charge de l'application du règlement, ce qui est aussi le cas typiquement, la Commission ou l'Union Européenne produit une législation et un règlement que les États membres doivent mettre en œuvre. Maintenant, c'est nous qui l'avons fait et nous devons nous en occuper. La pression est donc sur nous. Mais cela ne signifie pas que nous ne travaillerons pas avec

les autorités nationales de la concurrence et les régulateurs au niveau national. En fait, c'est tout le contraire. Il existe une institution au sein de la DMA, un comité consultatif et un groupe de haut niveau qui aideront à orienter les questions de haut niveau concernant les demandes adressées à la DMA pour le groupe de haut niveau et le comité consultatif seront également entendus pour prendre une décision dans des cas spécifiques. Enfin, et c'est très important, les États membres peuvent, comme le font certains d'entre eux, habiliter leurs autorités nationales de la concurrence à enquêter sur d'éventuelles infractions à l'autorisation de mise sur le marché, à aider la Commission dans son travail de surveillance et à engager des procédures pour détecter les cas de non-respect des règles. Cela nécessite des changements législatifs au niveau national, mais c'est certainement quelque chose que nous attendons avec impatience.

La dernière diapositive pour moi est juste un rappel de la chronologie. Ainsi, l'entrée en vigueur a eu lieu le 1er novembre. Les gatekeepers ont six mois pour notifier s'ils sont des gatekeepers, s'ils atteignent les seuils de quantité et quels sont les services de base de la plateforme. Ensuite, nous disposons de 45 jours ouvrables pour les désigner par le biais d'une décision qui nous mènera jusqu'en septembre 2023, puis les "gatekeepers" disposeront de six mois pour s'assurer de leur conformité.

Nous assisterons donc à des changements sur le marché à partir du printemps 2024 et nous les attendons avec impatience.

Encore une fois, la mise en œuvre incombe au gatekeeper. C'est à lui que revient la charge de mettre en place tous les changements nécessaires pour se conformer à la DMA et ses délais. La date limite, comme nous le voyons maintenant, sera le printemps 2024. Le rôle de l'autorité nationale sera multiple et il y aura un contrôle de la conformité, de l'efficacité de la conformité dans la mesure où les autorités nationales de la concurrence peuvent être très utiles pour compléter le contrôle effectué



par la Commission. Mais le contrôle de la conformité n'est pas un rôle passif, c'est aussi par la Commission. Mais le contrôle de la conformité n'est pas un rôle passif, c'est aussi un rôle actif, il s'agit de voir où il y a des problèmes qui, malgré la conformité, ne permettent pas d'atteindre les objectifs de l'autorisation de mise sur le marché. Les autorités nationales de la concurrence peuvent également jouer un rôle d'investigation, à savoir une règle de détection permettant éventuellement d'alerter la Commission Européenne d'un problème afin qu'elle enquête, mais aussi, si la législation nationale le permet et si les autorités nationales de la concurrence disposent des ressources nécessaires, d'enquêter conjointement sur certains aspects de la conduite des gardiens d'accès. Dans certains cas, il ne sera pas évident de déterminer si un contenu relève de la conformité avec la DMA ou de la réglementation antitrust. Dans ce cas également, les autorités nationales disposent de leurs propres pouvoirs d'enquête en vertu des articles 101 et 102, qu'elles conservent, bien entendu, dans leur intégralité.

Modérateur : Pensez-vous que les "gatekeepers" travaillent avec leurs avocats et leurs juristes pour trouver le moyen d'éviter ou d'annuler cette législation ?

Oui, je pense que les gardiens, comme toutes les entreprises, défendent les intérêts de leurs actionnaires, ce qui est tout à fait légitime. Je pense que la réaction des gardiens de jour est assez variée jusqu'à présent, mais il est clair que, comme pour toute réglementation, je suis sûr qu'il y a beaucoup de réflexion sur la façon de mettre en œuvre la réglementation, d'éviter les sanctions et de garder leur business model aussi intact que possible. Les gardiens peuvent également être contestés dans certains domaines, ils manquent donc une opportunité, mais c'est, d'une certaine manière, le travail de l'autorité de la concurrence et maintenant aussi du régulateur de s'assurer que la loi est appliquée d'une manière juste et équitable.

M. Amin **BENJELLOUN TOUIMI**, Directeur Général du Groupe Poste Maroc (Maroc)



Je suis heureux d'être parmi vous aujourd'hui. Comme vous l'avez dit, je suis observateur.

Certes Barid Al Maghrib est un acteur de l'écosystème numérique au Maroc et nous souhaitons, c'est d'ailleurs le but d'une telle conférence, que notre pays puisse s'inspirer des réglementations européennes. Il est effectivement important qu'on analyse ce qui est en train de se faire aujourd'hui en Europe en perspective de pouvoir adapter, comme on l'a fait tout à l'heure, en ce qui concerne le règlement « eIDAS » qui s'inscrit aussi dans l'économie numérique.

Depuis tout à l'heure, nous avons parlé essentiellement du DMA (Digital Markets Act). Je souhaiterais donc compléter, et c'est ce qui m'a été demandé, en vous parlant de la deuxième réglementation qui est le DSA (Digital Services Act).

Ces deux réglementations sont complémentaires et il est très intéressant de préciser en premier, les objectifs du DSA. Je dirais que le DMA et le DSA visent à faciliter la vie des utilisateurs, en faisant d'Internet un espace plus sûr pour ses utilisateurs.

Il est important de savoir que le but recherché par le DSA pour le citoyen, c'est évidemment une meilleure protection des droits fondamentaux, donner plus de choix aux utilisateurs, pouvoir obtenir de meilleurs prix et, surtout, nous allons en parler car je pense

que c'est l'un des sujets importants du DSA, lutter contre le contenu illégal pour les fournisseurs (opérateurs). La particularité du DSA, c'est qu'il ne s'adresse pas seulement aux Gatekeepers, mais le périmètre est beaucoup plus large.

En effet, le DSA est beaucoup plus large. Il y a un premier niveau et vous allez voir tout à l'heure quand on va parler des obligations auxquelles doivent souscrire ces intermédiaires ; lesquelles obligations sont graduées. Le premier niveau d'intervenants correspond tout simplement aux fournisseurs d'accès à l'infrastructure, c'est à dire les fournisseurs d'accès à Internet ou les bureaux d'enregistrement de noms de domaine.

Le deuxième niveau, auquel s'applique la réglementation DSA, concerne les services d'hébergement et nous savons qu'il y a des géants, notamment dans les services du cloud et de l'hébergement du Web.

Le troisième niveau correspond aux plateformes et là on voit la complémentarité avec le DMA. La réglementation européenne a distingué ces plateformes en deux niveaux : niveau 3 et niveau 4.

Le niveau 3, ce sont toutes ces plateformes en ligne qui mettent en relation vendeurs et consommateurs, y compris les plateformes e-commerce, marketplace, ... etc.

La réglementation européenne a également distingué les très grandes plateformes pour lesquelles on a prévu des obligations beaucoup plus importantes. Ce sont ces très grandes plateformes en ligne qui constituent le niveau 4.

Il y a une définition pour distinguer ces très grandes plateformes. Cette distinction se base sur le nombre d'utilisateurs qui est d'environ 45 millions. Il s'agit tout simplement de 10 % de la population de l'Union Européenne.

La transformation digitale est l'un des objectifs majeurs pour le monde postal. Lors de son dernier congrès, l'Union Postale Universelle (UPU) a recommandé que toutes les postes

travaillent sur cette digitalisation et c'est ce que nous faisons.

Comme vous l'avez dit, nous sommes des acteurs dans ce monde digital. Je rappelle que Barid Al Maghrib a été l'opérateur historique de certification de la signature électronique. C'est peut-être l'occasion de parler de la réglementation sur ce sujet au Maroc, puis je vous parlerai ensuite du travail que nous faisons pour profiter du digital.

Nous sommes donc un acteur du digital à travers la certification électronique. Nous avons été les pionniers au Maroc dès 2011. Il y a eu la loi 53-05 qui a régi ces éléments-là, et récemment, il y a eu une deuxième loi qui n'est pas encore entrée en vigueur, qui est la loi 43-20.

Je sais que ce n'est pas l'objectif de notre débat, mais juste pour dire que sur ce volet important du monde digital qui est le fait de créer de la confiance, nous sommes opérateur et nous sommes régis par les lois que je viens de citer.

Vous avez dit que la Poste s'est digitalisée. Nous n'avions pas le choix. Le courrier classique a beaucoup baissé. Je dirai même qu'avec la pandémie COVID-19, il y a eu une accélération de cette baisse. Ce que je dis là est valable aussi bien au Maroc que dans le monde entier. Certes, le courrier classique baisse, mais grâce à la digitalisation, il y a une montée en puissance beaucoup plus importante du e-commerce qui devient un secteur majeur pour l'activité postale.

Pour répondre à votre question, nous avons digitalisé d'abord pour réduire nos coûts puisque cela est un élément important. Par ailleurs, nous avons développé les activités colis et nous avons mis les moyens pour que nos process soient de plus en plus digitalisés.

Personnellement, je pense, comme d'autres acteurs marocains, que nous sommes observateurs parce que nous avons eu une idée très intéressante sur cette réglementation, notamment européenne, que ce soit le DSA ou le DMA. Avant de faire cette conclusion, je pense que le DSA est une

régulation importante en matière de lutte contre des contenus illicites.

On a vu comment on peut sortir n'importe quoi sans qu'on puisse l'enlever de ces plateformes. Avec cette réglementation, les choses changent. C'est une bonne expérimentation.

Au Maroc, nous devons tirer profit de ces expériences, que ce soit celles de l'Europe ou celle de Grande-Bretagne après le Brexit (on en a parlé ce matin). On a parlé aussi d'autres réglementations qui vont dans ce sens.

Je voudrais dire aussi que même en Chine, il y a aujourd'hui des réglementations qui sont en train d'être faites pour lutter contre les grandes plateformes, les BATX (équivalent chinois des GAFAM).

Ce qui serait à mon sens utile pour la Poste au niveau de la concurrence, et pas que pour la Poste d'ailleurs, c'est de commencer avec une réglementation ex ante puis mettre en place, au plus tôt, une régulation pour pouvoir prémunir les utilisateurs, que ce soit les utilisateurs qui sont avec nous au niveau de la Poste ou dans tous les secteurs au Maroc.

Je remercie vivement les organisateurs. Je pense que ces débats que nous avons eus ce matin permettent de donner beaucoup d'éléments pour pouvoir réfléchir rapidement à une réglementation marocaine. D'ailleurs, j'avais parlé, tout à l'heure, du règlement eIDAS dont s'est inspirée notre réglementation au niveau des échanges électroniques de documents juridiques.

Par conséquent, notre priorité est de pouvoir aller de l'avant et de profiter de cette plateforme.

Je remercie encore une fois les organisateurs.
Merci.

Katarzyna ARACZEWSKA, Directrice Adjointe du Département de la Protection des Consommateurs, Autorité de la Concurrence (Pologne)



Merci de m'avoir invitée ici. Je peux aborder la DSA du point de vue des consommateurs. Je pense qu'elle présente de nombreux avantages, mais je crains qu'il ne s'agisse pas d'une réglementation parfaite. Le point positif est qu'elle s'attaque à l'asymétrie numérique entre le consommateur et le commerçant. Nous avons déjà longuement discuté aujourd'hui des raisons de cette asymétrie.

Les nouvelles technologies donnent aux commerçants beaucoup d'avantages, et malheureusement, elles ne donnent pas nécessairement ces avantages à leurs consommateurs. C'est comme dans l'exemple des algorithmes d'échecs. Nous jouons à ce jeu. Mais quel que soit le temps que nous y consacrons, même si nous lisons les conditions générales, si nous sommes très prudents lorsque nous utilisons un site web ou une application, nous ne pouvons pas gagner parce qu'en tant que consommateurs, nous ne savons pas comment les algorithmes sont conçus.

Nous ne savons pas si le prix que nous voyons est le résultat d'un profilage, pourquoi nous voyons certaines recommandations de produits et s'il s'agit en fait des meilleures recommandations possibles. La DSA devrait donc s'attaquer à ces problèmes, et elle modifie légèrement l'optique de la législation

précédente sur la protection des consommateurs, car cette dernière imposait de nombreuses obligations précontractuelles aux commerçants.

Il s'agissait donc de beaucoup d'information, et nous savons déjà que ce n'est pas efficace. Les consommateurs ne lisent pas les conditions générales. Et s'ils les lisent, ils ne les comprennent pas nécessairement. Il est donc très important de changer la façon dont les interfaces Internet sont conçues. Et c'est ce que la DSA veut réaliser. Il ne s'agit pas nécessairement d'une révolution, comme on l'a déjà dit, mais plutôt d'une évolution. Elle complète la législation existante en matière de protection des consommateurs. Certaines dispositions sont totalement nouvelles. Comme, par exemple, l'obligation d'établir des représentants pour les commerçants de l'extérieur de l'UE dans l'UE, et certaines d'entre elles ne font que raccourcir le chemin pour les personnes chargées de l'application de la loi. Par exemple, nous avons l'obligation pour les plateformes de permettre aux commerçants de remplir leurs obligations précontractuelles.

Cela ne signifie pas nécessairement qu'il n'y a pas d'obligations à l'heure actuelle, mais du point de vue des responsables de l'application des lois, je devrais les faire respecter d'une manière différente et plus difficile. Par exemple, en utilisant la directive sur les pratiques commerciales déloyales. Je devrais donc prouver que c'est contraire à la diligence professionnelle pour la plateforme et ne pas faire de place aux obligations précontractuelles. Ensuite, je devrais expliquer comment cela affecte les consommateurs et je devrais établir un modèle de consommateur moyen.

Cela semble assez complexe pour l'instant, mais possible. Je suis donc d'accord avec ce que vous avez dit précédemment, à savoir qu'il est possible pour les autorités de travailler sur ce que nous avons actuellement pour imposer



des solutions qui répondent aux problèmes actuels en utilisant le cadre juridique actuel, et lorsqu'il s'agit de la protection des consommateurs, c'est également possible.

Mais c'est un peu complexe dans certains cas. La DSA devrait donc raccourcir le chemin pour les autorités américaines chargées de l'application de la loi. Mais malheureusement, c'est assez limité parce que tout d'abord, c'est limité aux plateformes et les plateformes ne sont pas les seuls commerçants sur le marché et ne sont pas les seuls commerçants qui ont un pouvoir économique significatif. C'est donc la première limite.

La deuxième limite, très importante, est qu'elle se limite principalement aux interfaces Internet. Ainsi, par exemple, lorsque nous voyons une manœuvre trompeuse en dehors d'un site web ou d'une application, par exemple, lorsque le consommateur reçoit un courriel du commerçant et qu'il y a une manœuvre trompeuse, même si le commerçant est une plateforme, nous ne serons pas en mesure de faire face à cette pratique à l'aide de la DSA.

Nous devons également garder à l'esprit que les dispositions de la DSA sont assez larges et générales, ce qui peut être une bonne chose car cela laisse beaucoup d'espace aux autorités chargées de la protection des consommateurs pour imposer une interprétation favorable aux consommateurs

Mais elles laissent aussi des doutes, ce qui signifie probablement que nous aurons besoin de conseils de la part de la Commission européenne et que, dès que nous les aurons, il sera plus facile de les appliquer. Mais d'ici là, nous devons nous débrouiller seuls.

Je pense que le plus grand défi en ce qui concerne la DSA est de savoir comment elle s'intègre dans le cadre juridique existant, car comme je l'ai dit, elle le complète. Nous devons donc appliquer à la fois la DSA et la législation précédente, et l'une des plus grandes réussites de la DSA est la première interdiction explicite des motifs sombres. C'est une disposition très importante.

Le problème est que lorsque nous examinons cette disposition, nous trouvons une exemption et nous pouvons utiliser cette interdiction tant qu'elle n'est pas couverte par la directive UCPD (Unfair Commercial Practices Directive/directive sur les pratiques commerciales déloyales). Ce que cela signifie, de mon point de vue de responsable de l'application des lois, c'est que je reçois ce nouveau texte législatif qui devrait me permettre de l'appliquer directement et d'infliger des amendes aux plateformes pour des infractions consistant à utiliser des modèles sombres ou pratiques trompeuses.

Mais si, en même temps, je pouvais utiliser et appliquer la directive UCPD, je ne pourrais pas

utiliser la nouvelle législation. Cela n'a aucun sens. Et c'est très déroutant parce que si vous voulez faciliter ou améliorer la situation du consommateur, si vous voulez raccourcir le chemin de l'application, pourquoi mettre cette exemption ? Et si nous regardons de plus près la liste des modèles sombres, parce que la DSA, a fourni des pré-exemples, l'un d'entre eux est la résiliation difficile. Ainsi, si la procédure de résiliation d'un service est plus difficile que l'abonnement, on peut considérer qu'il s'agit d'un modèle sombre. Mais si nous examinons tous les rapports concernant les modèles sombres, nous savons déjà que cette situation est couverte par la directive UCPD. Ainsi, par exemple, au début de cette année, Amazon Prime a modifié son interface à la suite d'une discussion avec les États membres et la Commission Européenne, et comme la difficulté de la procédure de résiliation aurait pu constituer une pratique commerciale déloyale, l'opérateur a décidé de la raccourcir pour faciliter la désinscription du service.

Si nous sommes tous d'accord pour dire qu'il peut s'agir d'une pratique commerciale déloyale et que, dans le même temps, elle est citée comme un exemple de modèle sombre dans la DSA, tout en gardant à l'esprit qu'il existe une exemption pour l'UCPD, ce n'est pas cohérent. Il est très difficile de l'appliquer et elle nous laisse avec plus de doutes que de solutions.

Je pense donc qu'il s'agit d'un très bon texte législatif, d'une part, parce qu'il aborde de nouveaux problèmes d'une manière qui n'avait pas été abordée auparavant. Mais le besoin de lignes directrices se fait cruellement sentir à l'heure actuelle.

Modérateur : Pensez-vous que la DSA s'adresse davantage aux grandes plateformes ? Et pensez-vous qu'elle est suffisante pour protéger les consommateurs contre les pratiques trompeuses ?

Ça va être délicat, car il y a des solutions qui se limitent à deux plateformes. Ce que nous pouvons faire maintenant, c'est recourir à la

directive UCPD et au cadre juridique actuel. Je pense que c'est possible et que cela a été fait dans le passé. Par exemple, cette année, nous avons rendu une décision contre Vinted. C'est une plateforme utilisée pour la revente de vêtements de seconde main et nous y avons relevé une pratique trompeuse. Il était très difficile pour les consommateurs d'acheter sans frais de protection du consommateur. La voie à suivre pour éviter ces frais n'était pas clairement indiquée et nous avons considéré qu'il s'agissait d'une omission trompeuse. Nous avons donc utilisé le cadre juridique existant.

Mais comme je l'ai dit, c'est un peu complexe. Ce serait génial donc de pouvoir recourir à différents fondements juridiques qui seraient plus faciles et plus rapides et qui nous permettraient de faire respecter la loi de manière plus efficace. Actuellement, je ne suis pas vraiment sûre que la DSA soit adapté à cette fin.

Je pense que nous devrions nous concentrer davantage sur les conséquences de la nouvelle législation et en discuter peut-être plus largement et prendre plus de temps pour l'évaluer afin de pouvoir l'appliquer, parce que nous ne vivons pas en vain. Il faut le faire dans la pratique.

Ce n'est pas suffisant d'avoir une loi qui paraît bien sur papier. Il faut qu'on se parle. Nous devons nous concerter, entre les autorités de protection de la concurrence, les autorités de protection des consommateurs, les autorités de protection des données et discuter de ce que nous pouvons faire avec cette législation et comment l'appliquer.

C'est le point de départ pour nous pour l'avenir. Merci

M. Krisztian KATONA, Vice-président du Pôle Concurrence et Réglementation, Computer and Communications Industry Association (USA)



D'abord et avant tout, je tiens à vous remercier encore une fois de m'avoir invité à participer à la conférence d'aujourd'hui. Je dois également ajouter que les marchés numériques et la concurrence, la réglementation, la compétitivité, toutes ces questions, n'ont jamais vraiment fait l'objet de débats et de discussions plus passionnés que celles-ci.

À cet égard, je voudrais également, une fois encore, féliciter les organisateurs d'avoir réuni cette conférence internationale et, une fois encore, pour l'opportunité qui m'a été offerte de participer à cette merveilleuse discussion.

Mais pour en revenir à votre question Mostapha, relative au contexte mondial de ce qui se passe à l'international, je pense que nous avons entendu également, dans les panels précédents, qu'il y a un certain nombre d'initiatives politiques, bien évidemment des actions de mise en œuvre, mais surtout des propositions législatives et réglementaires dans le monde entier.

Nous avons entendu parler en détail de la DMA, ainsi que de la DSA. Mais il y a un certain nombre d'autres juridictions, que ce soit en Allemagne, comme dans l'UE, qui l'année dernière, par le biais du 10^{ème} amendement de la loi allemande sur la concurrence, ont

introduit un cadre réglementaire ex-ante en janvier dernier. Mais nous avons entendu parler d'autres juridictions, comme au Japon et un certain nombre de pays de la région Asie-Pacifique et d'autres pays dans le monde, qui envisagent différents types de cadres réglementaires ex-ante.

En ce qui concerne des tendances plus larges, je voulais aussi mentionner l'expérience récente des Etats-Unis ou ce qui se passe aux Etats-Unis, du moins sur le front législatif. À cet égard, je voulais simplement mentionner qu'il existe actuellement un certain nombre de propositions législatives au Congrès des Etats-Unis qui se concentreraient sur la concurrence et les enjeux réglementaires dans l'économie numérique.

Vous savez, aucune de ces propositions n'a été adoptée et leur avenir est très incertain. Mais, je voulais mentionner quelques points à leur sujet, dont peut-être le plus célèbre ou celui dont on parle le plus est le projet de loi AICOA (American Innovation and Choice Online Act), qui est le projet de loi sur l'antitrust pour l'innovation américaine et le choix en ligne.

Je ne rentrerai pas dans les détails des projets de lois particuliers, mais je voudrais simplement mentionner que bon nombre des projets de lois mettent en évidence et interdisent certains types d'activités, dont notamment l'auto-préférence, qui a également été abordée dans une certaine mesure dans les panels précédents. Il y avait aussi une certaine interdiction des fusions et acquisitions pour des entreprises particulières ; une interdiction proposée pour des entreprises particulières d'une taille particulière.

Je voulais juste signaler certaines de mes principales préoccupations à cet égard du point de vue de l'industrie en ce qui concerne l'application de la concurrence exposée. Vous avez fait référence au type de système ex post d'application de la concurrence dans la plupart de vos précédentes remarques introductives. Je pense qu'il est très important

de réfléchir au juste équilibre entre l'application ex post et la réglementation ex-ante.

Lorsque nous pensons à l'application ex-post de la concurrence, je pense qu'il n'est pas surprenant que bon nombre des mesures d'application soient fondées sur des faits. Vous savez, ils peuvent être très complexes et il doit y avoir une analyse détaillée au cas par cas pour examiner les pratiques commerciales réelles à cet égard.

Le point le plus important et le plus crucial que je voudrais souligner est le fait qu'il doit y avoir des preuves spécifiques d'un préjudice à la concurrence démontrable lorsqu'il s'agit de faire respecter la concurrence.

Lorsque nous pensons simplement à une affaire d'exclusion, c'est à dire une affaire de conduite unilatérale, cela nécessite généralement deux éléments clés. Premièrement, le pouvoir de marché, de sorte qu'une entreprise particulière, un acteur particulier sur le marché, soit en mesure d'éliminer d'autres concurrents et d'autres entreprises sur le marché. Mais surtout, cela nécessite également certains types d'indices d'effets anticoncurrentiels.

À cet égard, le pouvoir de marché et certains effets anticoncurrentiels initiaux vont de pair dans un cas d'exclusion. La préoccupation particulière, du moins avec les propositions actuelles au Congrès des Etats-Unis, a trait au fait qu'elles prennent à peu près pour acquis le préjudice supposé. Il n'y a pas de preuve d'un préjudice réel à la concurrence, car la taille d'une entreprise particulière pourrait en soi, selon les projets de lois, signifier un pouvoir de marché et surtout pourrait constituer un indice un effet anticoncurrentiel potentiel.

Alors, vers quoi cela conduit ou est-ce que ce potentiel pourrait conduire à une concurrence plus large et à une économie plus large, à savoir un système numérique sur le marché ? Je pense que cela soulève un certain nombre de questions et de préoccupations importantes. À cet égard, l'effet potentiel de certains de ces projets de

lois pourrait également être lié à l'auto-préférence. En ce qui concerne les auto-préférences, il y aurait cette interdiction particulière dans certaines propositions.

L'auto-préférence est donc évidemment une pratique très répandue et très présente dans un certain nombre de secteurs, qu'il s'agisse des centres commerciaux, des supermarchés, de la publicité, de leurs produits de marque privée ou du système bancaire et financier. Dans le secteur des soins de santé également, nous voyons un certain nombre d'activités différentes dans lesquelles l'auto-préférence a été particulièrement pro-concurrentielle.

Lorsqu'il s'agit d'auto-préférences, potentiellement anticoncurrentielles, ce que nous constatons appartient au passé, car l'application des règles de concurrence a été en mesure de résoudre ce problème. La possibilité de supprimer les menaces concurrentielles naissantes ont été également évoquées dans le cadre des précédentes discussions. La célèbre affaire Microsoft aux États-Unis constitue vraiment un excellent exemple de la façon dont l'application des lois en matière de concurrence est capable de résoudre ces problèmes.

La question la plus importante est donc de savoir si, à cet égard, nous prenons pour acquis les préjudices démontrables ou les préjudices causés à la concurrence. Je pense que certains projets de lois proposés au Congrès des Etats-Unis soulèvent ces questions importantes.

Une autre chose que je voulais ajouter relève d'un point de vue d'évaluation des risques pour les entreprises, l'industrie, le conseil de la concurrence, le conseil général et les entreprises en particulier, un concept clé est de savoir quelles entreprises seraient couvertes.

Je pense que nous avons entendu dans le discours d'ouverture l'analyse détaillée, avec la DMA, sur les entreprises qui seraient considérées comme des gardiens (Gatekeepers) et quels seraient les seuils pour cela.



Aux Etats-Unis selon ces projets de lois proposés, quelles entreprises seraient les soi-disant entreprises couvertes ou plateformes couvertes. En Allemagne, en vertu de la section 19 A de la loi allemande sur la concurrence, quelles entreprises revêtraient une importance primordiale pour la concurrence. Mais, le point vraiment important est comment cette liste particulière d'entreprises couvertes peut également évoluer au fil du temps en fonction des facteurs de marché et des caractéristiques et réalités du marché.

Habituellement, lorsque l'on examine certaines des propositions, comme les règles et cadres réglementaires, nous constatons qu'elles ciblent souvent un petit nombre d'environ une demi-douzaine d'entreprises à l'heure actuelle. Ce seraient les plateformes couvertes dans un certain nombre de juridictions ou aux Etats-Unis en vertu de certains projets de lois proposés.

Mais lorsque l'on examine comment cela pourrait changer au fil du temps, on constate des différences significatives basées sur le type de langage de capitalisation boursière que ces propositions fournissent. Par exemple, aux Etats-Unis, plus tôt cette année, NERA, l'Association nationale de recherche économique, a fourni une analyse très détaillée de ce que les projets de lois proposés signifieraient pour les entreprises couvertes au fil du temps.

À la lumière des propositions actuelles, il y aurait environ cinq, six ou sept plateformes susceptibles de devenir des plateformes couvertes ou des entreprises couvertes. Cependant, ce que l'étude de la NERA a également montré, c'est qu'au fil du temps, d'ici quelques années seulement, environ trois ou quatre ans, il est probable qu'environ 13 entreprises supplémentaires, en fonction de leur capitalisation boursière, deviendront des sociétés couvertes par les projets de lois.

Au fil du temps, d'ici les années 2030, il pourrait y avoir plusieurs dizaines, voire 100 entreprises supplémentaires, qui s'ajouteraient à la liste des entreprises couvertes. Quel serait alors l'impact, l'objectif à cet égard, de certains des cadres proposés et quel serait l'impact à long terme si vous aviez plus d'entreprises couvertes ? et quels seraient surtout les coûts et les avantages de tout type de nouvelle proposition ?

En guise de conclusion, j'ajouterais simplement que l'étude la plus récente a également examiné quels pourraient être les coûts à long terme des propositions américaines pour l'économie américaine. Cette étude a abouti à la conclusion que cela coûterait probablement plus de 300 milliards de dollars à terme eu égard à quoi ressembleraient les propositions particulières, en théorie, si elles passent par ce qu'elles pourraient coûter à l'économie.

Bien évidemment, si l'on pense aux coûts et aux dépenses, ces coûts seraient probablement répercutés sur les consommateurs. Donc, cela soulève la question vraiment importante de savoir quand il s'agit de tout type de règlement qui pourrait avoir cet impact significatif, vous voulez vraiment vous assurer qu'il y a une analyse détaillée et complète des coûts et avantages. Et ensuite, lorsqu'il s'agit de tout nouveau type de réglementation qui ne nuirait pas en raison de conséquences imprévues, à l'économie en général, à l'écosystème de l'innovation et, essentiellement, aux consommateurs à long terme.

Je pense qu'il est très important de voir quelles sont les exigences réglementaires, quels sont les cadres réglementaires dans lesquels l'innovation prospère souvent ? Et je pense que lorsqu'on examine le système américain, je voudrais prendre un peu de recul en réponse à votre question, Mostapha. Qu'est-ce qui vous amène à réfléchir à la façon dont l'application de la loi sur la concurrence a fonctionné jusqu'à maintenant et a pu remplir son rôle ?

Je pense que nous devons vraiment considérer les économies comme faisant partie de systèmes économiques plus larges qui interagissent évidemment sur le plan international aussi. Lorsque l'on pense simplement à l'économie américaine ou au système américain, je pense qu'il n'est pas surprenant de constater que de nombreux développements ou de nombreuses entreprises similaires qui ont réussi au fil du temps proviennent du cadre réglementaire américain.

À cet égard, ce que je voudrais vraiment souligner c'est l'équilibre subtil entre l'application ex-post de la concurrence les propositions de réglementation ex-ante et les cadres réglementaires et la manière selon laquelle ils peuvent interagir. Je pense qu'il est important de voir que peut-être maintenant, si vous me demandiez également les tendances, je vois vraiment qu'il y a peut-être une tendance des agences de concurrence et des organismes d'application de la concurrence à endosser le rôle de régulateurs,

en pensant que quels que soient les sujets, les questions et les préoccupations potentiels qui pourraient surgir sur le marché, ils devraient être abordés avant même qu'ils ne se concrétisent réellement.

En d'autres termes, en ce qui concerne certains développements réglementaires et certaines propositions réglementaires dans le monde entier, je pense que vous constatez vraiment qu'aux États-Unis, le système d'application de la concurrence a été en mesure de répondre aux principales préoccupations au fil du temps, que ce soit lié à l'exemple de l'auto-référencement aux États-Unis de Microsoft que j'ai mentionné. Je pense que cela a également été mentionné plus tôt avec les questions liées aux fusions et acquisitions et au traitement de la concurrence potentielle ou des acquisitions prédatrices.

Je pense que vous avez vraiment saisi cela. J'ai travaillé pendant 15 ans à la Commission fédérale du commerce des États-Unis avec un certain nombre d'autres autorités mondiales chargées de l'application de la concurrence, et j'ai relevé que la dynamique, la discussion et le récit se sont peut-être transformés en quelque chose que les autorités chargées de l'application de la concurrence devraient aborder davantage plutôt que de se concentrer sur l'application de la concurrence en tant que telle quand il s'agit d'assumer un rôle plus large : Quel est l'objectif de la concurrence ?

Je pense que nous voyons vraiment que les responsables de l'application de la loi sur la concurrence devraient réfléchir à ce qui s'est passé depuis un certain nombre de décennies. Est-ce qu'ils appliquent les lois sur la concurrence, ce qui montre qu'il s'agit de la ligne de démarcation particulière, ce qui signifie qu'il y a violation de la concurrence et que les entreprises et les entreprises ne devraient pas franchir cette ligne de démarcation, alors que vous savez que cela se produit, bien sûr, quand les responsables de l'application de la loi sur la concurrence interviennent.

Cependant, ce que je constate maintenant, c'est qu'il n'y a pas de ligne de démarcation particulière à cet égard, ce qui, selon moi, constitue une préoccupation plus large. Je pense que le système de concurrence aux Etats-Unis a été couronné de succès et les Etats-Unis ont été en mesure de produire un certain nombre d'innovateurs, et à cet égard, les entreprises ont connu également du succès à l'échelle internationale parce que le cadre réglementaire leur fournit en quelque sorte un terrain favorable pour ce type d'opportunités à saisir et pour pouvoir régner. Dans ce sens, je pense que c'est la raison pour laquelle les Etats-Unis ont été au cours des dernières décennies une économie très innovante.

domaines politiques et à la manière dont ceux-ci interagissent avec la concurrence dans cet espace, qu'il s'agisse de propositions réglementaires ou encore de mesures visant à remédier aux préjudices potentiels.

À cet égard, la protection des données, la protection des consommateurs et la propriété intellectuelle, tous ces domaines politiques connexes sont très étroitement liés à ces questions et ont des conséquences très importantes sur la manière dont nous évaluons ces préoccupations particulières. À ce sujet, j'ai particulièrement apprécié les points évoqués par Katarzyna et qui ont mis en lumière le point de vue des consommateurs et la perspective de protection



Je voulais juste ajouter une dernière chose. Sur la base de votre question et de vos précédentes remarques également, je pense que c'est tellement extrêmement important. En ce qui concerne la transformation numérique, la concurrence et la réglementation et, bien évidemment, la compétitivité, je pense que c'est tellement extrêmement important pour nous de prendre du recul et d'identifier réellement quel est le préjudice ou le préjudice potentiel dont nous discutons réellement.

À cet égard, de nombreux praticiens de la concurrence pensent souvent que la concurrence existe en vase clos et que tout est question de concurrence. Mais, je pense qu'il est tellement important de penser à d'autres

des consommateurs sur la manière dont nous pouvons examiner les cadres existants, essayer d'identifier quels sont les préjudices ou les problèmes potentiels, et essayer d'y réfléchir dans le sens où les cadres existants d'application de la concurrence et les différents domaines politiques interagissent et comment ceux-ci pourraient effectivement être en mesure de remédier à d'éventuels lacunes, problèmes ou préjudices sur le marché.

Je voulais juste souligner cela. Merci.

M. Othman **Khalil EL ALAMY**, Secrétaire Général, Autorité de Contrôle des Assurances et de la Prévoyance Sociale (Maroc)



J'aimerais à mon tour remercier les organisateurs de ce bel événement pour leur invitation.

Mon intervention sera peut-être légèrement décalée. Nous ne sommes pas des spécialistes de la digitalisation. C'est pour nous un levier de transformation, qui va permettre au secteur de relever les défis futurs.

En tant qu'autorité de régulation, nous sommes soumis à des injonctions réglementaires qui peuvent sembler contradictoires. D'un côté, nous devons préserver la solvabilité des entreprises, de l'autre, nous devons défendre les consommateurs et en même temps contribuer au développement du secteur.

En réalité, ces contradictions ne sont que d'apparence, parce que la solvabilité des entreprises est également dans l'intérêt du consommateur, puisque nous sommes là dans des prestations à long terme. En tant que régulateurs, nous avons compris que la transformation digitale était quelque chose d'inéluctable et qu'il fallait prendre le sujet par le bon bout. C'est à ce titre-là que nous avons mené un certain nombre d'études concernant la distribution à l'ère du digital. Il faut savoir, par exemple, que pour l'assurance,

la distribution est quelque chose de très important. La digitalisation va venir, d'une certaine manière, percuter les réseaux classiques parce que la digitalisation va faire que les relations se noueront de manière directe entre le consommateur et l'assureur. Voilà la conclusion d'une première étude concernant la distribution à l'ère du digital.

Nous avons mené une autre étude avec IFC (International Finance Corporation) qui fait partie du groupe Banque mondiale et qui nous a permis d'appréhender le sujet de manière encore plus globale, de voir dans quelle mesure la digitalisation va pouvoir transformer le secteur dans son ensemble.

Pour nous, cela est important parce que parmi nos objectifs, il y a également l'inclusion financière globalement et l'assurance inclusive en particulier. Le plus important aujourd'hui, puisqu'il y a une stratégie nationale d'inclusion financière qui est portée par les plus hautes autorités du pays, c'est de permettre aux gens qui sont en dehors du système, qui n'ont pas de contrat d'assurance, de pouvoir intégrer ce système.

Ils n'y sont pas en raison parfois d'une mauvaise connaissance de l'assurance ou de la cherté des prix, mais également parce que la distribution classique ne peut pas jouer ce rôle-là, d'où l'intérêt d'aller vers la digitalisation. A ce niveau-là, en nous basant sur les résultats de ces études, nous sommes en train de travailler avec le secteur des assurances et le ministère des Finances pour permettre à la digitalisation de se développer. Ainsi, à partir de là, nous avons édicté une instruction sur la vente en ligne, parce qu'au Maroc, nous avons l'impression que la réglementation actuelle ne le permet pas. En fait, la réglementation actuelle permet la vente en ligne, mais bien évidemment sous réserve d'un certain nombre d'aménagements et du respect d'un certain nombre de règles..

Aujourd'hui, nous avons édicté une instruction qui permet aux acteurs, que ce soit les entreprises d'assurance ou les intermédiaires, ou même les banques parce qu'elles peuvent distribuer des produits d'assurance, d'avoir des sites Internet qui permettent de contractualiser. Aujourd'hui, il y a des sites, mais ce sont surtout des sites vitrines. Ils permettent de faire de la publicité, mais nous aimerions que la possibilité de contractualiser puisse être offerte.

Nous ne sommes pas en train d'encourager les gens à aller dans ce sens, car libre à eux de choisir le canal qu'ils veulent. Mais, nous encourageons un écosystème équilibré, en tous cas durant une phase transitoire. Il ne faut pas oublier que nous disposons qu'aujourd'hui, d'un réseau de plus de 2.000 intermédiaires et l'idée est de pouvoir les accompagner dans une phase transitoire, sachant qu'il y a la concurrence des banques.

Nous avons permis dernièrement aux établissements de paiement de pouvoir vendre des produits d'assurance, dits de micro-assurance, parce que c'est le seul moyen de permettre à des populations qui sont dans des endroits reculés au Maroc de pouvoir accéder à ces offres-là.

Par ailleurs, je dirais que cela nous impose un certain nombre de choses, dont notamment de changer de paradigme. Le régulateur que nous sommes est appelé également à déployer des efforts. Nous devons nous adapter également à cette nouvelle donne parce qu'il nous faut des compétences en interne pour pouvoir suivre les plateformes qui vont être mises en place, ...etc.

En résumé, il faudrait permettre aux potentialités dont nous disposons de pouvoir se développer et nous renforcer nous-mêmes en interne en termes de compétences pour pouvoir suivre.

Le troisième élément, c'est l'éducation financière et la sensibilisation. Ce sont des actions que nous menons de concert avec la banque centrale et d'autres intervenants, parce qu'il faut lever un certain nombre de

préjugés. Il faut permettre aux gens de comprendre l'intérêt de l'assurance. Sur ce plan, la digitalisation va permettre de libérer énormément d'énergie. Nous le souhaitons en tout cas.

Modérateur : Alors bien entendu, on évoque la digitalisation, les règles de concurrence. Mais souvent, on se dit aussi que les acteurs eux-mêmes, lorsqu'ils ont le digital entre les mains, pouvaient également l'exploiter, parfois dans une démarche non clairement définie sur le plan de la concurrence, je pense particulièrement à la bancassurance et à certains exemples qui ont été cités par la presse notamment.

Voulez-vous bien en parler et nous parler aussi des menaces que représentent les offres d'assurances internationales qui peuvent arriver de partout et qui vont venir concurrencer les offres locales ?

C'est effectivement une problématique assez importante que nous examinons, d'ailleurs, avec le Conseil de la Concurrence.

Aujourd'hui, nous avons un réseau classique qui est là. Il y a évidemment la bancassurance, mais qui est limitée aujourd'hui à la distribution des assurances de personnes. Aujourd'hui, les banquiers ne peuvent pas malheureusement vendre des produits d'assurance. Enfin, ils ont trouvé la parade. La plupart des banques ont créé des cabinets captifs qui leur permettent de le faire de manière détournée. Franchement, c'est une réelle problématique pour nous. Comme je le disais au départ, nous sommes soumis à des injonctions qui peuvent sembler contradictoires. Nous voulons développer le secteur. Nous savons que la digitalisation sera un levier important, mais il y a un réseau classique qu'il faut accompagner d'une manière ou d'une autre. D'ailleurs, avec le secteur des assurances, nous leur demandons en tous cas dans un premier temps, même lorsque le client passe par le site de l'entreprise d'assurance, qu'ils proposent à cet assuré, à la fin du processus, un certain nombre d'intermédiaires qui se trouvent dans la zone où se situe ce client, par exemple, en



lui laissant, évidemment, le choix de contracter avec celui qu'il veut.

La bancassurance, c'est quelque chose d'extrêmement important. On doit reconnaître que c'est la bancassurance qui a permis aux produits d'assurance vie et de capitalisation de se développer de manière très forte. Aujourd'hui, nous sommes le deuxième marché africain et, je crois, le troisième marché du monde arabe. Nous avons le deuxième taux de pénétration africain également derrière l'Afrique du Sud. Ce résultat a été réalisé essentiellement grâce à la bancassurance. Aujourd'hui, les produits d'assurance vie et de capitalisation représentent près de 40 % ou même plus de 40 % du chiffre d'affaires. Mais pour le réseau classique, il y a une menace qui est là.

Cependant, aujourd'hui, nous savons tous, et je pense que les intermédiaires classiques l'ont compris également, que la transformation digitale était tout à fait inéluctable.

Nous sommes prêts à les accompagner. À ce titre, nous sommes en train de revoir la réglementation pour leur permettre d'exercer d'autres activités qui sont compatibles avec leur métier de base.

En ce qui concerne les menaces, nous regardons cela avec attention, mais nous ne sommes pas très inquiets. La réglementation marocaine est relativement cadenassée et les risques situés au Maroc, les responsabilités des personnes résidant au Maroc ... etc. doivent être

assurés par des entreprises agréées au Maroc. Ce n'est pas une spécificité marocaine. La plupart des marchés émergents ont les mêmes réglementations. Même en Europe, je dirais. Quelques opérateurs qui, à travers les produits d'assistance, sont allés chercher les Marocains résidant à l'étranger, ont été parfois rappelés à l'ordre. Ce sont des choses en vigueur également ici dans ce secteur. Maintenant, nous savons très bien que cette réglementation ne permet pas de rendre le marché complètement étanche. Il y a toujours des moyens de pouvoir passer.

Par rapport à ces opérateurs qui pourraient venir de l'étranger, ce qui nous intéresse, ce sont globalement les « InsurTech » qui proposent un certain nombre de choses qui peuvent être intéressantes, mais dans le cadre de partenariats avec les opérateurs qui sont agréés aujourd'hui au Maroc.

Dernier mot, parce que j'ai posé des problématiques concernant la concurrence. Le fait qu'il existe un réseau qui est là et qu'il faut accompagner, cela ne veut pas dire que nous sommes conservateurs au niveau de l'autorité, pas du tout. Nous comprenons parfaitement l'intérêt de la digitalisation : le fait de pouvoir prendre une assurance quand on veut, où on veut et en pouvant comparer, c'est quelque chose d'assez extraordinaire et que nous ne pouvons qu'encourager, sachant que cela permet également une grande personnalisation des produits qu'on peut vendre.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

PANEL 3

LA PRESSE ET LES DROITS VOISINS



Benoit **CŒURÉ**
Président de l'Autorité
de la Concurrence

France



Mostapha **AMADJAR**
Directeur de la Communication,
Ministère de la Jeunesse, de la
Culture et de la Communication

Maroc



Younes **MOUJAHID**
Président du Conseil National
de la Presse

Maroc



Mohamed **ZOUAK**
Conseiller du Président de la Fédération
Marocaine des Éditeurs de Journaux,
chargé de la presse électronique et des GAFAM

Maroc



Fatima Zahra **OURIAGHLI**
Vice-Présidente de l'Association
Nationale des Médias et des Éditeurs

Maroc

M. Benoit **CŒURÉ**, Président de l'Autorité de la Concurrence (France)



Merci pour cette introduction. Je voudrais, tout d'abord, remercier très vivement et très chaleureusement le Président Ahmed RAHOU et les collègues du Conseil de la Concurrence, ainsi que les autorités collègues qui organisent cette conférence qui est tout à fait exceptionnelle et remarquable et qui nous a déjà permis d'apprendre beaucoup de choses. Je pense que cela a placé la barre très haut pour notre discussion au niveau de ce panel.

Merci pour ces moments qui sont très importants. Je vais vous raconter ce que l'Autorité de la Concurrence française a décidé en matière de respect et de valorisation des droits voisins par Google. Je vais revenir un peu sur le processus que nous avons suivi, qui est en soi intéressant en tant que méthode, ce qui montre comment une autorité de la concurrence peut aborder ce type de sujet qui est à l'évidence, et nous allons sûrement le revoir au cours de la discussion, à l'intersection de plusieurs problématiques, tels que le droit de la concurrence, le droit d'auteur, le droit du copyright, la régulation de la presse...etc. Il y a différentes manières d'aborder ces questions et nous avons cherché à utiliser les instruments de la politique de la concurrence pour trouver une solution qui soit satisfaisante pour l'industrie.

Nous sommes dans les travaux pratiques par rapport au cadre conceptuel et théorique qui a été posé ce matin en matière de numérique et notamment de plateformes. Mais, je suis convaincu qu'à travers cette question des droits voisins, nous pouvons illustrer trois dimensions essentielles de la discussion sur les plateformes, à savoir les dimensions juridique, économique et politique ou disons sociétale.

Pour la dimension économique et comme nous allons le voir, l'utilisation de l'information provenant des producteurs de presse (éditeurs et agences de presse), est une valeur ajoutée dans l'écosystème des plateformes, en contribuant à la création de valeur sur les plateformes. La question de la redistribution de la valeur liée à cette création de valeur est absolument centrale et peut facilement devenir très technique, et je vais donner quelques exemples des discussions qu'on a eues avec Google.

S'agissant de la dimension juridique, parce que, comme je l'ai dit, nous sommes à l'intersection de différents champs normatifs, de différents champs de réglementation, voire à l'intérieur du champ de la politique de la concurrence. Différents instruments sont possibles. Nous avons à choisir entre l'instrument répressif à travers la sanction du comportement de Google et un instrument plus incitatif qui est celui des engagements. Nous avons pu mesurer les avantages et les inconvénients des deux instruments car nous avons fait les deux.

Puis la dimension sociétale parce que, bien entendu, le bon fonctionnement du secteur de la presse est indispensable dans une démocratie et repose notamment sur la viabilité économique du secteur. Et c'est là que la réglementation économique prend toute sa place aux côtés d'autres types de réglementation sur les contenus, par exemple, dont je ne vais pas parler aujourd'hui parce que ce n'est pas mon domaine, qui en Europe serait illustré par le DSA (Digital Services Act) qui a été mentionné ce matin, mais qui est en

dehors du champ de la concurrence. Donc, les trois dimensions sont importantes.

En toile de fond, et avant de rentrer dans le vif du sujet, je vais rappeler que le domaine de l'édition, de la presse et plus généralement le champ culturel ont toujours été très importants pour l'autorité de la concurrence et avant elle pour le Conseil de la concurrence. J'ai donné des exemples d'un certain nombre de décisions emblématiques dans ces domaines à travers les trois dimensions qui sont de la compétence de l'Autorité de la Concurrence, à savoir le contrôle des concentrations, l'antitrust et la compétence consultative, c'est à dire les avis que nous rendons au gouvernement et qui sont publics.

Je fais référence à un certain nombre de grands dossiers liés à des concentrations dans le secteur audiovisuel, dont le dossier du projet de fusion entre TF1 et M6, qui a été abandonné au mois d'octobre, mais également un certain nombre de grands dossiers portant sur la création de plateformes, telles Salto par exemple, qui s'était accompagnée d'engagements portant sur les modes d'attribution des droits du football, cette fois-ci plutôt du côté anti-trust.

Je fais référence aussi à des avis importants également dans le domaine culturel, dans le domaine musical ou dans le domaine du spectacle vivant, ou plus récemment sur les formules d'accès illimité au cinéma. À travers ces exemples, on voit que la politique de la concurrence a toute sa place dans le champ culturel, avec évidemment une certaine modestie, dans le sens où il ne nous appartient pas de discuter des contenus.

Nous avons d'ailleurs, avec l'autorité de régulation compétente qui est l'ARCOM en France, l'Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique, des discussions intenses et très fraternelles et également des distinctions très subtiles, par exemple, entre pluralité et diversité. La diversité est un paramètre important et légitime en concurrence. La pluralité, notamment sur le plan politique, est surveillée par l'ARCOM.

Chacun de nous essaie de rester dans son pré pour que les vaches soient bien gardées, mais pour ne pas oublier de vaches, c'est pour cela qu'on se parle beaucoup. Il a été rappelé en introduction que la question des droits voisins a émergé dans un paysage de la presse française qui est en plein bouleversement, qui a été très bousculé par l'émergence du numérique, notamment la presse écrite qui a enregistré une baisse très importante de ses recettes publicitaires.

Concernant le dossier de la fusion de TF1 et M6 que j'ai mentionné il y a un instant, une partie de la discussion a porté sur l'évolution des recettes publicitaires à la télévision, comparé aux recettes publicitaires sur les plateformes numériques, YouTube, Facebook et peut être bientôt Netflix ou Amazon.

En réalité, les recettes publicitaires de la télévision sont restées relativement stables au cours des dix dernières années. L'effet de basculement que nous avons observé a été effectivement enregistré entre la presse écrite et les plateformes. Les recettes publicitaires de la presse écrite se sont effondrées et les recettes publicitaires des plateformes ont explosé en France, avec une diversification des offres numériques, y compris sur les plateformes et c'est là qu'on arrive au cœur du sujet, qui est l'utilisation et la valorisation par les grandes plateformes des contenus de presse.

Dans ce paysage, le Parlement français a souhaité légiférer sur les droits voisins, en transposition d'une directive européenne de 2018. J'ai remis ici l'exposé des motifs de la loi sur les droits voisins, tels que présentés à l'Assemblée nationale et que je pense très clair et je cite : « La diffusion numérique de la presse a permis d'élargir son lectorat, ... mais elle ne peut constituer de véritable progrès démocratique durable que si elle respecte l'indépendance et le pluralisme de la presse ... » Ceci n'est pas mon domaine. C'est le domaine de l'ARCOM et d'autres autorités « ... et garantit un journalisme de qualité ... » et c'est là que la dimension économique rentre en scène « ... en l'absence de reconnaissance d'un principe de propriété des productions issues de leur travail,



les éditeurs et les agences de presse ne peuvent concéder des licences relatives à l'utilisation en ligne de leurs publications et ainsi amortir leurs investissements. ». La viabilité économique est donc une condition du maintien du pluralisme et de la contribution de la presse à la démocratie.

C'est pour cela que j'ai indiqué en introduction que ce dossier avait aussi une dimension politique consacrée par le Parlement.

Le cadre juridique applicable en France est constitué de la directive européenne de 2019 qui a mis à jour les droits applicables au droit d'auteur et qui a créé des dispositions nouvelles relatives aux droits voisins dans le marché unique numérique, avec une protection des contenus qui couvre les éditeurs et les agences de presse.

Je le rappelle parce que ceci a été important dans nos discussions avec Google, avec un champ de la protection qui n'est pas limité au seul contenu textuel, mais qui inclut aussi les photographies, les vidéos et tout élément attaché à l'information. La rémunération appropriée a été également un sujet important au cœur de notre discussion avec Google.

La directive a été transposée en France dès juillet 2019. Vous voyez déjà que le calendrier a été très rapide. En effet, le Parlement français a commencé à discuter cette loi avant que la directive ne soit publiée et décline ses objectifs en droit français en modifiant le Code de la propriété intellectuelle.

Pour résumer, l'ensemble de l'histoire de ce dossier : en juillet 2018, une directive européenne. En juillet 2019 la directive est publiée. La directive est transposée en droit français par la loi de juillet 2019.

Dès novembre 2019, c'est à dire quelques mois plus tard, l'Autorité de la Concurrence est saisie de plaintes, notamment du Syndicat des éditeurs de la presse magazine et de l'Alliance de la presse d'information générale et de l'Agence France Presse à l'encontre de Google qui, selon eux, ne respectait pas la directive et la loi, c'est à dire refusait de rémunérer les droits voisins et refusaient même de s'engager dans des négociations sur leur rémunération.

Dès avril 2020, l'Autorité de la Concurrence a prononcé des injonctions - et je vais revenir dans un instant sur le contenu de ces injonctions - dans le cadre de mesures d'urgence à l'encontre de Google. Vous avez une première conclusion à tirer, c'est qu'une autorité de concurrence, quand elle veut, peut être rapide.

Nous ne le faisons pas toujours parce que nous essayons aussi de traiter les sujets au fond. Parfois, cela prend beaucoup de temps de rassembler les preuves, de réaliser le dialogue contradictoire et de monter la bonne argumentation juridique. Mais, quand il y a un dommage immédiat et évident pour l'économie, nous pouvons agir vite et nous disposons dans ce cas de l'outil des mesures conservatoires, comme c'est le cas des injonctions qui ont été décidées en avril 2020.

Ces injonctions n'ont pas été respectées. Ainsi, en juillet 2021, un an plus tard, l'Autorité a sanctionné Google pour n'avoir pas respecté ses injonctions à hauteur de 500 millions d'euros et a prononcé des astreintes quotidiennes. Ce qui ne règle pas la question au fond. Il s'agissait simplement de sanctionner le non-respect des mesures conservatoires et il restait à instruire le dossier au fond.

Ce qui a été fait c'est sortir avec une décision consistant à obtenir des engagements de Google, et non pas une autre sanction qui se serait ajoutée aux 500 millions d'euros, mais qui n'aurait finalement pas changé le paysage concurrentiel. Cela aurait été une autre sanction et dont nous n'étions malheureusement pas sûr qu'elle aurait fait infléchir le comportement de Google.

Il a été décidé de laisser la possibilité à Google de proposer des engagements, ce que Google a fait au cours de l'automne de l'an dernier. Ces engagements n'étaient pas satisfaisants manifestement. Nous les avons soumis aux tests du marché qui ont été très négatifs. Nous avons repris la discussion avec Google, d'abord au niveau des services d'instruction de l'Autorité et, ensuite, au niveau du collège de l'Autorité.

Au terme d'une discussion longue et compliquée, nous avons accepté des engagements améliorés de Google que je vais vous présenter maintenant et il y a quelques semaines, nous avons désigné un cabinet « Accuracy » qui va jouer le rôle de mandataire pour vérifier le respect par Google de ces engagements.

Pour rappel, les pratiques qui ont fait l'objet de mesures d'urgence étaient différentes formes de l'abus de position dominante. Nous nous sommes appuyés sur l'article 102 avec ses différents alinéas. Il y avait une pratique qui consistait à imposer des conditions de transaction inéquitable aux éditeurs et agences de presse en abusant de sa position dominante. D'ailleurs, s'il y a un sujet qui n'a jamais été contesté dans cette affaire, c'est bien la position dominante, puisqu'on parle d'un moteur de recherche qui détient plus de

95 % de parts de marché, personne n'a contesté la position dominante.

Dans le cas d'autres plateformes, par exemple Meta, la discussion aurait été beaucoup plus complexe parce que la position dominante était moins facile à caractériser. Dans le cas du moteur de recherche de Google, la position dominante était évidente, même pour Google.

Google avait imposé des conditions de transaction inéquitable aux éditeurs et agences de presse. L'Autorité a considéré que ça causait une atteinte grave et immédiate au secteur, ce qui a permis d'imposer des mesures conservatoires. Ces mesures n'ont pas été respectées. Pourquoi est-ce qu'elles n'ont pas été respectées ? Parce que Google a effectivement entamé des discussions avec les éditeurs et les agences de presse, mais non pas sur la rémunération des droits voisins, en application de la loi et de la directive, mais à dévier le cours des discussions vers un produit commercial « Showcase » proposé par Google, qui d'ailleurs a été distribué en France depuis quelques semaines et qui était un produit de nature commerciale. Google a cherché à avoir une discussion globale sur l'ensemble des contenus, les contenus protégés par la directive et la loi sur les droits voisins, mais aussi l'ensemble des autres contenus.

Il a essayé de noyer ce droit conféré par la loi dans une discussion commerciale. Je ferai un commentaire à ce niveau-là, c'est qu'il y a un autre sujet qui est aussi de nature politique dans cette discussion, car nous sommes face à un grand acteur de taille mondiale disposant d'un pouvoir de marché très important, qui avait décidé de ne pas appliquer la loi française et de substituer à l'application et au respect de la loi qui donnait une valeur au droit voisin, une transaction, une discussion commerciale avec les éditeurs et agences de presse.

Il a tenté de remplacer une approche normative et législative par une approche transactionnelle. Qui avait donné à Google le droit de faire ça ? Personne. Et surtout pas le Législateur français. Cet agissement méritait également d'être sanctionné. C'est aussi une question de principe, au-delà des aspects de concurrence.

Il y avait également des points plus techniques et notamment une réduction significative du champ d'application des droits voisins. Google avait significativement restreint la liste des éditeurs de presse avec qui il était prêts à discuter, en utilisant une définition plus restrictive de la notion d'éditeur de presse. Google a refusé de rémunérer les agences de presse, contrairement à la loi. Il a également refusé de rémunérer certains contenus non écrits, contrairement également à la loi.



Enfin, et c'est presque le constat le plus important d'un point de vue économique, Google a une définition très restreinte de la notion de droits voisins en prenant en compte uniquement les revenus publicitaires issus de Google Search et pas des autres fonctionnalités de Google et en refusant de prendre en compte les revenus indirects résultant de l'attractivité apportée à Google par la présence de coupures de presse.

C'est un élément économiquement essentiel de la discussion qui était prévu dans la directive et dans la loi française, il était prévu que les droits voisins ne seraient pas seulement directs. Il ne s'agit pas seulement de valoriser l'article de presse qui arrive à l'écran lorsque vous faites une recherche sur Google. Si vous cherchez des billets d'avion pour Paris sur Google, vous allez voir apparaître des publicités pour des hôtels à Paris ou pour des produits français et des coupures de presse sur ce qui se passe en France et à Paris. L'utilisation de ces coupures de presse a une valeur et ce sont des droits voisins directs. Le fait que peut être que vous allez cliquer sur la coupure de presse et

rester dans l'univers de Google pendant dix minutes ou 20 minutes, voire 2 heures, au lieu d'y rester cinq secondes, cela va créer des flux de revenus indirects pour Google qui s'ajoutent aux flux de revenus directs.

Ces revenus étaient couverts par la directive et par la loi. Ils sont évidemment très difficiles à valoriser techniquement, mais sur le principe, ils ont une valeur et cette valeur devait être reconnue. Il en découle trois préoccupations en matière de concurrence. La première se

rapporte à l'article 102 du traité qui est le fait d'avoir imposé des conditions de transaction inéquitables en abusant de sa position dominante.

Le deuxième grief c'était d'avoir mis en œuvre une pratique discriminatoire en écartant des acteurs et en proposant une rémunération nulle lors de l'entrée en vigueur de la loi, ce qui constitue une autre manifestation de l'abus de position dominante.

Le troisième grief a trait au contournement de la loi sur les droits voisins, notamment en imposant le fait que les transactions soient gratuites et en préjugant ainsi des résultats de la négociation d'une certaine manière.

Google a pris alors des engagements que je vais vous présenter rapidement, d'abord portant sur le champ d'application. Le champ d'application couvre désormais l'ensemble des éditeurs visés par la loi française par l'article L. 218-1 du Code de la propriété intellectuelle toutes tailles confondues. C'est important parce que c'est différent de l'approche qu'ont retenu d'autres pays comme l'Australie.

Je dirai un mot sur l'Australie à la fin parce que l'approche australienne est un peu différente et très intéressante. En effet, l'Australie a fixé des seuils de taille pour les éditeurs bénéficiant de la couverture des droits voisins. En France, il n'y a pas de seuil de taille. Ce dispositif vise aussi à protéger les petits éditeurs dans leurs discussions avec Google.

Il y a une reconnaissance de la titularité des droits voisins pour les agences de presse et également pour les contenus photo et vidéo. Il y a également une clause d'amélioration qui est que même les éditeurs et les agences de presse qui, à la date de la décision, avaient déjà conclu un accord avec Google, auront le bénéfice des nouveaux engagements et ont le droit de revenir vers Google et d'upgrader leur accord pour qu'ils bénéficient de la plénitude des nouveaux engagements. C'est quelque chose que nous avons demandé à Google et que Google a accepté.

Il y a également le volet concernant le type d'information que Google doit transmettre aux éditeurs et agences de presse. Ce point a été au cœur de la discussion technique, car il s'agit des informations nécessaires à la valorisation des droits voisins. L'approche qui a été retenue est à 2 niveaux.

Il y a un socle d'informations minimales que Google s'engage à transmettre systématiquement dans un délai de dix jours pour une négociation individuelle et quinze jours pour une négociation collective, aux éditeurs et agences qui incluent - vous avez un exemple des informations là sur la droite de la diapositive - par exemple le nombre d'impressions, le nombre de clics du contenu concerné, des données relatives aux revenus de Google en France, directs et indirects.

Mais, et c'est très important et c'est entièrement nouveau, les éditeurs et agences de presse peuvent également demander d'autres informations qu'ils iront chercher plus loin ou de manière plus granulaire et plus précise dans les revenus de Google. Ce sera sous l'autorité du mandataire, c'est à dire que le mandataire pourra décider si cette demande est justifiée et si elle est nécessaire au calcul des droits voisins.



Le mandataire pourra également décider si elle est faisable. Ce qui est très important, parce que quand on demande des choses à Google en général, Google répond d'abord que les informations n'existent pas. Ensuite, Google affirme que les informations demandées existent, mais qu'il faudrait construire un API (Application Programming Interface) spécifique et que cela va nous prendre 18 mois et la troisième réponse de Google consiste à dire qu'il va réduire ce délai à six mois si vous le souhaitez, etc.

En effet, toutes les discussions techniques sont toujours très difficiles. L'innovation dans ce dispositif, c'est que ce n'est pas Google qui en est le juge, mais c'est le mandataire.

Google s'est engagé au titre des engagements à respecter les décisions du mandataire. Si Google ne respecte pas les décisions du mandataire, l'Autorité de la Concurrence pourra revenir pour non-respect des engagements et on reprendra le cycle infernal de « répression / engagement » et on pourra sanctionner Google à nouveau et j'espère que cela n'arrivera pas.

Il y a toute une série de dispositions qui ont été prévues à la demande de Google, mais qui nous semblaient légitimes pour protéger la confidentialité de ses informations qui ont évidemment une valeur commerciale.

Il y a enfin toute une architecture de gouvernance, avec des négociations directes entre Google et les éditeurs et agences de presse sous l'autorité du mandataire.

En deuxième niveau, il y a une procédure d'arbitrage en cas de désaccord entre Google et les éditeurs de presse, avec la possibilité de nommer un tribunal arbitral qui sera probablement logé, ou en tout cas selon les procédures de la Chambre de Commerce Internationale à Paris, qui sont des procédures bien connues.

Les honoraires de ces arbitres seront pris en charge par Google. Détail important pour les petits éditeurs qui n'ont absolument pas les moyens de mener ce genre de procédure. Là encore, Google s'est engagé à respecter le résultat de l'arbitrage. Et au titre des règles de la Chambre de Commerce Internationale, l'arbitre pourra, d'ailleurs, aussi décider d'une indemnisation du saisissant, ce qui est possible selon les règles de la Chambre de Commerce.

Il y a aussi le mandataire indépendant, en l'occurrence le cabinet Accuracy, qui est chargé du suivi du respect des engagements par Google. Il est certes payé par Google, mais rapporte régulièrement à l'Autorité de la concurrence et non pas à Google. La première chose que nous lui avons demandé, c'est de faire un état des lieux de l'ensemble des accords déjà signés entre Google et les éditeurs et de leur conformité avec les engagements.

Je passe cette partie-là. On peut y revenir si vous avez des questions. Elle explique en quoi les engagements ont été améliorés par rapport aux propositions initiales de Google.

Quels sont donc les enseignements à retenir de cette expérience ? D'abord, en termes de cadre juridique, nous avons eu la chance de pouvoir nous appuyer sur une directive et une loi française qui listaient de manière précise le champ des bénéficiaires, le champ des contenus protégés, etc. Ce qui nous a beaucoup aidé pour préciser la discussion technique.

En revanche, nous sommes dans un domaine qui est celui du copyright où il n'y a pas

d'autorités de régulation spécifique à la presse en France. Il y a différents éléments de régulation relatifs aux contenus et à la distribution de la presse, mais nous n'étions pas dans le type de dialogue que nous avons, par exemple, sur une industrie de réseaux dans les télécoms ou dans l'énergie, où nous avons un dialogue très structuré avec un régulateur sectoriel qui connaît le secteur par cœur, où nous avons une sorte de dialectique et chacun de nous peut utiliser ses instruments au risque parfois d'être un peu en désaccord (ça arrive), mais il y a une complémentarité des instruments de régulation et des instruments de concurrence. Ici, nous étions un peu tout seul et le gouvernement nous a dit puisque vous voulez vous emparer du sujet, nous sommes très contents, allez-y ! Ce qui était à moitié un cadeau, puisqu'il s'agit quand même d'un domaine relativement vierge.

Nous l'avons fait. Nous espérons, et le secteur de la presse espère également, que cela va marcher et que ces engagements vont permettre de rééquilibrer les contrats avec Google d'une manière effective. Si cela ne marche pas, nous reviendrons au mode répressif et nous sanctionnerons Google pour non-respect des engagements et nous reviendrons à l'autre mode de notre discussion avec Google.

Si cela ne marche pas du tout, nous irons voir le gouvernement et le parlement français, en leur demandant de créer un cadre de régulation, notamment sur un élément sur lequel nous ne nous estimons pas compétents, qui est la fixation du prix des droits voisins.

Ce que nous avons fait ici, c'est de l'ingénierie relative à la négociation des contrats entre Google et les éditeurs de presse pour rétablir l'équilibre économique, ce qui est notre rôle en tant qu'autorité de la concurrence.

Nous avons fait un travail d'ingénierie sur ces contrats. Nous n'avons pas d'avis sur ce que doit être le bon prix d'un contenu de presse. Nous pensons que cela doit émerger de la discussion contractuelle. Si ce n'est pas le cas,

je pense que le gouvernement et le parlement français devront se remettre à l'ouvrage et convenir d'un cadre de régulation, y compris de régulation par les prix.

À ce moment-là, nous ne serons pas candidats pour le faire. Je pense qu'il faudra une autorité de régulation ou peut être le ministère de la Culture directement. Ce sera un autre type de régulation. Nous sommes allés, de mon point de vue, au terme de ce que les instruments de concurrence peuvent faire, c'est à dire rétablir une structure de gouvernance qui permet une équité dans la discussion contractuelle.



Au passage, je le dis aux économistes qui sont dans la salle. Cela montre aussi que l'économie de la concurrence va au-delà et embrasse tous les champs de l'économie industrielle. En réalité, on parle de théorie des contrats et on parle de « Mechanism design ». Quel est le bon mécanisme qui va permettre l'émergence du prix dans un mécanisme de marché ?

Nous avons eu des discussions très intéressantes avec nos collègues australiens qui ont un mécanisme un peu différent qui prévoit également un arbitre, mais l'arbitre agit selon une règle beaucoup plus brutale, qui est que la plateforme et l'éditeur de presse vont aller voir l'arbitre avec chacun une proposition et l'arbitre choisira entre ces deux propositions. En principe, l'arbitre a peu de marge de manœuvre pour prendre une décision différente. En réalité, il l'a. Ce qui fait

que le système australien n'est pas si différent en réalité de ce que nous faisons. Mais le principe, c'est quand on fait une dernière offre et ensuite le médiateur (le trustee), va décider de qui a raison, ce qui crée des incitations et un mode de négociation qui est complètement différent. C'est un champ qui est assez passionnant pour les microéconomistes, de savoir quelle est la bonne manière d'organiser ces contrats pour que ce soit le bon prix qui se matérialise.

Deuxième remarque concernant le champ du droit de la concurrence. Nous avons ici l'illustration d'un dossier où nous avons recouru à une combinaison d'instruments : d'abord, des mesures conservatoires, ensuite une sanction pour non-respect des mesures conservatoires qui est quand même de 500 millions d'euros. Il y a eu quand même un certain impact sur Google et sur les autres acteurs du secteur.

Google a d'ailleurs, renoncé, au titre des engagements, à faire appel devant la Cour d'appel de Paris de cette sanction et des engagements. Les 500 millions euros sont donc définitifs. Les engagements ont été discutés dans l'ombre de la sanction, car tout le monde sait qu'on peut revenir sur le mode de la sanction s'il le faut.

Enfin, comme je le disais, le fait que nous nous soyons tenus à améliorer le mécanisme contractuel, nous nous considérons comme les garants de ce mécanisme contractuel, mais l'Autorité de la Concurrence n'a pas souhaité rentrer dans une discussion sur quel est le bon prix. Il y aura un vrai apprentissage. Les éditeurs vont demander des informations à Google, cela va les amener à réviser leur conception de ce qu'est la vraie valeur des droits voisins, dans un sens ou dans l'autre d'ailleurs, puisqu'on parle de positions qui sont probablement un peu excessives des deux côtés : Google dit que ça ne vaut rien et les éditeurs disent que ça vaut énormément. La réalité est nécessairement entre les deux. Et là, c'est l'accès à l'information qui va permettre d'informer cette discussion.

En guise de conclusion : il nous semble important de maintenir ce dispositif relativement stable pendant un certain temps pour que ce processus d'apprentissage puisse avoir lieu, pour rétablir la confiance entre les éditeurs de presse et Google ; confiance qui a été manifestement rompue et ce qui nous a conduit à sanctionner Google, et pour permettre cet apprentissage sur le mécanisme de prix et sur la bonne valeur du prix.

Intervention en panel :

Nous n'avons pas placé cette discussion sur le terrain de la bonne foi, mais sur le terrain de l'équité, du rapport de force équitable et de la non-discrimination, qui est le cadre que nous donne le Code du Commerce. Peut-être qu'on parle de la même chose avec des mots différents.

Je ne dirais pas qu'il y a un manque de bonne foi. Je dirais qu'il y a une discussion commerciale dure avec un rapport de force et avec la position de Google dans ce domaine et son moteur de recherche qui lui donne un pouvoir de négociation extrêmement important et qui faisait que les discussions avaient été très déséquilibrées. C'est comme cela que je vois les choses. Notre rôle était de rééquilibrer la négociation.

Je voudrais signaler que l'Autorité de la Concurrence française est peut-être une des rares autorités qui a défini un marché des influenceurs. Nous avons dû le faire pour une opération de concentration. Dans l'état de notre pratique décisionnelle, le marché des influenceurs serait distinct du marché des contenus de presse. Ça peut changer dans le futur, mais c'est l'état de notre pratique décisionnelle.

Peut-être un autre mot, si vous me le permettez, sur les questions liées à l'union dans la négociation. M. le président disait tout à l'heure qu'il faudrait le faire aussi au niveau africain et que le Maroc tout seul ne peut pas le faire. Je crois que c'est très important puisqu'il s'agit de rétablir l'équité et un rapport de force équitable dans les négociations qui est de créer un pouvoir de négociation aussi bien entre acteurs privés qu'au niveau public.

Cela a été fait en France, entre acteurs privés, parce que les principaux négociateurs ont été le syndicat de la presse magazine et le syndicat de la presse quotidienne, qui avait évidemment plus de pouvoir de négociation que des journaux isolés, même si certains journaux ont choisi de le faire séparément. Mais, la plupart l'ont fait collectivement et au niveau européen, et je pense qu'une des raisons qui ont fait que Google a accepté ces engagements, c'est le pouvoir de dissuasion des sanctions de l'Autorité de la concurrence, mais c'est également le fait qu'il y avait une directive européenne, que l'approche que nous avons retenue peut faire école dans d'autres pays européens, pas forcément de la même manière, mais tous les pays européens se posent ces questions-là, et aussi la proximité de la mise en œuvre du DMA (Digital Markets Act), je pense que tout le monde s'attend à découvrir ce qui s'applique à Google, sans trahir de secret, et l'approche duquel les grandes plateformes essaient de se débarrasser d'un certain nombre de casseroles pour aborder le DMA dans des conditions plus propres.

Fondamentalement, l'objectif de tout cela, c'est bien de reprendre le contrôle de cette chaîne de valeur et de rééquilibrer le partage de la valeur au bénéfice des éditeurs et des agences de presse. Il y a, d'ailleurs, encore en aval une discussion qui est très importante, mais dont l'Autorité de la Concurrence ne s'occupe pas, qui est celle du partage de la valeur avec les journalistes, entre les journaux et les journalistes.

Cela ne relève pas de notre compétence, mais c'est évidemment aussi une dimension importante de cette discussion pour qu'une partie de cette valeur récupérée à travers les droits voisins revienne vers les producteurs eux-mêmes qui sont les journalistes.

Ayant écouté la discussion, je voudrais revenir sur deux choses si vous me le permettez :

La première, je voudrais insister à nouveau sur l'importance pour le secteur de se structurer et ce, avant d'engager un dialogue avec le Conseil de la concurrence et avec le gouvernement.

Si vous ne vous structurez pas vous-même, vous ne partirez nulle part. En France, tout cela a été déclenché par une action du Syndicat de la presse magazine et de l'Association de la presse d'intérêt général. Depuis, il y a eu d'autres initiatives de structuration du secteur, notamment de la part de M. Jean-Marie Cavada qui a créé une société de valorisation des droits voisins et avait été lui-même, quand il était député européen, un moteur dans la discussion de la directive sur le copyright.

L'autre chose que je voulais dire, c'est de faire un lien avec des discussions qui ont eu lieu plus tôt ce matin et revenir sur le thème général de cette conférence qui est l'économie des grandes plateformes numériques, Frédéric Jenny a décrit de manière très claire ce matin le fonctionnement des grandes plateformes en tant qu'écosystèmes, en insistant notamment sur la dimension conglomérat de ces grandes plateformes qui offrent différents services et qui tirent leur pouvoir de marché et, par conséquent, leur pouvoir de négociation du fait qu'elles ont beaucoup d'utilisateurs, qu'elles accumulent beaucoup de données et qu'elles ont différentes activités.

On voit souvent cet acronyme « DNA – Data Network Activities ». Ce sont ces trois dimensions qui se renforcent mutuellement. Les grandes plateformes, comme Google ou Meta, non seulement reproduisent du contenu de presse, mais fournissent des services de publicité, des données utiles à la publicité et des services d'intermédiation publicitaire.

Une dimension de nos engagements qui était absolument cruciale pour nous, c'était la séparation entre la discussion sur la valorisation des droits voisins et la discussion sur les autres prestations commerciales de Google, à commencer par Showcase, mais aussi les services d'intermédiation publicitaire. Est-ce qu'il y a une manière, sans doute très partielle de le faire ? C'est une contribution pour essayer de détricoter ces effets qui se

renforcent mutuellement à l'intérieur même des grandes plateformes, en permettant d'isoler cette discussion sur les droits voisins.

Pourquoi voulions-nous l'isoler ? Parce que c'est un droit. Ce n'est pas une discussion purement commerciale, c'est un droit établi par la loi, qui, à ce titre, mérite d'être séparé des autres discussions commerciales.

L'autre remarque que je voulais faire également à la lumière des discussions de ce matin, c'est sur le DMA (Digital Markets Act), et là je réagis plutôt à la présentation qui a été faite par mon collègue Ioannis LIANNOS.

Il y a un grand débat en Europe sur la manière dont le DMA en tant que régulation, j'ose à peine dire sectorielle, ou régulation d'une catégorie d'acteurs on va dire, et le droit anti-trust à travers notamment l'article 102 du traité. On se demande si ça va être complémentaire ou s'il va y avoir des recouvrements. Cela a été très bien formulé par Ioannis.

Je crois que nous sommes dans un domaine où il y a une complémentarité qui est très fructueuse, parce qu'il n'est pas sûr du tout que le DMA couvre les droits voisins. Honnêtement, je n'en sais rien. La Commission aura à se prononcer là-dessus et les comités qui feront les textes d'application du DMA devront en discuter.

Il y a une clause d'accès non discriminatoire au moteur de recherche qui a été imposée par le Parlement Européen, qui peut potentiellement s'appliquer aux droits voisins. Mais, il faudrait la clarifier. Il faudrait sans doute des textes d'application. On ne sait pas. Et peu importe, on avance en anti-trust et peut être qu'un jour le DMA viendra consolider cela.

Nous défrichons le terrain sur des questions qui, peut-être un jour, feront l'objet d'évolutions futures du DMA. Il y a un aller-retour qui est très productif entre la régulation ex-ante du DMA et l'action anti-trust qui, certes, est ex-post mais qui permet de défricher des questions nouvelles.

M. Mostapha **AMADJAR**, Directeur de la Communication, Ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication (Maroc)



Je vous remercie. Pour la problématique qui est posée pour ce débat, je crois que la responsabilité de l'autorité gouvernementale de tutelle, qui est le Département de la Communication, c'est d'accompagner le secteur médiatique national et de lui permettre de trouver les moyens pour s'adapter et pour relever les défis des changements et des mutations qui sont en train de se produire dans le secteur.

Je crois qu'en partenariat avec les professionnels, nous sommes en train de mettre en place des politiques pour accompagner la transition importante de la presse nationale vers le numérique. Nous avons, dans ce pays plus, de 120 entreprises de presse structurées qui ont accès à la subvention publique. Nous avons aussi entre 500 et 800 sites d'information, mais qui ne sont pas structurés. Nous avons aussi un champ médiatique audiovisuel, public et privé, qui est appelé aussi à faire face aux défis des changements que connaît le secteur. Les politiques publiques vont alors, vers l'actualisation et la mise à jour des réglementations en vigueur. La dernière en date est un texte qui concerne la propriété intellectuelle qui a été voté dernièrement au

Parlement.

C'est la première fois qu'on intègre le volet qui concerne la presse et les médias. Il y a aujourd'hui un texte de loi sur la propriété intellectuelle en rapport avec les contenus produits par des journalistes. Il y a également la révision de tout l'arsenal juridique au niveau du code de la presse pour répondre aux exigences du changement vers un secteur plus performant et pour faire face aux défis de la régression des revenus de la presse par exemple. Il y a un autre point qui concerne la coopération au niveau international. Le Maroc, dans le cadre de la coopération, par exemple, avec la Ligue arabe, est en train de mettre en place des mécanismes de coopération entre plusieurs pays qui sont avancés dans le traitement des questions avec les GAFAM, notamment les Émirats Arabes Unis, la Jordanie et le Liban.

Il y a également un travail qui se fait avec l'Union Européenne. En effet, dans le cadre des partenariats avec l'Union Européenne, nos lois sont aussi appelées à être révisées pour permettre à notre pays de s'adapter au nouveau contexte et de mieux répondre aux défis de la concurrence dans le domaine médiatique.

Modérateur : Est-ce que le ministère a déjà eu à traiter en direct avec des représentants des GAFAM, ne serait-ce qu'à titre d'échange et de discussion ?

Oui, nous sommes déjà entrés en contact avec eux. Ils sont venus nous voir et nous leur avons posé la question parce qu'on a considéré que c'était important d'entrer en contact et de commencer à poser la problématique de la presse marocaine.

Vous savez, pour nous, le secteur des médias est stratégique. Il ne s'agit pas uniquement d'aborder la question des impôts, mais aussi d'autres questions importantes comme celle de la souveraineté en général qui est liée à plusieurs points, comme par exemple, l'accès



à l'information, la diversité... Il y a d'autres points qui sont très intéressants pour nous et pour le secteur des médias en général.

Modérateur : Les liens peuvent alors être établis dans le sens d'une co-construction avec les acteurs qui sont concernés, que ce soit les GAFAM ou d'autres grandes plateformes ?

Oui bien sûr. C'est une question qui nécessite d'être traitée dans le cadre d'un partenariat et d'une coopération avec d'autres acteurs. En tant qu'autorité publique, nous sommes conscients de l'importance de ce point-là. Nous sommes là pour accompagner ces négociations.

L'une des dernières initiatives consiste en les discussions que nous menons actuellement avec tous les partenaires, y compris les représentants des professionnels, au sujet d'un nouveau modèle économique pour les médias marocains. Les autorités publiques, grâce à une batterie de mesures, sont prêtes à accompagner ces médias pour le financement de cette transition vers le numérique.

Le paysage médiatique marocain est un paysage diversifié et dynamique. Je crois qu'avec une vision tournée vers l'avenir accompagnant tous ces changements, nos initiatives seront couronnées de succès.

Fatima Zahra **OURIAGHLI**, Vice-Présidente de l'Association Nationale des Médias et des Éditeurs (Maroc)



Merci M. Mostapha.

Je tiens d'abord et je ne peux m'empêcher de remercier le Conseil de la Concurrence en la personne de M. Ahmed Rahhou. Je remercie aussi l'ANRT et l'ADD d'avoir créé cette occasion de débattre de ce sujet qu'est la transformation digitale qui a touché tous les secteurs, entre autres la presse.

Nous, également, avons assisté à l'avènement de la transformation digitale depuis presque une décennie et demie. Je peux même dire que la presse au Maroc a vécu cette transformation digitale à des degrés différents, c'est à dire que vous avez certains qui ont pu se familiariser et s'adapter facilement à la transformation. Il y en a d'autres qui ont mis du temps et c'est normal. Cela est lié à des raisons culturelles et économiques, mais ce que nous avons remarqué aussi, vous l'avez évoqué tout à l'heure, est que la COVID-19 était un accélérateur de cette transformation, surtout pour ceux qui y ont pris le train en marche et ont pu arriver au niveau des autres et c'est une bonne chose pour tout le monde.

Personnellement, j'ai bien écouté M. Benoît Coeuré tout à l'heure et j'ai adoré quand il a

dit « je vais commencer par vous raconter l'histoire ». On voit bien que tout commence par une histoire et c'est excellent et c'est tout simplement magnifique.

L'histoire sur le plan des droits voisins en France continue. Elle a débuté peut-être en 2019, quand l'Union Européenne a lancé ce débat sur les directives à adopter pour encadrer les politiques des géants de l'électronique.

Notre histoire à nous au Maroc va commencer, parce qu'aujourd'hui il y a une jurisprudence. Je ne sais pas si je peux utiliser ce mot, mais aujourd'hui, il y a un historique. Nous avons un pays voisin dont on peut dire qu'il est précurseur dans cette démarche parce qu'il a pu appliquer les droits voisins sur les géants des plateformes électroniques.

Il est vrai qu'il y a eu des va et vient. Vous avez posé la question tout à l'heure « Est-ce qu'il y avait de la bonne foi ? » Cela m'étonne ! Parce qu'on voit bien qu'il y a des raisons économiques. Parce que les géants de l'électronique puisent dans les contenus des rédactions et des médias. Ils les commercialisent, les échangent et les vendent. Mais de l'autre côté, la presse, de chez qui ils puisent toutes ces informations, n'est pas rémunérée. J'ai bien compris alors, qu'il y avait plutôt un rapport de force et il n'y avait pas de rémunération, ni en France, ni au Maroc, ni dans d'autres pays. Mais là, l'histoire a démarré et c'est une bonne chose pour tout le monde.

Au niveau du Maroc, j'ai parlé tout à l'heure des médias marocains, et de l'avènement de la transformation digitale. Oui, nous l'avons connue et nous nous en rappelons très bien. Je crois que vous avez vécu ça M. Mellouk, car les premiers qui ont démarré avec cela c'étaient les télévisions et les radios qui ont créé des replays et des podcasts pour s'approcher de leur cible et pour créer des communautés, au moment où les réseaux sociaux avaient envahi pas seulement les jeunes, mais toutes les générations.

La transformation digitale est là. La presse marocaine est en train de se digitaliser, mais il y a des problèmes dont la thématique abordée par la conférence internationale d'aujourd'hui et qui est la régulation et la compétitivité. En effet, nous sommes face au problème de la régulation de cette presse ou de ces plateformes internationales qui prennent tout de chez nous, mais malheureusement nous ne sommes pas rémunérés. Par conséquent, nous notons des inégalités et une injustice. Pourquoi ? Parce qu'il y a des raisons économiques qui poussent ces plateformes à faire cela. Aujourd'hui, nous sommes dans une économie de la data, c'est très important. Les plateformes, quant à elles, sont très fortes en matière de data. Nous allons donc essayer de nous inspirer de la France pour essayer d'appliquer les droits voisins au Maroc.

Modérateur : Quand vous avez analysé, au sein de la Fédération, toute cette problématique, qu'est-ce que vous avez fait ou à qui vous vous êtes adressés pour essayer de trouver un début de solution ?

Il y a un début à tout. Nous, avons suivi de très près tout ce que fait l'Union Européenne et tout ce que fait l'Allemagne et la France sur ce plan. À ce moment-là, nous avons dit qu'il faut commencer par le commencement, c'est à dire que nous sommes allés voir les concernés par ces droits voisins. Je crois que M. Rahhou, peut en témoigner. Je lui avais posé la question il y a, à peu près un an et demi. Je lui ai dit qu'est-ce qu'on peut faire ?

Il m'a dit qu'il fallait attendre un peu le temps de voir les directives de l'Union Européenne. Nous sommes allés voir aussi la commission de la protection des données personnelles. On a fait plusieurs réunions avec ses membres parce qu'ils sont concernés par la data.

Nous avons entamé aussi des débats avec le ministère en charge de la Communication. Nous avons posé des questions, essayé de négocier, mais à chaque fois, nous n'avions rien de solide entre les mains pour aller négocier avec ces gens. Il ne faut pas oublier que nous sommes au Maroc. Je suis désolée

de le dire. Peut-être que je ne le crois pas comme je le dis, mais c'est la réalité, elle est en face. Le marché marocain est un marché petit par rapport aux GAFAM. Ce n'est pas un marché qui les intéresse de façon à ce qu'ils puissent ouvrir des débats et dire oui, on va appliquer ce que vous avez demandé. Il ne faut pas se leurrer, mais ça va venir avec le temps. Nous, aussi, nous sommes en train de grandir. Puis, dans le cadre du Conseil National de la Presse, M. Moujahid qui en est le président et qui est là, nous avons lancé plusieurs débats dans ce sens et nous sommes allés même vers plus que ce que peut offrir le débat. C'est à dire que nous sommes allés même vers la formation. C'est très important parce qu'on a parlé du numérique, du web et de beaucoup de choses. Mais, il ne faut pas oublier que la presse au Maroc est passée aussi par des étapes dans la digitalisation. Au début, il y avait la presse papier, et ces journaux ont créé des journaux électroniques pour que les gens puissent lire à distance pour les approcher de l'information.

Après, pendant les années 2011-2012, il y a eu une vague de lancement de newsletters, c'est à dire qu'on voulait servir les gens et leur donner l'information là où ils sont. Ce n'était pas la peine d'aller la chercher ou d'aller acheter un journal dans un kiosque. Et l'étape où on est actuellement, est celle du « data journalism ».

C'est une chose très importante si nous arrivons à la réussir. C'est d'ailleurs ce que nous sommes en train de faire au sein du Conseil National de la Presse. Vous m'avez présentée en tant que vice-présidente de l'Association Nationale des Éditeurs et des Médias, mais je suis aussi vice-présidente du Conseil National de la Presse. Nous avons donc ce chantier sur lequel nous sommes en train de travailler. Pourquoi ? Parce qu'il va faire barrage au fake news.

D'un autre côté, est-ce que les influenceurs aujourd'hui créent du contenu ? Non, ils ne créent pas. Cela est d'ailleurs un inconvénient de la digitalisation. Cette dernière a certes beaucoup d'avantages, mais elle a aussi des inconvénients. Parmi eux, en plus des inégalités



dans la répartition des richesses, il y a cet inconvénient-là. Parce qu'on était parti d'un journal qu'on regardait, il y avait une interaction avec le consommateur et les lecteurs et on est passé à des versions qui sont complètement virtuelles. C'est-à-dire qu'on est dans le virtuel et on lit dans le virtuel. Aujourd'hui, on est dans l'image, c'est à dire qu'un influenceur est là parce qu'il vend des images, telles une voiture, de la nourriture ou autre. Franchement, nous ne pouvons pas alors dire, à mon sens, et cela n'engage que moi, que les influenceurs sont aujourd'hui des créateurs de contenus.

Voilà ce que je voulais préciser. Je suis désolé, encore une fois. Je risque de choquer, mais c'est ma position actuellement.

Pour revenir au marché, nous avons compris qu'il y a de la volonté, mais tout dépend encore une fois de la taille de notre marché. Il ne faut pas l'oublier. C'est vrai, nous avons suivi cela de près. Nous savons qu'il y a eu des pourparlers et des va et vient. Nous avons confiance surtout en notre ministre parce que nous savons qu'il a fait des choses avec Netflix. Nous nous posons alors la question s'il n'y a pas aussi des mesures à prendre vis-à-vis des GAFA.

Mais au préalable, et c'est quelque chose que je voulais dire tout à l'heure. Dans le cadre de l'association, vous avez posé la question sur les démarches et les initiatives que nous avons entreprises. J'avais dit que nous avons déjà établi le contact avec les concernés par cet écosystème et au sujet des mesures que nous pouvons lancer contre les GAFAM. J'ai oublié un point qui n'est pas des moindres et qui est l'étude que notre Association Nationale des Éditeurs et des Médias a réalisée sur la part de marché qui revient aux plateformes électroniques et nous nous sommes rendus compte que 70% à 75% des chiffres publicitaires vont chez les GAFAM ; et cela, c'est très important.

Nous sommes alors partis voir les annonceurs directement pour leur dire que ce n'était pas normal que les budgets et l'argent marocains aillent vers l'étranger. Ils nous disaient qu'ils ne savaient comment faire, qu'ils cherchaient de la visibilité.

Cela crée alors un cercle vicieux, puisqu'on revient au point de départ. Il faut alors voir le Conseil de la Concurrence, ensuite le ministère...etc.

Merci.

M. Mohamed ZOUAK, Conseiller du Président de la Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux, chargé la presse électronique et des GAFAM (Maroc)



Bonjour,

Merci pour l'invitation et pour avoir organisé cette conférence. Tout d'abord, il faut rappeler qu'il y a eu trois chocs externes pour la presse marocaine. Le premier a été justement le numérique, avec la vague Internet que les acteurs de la presse marocaine n'ont pas vu venir, sauf de rares exceptions à la fin des années 90, comme « L'Économiste » qui avait lancé son site web et « Maroc Hebdo ». Sinon, la plupart des acteurs de la presse marocaine sont arrivés très tard. Ce premier choc survint alors même que la presse marocaine était à peine en train de se structurer. Il faut rappeler que la structuration du secteur arrive fin des années 90, début des années 2000. Un contrat programme est signé entre le ministère de la Communication, le Syndicat National de la Presse Marocaine et la Fédération Marocaine des Editeurs de Journaux que je représente aujourd'hui et qui a permis justement de commencer à aider le secteur pour avoir des entreprises solides et pérennes.

Le deuxième choc arriva avec les réseaux sociaux. Au Maroc, les réseaux sociaux ont fait irruption vers 2006-2007. La population marocaine est majoritairement très jeune et

beaucoup de Marocains découvrent Internet avec Facebook. Pour eux, accéder à Internet, c'est aller sur Facebook, découvrir le contenu et échanger. Certes, il y a des côtés positifs, mais également des côtés négatifs.

Le troisième choc, externe encore une fois, c'était la COVID qui a porté un coup de massue à la presse en général, mais particulièrement à la presse papier qui a vu son tirage diminuer encore de manière très importante, sachant qu'en plus le secteur de la presse au Maroc se caractérise, contrairement à d'autres pays qui ont été cités, que ce soit les Etats-Unis, le Canada, la France, l'Allemagne, l'Australie ou autres, par une sous-capitalisation chronique.

Nous sommes dans un secteur où les freins financiers ne permettent pas de créer justement cette transformation rapide vers le numérique, alors que nous sommes arrivés en retard dans la numérisation et dans cette confrontation avec les GAFAM dont nous avons eu un brillant exemple de la France où les entreprises de presse et les syndicats de presse se sont organisés pour négocier. Malgré le poids financier de ce groupement, cela a été très difficile. Il a fallu que l'autorité de la concurrence s'en mêle pour « tordre le bras » à Google. Pour rappel, le slogan de Google c'était « don't be evil », c'est à dire « on ne fait pas de mal », mais quand il s'agit d'argent, les bonnes intentions sont vite reléguées en arrière-plan.

Ainsi, ces trois chocs externes sont arrivés au Maroc et ont mis à mal le secteur de la presse et ont désorganisé un secteur qui était naissant ou en tous cas qui était en train de s'organiser. Aujourd'hui, les chiffres le révèlent : la presse papier a vu ses revenus publicitaires et ses revenus des ventes diminuer de manière drastique. Même la presse électronique n'a eu qu'une part très infime du gâteau publicitaire sur le numérique. Alors, on parle d'un gâteau publicitaire qui a pris de la place très rapidement et qui a dépassé celui

de la presse au Maroc, mais en réalité, seulement 20 % des revenus publicitaires vont vers des éditeurs de presse marocains ou bien des sites marocains en général. La réalité, est que 80 % des revenus financiers vont vers les GAFAM et notamment Google et Meta.

D'ailleurs, l'un des éléments qui ont été évoqués par l'autorité de la concurrence française lors des négociations ce sont les revenus financiers. Il ne faut pas oublier une chose quand on parle de Google par exemple, c'est qu'il bénéficie d'une position dominante. Cependant, on oublie qu'en plus d'avoir la quasi intégralité des recherches sur Internet, Google est aussi un prestataire technologique au niveau de la publicité. En effet, il est l'un des intermédiaires principaux, que ce soit pour les éditeurs (c'est à dire que nous-mêmes, nous sommes dépendants), mais aussi pour les annonceurs. Nous devons passer par une des plateformes de Google qui assure la mise en relation entre annonceurs et éditeurs, et pas seulement les éditeurs de presse, mais tous les éditeurs de contenus, que ce soit des influenceurs, des sites, des blogs, ... etc. Ils ont donc une position dominante à toutes les strates, en tous cas, là où il y a de l'argent, et par conséquent, ils ont un poids énorme. Alors, quand on est un petit acteur, comment rattraper des mastodontes à l'international ?

Ce n'est pas seulement David contre Goliath, c'est la fourmi contre le mammoth. Par conséquent, nous n'avons quasiment aucune chance de lutter. Nous n'avons pas la data pour pouvoir convaincre les annonceurs que nous pouvons faire mieux que Facebook. Même si nous la qualité du contenu et la rigueur, qui pourraient être d'une certaine aide, nous n'avons pas les moyens financiers et nous ne pouvons pas nous mettre à niveau technologiquement puisque nous sommes partis en retard.

Nous essayons de lutter avec nos armes : la proximité avec le public et la qualité du contenu. Mais, pour faire évoluer tout cela, il faut l'appui des pouvoirs publics, des autorités de la concurrence, du gouvernement et du législateur pour faire évoluer la législation.

Il y a aussi, et cela a été évoqué, des problèmes internes, des problèmes nationaux qui sont propres au Maroc, qui sont propres au secteur lui-même. Mais, il y a aussi un vrai travail à faire avec les GAFAM. Nous avons tenté de le faire il y a quelques années avec l'ancien ministre de la Communication pour essayer de négocier. Il y a eu des prises de contact, mais malheureusement, vous savez, les ministres passent mais les problèmes restent. À nous maintenant de remettre la question sur le tapis.

Nous essayons, en effet, de le faire régulièrement avec le Conseil National de la Presse et avec d'autres acteurs du secteur, mais il y a un véritable challenge aujourd'hui sur les droits voisins puisque, dans cet écosystème, on ne peut pas continuer à se développer, voire maintenir le niveau de la presse telle qu'elle est actuellement, s'il n'y a pas un changement complet de paradigme par rapport à la fois à la législation et au système qui a été mis en place.

Nous l'avons vu en France. Avant même que l'autorité de la concurrence ne s'en mêle, il y avait déjà un fonds d'aide ou un fonds de soutien mis en place par Google. Il y a eu des représentants des éditeurs de presse et des médias d'autres pays qui ont pu aussi négocier avec Google. Je pense que c'est la première étape.

La première étape au Maroc, c'est effectivement de négocier. Après, et les exemples de la France et de l'Australie sont intéressants, puisqu'ils ont tapé du poing sur la table quand Google ou Facebook (je ne me rappelle pas bien lequel) a voulu déréférencer et fermer le robinet pour certains éditeurs, puis a voulu négocier de gré à gré avec Murdoch, par exemple, mais pas avec les petits. Puis finalement, c'est l'Etat australien qui est arrivé et a tapé du poing sur la table et qui a dit non, vous ne pouvez pas agir de la sorte !

Je pense qu'au Maroc, nous devons d'abord emprunter cette première voie qui est la négociation. Nous sommes un petit pays, certes, mais il y a quand même moyen de le faire. Je pense que les GAFAM sont prêts à



négocier. Il faut juste qu'il y ait un acteur important face à eux. C'est sûr que s'il y a des petits éditeurs, c'est compliqué. Nous l'avons vu sur la musique, car ils sont allés négocier avec les grandes sociétés de production de musique.

Ils peuvent aussi négocier avec le Maroc sans soucis. Il faut que l'Etat, avec les différents acteurs du secteur, puisse entamer des démarches de négociation et si ça n'avance pas, il y a évidemment, le rôle du régulateur, en l'occurrence le Conseil de la Concurrence, celui du législateur et puis c'est à nous de faire un travail auprès des partis politiques pour les sensibiliser à ce que risque de devenir la presse marocaine et les médias marocains si nous ne prenons pas la juste valeur de ce phénomène de dégradation du contexte dans lequel évoluent à la fois les entreprises de presse mais aussi les journalistes.

Pour la fiscalité appliquée aux plateformes, il y a d'abord un problème sur lequel il faut travailler par rapport à cette concurrence déloyale au niveau du marché publicitaire, puisque le service est rendu sur le territoire marocain. Même si c'est du virtuel, c'est sur le territoire marocain auprès d'internautes marocains et il devrait être traité fiscalement au même titre que les éditeurs de presse.

D'un autre côté, il faut voir aussi ce qui est en train de se passer ailleurs. Je crois que l'OCDE, l'Union Européenne, le G20 et plusieurs pays de l'Union Européenne, ont mis en place une fiscalité spécifique aux plateformes : par exemple, en France c'est 3 % du chiffre d'affaires s'il dépasse 750 millions d'euros. Le Maroc doit aussi réfléchir à cette fiscalité pour rétablir un peu plus d'équité pour les éditeurs de presse qui sont déjà petits.

Si les plateformes, qui sont grandes, ont aussi l'avantage de la fiscalité, c'est compliqué et c'est sûr que le combat est perdu.

M. Younes **MOUJAHID**, Président du Conseil National de la Presse (Maroc)



Merci. Premièrement, avant de parler de cette question de régulation dans le domaine de la presse, Fatima Zahra Ouriaghli l'avait souligné, il faudrait commencer par le commencement. Cela veut dire engager d'abord des négociations entre le Syndicat de la presse et les éditeurs pour conclure une convention collective, qui sont d'ailleurs en cours.

Jusqu'à maintenant, au Maroc, le droit d'auteur pour les journalistes n'est pas respecté. Il faudrait commencer, dans le cadre des négociations actuelles de la convention collective, à intégrer l'obligation du respect de ce droit.

La deuxième chose concerne les droits voisins. Je ne sais pas maintenant si les éditeurs ont déjà posé cette question. Est-ce qu'ils la discutent ? Est-ce qu'ils sont bien préparés pour poser ces questions ?

La troisième chose, il y a une anarchie dans le domaine de l'investissement ou de la création des entreprises de presse. D'après les statistiques que nous avons au Conseil National de la Presse, nous avons actuellement

au Maroc près de 500 entreprises de presse électronique, dont presque 50 % sont des entreprises individuelles (constituée par une seule personne) ! Vous trouvez également des entreprises constituées de deux ou trois personnes uniquement.

Peut-on considérer cela comme une entreprise de presse ? Est-ce qu'on peut produire une bonne information ? Est-ce qu'on peut dire que c'est ça la profession de la presse ?

Personnellement, je crois qu'il faut d'abord commencer par la réorganisation du secteur. Il y a un débat actuel avec le ministère de la Communication. Je crois que prochainement, il y aura un débat au Parlement pour réorganiser et réformer tout le secteur.

J'espère que ça va se faire parce que nous ne pourrions pas discuter ou négocier avec qui que ce soit, les GAFAM ou autres, si nous ne réglons pas d'abord nos problèmes à l'intérieur. Je crois que nous sommes sur la bonne voie et que nous devons avancer parce que le rôle de l'Etat est très important.

J'étais toujours dans la Fédération Internationale des Journalistes (FIJ). J'en étais le président à une certaine époque. En 2010, dans un contexte d'internet, de digitalisation, ... etc., nous avons commandité une étude au niveau mondial sur le futur de la profession de la presse. Cette étude a couvert tous les continents et ce n'était pas, entre guillemets, des militants gauchistes, mais des libéraux.

Cette étude a abouti à la conclusion qu'il fallait une intervention de l'Etat démocratique pour protéger la profession de la presse. On ne peut pas laisser les choses sous l'emprise du mercantilisme et c'est ce qui se passe actuellement avec les GAFAM ou autres. Je crois qu'il faut une intervention par les lois. Nous avons une loi maintenant au Maroc, car il y a la question de régulation et de flexibilité, mais il faut voir comment nous allons l'appliquer, comment traiter la question de la rémunération, ...etc. Je pourrai en parler, aussi mais je crois que c'est un autre débat très

important dont je pourrai parler après.

Nous avons une étude de la Fédération Internationale des Journalistes, mais, en tant que syndicat de la presse, je crois que nous n'avons pas beaucoup avancé sur ça. Il y a des pays qui se sont dotés de lois, mais ça n'avance pas.

La deuxième chose qui est très importante, est que même si nous voulons négocier maintenant avec les GAFAM, je crois qu'il y a maintenant des initiatives prises par des ministères de la Communication du monde arabe au niveau de la Ligue arabe pour essayer de négocier ensemble.

Nous pouvons alors s'offrir une autre possibilité très importante si nous devons négocier. Nous devons le faire en tant que pays africains à travers l'Union Africaine pour constituer une force de négociation.

Je crois qu'il s'agit là d'un package. C'est-à-dire que nous devons réformer le secteur et le réorganiser, ouvrir des possibilités pour bien investir dans le digital afin de protéger la profession, mais aussi négocier ensemble. C'est un débat qui dépasse le Maroc. Cela veut dire que nous devons engager ce débat aux niveaux arabe et africain. Il y a des possibilités de le faire à ce niveau.

Je ne crois pas qu'il y aurait des limites aux influenceurs. Ça va continuer, ça va se développer et les technologies continueront à se développer.

Mais là où on peut intervenir, c'est le développement du secteur de la presse. Actuellement, l'impact des influenceurs n'est pas le même dans tous les pays. Cela dépend du développement du secteur des médias, de la presse, de la communication et de tout ce qui est culturel.

Il est vrai qu'on dise actuellement qu'il n'est pas important de parler d'influenceurs. Il est vrai aussi qu'il y a eu des tentatives au Maroc d'avoir une loi sur l'Internet, mais cela a échoué.

Personnellement, je crois qu'il y a une autre alternative, celle de développer le secteur et c'est ce que nous sommes en train de défendre



maintenant, parce qu'il y a beaucoup de possibilités. Premièrement, travailler sur la loi, sur le modèle économique, qui peut être journaliste ...etc. Vous savez, maintenant au Maroc, il y a une autre question qui est très importante. Peut-être nous la connaissons, mais il y a beaucoup de personnes qui ne la connaissent pas.

Il y a le problème de la formation dans le secteur de la presse et des médias. Selon la base de données que nous avons, il y a à peu près cent écoles privées de journalisme au Maroc. Il y a aussi quelques universités. Pouvez-vous imaginer cela ? Disposons-nous des professeurs et des ressources humaines nécessaires pour assurer l'encadrement dans ces écoles et universités ? impossible, nous ne les avons pas !

Quand nous avons réalisé cette étude et quand nous avons trouvé qu'il y avait autant d'instituts qui, entre guillemets, enseignent la presse et les médias, c'était pour nous une mauvaise surprise.

Nous devons nous pencher aussi sur cet aspect. Je crois qu'il faut travailler de l'amont à l'aval au Maroc.



Certes, nous avons accompli un bon travail et nous avons maintenant des acquis, mais je crois que nous sommes actuellement dans une autre phase.

S'agissant des lois, je ne veux pas beaucoup m'étaler sur ça, mais je souligne que tout ce que nous avons comme lois date du 20^e siècle. Nous sommes dans un nouveau siècle et je crois qu'il faudrait mettre à jour cet arsenal juridique.

Je crois que premièrement, le secteur doit s'organiser. Il y a la Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux (FMEJ), le Conseil National de la Presse et le Syndicat National de la Presse Marocaine (SNPM) qui n'est pas représenté dans ce panel, mais que je peux représenter. Nous devons établir maintenant les contacts et mener un travail avec le Conseil de la Concurrence et d'autres instances.

Le deuxième volet, c'est de coordonner avec les autres métiers, parce qu'il y a des syndicats d'artistes par exemple. Je crois que nous pouvons créer un lobby pour travailler ensemble car tout est lié.

Ce sont là quelques motions que je propose et qu'on peut retenir de ce débat.

Après cette discussion, il serait bien aussi de commencer dès demain l'action.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

PANEL 4

LA DIGITALISATION DE LA FINANCE



Lotfi **SEKKAT**
Président, CIH Bank
Maroc



Margarida **MATOS ROSA**
Présidente de l'Autorité
de la Concurrence
Portugal



Abdelmounaim **DINIA**
Directeur Général du Crédit
Agricole du Maroc
Maroc



Francis **KARIUKI**
Directeur Général de la
Commission de la Concurrence
Kenya



Mounir **CHRAÏBI**
Directeur Exécutif,
Bank of Africa
Maroc



Hicham **EL ALAMI**
Directeur du pôle Support
et Développement de l'Autorité
Marocaine du Marché des Capitaux
AMMC - Maroc

M. Lotfi **SEKKAT**, Président, CIH Bank (Maroc)



Tout d'abord un grand merci aux organisateurs de cette belle conférence, à savoir l'ADD, l'ANRT et bien évidemment le Conseil de la Concurrence. Merci à eux de nous avoir réunis pour parler d'un sujet passionnant et d'actualité. Merci de m'avoir donné l'occasion d'intervenir en premier pour introduire ce panel qui est celui de la digitalisation de la finance.

Chers amis, les avancées de la technologie et les nouvelles habitudes qui en découlent poussent les acteurs financiers, particulièrement les banques, à se digitaliser massivement. Certes, sur le plan de l'expérience utilisateur de chaque jour, la technologie nous facilite la vie et fait apparaître de nouvelles opportunités. Mais, son impact dépasse la dimension individuelle. Plus la finance se digitalise, plus les échanges entre les individus se transforment et donnent lieu à de profonds changements sociaux et culturels de nos sociétés.

Nous n'en sommes qu'au début. Il ne fait quasiment aucun doute que dans dix ans, plusieurs milliards de clients seront dotés d'un compte en banque dans des banques digitales qui utilisent la blockchain pour les transactions, pour qu'elles soient plus rapides et plus sûres. Grâce à l'intelligence artificielle,

ces clients auront une relation hyper personnalisée avec leur banque.

L'Internet des objets va révolutionner le monde des paiements avec des paiements de plus en plus digitaux, rapides, même avec des monnaies virtuelles. Plus spécifiquement, en ce qui concerne notre région, nous ne serons pas en reste. Nos populations sont jeunes et adoptent la technologie presque instantanément. Déjà, en 2022, plusieurs centaines de milliers de clients ouvrent leur compte au Maroc de façon complètement digitale, sans aucune interaction avec une agence physique.

Nous savons qu'à l'inverse des sociétés qui sont industrialisées ou très bancarisées, les banques des pays en voie de développement sont contraintes de s'installer directement sur le digital et d'offrir rapidement un service digital puisque leur clientèle est une clientèle de jeunes qui adoptent rapidement le digital, et ce, sans passer par un état intermédiaire que peut être ont connu ces pays.

Cette adoption rapide de la technologie, imposée par les utilisateurs, est porteuse de grandes opportunités pour notre région, que ce soit en termes d'expérience client, d'inclusion financière, notamment dans le monde agricole, de création d'emplois et de valeur ajoutée et de création d'un écosystème de startups fintech innovantes qui naissent et qui sont capables de se développer. J'ai proposé à M. Mostapha de projeter une courte vidéo d'une minute qui permet de visualiser ses principaux changements. (Projection de la vidéo).

Voix-off de la vidéo :

Au cours des dix dernières années, la technologie a complètement transformé la banque. Les guichets, les chèques, les bordereaux sont de moins en moins utilisés. Tout ou presque se fait grâce à nos smartphones. Mais d'ici 2030, notre expérience bancaire de tous les jours pourrait devenir entièrement virtuelle. D'ici là, un client sur trois dans le monde aura un compte bancaire digital

sur des plateformes en ligne et seulement 20 % des entreprises de services financiers traditionnelles auront survécu.

Certaines banques deviendront 100 % virtuelles grâce à l'émergence de l'open banking et développeront une expertise pointue pour analyser la data qui sera stockée et sécurisée sur le cloud. Les banques seront plus sûres et plus rapides grâce à la technologie de la blockchain. Avec l'intelligence artificielle, elles seront alors en mesure de nous proposer une expérience bancaire personnalisée, digne d'une banque privée.

Chacun d'entre nous pourrait avoir un conseiller bancaire virtuel qui gère nos paiements, virements instantanés et, en analysant notre comportement d'achat, il pourrait même nous proposer des offres spéciales et même des investissements ; tout cela effectué à distance par commande vocale. La banque deviendra de plus en plus personnelle et, naturellement, les moyens de paiement suivront. Ce sera la fin du cash et même des cartes monétiques.

Les smartphones, les montres et autres objets connectés deviendront la norme pour les paiements. Nous ferons toujours du shopping dans des magasins physiques, mais la façon dont on paye changera.

Dans ce futur proche, les crypto monnaies comme le bitcoin pourraient devenir choses habituelles. On estime à environ 200 millions le nombre d'utilisateurs de crypto d'ici la fin de cette décennie.

De nombreuses monnaies virtuelles pourraient se développer, simplifiant ainsi les voyages et le commerce international. L'accès au compte bancaire sera ultra sécurisé, les mots de passe deviendront obsolètes et seront progressivement remplacés par les empreintes digitales, la reconnaissance vocale ou faciale ou même l'empreinte rétinienne. La banque de demain offrira une expérience plus satisfaisante, plus personnelle, plus rapide et plus sûre.

Suite de l'intervention de M. Sekkat :

Cette projection ne surprend plus personne aujourd'hui. C'est un futur qui est devenu très probable et tous les changements qui ont été évoqués ici sont déjà là. Ils induisent les transformations de nos sociétés, de nos organisations, qui sont devenues inévitables. On en connaît d'ailleurs les premiers acteurs parce qu'ils s'imposent à nous tous les jours et on en a parlé à travers leurs plateformes de réseaux sociaux, de moteurs de recherche ou de messagerie instantanée.

En tant que régulateur, banques et acteurs nationaux, nous sommes face à un vrai défi et un choix clair. Va-t-on prévoir ces changements, les imaginer en notre sein, dans nos organisations, ou bien les subir ?

Alors, ces changements qui créent pression, stress, incertitude sur les acteurs, mais aussi des opportunités de développement, s'opèrent dans un monde que nous connaissons tous et où, aujourd'hui, les crises se succèdent. Pas la peine de les nommer, vous les connaissez ? Je citerai celui qui me paraît, peut-être, le plus dangereux, celui du changement climatique, amplifiant ainsi ce sentiment d'incertitude.

Cette situation imposera à court terme, bien évidemment, des bascules très importantes dans le comportement des individus en tant que citoyens vis à vis des États, mais aussi en tant que client vis à vis des entreprises.

Face à cela, nous avons plus que jamais besoin de confiance. L'entreprise, dans ces conditions, apparaît comme étant le dernier bastion ou la dernière forteresse de la confiance.

C'est d'autant plus vrai pour les banques, dont la confiance est le métier et qui viennent de sortir d'une crise sanitaire où leur image a été renforcée en tant qu'entreprise qui accompagne le soutien social.

Mais la confiance est volatile. La maintenir, la préserver, l'augmenter, se gagnera, pour les banques en tous les cas, à travers les orientations stratégiques qu'elles vont choisir et surtout à travers les valeurs qu'elles vont

incarner pour contribuer à un monde meilleur. Leurs choix technologiques, la maîtrise des risques, l'évolution des solutions de financement et d'investissement, l'expérience offerte à leurs clients, l'utilisation de leurs données, avec tout cela, réussir suppose que les régulateurs, les banques et l'ensemble des acteurs (associations de consommateurs, fintech, ... etc.) travaillent la main dans la main afin d'adresser de façon efficace certains défis et paradoxes.

J'ai choisi trois thèmes que j'aimerais partager avec vous aujourd'hui et que j'aimerais soumettre à la réflexion de notre panel.

Le premier, c'est le défi technologique qui nous met entre expérience client et sécurité. En effet, les banques doivent faire évoluer leur expérience client pour une plus grande inclusion, avec des parcours qui sont fluides, intuitifs et instantanés. De ce fait, les systèmes d'information sont plus ouverts naturellement vers l'extérieur. Ils sont hyperconnectés, comme on l'a vu, stockent une masse phénoménale de données, deviennent des briques vitales pour le fonctionnement des marchés et induisant des exigences réglementaires qui sont de plus en plus fortes et précises en termes de cybersécurité, de protection des données et de continuité des activités. Les dépenses IT continueront à progresser et viseront à moderniser ces systèmes. Ces dépenses IT s'orienteront vers l'usage de la technologie pour servir ces priorités, bien évidemment, l'expérience utilisateur qui doit être fluide, mais en même temps, comme je l'ai dit, la cybersécurité, la qualité et la protection des données.

Le cloud peut constituer une réponse efficace à ce défi. Pour ce faire, le cadre légal et réglementaire doit être disponible et attrayant afin de permettre la démystification de la problématique de la souveraineté, ainsi que l'éclosion d'une offre de services national allant de l'infrastructure de calcul et de stockage au Software et ses services. Ce cadre légal pourrait intégrer des équivalences entre Etats ou regroupements économiques, avec une règle de réciprocité.

Le deuxième défi / paradoxe, c'est celui de la régulation entre protection, innovation et harmonisation. Je pense que cela a été cité, mais j'aimerais le reprendre avec mes propres mots.



L'arrivée du paiement et du virement instantanés, de l'open banking ou du paiement mobile sont autant d'exemples d'une régulation proactive au service de l'innovation.

Si le succès des virements et paiements instantanés ne fait aucun doute, celui de l'open banking est naissant. Il augure, certes, d'un avenir prometteur sous la pression des FinTech et PropTech.

Pour ce qui est du paiement mobile, par contre, il connaît des fortunes diverses selon que les paiements par carte sont ou pas développés dans le pays en question, mais aussi du fait de certaines barrières, notamment de certains constructeurs pour l'accès au NFC ou encore à la « wallet » carrément.

Le paiement mobile gagnerait à bénéficier d'un complément de régulation et de soutien des Etats qui lui permettraient d'exister vraiment efficacement. L'exemple de mon pays, le Maroc, correspond bien à ce cas de figure avec un système de paiement mobile qui, techniquement, est prêt mais qui tarde à prendre son envol. Ce système utilise les solutions monétiques, ce qui est peut-être un premier pas, mais devrait, de mon point de vue, plus adopter des solutions qui sont full Mobile, qui permettent de réduire de façon significative le coût des transactions pour les clients et les commerçants.

Dans mon pays toujours, l'adoption de ce moyen de paiement, couplé au Registre

National des Populations et au Registre Social Unifié, pourrait et permettrait, dans un futur proche, de distribuer, de façon efficace, rapide et instantanée, les aides aux populations les plus démunies. Pour ces personnes en situation précaire, le fait de pouvoir percevoir ces aides rapidement et instantanément est un véritable bénéfice.

L'arrivée des nouvelles technologies, comme les registres distribués avec la crypto monnaie ou les crypto actifs selon sous quel angle de la réglementation on les voit, comme applications phares ou encore l'intelligence artificielle avec le machine learning, sont autant d'exemples où cette fois ci, c'est la technologie qui est à la manœuvre puisque cette technologie ouvre de nouveaux champs du possible. Mais, cela nécessite des régulations qui soient cette fois ci réactives, permettant de pérenniser les avantages et les apports de l'innovation et, en même temps, créer les conditions propices à la protection du consommateur et au fonctionnement sain des marchés.

Au-delà de ces avancées technologiques et de l'amélioration de l'expérience client, j'aimerais insister sur un point qui a été déjà cité là aussi, mais qui me paraît important : la digitalisation de la finance introduit des défis également dans le mode de commercialisation et tout particulièrement celui des produits financiers qui se font de plus en plus en dehors des frontières de localisation des clients.

Nos concitoyens accèdent aujourd'hui à des services financiers transfrontaliers qui ne sont pas nécessairement soumis à la même réglementation que les acteurs locaux. Car, en fait, c'est bien la régulation du pays du prestataire qui encadre cette relation. Naturellement, cela va encourager ces prestataires à se localiser dans les pays où la régulation est la plus allégée et ce qui, in fine, va, d'une part, limiter la capacité des clients à faire valoir leurs droits et d'autre part, créer une situation d'asymétrie au détriment des acteurs locaux, tant sur le plan de la concurrence que sur le plan de la fiscalité. Il me semble qu'il y a bien là un contexte favorable

qui appelle à une harmonisation - cela a été cité-, au bénéfice des consommateurs, des réglementations et des accords survenus entre les régulateurs et les grands opérateurs de plateformes. Cet alignement bénéficiera grandement aux individus et permettra aux Etats d'accélérer la mise en œuvre d'un dispositif réglementaire juste, équitable et propice au développement.

Troisième défi ou paradoxe que j'aimerais partager avec vous, c'est celui de la première Licorne en Afrique, avec comme corollaire, évidemment, le financement et les talents.

Sous l'impulsion de la régulation et des nouvelles technologies, on a vu naître depuis quelques années une nouvelle génération d'entrepreneurs et d'entreprises qui bousculent les acquis et disruptent les codes. Ce sont ces startups comme on les appelle. Certaines d'entre elles sont devenues des géants mondiaux. Alors, pour notre continent, que va-t-il se passer ? Et à quand la première licorne africaine ?

Certains pensent que c'est une ambition vaine et qu'il est impossible pour notre région de devenir compétitive dans cette course mondiale. Mais ici encore, il y a de nombreux paradoxes. Il est vrai que nous avons tous vu récemment de brillants et talentueux ingénieurs, formés dans nos régions en Afrique, s'expatrier vers l'Europe ou vers les Etats-Unis ou d'autres contrées, faute de pouvoir travailler sur des projets intéressants dans leurs pays respectifs.

Mais ce qu'il faut voir aussi, c'est que nous avons su les former aux technologies de pointe, aux technologies les plus avancées. On a su les former à l'impact de ces technologies sur le monde et la société. C'est pour cela, d'ailleurs, qu'ils sont devenus si attractifs, et ce n'est pas rien.

Il est aussi vrai qu'il est urgent d'augmenter la capacité de nos pays, de nos banques et de nos entreprises à les retenir en créant un environnement propice, car leur attachement naturel à leur pays d'origine est fort, même bien plus fort qu'on l'imagine. Mais ce n'est

pas suffisant. Alors, on va dire nous avons les talents, il nous faut les projets.

Nous savons que dans ce domaine, ça a été dit là aussi, il y a une course à l'investissement. L'investissement en Afrique, je crois, se chiffre à 6 milliards de dollars, loin derrière les majors où c'est des centaines pour les premiers et des dizaines pour le troisième.



Mais ceci étant, en Afrique, il est vrai qu'on est à 6 milliards de dollars, mais on a des taux de progression qui sont à trois chiffres avec des triplements et des doublements d'investissement d'année en année. On espère que ça va continuer et donc ça veut dire qu'on peut aller très vite, peut être grâce à des fonds d'investissements des projets panafricains, car la compétition est mondiale et le cadre seul d'un pays ne peut pas parfois suffire.

Notre environnement financier doit s'adapter et bien plus vite qu'il ne le fait aujourd'hui. Nous devons apprendre à financer plus vite et plus simplement car bien que notre start up évolue, il le fait moins vite que les exigences de la société.

Encore une fois, c'est la confiance qui fait gagner. La peur de l'échec ne doit pas nous paralyser. D'un côté, il faut s'inspirer des méthodologies modernes d'évaluation et de classification des projets et, de l'autre, il faut encourager l'investissement et stimuler le courage entrepreneurial. Nous savons que l'investissement des acteurs financiers et des banques, en particulier dans la technologie, va

évoluer de manière exponentielle. D'ailleurs, dans les 6 milliards évoqués en Afrique, 60 % de l'investissement africain, comme je viens de dire, se fait dans le monde de la fintech et donc autour des métiers de la finance.

Les banques n'ont plus le choix que d'apprendre à travailler avec ces fintechs. L'Etat aussi semble vouloir également impulser cette dynamique par la mise en œuvre d'un cadre fiscal approprié. Il faut le faire, et le plus vite serait le mieux. L'environnement d'incubation donne aujourd'hui également d'excellents signaux. Certes, il est en construction. Certains incubateurs commencent à donner de bons résultats. Je citerai nos amis de « 212 Founders » de la CDG.

À tous ceux qui citent la longue liste de projets qui n'ont pas réussi comme preuve de l'incapacité de l'Afrique à donner vie à sa première licorne, je réponds que c'est tout au contraire une preuve encourageante. Les récents succès de nos entrepreneurs sont dus à l'expérience de tous ceux qui n'ont pas réussi et parfois, ce sont les mêmes. Donc soyons confiants et ambitieux. Nous avons appris de nos erreurs et nous avons mûri. Il faut maintenant multiplier les initiatives et accélérer.

Je finirai mon propos par une citation qui m'a inspiré, de Saint-Exupéry : « Pour ce qui est de l'avenir, il ne s'agit pas de le prévoir, mais de le rendre possible. ».

Voilà quelques éléments que j'ai voulu partager avec vous aujourd'hui, j'espère que nos panélistes y trouveront matière à faire et surtout à poursuivre : Technologies, sécurité, régulation, financement en capital humain sont les leviers principaux, mais le mot clé reste La Confiance.

Merci.

Margarida **MATOS ROSA**, Présidente de l'Autorité de la Concurrence (Portugal)



Je voudrais féliciter le président du Conseil de la Concurrence, Monsieur Ahmed Rahhou, pour cette initiative, ainsi que ses collègues de l'ANRT et de l'ADD. J'aime beaucoup cette multidisciplinarité. Je trouve qu'on en a beaucoup à gagner. Félicitations pour cette initiative. Sachant que j'ai été quand même pendant 20 ans dans le milieu de la finance, dans le secteur privé, parmi le régulateur des marchés financiers et depuis six ans aussi dans le secteur de la concurrence, j'apprécie beaucoup ce panel, c'est mon préféré.

Vous me pardonnerez, mais je tiens justement à parler un peu des opportunités que nous offre l'innovation dans le secteur de la finance, du point de vue des entreprises, des innovateurs, des FinTechs, mais aussi du point de vue du consommateur et par consommateur, je voudrais dire les ménages, les sociétés, les entreprises et surtout les PME.

Je sais que la digitalisation n'est pas nouvelle en soi dans le secteur financier. C'est quelque chose qui se produit depuis un certain temps, tant au niveau des processus internes des banques et autres institutions financières, mais aussi en termes de l'expérience client.

Par exemple, les paiements électroniques par carte se sont généralisés et les paiements

instantanés sont désormais plus courants. Quand Francis disait que cela faisait longtemps que je n'étais pas allé dans une agence bancaire, j'essayais de penser à quand remonte la dernière fois que je suis allé dans une agence bancaire. Cela remonte peut-être à cinq ou six ans.

En tant que consommateurs et en tant que clients, nous pouvons témoigner, à différents degrés, selon la juridiction, comment la digitalisation a vraiment changé nos relations avec les services bancaires, mais les a également rendues beaucoup plus faciles, beaucoup plus pratiques, voire moins chers.

Pour la plupart d'entre nous, nous gérons désormais, comme vous l'avez dit, nos services financiers ou nos comptes de paiement avec les applications de nos smartphones, ou en se connectant à nos comptes clients sur nos ordinateurs portables. Mais comme je l'ai dit, au-delà de ces aspects, les banques sont également devenues beaucoup plus efficaces grâce à la digitalisation en interne. Dans leurs processus internes, cela est devenu plus simple, plus efficace, les opérations sont devenues plus facilement évolutives et l'interaction avec les clients repose désormais beaucoup sur les plateformes Internet et les smartphones. Il y a donc beaucoup de gains d'efficacité sur ce plan.

Nous pouvons également dire que la digitalisation a permis de mettre en avant davantage de modèles économiques, et c'est ce que nous sommes ici pour discuter.

Je voudrais souligner les opportunités offertes par le système bancaire ouvert. Nous avons entendu parler du système bancaire ouvert dans la vidéo d'ouverture. En effet, grâce au système bancaire ouvert, les consommateurs peuvent consentir à ce que leurs données bancaires soient utilisées par de multiples fournisseurs et services. Là où le système bancaire ouvert est le plus développé, les données se sont avérées fondamentales pour l'innovation et les nouveaux services fournis par les entreprises de technologie financière.

La gamme de services dont nous voulons bénéficier en tant que clients est vaste. Elle comprend des services qui fournissent des conseils sur les investissements et sur la prise de décision en général concernant vos finances. Elle fournit des moyens de paiement moins chers. C'est très évident pour nous tous et cela aide également les clients, y compris les PME, à comparer les conditions d'emprunt ou les conditions de financement, ce qui est également très important pour de nombreuses entreprises.

Ainsi, la simple existence de la concurrence profite à la fois aux investisseurs et aux PME ou, en général, aux consommateurs.

Il y a eu une forte pression en Europe pour que cela se produise avec la directive PSD2 (la directive sur les services de paiement 2). Cette directive établit les conditions dans lesquelles les fournisseurs peuvent accéder librement aux informations relatives aux comptes de paiement. En vertu de la PSD2, les banques et autres fournisseurs doivent s'assurer que d'autres fournisseurs tiers peuvent accéder aux informations bancaires pertinentes. Mais bien évidemment, nous devons nous assurer qu'après la directive, ce que nous appelons généralement les RTS (Normes techniques réglementaires), la réglementation secondaire, permette que cela se produise et à un rythme rapide. C'est là que des retards se produisent parfois et que des obstacles subsistent, et nous, en tant qu'autorités de concurrence, sommes généralement attentifs à ces barrières qui subsistent dans la réglementation.

Je voudrais également dire qu'il y a un autre type de barrières, parfois mentales, liées à la stabilité financière.

Parfois, certaines personnes croient et soutiennent qu'il est important de protéger, dans une certaine mesure, les opérateurs historiques contre des perturbations majeures. Mais n'oublions pas que c'est la discipline que la concurrence impose à chaque joueur qui lui permet de rester innovant, résilient et agile. C'est ce que nous voulons obtenir. Bien évidemment, nous sommes très conscients des objectifs importants,

tels que la stabilité financière et la protection des clients ou des investisseurs, et nous devons nous en occuper. Mais, nous devons également nous assurer, tous ensemble, en tant qu'écosystème, que l'innovation est ce qui permet aux banques de rester innovantes et d'apporter la satisfaction des clients.

Je ne voudrais pas m'y attarder trop. Je tiens juste à le souligner, car c'est parfois là où les choses commencent à être retardées lorsqu'il s'agit de mettre l'innovation au premier plan.

Je voudrais parler un peu de ce que nous avons fait au niveau portugais. Tout d'abord, nous avons assisté, dans notre pays, à beaucoup d'innovation dans les années quatre-vingt-dix et la décennie suivante, mais ensuite dans les années 2010, il est devenu un peu moins évident que l'innovation se poursuive et nous avons commencé à constater une carence en comparaison avec la plupart de nos voisins européens en termes d'innovation dans le secteur bancaire, en particulier dans les paiements. Ainsi, l'Autorité portugaise de la concurrence a décidé de lancer, en 2018, un numéro ouvert concernant l'innovation et la concurrence dans le secteur financier, ce qui nous a permis d'entendre beaucoup d'entreprises et de FinTech, en particulier s'agissant de leurs préoccupations concernant les barrières existantes dans la législation, y compris la réglementation qui concerne le secteur financier et principalement dans le secteur bancaire.

Nous avons émis des recommandations à cette époque, puis quelques années plus tard, en 2021, nous avons mené une enquête sectorielle très approfondie qui a touché environ 140 entreprises, dont certaines n'opéraient pas au Portugal, car nous voulions savoir pourquoi elles n'étaient pas au Portugal. À quels types de barrières ont-ils été confrontés ? Quelles sont les raisons qui expliquent qu'elles ne se trouvent pas au Portugal, mais dans de nombreux autres pays ?

Nous l'avons fait avec des entreprises qui ne sont pas présentes au Portugal, mais aussi avec celles qui sont présentes au Portugal. Il était intéressant de constater que leurs réponses,

celles de l'année dernière, mettaient encore en évidence de nombreux obstacles à l'accès aux infrastructures bancaires critiques et aux données bancaires. C'était l'un des faits saillants puisque 74 des entreprises fournissant des services au Portugal ont indiqué que de telles barrières à l'entrée existaient.

De plus, 64 % d'entre elles ont mentionné que la position des opérateurs historiques ou l'existence d'un écosystème fermé dans le domaine des paiements constituait également une barrière importante.

Les nouveaux entrants ont spécifiquement signalé des barrières pour accéder au système national de paiement et de compensation. C'est très spécifique au Portugal. Cela peut ne pas se produire dans d'autres pays, mais cela peut aussi se produire. Cela signifie qu'ils comptent beaucoup sur la représentation des opérateurs historiques ou sur les opérateurs historiques en tant qu'intermédiaires pour participer au système. Ce qui constitue une barrière significative pour eux. Pourquoi ? Parce qu'il a souvent des retards dans les réponses que ces opérateurs historiques apportent aux nouveaux arrivants. De plus, les FinTechs ont également signalé de très mauvaises performances de l'API ou un manque de soutien de la part du fournisseur de l'API ou des obstacles injustifiés à ce qui devrait être une expérience utilisateur très fluide. Bien évidemment, si l'expérience utilisateur n'est pas fluide, l'utilisateur supprime simplement l'application et va ailleurs. Il faut donc que ce soit fluide dès le premier jour.

En gardant à l'esprit ces réponses, nous avons émis des recommandations à l'intention des gouvernements et des régulateurs du secteur, en particulier la Banque centrale, dans le but de réduire la dépendance des nouveaux entrants vis-à-vis des banques historiques, pour accéder à l'infrastructure bancaire. Nous avons émis ainsi des recommandations visant à limiter, dans une certaine mesure, les marges de liberté dont disposent les opérateurs historiques pour fournir à des tiers un accès aux données.

Je vais donc probablement m'arrêter ici pour d'autres débats plus tard. Je voudrais simplement dire que cette conférence porte également sur la compétitivité. Du fait que vous disposez d'un environnement juridique et réglementaire qui élimine les barrières inutiles, il est très important que votre pays soit compétitif et que les acteurs tels que ceux du secteur bancaire et financier soient également très performants.

Ensuite, j'ai aussi entendu parler d'inclusivité, et j'apprécie cela également, parce que plus il y a d'innovation dans ce secteur, plus les services peuvent devenir pratiques et moins chers, ce qui est également très utile pour l'inclusion. Je vais m'arrêter là. « CHOUKRANE ! » (Merci)

C'est intéressant parce que je n'ai parlé que des efforts de plaidoyers, mais nous avons aussi une action consistant à faire respecter la loi précisément en ce qui concerne le retard volontaire de l'entreprise qui a une position dominante dans ce domaine. Il se peut donc qu'il s'agisse d'une position dominante abusive de la part de l'opérateur historique lorsqu'il y a une position dominante. Il s'agit peut-être simplement de craintes que les nouvelles technologies ne soient pas assez sûres ou assez performantes. Mais, je pense que nous devons également examiner d'autres pays et voir s'ils ont réalisé de bons résultats. C'est pourquoi il est important d'établir un bon dialogue et peut-être d'avoir des bacs à sable pour tester ces technologies et voir s'il y a des problèmes ou non afin qu'elles soient commercialisées à plus grande échelle le plus rapidement possible. Mais il est certain qu'il peut y avoir des stratégies qui sont illégales du point de vue du droit de la concurrence et nous sommes ici en tant qu'autorités de la concurrence pour les poursuivre et les sanctionner. Mais, il peut y avoir aussi des perceptions qui peuvent être combattues.

M. Abdelmounaim DINIA, Directeur Général du Crédit Agricole du Maroc (Maroc)



Nous sommes la banque du monde rural et du monde agricole et nous en sommes fiers. Mais, nous sommes aussi la banque classique universelle et nous pilotons notre transformation digitale avec cette dualité d'ailleurs.

De manière générale, et tout le monde en a parlé, le secteur bancaire est précurseur dans la digitalisation. M. le Wali en a parlé ce matin et vous-même. Et effectivement, le client bancaire a beaucoup d'appétence par rapport à la digitalisation, peut-être parce qu'effectivement le secteur s'y prête et peut-être aussi parce que le client préfère avoir affaire à une machine plutôt qu'à son banquier. On retrouve cette avancée effectivement chez nous aussi. Aujourd'hui, trois quarts des opérations courantes passent par le digital, ce qui n'est pas négligeable.

Cela nous permet d'économiser, en tout cas pour nos agences, plus de temps pour des opérations et des transactions à plus forte valeur ajoutée. On a parlé du cash qui est important au Maroc. Là aussi, les retraits se font de moins en moins en agence. On arrive aujourd'hui à 90 % des retraits qui se font via les guichets.

Alors pour arriver à ces avancées de la transformation digitale chez nous, cela s'était articulé autour d'un certain nombre d'axes.

Concernant le premier axe, qui est celui de la banque au quotidien, nous avons fait évoluer nos fonctionnalités basiques vers des fonctionnalités un peu plus sophistiquées. La dernière en date : aujourd'hui, on peut demander, par exemple, la dotation touristique en partenariat avec l'Office des Changes en temps réel. Il est vrai que d'autres banques le font, mais c'est un parcours digital un peu plus pertinent. D'autres parcours depuis que la réglementation a changé, notamment en termes de KYC (Know Your Customer). Aujourd'hui, la banque centrale permet aux banques d'utiliser la technologie pour l'ouverture de comptes à distance.

Nous avons des solutions, la solution « HSABI » en l'occurrence, qui permet des ouvertures à distance, mais évidemment, pour récupérer les moyens de paiement, le client doit, par la suite se rendre en agence. Ce sont des solutions que nous faisons évoluer, notamment avec le dernier projet national sur l'identité numérique. Bien évidemment, nous pensons qu'au-delà des transactions, la banque en ligne ou le mobile banking de manière générale doit évoluer non seulement en termes de nombre des consultations ou des transactions ; l'indicateur n'étant pas de dire combien de transactions en ligne réalisées, mais surtout combien on a vendu, combien on a offert de produits ou de services.

C'est pour cela que nous avons de nouveaux parcours digitaux, notamment pour la demande du crédit habitat ou de consommation, avec du scoring en temps réel et avec au moins une pré-décision en ligne. Il y a aussi des nouveaux produits en termes de bancassurance. Voilà en gros pour la banque au quotidien.

Alors, pour l'axe Agriculteurs qui nous intéresse, nous avons toujours pensé que la digitalisation est beaucoup plus utile dans le monde rural que dans le monde urbain, pour la simple raison que dans le monde urbain, on finit toujours par trouver une agence. Par contre dans le monde agricole, c'est beaucoup plus compliqué.



On a souvent parlé de la réussite du mobile et nous pensons que cette inclusion digitale peut nous aider pour faire de l'inclusion financière. Maintenant, il faut être innovant et créatif. Dans la banque classique, on s'inspire des uns et des autres, pour ne pas dire parfois on se copie. Mais dans le monde agricole, nous sommes les seuls, donc il faut être créatif.

A cet effet, nous avons tissé des partenariats avec des filières agricoles et nous avons réussi à avoir la première solution et la seule solution agricole au niveau national. C'est la plateforme « IMTIAZATI » qui est interfacée avec un certain nombre de partenaires importants au niveau national, notamment l'OCP avec une interface avec leur plateforme « ATMAR » pour la demande en temps réel d'un crédit pour financer les intrants. Nous avons aussi tissé des partenariats avec SONACOS pour le paiement des semences.

Avec la plateforme, nous avons pu faire du paiement mobile. Nous avons aussi fait la même chose avec les ORMVAs pour le paiement de l'eau d'irrigation. Voilà des niches. Mon ami, M. Mounir parlait du mobile payment. Là au moins, avec ces niches, même si elles ne réalisent pas des volumes extraordinaires, elles font fonctionner quand même le mobile payment.

Pour l'inclusion financière, c'est un sujet de toutes les banques. Mais s'agissant de l'inclusion financière dans le monde rural, le Crédit Agricole du Maroc et Al Barid Bank, sont les deux banques qui essaient vraiment d'aller

dans des endroits éloignés. Il y a 66 communes où il n'y a aucun service financier. Nous devons déployer des dispositifs pour justement faire de l'inclusion financière dans ces communes.

Bien évidemment, on ne va pas mettre des points de vente pour diverses raisons. Déjà avec le digital, on ne le fait pas dans le monde urbain, on ne va pas le faire dans le monde rural. Pas pour des raisons de rentabilité, mais surtout pour des raisons de fréquentation. Nous sommes obligés de passer par la digitalisation pour réaliser l'inclusion dans ces communes. Il n'y a pas d'autre choix, notamment avec les solutions d'ouverture de compte, notamment avec les établissements de paiement qui sont aujourd'hui complètement digitalisés. Nous avons des solutions d'agences mobiles, même si elles ne sont pas digitales, au moins elles sont informatisées. Voilà donc nos réponses sur la partie inclusion financière.

Il y a aussi la data. C'est un axe important. Toutes les banques amassent beaucoup de données transactionnelles. Chez nous, il y a aussi les données transactionnelles, mais également des données de terrain parce que l'activité agricole nécessite la connaissance de l'exploitation. Nous avons des partenariats avec des start up qui sont sur les data GPS.

Avec tout cela, nous enrichissons alors notre big data pour faire notamment ce qu'on appelle le scoring à l'agriculture. C'est un scoring qui est basé sur la Big data.

Merci

M. Francis **KARIUKI**, Directeur Général de la Commission de la Concurrence (Kenya)



Permettez-moi de saisir cette occasion pour remercier le Conseil de la Concurrence marocain de m'avoir invité et de m'avoir fait bénéficier de l'hospitalité habituelle du peuple marocain. Merci beaucoup.

Avant de passer à mon intervention, j'aimerais partager avec la plénière la clé et les principes de base qui m'ont motivé en tant que régulateur lors de la régulation de l'économie à grande marge. Le principe fondamental est que vous devez être responsable, réactif et flexible face à cette réglementation. Lorsqu'un nouveau produit ou service arrive sur le marché, vous devez vous demander en premier pourquoi est-il arrivé sur le marché ? Ensuite, la deuxième question est de savoir comment ce produit est livré sur le marché ?

Troisièmement, vous devez vous demander : **est-ce que cela a des conséquences ? et ces conséquences sont-elles positives ou négatives ?**

Par conséquent, lorsque les paiements mobiles ont été introduits au Kenya ainsi que la digitalisation des services dans le secteur financier, c'est aussi rapidement que l'autorité que nous nous sommes avérée établie et réalisée que des marchés existent pour les clients. Ces marchés pour ces produits ont été développés

et les entreprises répondent au besoin de la majorité des clients.

Nous avons maintenant des clients qui sont des jeunes. Ils sont très agiles avec leurs doigts, mais très paresseux sur leurs jambes. Ils ne veulent pas bouger de l'endroit où ils sont assis, mais ils veulent obtenir un bon service. Par conséquent, cette digitalisation des marchés vise à prendre soin de ces clients.

L'autre considération que vous devez toujours prendre en compte en tant que régulateur concerne l'environnement dans lequel nous opérons. Comment effectuons-nous des transactions monétaires au Kenya avant le paiement mobile ? Nous utilisons des véhicules de transport public pour envoyer de l'argent à nos parents en milieu rural et ils devaient quitter leurs fermes et attendre le véhicule de transport public sur la route. Puis, lorsque ces paiements mobiles sont arrivés, ils ont opté pour cette solution qui a réduit les coûts de transaction et le temps nécessaire. Nous nous demandons, si vous n'accordez pas à cela l'opportunité de se développer, quelles seraient les répercussions pour l'ensemble de l'économie ?

Il y a des enjeux liés à l'environnement, à la COVID 19 et à la manière dont les paiements mobiles ont assuré la continuité des activités durant la COVID 19.

L'autre réalité que nous prenons en considération et que nous avons pris en considération, c'est qu'à l'heure de la mondialisation, les gens veulent accéder à leur compte bancaire où qu'ils soient. S'ils voyagent à l'échelle régionale ou mondiale, ils souhaiteraient accéder à leur compte bancaire. C'est la réalité du commerce international de nos jours.

L'autre raison pour laquelle les gens ou les acteurs du marché introduisent des produits sur le marché, c'est d'être compétitifs. Ils doivent se distinguer des autres concurrents et, par conséquent, ils doivent être en mesure de réduire leurs frais généraux et les autres coûts afin qu'ils puissent, au moins, assurer leurs marges.

L'autre chose la plus intéressante c'est de se rendre compte qu'ils peuvent eux même proposer des produits ou des services pour éviter ce que j'appellerai des obstacles réglementaires, à savoir certains règlements qui ont été édictés par le gouvernement et qui freinent la croissance.

En tant que régulateur, c'est ainsi que l'Autorité de la concurrence kenyane a abordé ce marché.

Qu'avions-nous constaté ? Nous avons relevé que la valeur des transactions monétaires, en particulier pendant l'année COVID, de 2020 à 2021, a augmenté de 63,2 %, passant de 9.000 milliards de dollars à 15.600 milliards de dollars au cours de cette année.

Vous pouvez constater que si vous n'aviez pas eu ce genre de services de paiements mobiles, ce genre d'activité n'aurait pas existé. Ensuite, nous avons noté que les transactions d'argent mobile ont augmenté de 32 %, s'élevant à 55,13 milliards de dollars américains par rapport à un PIB de 250 milliards de dollars en termes de parité de pouvoir d'achat. Vous pouvez noter que c'est tout à fait formidable dans une économie.

Ensuite, nous avons observé qu'en termes de services offerts et de marchés desservis, qu'avant les paiements mobiles ou les transferts d'argent mobile, les transactions étaient opérées de personne à personne. Actuellement, elles le sont entre une personne et une entreprise, ensuite d'entreprise à entreprise. Nous avons également noté que les comptes mobiles ont augmenté et supplanté la population kenyane. La population kenyane s'élève à 50 millions d'habitants et nous avons des comptes mobiles à 52,6%. En tant que régulateur, nous avons été en mesure de faciliter ce type de croissance.

Le secteur bancaire n'est pas en reste. Nous avons constaté une augmentation de 6,4 % des transactions digitales. Vous pouvez constater qu'il n'y a pas eu beaucoup de croissance dans le secteur bancaire ou s'interroger pourquoi n'avions-nous pas enregistré ce genre de croissance.

Mais, cette croissance est soutenue par le lancement et la promotion de l'utilisation des applications bancaires par les banques. En fait, la dernière fois que je suis allé à la banque, c'était il y a quatre ans, car ma carte de débit avait expiré, et c'est à ce moment-là qu'ils m'ont appelé pour me demander : avez-vous toujours besoin de votre carte ? Je ne vais pas dans une agence bancaire et je ne suis même jamais allé à un guichet automatique, car j'effectue toutes mes transactions via mon mobile : je retire mon argent de mon compte bancaire. Je le mets dans mon portefeuille électronique. Je l'envoie à ma mère qui réside en milieu rural, qui fait ses courses au magasin, se fait livrer par vélo et paie en utilisant de l'argent mobile. C'est une transaction qui prend peut-être 2 minutes.

Voyez-vous l'énorme vitesse de croissance de l'argent dans l'économie ? Il n'y a pas de frais d'assurance et il n'y a pas de frais de transaction non plus.

Mais, ces marchés doivent travailler main dans la main, car l'Internet est indispensable. On se rend compte ainsi que ce type de croissance a également été soutenu par la forte pénétration d'Internet au Kenya, ainsi que par le nombre de personnes détenant des téléphones portables au Kenya.

Dans le secteur bancaire aussi, nous avons relevé que les banques, en particulier les plus grandes, investissent dans l'intelligence artificielle. Les banques ont amélioré leur jeu ces derniers temps : lorsque ma banque s'est rendu compte qu'il y avait des dépôts sur mon compte bancaire, je vois toujours un e-mail généré par une intelligence artificielle me disant que vous pouvez augmenter votre crédit, alors qu'avant, il fallait littéralement aller les quêmander.

Pourquoi font-ils cela ? Parce que nous avons maintenant des prêteurs de services financiers digitales qui arrivent sur le marché. Pourquoi les banques n'ont-elles peut-être pas été en mesure de se transformer vers ce type de digitalisation ? C'est faute d'un monde meilleur. Il y a eu beaucoup de conservatisme réglementaire de la part du principal régulateur



qui est la banque centrale, peut-être à cause des défis prudentiels et systémiques auxquels les banques sont confrontées. Mais, de mon de vue personnel, si nous ne sommes pas un peu souples et réceptifs face aux besoins et aux réalités, les banques pourraient être confrontées à vivre le cas Kodak pour aller de l'avant.

Il est donc nécessaire que l'appréciation du régulateur se fasse de manière à assurer la plus grande flexibilité des banques dans le traitement de certains produits que nous voyons actuellement sur le marché.

Mais tout cela n'est pas rose. Il y a quelques défis en termes de concurrence. Au Kenya, les entreprises dominantes avaient des accords d'exclusivité avec toutes les agences. Avant, pour déposer de l'argent dans votre portefeuille électronique et si vous vouliez accéder à une véritable monnaie forte, il fallait aller chez un agent vous deviez aller chez un agent et retirer de l'argent. Actuellement, l'entreprise dominante qui avait conclu des accords exclusifs avec les principaux agences n'existe plus et les autres concurrents ne pouvaient pas accéder à ces agences. Mais nous sommes intervenus et nous avons ouvert ces agences.

La chose la plus intéressante aussi c'est de savoir quand intervenir ? Et à quelle vitesse intervenez-vous ? Parce le temps de trouver cette solution, la technologie était passée à un autre niveau. Vous n'aviez pas besoin de l'exclusivité et vous n'aviez pas besoin de ces agents. Vous pouvez désormais effectuer des transactions et acheter n'importe quoi sans les devises fortes.

La question qui nous est venue à l'esprit est donc la suivante : quand devriez-vous intervenir en tant que régulateur une fois que vous gaspillé vos ressources ? Je me souviens aussi qu'il y avait un problème car beaucoup de gens achetaient au moment où l'Agence française de la concurrence menait des négociations avec Google pour parvenir à une décision. Ce sont des domaines où en tant que régulateurs nous ne maîtrisons pas la valeur des produits. Il est donc généralement nécessaire de négocier avec la personne que vous réglemez pour apprécier cette valeur et parvenir à une solution qui soutient l'innovation, sans pour autant la restreindre.

En fin de compte, au Kenya, nous avons pris davantage de décisions d'engagement plutôt que d'aller pénaliser les gens ou de s'adresser au système judiciaire et cela prend 3 à 4 ans, quand on peut avoir une approche de résolution du problème existant.

L'autre domaine qui a été abordé par les précédents orateurs concerne l'inefficacité de notre cadre réglementaire actuel relatif aux lois en vigueur régissant la position dominante, où peuvent-elles remédier à ce problème lorsqu'une entreprise occupe ce que j'appelle une position importante et que l'entreprise dominante est celle à qui on recourt désormais pour les paiements mobiles dans les agences gouvernementales au Kenya. C'est elle à qui en recourt pour les paiements de taxi et pourtant ce n'est pas considéré comme étant une position abusive.

Que se passerait-il si elle vient à s'effondrer ? Telles sont les questions que nous nous posons en tant que régulateur.

L'autre domaine concerne la data. Elles ont accumulé ces données et ces données constituent désormais ce que j'appellerais un facteur clé de la compétitivité. Mais la question que je me poserai personnellement : la détention de ces données est-elle une finalité en soi ? Qui est le détenteur du plus

Il a fallu s'adresser à la Banque centrale, parce qu'il s'agit d'argent, et le gouverneur de la banque centrale est un homme que je respecte vraiment parce qu'il a dit : « Essayons cela, mettons cela dans un bac à sable ». Il fallait obtenir l'autorisation du Trésor public. Le ministre était convaincu, et après cette introduction, l'agence de la concurrence a dû se joindre à nous pour dire qu'il n'y avait aucun problème de concurrence.



grand gisement de données ? Eh bien, c'est le gouvernement, mais malheureusement, le gouvernement n'a pas été en mesure de réutiliser ces données pour les améliorer. Les données sont donc une variable. Leur valeur dépend de la façon dont vous les réutilisez. Pour moi, ce n'est pas une finalité.

Par conséquent, même si nous parlons de la portabilité des données, cela devrait se faire dans les domaines où nous sommes en concurrence. De plus, nous ne devrions pas restreindre la motivation des entreprises à s'occuper de leurs propres données dans le but d'attendre que d'autres s'occupent de leurs données.

Les paiements mobiles ont été développés par un acteur privé. L'opérateur de réseau mobile Safaricom, qui occupe une position dominante, a dû évidemment obtenir des autorisations de la part d'une agence gouvernementale.

Lorsque vous parlez de l'impact, je viens de parler de la minimisation du coût de la transaction. Quand je regarde l'histoire, avant les paiements mobiles, à la fin du mois, ils avaient l'habitude d'emprunter le véhicule de transport public pour se rendre à ma maison rurale à 300 kilomètres, de récupérer cet argent et de l'apporter à ma mère. Si ce véhicule tombe en panne en route, ma mère ne saura pas si cet argent est parvenu.

L'autre domaine concerne la réduction du coût de l'assurance. Je retire de l'argent de mon compte bancaire, je le mets dans mon portefeuille électronique et je l'envoie directement. Je n'ai pas besoin d'assurance, car la transaction est également assurée sur un compte virtuel dans une banque par l'opérateur de téléphonie mobile.

Ce sont les avantages que nous avons constatés en termes d'emploi pour la population et d'augmentation de la vitesse de l'argent.

M. Mounir **CHRAÏBI**, Directeur Exécutif, Bank of Africa (Maroc)



Je ne vais pas parler au nom des banquiers. Je vais parler au nom des acteurs du paiement mobile. Ça me permettra d'être plus à l'aise. C'est cette cassette là que je porte aujourd'hui.

On a entendu le président Lotfi SEKKAT parler des technologies, de notre projection, de la cible ... etc. De par mon expérience et je parle de l'expérience du paiement mobile, on se rend compte qu'au Maroc, le sujet de la technologie n'est pas un problème.

Au Maroc, nous avons les ingénieurs, la population est jeune, la population est suréquipée en téléphones mobiles, très connectées à Internet. Nous avons de l'offshoring et plein de centres de développement des multinationales au Maroc. Nous n'avons pas donc un problème de technologie. Nous avons en revanche un problème d'adoption : La capacité de la population à intégrer un système concret. Le paiement mobile est pour moi l'exemple de la difficulté que nous rencontrons à injecter un nouveau système dans notre pays.

Je voudrais alors signaler qu'en termes d'inclusion financière, le Maroc souffre. Aujourd'hui, il y a beaucoup trop de cash. C'est une priorité très importante pour la banque centrale, même si le Wali ce matin n'en a pas

beaucoup parlé, mais pour lui, c'est un souci important.

Aujourd'hui, on estime la circulation du cash à 26 % du PIB au Maroc. Elle est en augmentation. La période COVID a boosté la circulation du cash dans notre pays. On peut revenir sur les raisons, probablement parce qu'on a donné les aides en cash alors qu'on pouvait le faire autrement.

À titre de comparaison par exemple, la Tunisie est à 13 % et la Turquie est à 16 % de circulation du cash ramenée au PIB. Nous sommes donc dans un pays où le cash augmente et la banque centrale est très consciente de cela. D'ailleurs, sur recommandation des bailleurs de fonds et même des banques qui souffrent de la présence du cash parce que le système bancaire souhaiterait bien récupérer ce cash dans le système financier, puisque cela favoriserait probablement l'accélération des financements au niveau du Maroc, la banque centrale a lancé en 2018-2019 le système de paiement mobile. C'est une initiative très récente.

Constatant que l'inclusion financière ne pouvait pas être réalisée avec uniquement les acteurs bancaires qui sont des acteurs installés essentiellement dans les villes, avec des investissements importants et des facturations importantes par rapport à une population qui n'aurait pas les moyens de payer les services bancaires, la banque centrale a donc ouvert la voie à 19 établissements de paiement et a donné de nouveaux agréments à de nouveaux acteurs, comme les sociétés de transfert d'argent ou encore des purs players digitaux qui sont arrivés. Il y a eu alors 19 agréments qui ont été accordés en 2019.

En 2019, Nous avons commencé à nous réunir. Ces acteurs et les banques ont créé un GIE-Paiement mobile (Groupement d'Intérêt Économique) et m'ont honoré en m'élisant comme président de ce groupement, et c'est

à ce titre-là que je voudrais présenter leur expérience.

Pendant deux ans, ces acteurs ont massivement investi. Je parle essentiellement des établissements de paiement, parce que les banques avaient déjà leurs infrastructures et donc l'investissement était marginal. Mais, les établissements de paiement ont beaucoup investi et, en deux ans, ils ont eu une proposition de valeur totalement performante qu'on pourrait comparer au Kenya puisqu'avec le paiement mobile aujourd'hui, vous pouvez vous enrôler immédiatement, c'est à dire créer un compte mobile immédiatement, recevoir ou transférer immédiatement de l'argent. Aujourd'hui, le transfert d'argent est instantané grâce au système qui a été mis en place. Le système est interopérable, c'est à dire que les acteurs peuvent faire des transferts entre eux et avec la banque centrale. Nous sommes allés même plus loin, puisque les comptes mobiles sont « RIBés » (possèdent un RIB-Relevé d'Identité Bancaire) et peuvent donc aussi être connectés au système bancaire et vice-versa. On peut recevoir par les banques, des virements sur les comptes mobiles. Les frais d'interchange ont été divisés par trois par rapport au système bancaire, donc vraiment low cost : 0,4 % hors taxe sur les frais d'interchange. Les nouveaux acteurs ont amené des points de vente, ce qu'on appelle des détaillants qui permettent donc à la population de s'enrôler, de faire du cash-in et du cash-out. En deux ans, nous sommes arrivés à 20.000 points de vente, alors que le système bancaire n'en avait que 6.000 ou 7.000.

Nous avons créé une nouvelle proximité qui n'était pas suffisante puisqu'on l'a doublé entre 2021-2022. Nous avons amené une proximité qui n'existait pas. Par la suite, il y a eu des développements pour faire en sorte que le nouveau système puisse profiter du système bancaire existant. Maintenant, avec le paiement mobile, vous pouvez sortir du cash d'un guichet automatique, vous pouvez connecter une carte monétique pour faire des paiements là où le commerçant n'a pas prévu de recevoir du paiement mobile et vous pouvez

faire aussi du e-commerce. Certains acteurs ont pu même faire des paiements facturiers sur toutes les régies ou même charger le téléphone. Nous avons donc une offre technologique complète, interopérable, d'utilisation simple, instantanée. Cependant, l'activité n'est pas au rendez-vous. Il est vrai que nous ne sommes qu'au début. Nous pouvons avoir cela comme explication. Mais, avec mes collègues, nous avons cherché à comprendre pourquoi nous avons du mal à décoller.

Aujourd'hui, c'est 2 milliards de dirhams de volume et 6 millions de wallet et sur ces 6 millions de wallet, c'est moins de 10 % qui sont actifs. Nous avons donc une activité encore faible ou une activité en devenir. Mais ce n'est pas le plus grave, car si le système ne prend pas, les nouveaux acteurs vont s'arrêter parce qu'ils risquent de ne pas retrouver le business model qu'ils avaient prévu pour pouvoir fonctionner.

Lorsqu'on regarde de près, on se rend compte qu'environ 30% des raisons de ce non fonctionnement sont dues à la régulation et cela est étonnant !

Nous avons un régulateur évidemment très reconnu. Les banques sont extrêmement bien régulées. Les banques ont pu déployer en un mois, la distribution des aides COVID à 4 millions de personnes. Nous avons un système solide, mais lorsque cette régulation a été appliquée aux établissements de paiement, on s'est rendu compte qu'elle était étouffante ! Elle ne s'est pas adaptée au fait qu'on soit un système naissant et qui a besoin de souplesse (j'ai entendu tout à l'heure flexibilité et réactivité), et elle a besoin d'être à l'écoute.

Au début, nous avons lancé trois types de comptes mobiles. Mais lorsqu'on regarde finalement les comptes, la réglementation stipule que dès que vous dépassez le plafond de 200 dirhams, vous avez une régulation qui est équivalente à celle d'une banque. Vous devez faire le KYC (Know Your Customer), vous devez faire le filtrage, le profilage, vous devez gérer les homonymies... Vous êtes alors déjà dans un système beaucoup trop complexe par rapport à une population qui veut de la

simplicité et qui doit comprendre simplement ce que c'est qu'un compte mobile.

Probablement, il y a nécessité de procéder à une simplification de la procédure. Ensuite, le deuxième point dont on se rend compte, est que même si la banque centrale nous a accompagnés là-dessus, lorsqu'il a fallu intégrer les détaillants, les commerçants, il y avait l'obligation de demander le registre de commerce, la patente, l'identification fiscale, ...etc. Or, ces gens-là n'en ont pas.

Nous avons alors réussi à convaincre la banque centrale de ne pas être exigeante là-dessus. Elle a dit : « je ne vais pas être exigeante là-dessus, mais à vos risques et périls ». Donc, les établissements de paiement ont commencé à travailler avec des détaillants qu'ils doivent payer. Ces détaillants ne sont pas recensés. Donc demain, ils peuvent faire l'objet d'un redressement fiscal et leur reprocher d'avoir facturé des gens qui n'ont pas de numéro de patente ...etc. Voilà donc un deuxième point qui est important.

Et puis le troisième point qui est tout aussi important, est que ces établissements de paiement sont aujourd'hui dans une régulation, comme une banque. Personnellement, j'ai vu que pour un petit établissement de paiement, il faudrait qu'il fasse au moins 50 déclarations réglementaires par an ! Il y a des déclarations trimestrielles et des déclarations annuelles. Ils doivent investir massivement dans les systèmes de conformité. Ils se retrouvent alors, à faire les mêmes investissements qu'une banque.

Ceux qui sont adossés à une banque peuvent profiter des investissements de la maison mère, mais ceux qui ne le sont pas, vont avoir beaucoup de mal.

Il y a donc manifestement un décalage de la régulation par rapport au niveau d'activité. Il faut probablement lâcher du lest pour laisser l'activité prendre et puis réguler un peu plus dans le temps. Ça, c'est le premier sujet.

Le deuxième sujet qui représente 70 % des raisons pour permettre au paiement mobile de démarrer est l'enrôlement des programmes sociaux.

Au Maroc, aujourd'hui, il y a 130 programmes sociaux et je ne sais pas si vous les connaissez tous. Il y a le **RAMED** (Régime d'Assistance Médicale), **TAYSSIR** (les allocations aux parents pour la scolarisation de leurs enfants), ...etc. il y a plein d'aides et ces aides sont versés aujourd'hui sous forme de mandats. Ce qui est alors demandé est que ces aides introduisent le paiement mobile comme obligation pour recevoir son argent.

Aujourd'hui, pour ceux qui suivent l'actualité, il y a le Registre Social Unifié (RSU) qui va être mis en place, où toutes les populations susceptibles d'être éligibles à une aide doivent d'abord être recensées, ce qui pourrait signifier qu'elles doivent être équipées par un compte mobile et pourrait demain engendrer une activité intéressante.

Le registre social unifié prévoit 10 millions de familles dès 2023, 25 millions en 2025. Donc ce serait évidemment le vrai lancement du paiement mobile lorsque ces populations auront été embarquées. Donc voilà, c'était un peu le témoignage que je souhaitais faire sur le paiement mobile.

Modérateur : Merci. Rapidement, est-ce qu'il n'y aura pas une problématique de répartition de la rémunération avec toutes ces chaînes de valeur ?

Bien sûr qu'il y a un sujet de rémunération. Mais ce sujet va être absorbé par l'activité et par le volume. Pour qu'un détaillant puisse être rentable, il faudrait qu'il réalise 50 opérations par jour. Aujourd'hui, ils en sont à 5, 7 ou 10. Si vous atteignez ce seuil, vous atteignez un niveau de rentabilité qui permet aux détaillants de se retrouver. D'ailleurs, la rentabilité des détaillants est un point crucial pour le paiement mobile.

M. Hicham EL ALAMI, Directeur du pôle Support et Développement de l'Autorité Marocaine du Marché des Capitaux-AMMC (Maroc)



D'abord, je voudrais remercier les organisateurs pour cette conférence et pour avoir associé l'AMMC au débat.

Depuis le début des échanges, on a beaucoup parlé de systèmes de paiement, de banques. C'est logique, il y a d'éminents banquiers au niveau du panel. Juste un mot pour l'assistance, pour dire que le marché des capitaux contribue aussi au financement de l'économie.

Je donnerai deux chiffres : La gestion collective représente au total environ 600 milliards de dirhams, soit l'équivalent de 50 % du PIB. Chaque année, plus de 50 milliards de dirhams sont levés sous forme de dette.

Je voudrais partager avec vous un certain nombre de points ou d'idées que j'ai notés sur du papier. Je ne suis pas dans la digitalisation aujourd'hui, mais j'espère que cela vous intéressera !

En tout cas, je vais quand même répondre d'abord à votre question. Vous avez demandé si nous étions ouverts ? Je pense qu'il y a un point qui est absolument essentiel et que tout le monde a évoqué, en particulier Francis : Le succès de l'expérience kényane a été tributaire d'un facteur clé, à savoir **la souplesse**.

Il a parlé de souplesse, il a parlé de « Sandbox ». Qu'est-ce que le « Sandbox » ou « Bac à sable » en français ? C'est tout simplement un régime dérogatoire où on permet à un porteur d'idées ou de projet de pouvoir expérimenter son projet à une échelle petite pour qu'il n'y ait pas un impact important, mais cela suppose des dérogations aux règles. Or, la difficulté que nous avons, d'ailleurs M. Chraïbi l'a évoqué, au niveau de la régulation de Bank Al-Maghrib, mais d'une façon générale, c'est que notre dispositif législatif et réglementaire est assez rigide, et je vous dis pourquoi. Parce que nous avons culturellement et historiquement l'habitude de mettre beaucoup de détails dans nos lois, ce qui fait qu'à chaque fois qu'il faut modifier les textes, le processus est long. En fait, nous devons commencer à vraiment changer d'approche. Cela prend du temps. C'est une véritable rupture. D'ailleurs, c'est un peu l'approche anglosaxonne : garder les principes au niveau de la loi et renvoyer tout le reste vers le réglementaire.

D'ailleurs, cela a été dit ce matin : le temps des marchés n'est pas le temps de la réglementation. Cet écart-là fait que mécaniquement, ce dispositif qui est ce qu'il est, est un facteur de blocage. Il faut se le dire. Je suis sûr qu'il y a une prise de conscience et qu'il y a une évolution qui va dans ce sens.

Je voudrais partager avec vous d'autres éléments. D'abord, au niveau du marché des capitaux, nous assistons aujourd'hui non seulement à une évolution, mais à une véritable transformation. Quelle est la différence entre les deux ? Historiquement, si je prends l'exemple de la Bourse de Casablanca, nous avons donc un système à la criée. Nous sommes passés à un système électronique avec une délocalisation, ...etc. Mais au fond, rien n'a changé, si ce n'est la technologie qui facilite les choses. On peut parler ici d'évolution, mais ce à quoi on assiste aujourd'hui, c'est véritablement une transformation. Par exemple, le système du

dépositaire central, « Maroclear » en l'occurrence chez nous au Maroc, représente le tiers de confiance. Avec la blockchain, il n'y a plus de dépositaire central, il n'y a plus d'intermédiaire. Donc on vit autre chose et avec de nouveaux risques parce que jusque-là, nous avons des vis-à-vis qui sont identifiées et des responsabilités qui sont claires. La responsabilité d'un dépositaire est claire et elle est régie par une loi. La même chose pour les intermédiaires. Demain, avec la blockchain, à qui doit-on s'adresser ? Qui a l'information ? Avec tous les risques qui y sont associés.

Je ne veux pas être très long, j'ai beaucoup d'éléments que j'aimerais partager avec vous. C'est une tendance qui est irréversible de toutes les manières. Quand on voit les chiffres que j'ai sous les yeux, je me base sur un site qui s'appelle « Coin market cap », c'est amusant parce que j'avais noté sur ma fiche que la capitalisation des crypto actifs était de 946 milliards de dollars, mais quand j'ai jeté un coup d'œil aujourd'hui, elle est passée à 878 milliards. Sur le site, il était indiqué qu'il y avait une baisse de 10 % entre hier et aujourd'hui. C'est juste pour vous dire la volatilité



Un risque qui vient tout de suite à l'esprit, c'est le blanchiment des capitaux. On ne sait pas qui détient quoi ? Qui est le bénéficiaire ? Or, on sait que c'est un vrai sujet et que le Maroc aujourd'hui est sur le point de sortir de la liste grise. Tant mieux, mais c'est une véritable problématique qui n'est pas propre au Maroc, loin de là.

C'est une question qui est abordée au niveau international et nous avons organisé d'ailleurs, il y a deux ou trois semaines, ici même à Marrakech, dans ce lieu, la réunion annuelle de l'OICV, (Organisation Internationale des Commissions de Valeurs). Pour vous donner une idée, l'OICV, c'est 230 membres qui régulent 95 % de la finance mondiale. Pendant cette réunion, la question du blanchiment des capitaux est ressortie avec tout ce qui est FinTech.

de ce type d'instrument.

Je voudrais évoquer un autre point qui est important, c'est qu'il faut distinguer la technologie de l'utilisation qui en est faite. La technologie en tant que telle est bénéfique. C'est un instrument extraordinaire de l'inclusion financière, mais il peut être utilisé de différentes manières. Aujourd'hui, le débat reste ouvert. Il y a les crypto monnaies dont vous voyez la volatilité et on se pose la question de ce qu'il y a derrière. Est-ce qu'il y a une création de richesse ? En revanche, la technologie offre, par exemple, simplement pour des instruments classiques, tels que les obligations ou autres, la possibilité de les « tokeniser ». Les instruments restent les mêmes, mais ils sont « tokenisés ». Ça veut dire quoi ? Ce sont des tokens, donc c'est virtuel. En fait, il faut une monnaie aussi virtuelle et cela



permet beaucoup de choses, notamment la réduction de coûts, l'instantanéité de l'échange, ... etc. La technologie a beaucoup d'avantages. C'est une excellente chose. En revanche, il faut faire attention à son utilisation. Bien sûr, il y a les risques de cybersécurité, les risques de fraude, les risques opérationnels ... tout cela a été évoqué ce matin. Les risques sont là. Le régulateur doit, d'abord, identifier les risques et il doit comprendre les mécanismes. Cela suppose, donc, plusieurs choses. En tout cas, pour ce qui est de l'AMMC, nous avons une approche très pragmatique :

1) Il faut former des équipes. On ne peut pas encadrer ou réglementer quelque chose qu'on ne maîtrise pas.

2) Il faut tester la technologie. Il faut la démystifier. A ce sujet, avec une banque de la place, il y a eu une petite opération de placement privé en utilisant la blockchain. Nous avons mis la main à la pâte en quelque sorte, pour savoir (l'autorité avec les opérateurs).

Il faut alors, tester et se former pour pouvoir donc encadrer.

Dernier point, il faut agir de manière globale. Il n'y a pas de frontières. Les nouvelles technologies n'ont pas de frontières.

Alors c'est paradoxal. Aujourd'hui, avec les tensions géopolitiques, au moment où on parle de démondialisation, avec les problèmes de chaîne d'approvisionnement où on essaie vainement de rapatrier la production au niveau régional, voire local. On a beau essayé. Ce n'est pas une question de

volonté, mais c'est absolument impossible. Il n'y a pas d'autres manières pour encadrer les FinTech, si ce n'est la coopération tous azimuts au niveau international. C'est un point qui a été évoqué lors de la réunion de l'OICV, mais c'est aussi l'approche que nous avons adoptée en interne. M. le Wali en a parlé ce matin lorsqu'il a évoqué ce groupe de travail national dont l'AMMC est membre, ainsi que la banque centrale, l'autorité de régulation des assurances et l'autorité nationale du renseignement financier puisqu'il y a la dimension que j'ai évoquée, de lutte contre le blanchiment de capitaux. Nous travaillons donc de concert pour avoir une réglementation souple, ouverte et évolutive.

Dernier point, puisque on parle de concurrence, je voudrais lancer une idée : Il y a les mécanismes classiques aujourd'hui, avec un dépositaire central, avec une bourse, ...etc. et il y a l'autre mode de fonctionnement, qui est nouveau, notamment avec la blockchain. Ne faudrait-il pas assurer des conditions d'une concurrence saine entre ces deux modes ? Pour cela, il faut quelque part réglementer, et c'est ce que nous avons entamé, parce que réglementer, c'est légitimer.

Je peux vous dire que beaucoup d'intervenants sur le marché aujourd'hui veulent la réglementation, veulent qu'on légitime ce qu'ils font. Bien entendu, il y a aussi le financement de ces startups. Je crois que cela a été évoqué, il y a le crowdfunding qui arrive. Ce n'est pas la solution miracle, mais je pense qu'il va quand même contribuer à financer ces startups.

Merci.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

PANEL 5

LA CENTRALITÉ DE LA DONNÉE DANS LES MARCHÉS NUMÉRIQUES



Roberto **RUSTICHELLI**

Président de l'Autorité
de la concurrence

Italie



Amine Mounir **ALAOUI**

Président de la Commission de la Société
de la Connaissance et de l'Information,
Conseil Économique Social
et Environnemental-CESE

Maroc



Daniel **GUARNERA**

Conseiller Sénior au
Ministère de la Justice

USA



Xavier **REILLE**

Directeur du Bureau Maghreb et Djibouti,
International Finance Corporation

Groupe Banque Mondiale

M. Roberto **RUSTICHELLI**, Président de l'Autorité de la concurrence (Italie)



Monsieur le président,

Distingués Représentants des institutions,

Mesdames et Messieurs,

Chers collègues,

Je tiens à remercier le président Rahhou pour son hospitalité et l'allocution très accueillante qu'il a adressée à cette assemblée consacrée aux défis de la transition numérique entre régulation et concurrence. J'espère que cette occasion de discussion renforcera encore les solides relations de coopération entre notre pays et les institutions déjà concernées_ par le projet de jumelage fondé par l'UE.

Dans mes propos introductifs, je soulignerai le rôle de la politique de la concurrence sur le marché digital, en mettant l'accent sur la pertinence des données en matière de concurrence, puis en examinant si et dans quelle mesure cette intervention antitrust supplémentaire des autorités de la concurrence devrait être adaptée pour mieux répondre aux résultats actuels des marchés. Les données sont une nouvelle volonté. Il y a seulement cinq ans, un éditorial publié dans *The Economist* inventait cet heureux slogan, qui montre l'importance cruciale des données pour le développement de nombreux secteurs

économiques où les données ont acquis un rôle plus important que les combustibles fossiles traditionnels.

Sur les marchés numériques, l'accès à une quantité croissante de données est le gage de l'existence de fortes économies d'échelle et de la pertinence du réseau, ce qui a conduit à une concentration remarquable du pouvoir de marché entre les mains d'un petit nombre d'acteurs.

Une telle évolution soulève de sérieuses inquiétudes non seulement en ce qui concerne le libre exercice de l'initiative économique, mais aussi pour le monde démocratique de notre société. Les autorités de la concurrence sont soumises à une pression intense pour identifier les outils politiques les plus appropriés afin de relever les défis découlant de la digitalisation de l'économie.

Je suis respectueusement d'avis que ces défis peuvent être relevés avec succès par l'autorité antitrust. Nous devrions prêter attention à la fois à la nécessité d'une intervention rapide et à la protection des incitations à l'innovation.

Tout d'abord, permettez-moi de vous assurer que la taille des grands acteurs du numérique ne justifie pas en soi une intervention antitrust. En fait, dans les secteurs numériques, la présence de coûts fixes élevés et d'un coût marginal presque nul se traduit inévitablement par d'importantes économies d'échelle et d'envergure qui, combinées à d'importantes externalités de réseau, conduisent à des structures de marché dominées par un petit nombre d'acteurs.

Sur un tel marché, la concurrence fonctionne rarement selon le paradigme traditionnel. Nous envisageons la présence de nombreuses entreprises sur le marché.

Sur les marchés numériques, la concurrence se manifeste plus souvent sous la forme d'une sous-section de monopoles consécutifs, chacun replanifiant le précédent par une innovation vertueuse ou destructrice.

En effet, dans ces marchés, le paradoxe antitrust est représenté par le fait que le monopole constitue un résultat physiologique à long terme du jeu concurrentiel.

De ce point de vue, la tâche principale des autorités de la concurrence n'est pas de veiller à ce qu'une pluralité d'opérateurs reste sur le marché, indépendamment des considérations d'efficacité ou des préférences des consommateurs. Les autorités de la concurrence sont plutôt appelées à veiller à ce que les entreprises dominantes ne profitent pas de leur pouvoir de marché pour supprimer l'innovation.

La disponibilité exclusive d'une grande quantité de données générées par l'utilisation de l'interaction peut aider les entreprises dominantes à adopter des comportements qui réduisent considérablement la contestabilité des marchés numériques, conduisant à une cristallisation de la dynamique concurrentielle sur ces marchés.

La concentration croissante de grands volumes de données aux mains d'un petit nombre d'opérateurs peut impacter les approches concurrentielles d'une manière susceptible d'affecter la dynamique concurrentielle.

Premièrement, les données permettent d'améliorer l'expérience des consommateurs et la qualité des produits, ce qui crée une situation dans laquelle l'expansion de la base d'utilisateurs et la production d'un plus grand nombre de données font que les petits concurrents ne sont pas en mesure de contester la position de l'entreprise dominante.

C'est particulièrement évident en ce qui concerne les plates-formes bilatérales pour lesquelles l'accès aux données génère d'importants effets de réseau, attirant directement de nouveaux utilisateurs et augmentant indirectement les revenus des services fournis contre rémunération.

Deuxièmement, la pression concurrentielle peut s'exercer en fin de semaine en cas de restriction de l'interopérabilité ou du transfert des données produites par l'entreprise dominante, lorsque les utilisateurs n'ont pas le contrôle des données qu'ils génèrent.

L'impossibilité de transférer des données à un autre opérateur peut constituer un facteur dissuasif important et distinct pour les opérateurs souhaitant changer de fournisseur. Le problème est d'autant plus évident avec l'écosystème digitale où persiste une polarité des marchés. Dans de tels cas, le manque d'interopérabilité avec les produits proposés par les concurrents pourrait constituer une barrière importante à l'entrée ou à l'expansion.

En effet, la portabilité des données vers ces facilités que sont la circulation des données et la mobilité des utilisateurs offre aux concurrents la possibilité d'exercer une pression concurrentielle standard sur l'opérateur historique dont la domination repose sur la création d'un écosystème basé sur la gestion d'une quantité pratiquement illimitée de données.

En outre, l'accès à une grande quantité de données peut protéger les entreprises dominantes de l'innovation, qui pourrait menacer leur position sur le marché. Tout d'abord, la disponibilité de données sur les marchés dominants facilite l'expansion des domaines sur les marchés connexes. Cela peut mettre les opérateurs dominants en concurrence directe avec leurs clients, dont les stratégies commerciales sont désormais connues des dominants, qui sont alors capables de réagir à toute initiative commerciale.

De plus, la disponibilité des données permet d'identifier rapidement toute menace concurrentielle potentielle et d'acquérir systématiquement des startups innovantes avant qu'elles ne puissent réellement nuire à la domination de l'entreprise historique.

Par conséquent, en l'absence de mesures correctives, les grandes entreprises qui développent déjà une capacité compacte non reproductible pour acquérir, gérer et analyser des données deviendront les gardiens des futurs développements techniques.

La complexité des scénarios technologiques et l'importance cynique des implications sociales et politiques, associées à l'émergence de grandes entreprises parmi les propriétaires



d'actifs digitales, suscitent des doutes quant à l'efficacité des outils antitrust traditionnels pour répondre aux défis soulevés par la digitalisation de l'économie.

Ainsi, des interventions réglementaires incisives ont été évoquées, allant jusqu'à l'imposition de mesures visant à la concentration et à l'éclatement de grands acteurs digitaux, à l'instar de la dissolution de l'ordre des trusts autonomes par la Cour suprême des États-Unis en 1911. À cet égard, il me semble que l'autorité de la concurrence, en particulier en Europe, a montré qu'elle pouvait protéger avec succès la dynamique concurrentielle des marchés où les données sont une variable concurrentielle clé.

L'Autorité italienne de la concurrence, par exemple, a récemment infligé à Amazon une amende de plus d'un milliard d'euros pour avoir abusé de sa position dominante en accordant un traitement préférentiel à des vendeurs tiers qui utilisaient le service logistique d'Amazon, nuisant ainsi aux concurrents d'Amazon sur ce dernier marché.

La Commission européenne vient de finir le test de marché sur les engagements soumis par Amazon en ce qui concerne l'utilisation de données commerciales non publiques de vendeurs tiers.

En effet, Amazon peut évaluer de telles données en tant que gestionnaire de plateforme, mais entretient également une relation concurrentielle avec ces mêmes vendeurs.

En outre, en juillet 2020, l'Autorité italienne de la concurrence a engagé une procédure à l'encontre de Google pour une prétendue entente entravant l'interopérabilité des données. En particulier, Google limiterait la possibilité pour les consommateurs de partager leurs données stockées dans la plateforme Google avec d'autres plateformes concurrentes.

Deuxièmement, un tel comportement pourrait entraîner une restriction de la concurrence parce qu'il limite la capacité des concurrents de Google à développer une forme innovante d'utilisation des données personnelles. L'efficacité de l'intervention antitrust sur les marchés numériques est parfois remise en question en raison de la complexité de l'enquête nécessaire à l'évaluation et à la constatation de l'infraction.

De ce point de vue, l'action des autorités de la concurrence serait en mesure de suivre l'évolution rapide et dynamique des marchés digitaux.

À mon avis, les critiques ne semblent pas pleinement fondées. Il ne fait aucun doute que des initiatives d'application de la loi en temps opportun sont indispensables dans le secteur numérique, afin de ne pas causer de dommages irréversibles à la structure des marchés.

De mon point de vue, les outils dont dispose l'autorité de concurrence se sont avérés modifiables pour atteindre cet objectif. En effet, l'analyse comparative démontre l'efficacité

de l'adoption de mesures internes, même sur des marchés caractérisés par un niveau élevé d'innovation.

Ainsi, en janvier 2019, la Commission européenne est déjà intervenue au niveau interne en exigeant de la société « Broadcom » de suspendre immédiatement l'application de certaines clauses d'exclusion dans ses contrats avec ses fournisseurs. Le recours à la décision d'intention commune a également permis à l'autorité de la concurrence de rétablir et de relancer rapidement la concurrence sur les marchés dominés par les grands opérateurs digitaux.

Les pratiques décisionnelles des autorités de la concurrence dans le secteur digital, ainsi que les nombreuses études de marché réalisées afin de mieux comprendre les caractéristiques des marchés digitaux, ont inspiré la dernière intervention réglementaire visant à renforcer la capacité de l'autorité de la concurrence à mener des enquêtes dans un tel contexte.

À cet égard, je voudrais évoquer la réglementation relative à l'accès aux marchés digitaux (DMA- Digital Markets Act), publiée il y a quelques jours seulement au Journal officiel de l'UE, qui, sur la base de l'expérience acquise par les autorités de la concurrence, établit certaines règles de conduite pour les entreprises disposant d'un pouvoir de marché considérable, à savoir les gatekeepers (ou gardiens).

La DMA, qui vise à assurer le financement et la contestabilité des marchés numériques, ne remplacera pas l'intervention antitrust traditionnelle, mais renforcera son efficacité, car les deux formes d'application sont complémentaires.

Tout d'abord, l'identification d'obligations comportementales précises réduira l'incertitude juridique pour tous les opérateurs économiques et renforcera l'effet dissuasif des interdictions antitrust. En outre, le nouveau cadre réglementaire permettra de réduire les charges procédurales et d'accélérer les procédures puisque les autorités compétentes ne seront plus tenues de procéder à la définition du marché, à l'analyse

de la position dominante et à l'analyse des effets de la conduite.

De nombreuses obligations imposées au gatekeeper ont trait à l'accès à la gestion des données et reconnaissent explicitement l'importance des données d'un point de vue concurrentiel. Ainsi, par exemple, il est interdit à un gatekeeper de combiner des données personnelles provenant de sa propre plateforme de services avec des données personnelles provenant d'autres services fournis par le même gatekeeper ou avec des données personnelles provenant de services tiers.

En outre, la DMA a imposé une obligation d'information aux gardiens concernant tout projet de fusion impliquant des entreprises qui fournissent des services de plateforme de base ou tout autre service dans le secteur numérique ou qui permettent la collecte de données.

Il s'agit d'une disposition particulièrement importante car l'acquisition de petites entreprises innovantes, avant même qu'elles n'aient développé un chiffre d'affaires, peut limiter de manière décisive la contestabilité des marchés concernés.

La même préoccupation a inspiré la récente intervention du législateur italien qui, comme le suggère l'autorité elle-même, a le pouvoir d'exiger d'une entreprise qu'elle notifie une fusion, même si les seuils de chiffre d'affaires ne sont pas dépassés, en particulier lorsque l'affaire présente un risque concret pour la concurrence sur le marché national ou sur une partie importante de celui-ci.

En outre, compte tenu des effets préjudiciables sur le développement et la diffusion des petites entreprises caractérisées par des stratégies innovantes, les autorités de la concurrence semblent ainsi bien équipées pour mettre fin efficacement aux comportements des entreprises qui, en tirant parti de l'accès à une quantité importante de données, mettent en œuvre des stratégies d'exclusion au détriment des concurrents, limitent la contestabilité des marchés ou entravent le processus d'innovation technologique au détriment des consommateurs.

Dans le même temps, l'évolution rapide des industries numériques, la croissance potentielle du volume de données générées par les utilisateurs et les nouvelles opportunités commerciales qui en résultent soulèvent posent des défis sans précédent aux autorités de la concurrence.

des meilleures pratiques en équipe. En même temps, cette préoccupation concurrentielle converge inévitablement avec d'autres intérêts publics pertinents, tels que la protection des données à caractère personnel, la protection des consommateurs et le pluralisme de l'information.



Le premier enjeu concerne la qualité des ressources humaines disponibles. Les connaissances juridiques et économiques traditionnelles doivent désormais être complétées par une série de compétences et d'aptitudes nouvelles et différentes, allant des techniques d'ingénierie à l'analyse des données et à l'informatique, ce qui semble également essentiel pour renforcer le mécanisme de coopération internationale.

Je pense, tout d'abord, à l'importance d'entretenir un dialogue continu entre les autorités de la concurrence, qui permettrait une circulation fructueuse des informations et

Plus régulière, cette coopération avec les autorités publiques, les agences gouvernementales et les autorités indépendantes chargées de la promotion et de la protection de cet intérêt public, est essentielle pour identifier des pistes d'action cohérentes et efficaces dans une approche holistique.

C'est pourquoi je soutiens fortement le choix du Conseil de la Concurrence marocain qui a réuni, sous une forme unique, différents acteurs institutionnels chargés de préparer leur réponse aux défis posés par la digitalisation de l'économie.

Je vous remercie de votre attention !

Amine Mounir ALAOUI, Président de la Commission de la Société de la Connaissance et de l'Information, Conseil Économique Social et Environnemental-CESE (Maroc)



Merci Mostapha pour cette présentation. Je suis également très heureux d'être ici pour une discussion très ouverte. Je voudrais peut-être parler de manière un peu différente de la concurrence, parce que depuis hier, on parle beaucoup de concurrence au niveau des plateformes, au niveau de l'utilisation des data, en supposant que les data tombent du ciel et qu'elles sont disponibles. Certes, pour les data personnelles au niveau des plateformes, nous mettons tous, de manière volontaire ou involontaire, nos informations personnelles sur un certain nombre de plateformes et qui les utilisent après de manière plus ou moins régulée et autorisée. Mais il y a d'abord la production de la data et comme tu l'as mentionné, la libération de ces données est fondamentale. Aujourd'hui, je pense qu'au Maroc, nous devons quelque part aussi réguler cette libération d'informations.

Ça vient d'être dit. La problématique de la donnée dans les pays émergents est une réelle problématique parce qu'on est encore dans le schéma où la possession de l'information correspond à la possession du pouvoir. Or, aujourd'hui, c'est exactement l'inverse.

C'est celui qui donne l'information qui a le pouvoir, parce qu'il a le pouvoir d'influencer les décisions de celui qui va récupérer cette information.

Ainsi, et au-delà du simple aspect « concurrence », il y a un véritable aspect de souveraineté qui est très important dans la libération de la donnée.

Je suis heureux que la Banque mondiale soit là, mais ce n'est un secret pour personne, lorsqu'on dit qu'au Maroc, nous prenons nos décisions sur la base de données qui sont fournies par la Banque mondiale et non pas par le ministère X ou Y ou Z. Sur ce plan, il y a un véritable biais au niveau de la concurrence s'agissant de la fourniture d'informations. Ce n'est pas visible dans les pays qui ont une longue tradition d'ouverture. Chez nous, ce n'est pas encore le cas. Il y a une véritable révolution intellectuelle à faire et peut être une régulation proactive, voire une réglementation, puisque ce n'est pas tout à fait la même chose, pour libérer les données.

Nous avons une loi qui est censée ouvrir les données, mais qui demeure quand même très restrictive par rapport à notre Constitution qui est beaucoup plus libérale. C'est assez intéressant parce que la loi est venue limiter que ce que stipule la Constitution ! Mais je pense qu'au niveau du marché marocain, il est très important que les acteurs qui disposent de données non critiques des données personnelles dans un cadre qui est géré par la CNDP au Maroc ou des données qui ne sont pas compétitives puissent les partager. J'étais moi-même chef d'entreprise et je ne vais pas quand même partager les données de mes clients avec mes concurrents. Ce n'est pas de ça qu'on parle.

En guise de rappel, j'ai été professeur dans une école d'ingénieurs. Mes collègues qui travaillaient sur la modélisation des flux de boue dans les montagnes, puisque nous avons eu de gros problèmes ici dans la région

d'Ourika, faisaient ces modélisations sur des bassins étrangers parce qu'ils n'avaient pas les données topographiques des bassins marocains.

Il faut, par conséquent, qu'on mette un terme à cela et que les producteurs ou détenteurs d'informations soient conscients qu'ils sont en compétition internationale et que si ce n'est pas eux qui donnent les informations, les informations et les données sont disponibles ailleurs, mais on risque de les trouver avec des biais qu'ils soient des biais volontaires, de mauvaise foi ou des biais tout simplement de bonne foi, parce qu'on n'a pas eu la possibilité d'accéder à une donnée précise.

Donc, ce shift mental du « Je garde l'information parce que c'est ce qui va me donner le pouvoir » au « je vais donner l'information parce que c'est ça ce qui va me donner un véritable pouvoir » doit se faire au niveau des producteurs d'informations. Après, bien entendu, toutes les problématiques qui ont été traitées depuis hier sont tout à fait valides, parce qu'une fois que ces données vont être libérées, les premiers à sauter dessus seront les plateformes qui vont les utiliser et les retraiter. Mais avec un peu de chance et c'est ce que nous pensons, en tout cas un certain nombre de gens, si les données nationales sont plus disponibles et plus libres, il y aura moyen alors, effectivement, de créer de la richesse et de créer des compétences et du développement en interne au Maroc.

Les startups sont friandes d'informations, mais une startup marocaine va vouloir mettre de la valeur ajoutée sur de l'information marocaine pour s'adresser d'abord à ses clients locaux. Prenons l'exemple de Uber, si je donne les informations sur les taxis qui se déplacent au Caire et que moi je suis à Casablanca, ma valeur ajoutée est nulle, je n'ai aucune possibilité d'évoluer.

Par contre, une startup qui a très bien fonctionné à Kénitra, je ne sais pas si vous connaissez « Pip Pip Yalah » ? C'est une startup qui a eu énormément de succès, qui s'exporte maintenant et qui a démarré justement sur des informations locales, mais la récupération d'informations a été extrêmement fastidieuse.

Merci.

Modérateur : Je sais que vous êtes très actif au sein de la Commission de la Société de la Connaissance et de l'Information. Parlez-nous, dans le cadre du Conseil Économique, Social et Environnemental, de décisions ou d'analyses que vous avez pu faire sur comment a été décisive l'importance de la data pour certains secteurs comme le tourisme, et l'agriculture ?

En fait, c'est assez intéressant, mais je pense que c'est la même chose pour tous les collègues au niveau des conseils économiques et sociaux dans le monde entier. Tous les rapports que nous publions, quel que soit le secteur abordé, comportent toujours un volet data. Aujourd'hui, c'est incontournable. Vous prenez n'importe quel rapport sur n'importe quel sujet, comme c'est mentionné dans le titre de ce panel, la centralité de la donnée est évidente et cette centralité fait qu'on est obligé d'en tenir compte, quel que soit le secteur dans lequel on travaille. L'un des travaux que nous avons réalisés dans une autre commission sur le tourisme, par exemple, mettait en avant la problématique qui a été mentionnée. Je me permets ici de citer l'entreprise en question. Il s'agit de Booking. La problématique de Booking au Maroc est qu'aujourd'hui, on peut presque considérer que le ministre du Tourisme est aux Pays-Bas, au siège de Booking et non pas à Rabat, puisque c'est lui qui décide des prix. C'est lui qui décide de ce qu'il va nous montrer, les circuits qu'il va mettre en avant, les activités, ... etc. !

Je veux venir à Marrakech, je ne vais pas aller sur un site marrakchi ou même marocain qui va me dire qu'il y a de la disponibilité à la palmeraie ou ailleurs. Je vais aller sur Booking !

Je reviens à la souveraineté. Cet aspect de la donnée au niveau du tourisme est évident, mais dans l'agriculture également, ... etc. Vous prenez n'importe quel rapport, et là je prêche un peu pour ma paroisse et je me permets d'inviter l'audience à aller sur notre site, Il y a des rapports spécifiques sur ces aspects. Il y en



a un sur la transformation digitale qui a été publié il y a moins d'un an. Mais il y a un autre rapport sur l'open data qui a été publié il y a dix ans, dans lequel il y a un certain nombre de guidelines, dont des éléments spécifiques sur le développement digital, mais également sur l'éducation et le digital. Nous réalisons un rapport très important là-dessus et à chaque fois on revient à la problématique de la donnée, sa propriété, sa diffusion, sa disponibilité et comment gérer tout ça de manière à l'optimiser, puisque finalement, cela a été dit hier lors d'une session, l'objectif n'est pas la compétition pour la compétition ou réguler pour réguler. L'objectif final, c'est le développement global de la communauté dans laquelle nous vivons. Il ne faut jamais oublier cela et, par conséquent, quand la concurrence est saine et favorable à ce développement tant mieux. Mais quelquefois il faut réguler et réglementer et être beaucoup plus proactif au niveau gouvernemental pour pouvoir favoriser un développement qui soit plus harmonieux et plus en phase avec les attentes de la population que nous avons.

Modérateur : Pour compléter, parce que sur l'approche et la volonté de diffuser de l'information, je pense que tout le monde sera d'accord, mais beaucoup avancent la contrainte du coût de la mise à disposition de cette information, sachant que, partant de

l'information publique ou d'information d'intérêt général, cette information est gratuite. Elle n'est pas monétisable. Il y a d'autres informations qui sont monétisables à travers des abonnements ou des paiements, ... etc. mais on parle en général d'informations qui sont gratuites.

Beaucoup d'organismes posent la problématique suivante : « Pour que je libère ces informations, il faut que je les structure, que je les valide, que je les consolide, puis que je les « markete » en termes de présentation. Cela a des coûts. Comment avez-vous analysé cette lecture ?

Je ne suis pas d'accord avec cette approche. Pour la simple raison qu'à la limite, ce n'est pas l'institution qui dispose de données de brutes de les analyser et de les structurer avant de les mettre à disposition. Au contraire, à la limite, les institutions qui disposent d'informations pourraient les mettre de manière complètement anarchique à disposition. Ensuite, justement on parlait des startups, il sera à la charge des entreprises privées ou publiques de récupérer ces informations, de les structurer, de les organiser, soit d'y mettre de la valeur ajoutée pour créer de la richesse, créer de l'emploi, soit tout simplement pour les utiliser de manière interne, pour développer un business ou autre.

Mais effectivement, tout le monde parlait de vitesse. L'approche de structurer l'information

avant de la mettre à disposition, c'était l'approche informatique des années 90 ou du début des années 2000 (j'aime bien faire la différence entre informatique et digital). Aujourd'hui, nous sommes à l'ère du digital. Vous avez des outils qui vous permettent de prendre de l'information brute et de la structurer de manière automatique. L'intelligence artificielle fait cela.

Quand vous avez une intelligence artificielle qui est capable de détecter un cancer là où aucun médecin ne l'a vu, ce n'est pas de l'information structurée ni organisée, c'est un bloc d'articles médicaux, plus des radios, des scanners, ... etc., et l'intelligence artificielle se débrouille pour extraire de tout ça la partie vraiment utile.

Je voudrais quand même aussi ajouter un point puisque je parle de santé : Il ne faut pas oublier que la disponibilité des données locales est très importante. Pourquoi ? Parce qu'il y a des décisions et il y a des schémas qui sont très locaux et la santé en est un. C'est à dire que les maladies que nous avons au Maroc, les épidémies contre lesquelles nous menons un combat, ne sont pas celles de l'Espagne de l'autre côté du détroit ou ne sont pas celles de la Mauritanie juste en dessous. Chaque pays a un schéma médical qui est très spécifique. De ce fait, si nous ne disposons pas des données médicales spécifiques au pays, nous ne pourrions pas développer des outils qui vont nous permettre d'améliorer la santé de nos concitoyens.

Certes, il y a une globalisation des données et il y a cet aspect « worldwide », mais il y a un focus à faire au niveau de chaque pays. C'est très important pour la santé, pour l'éducation, pour les transports, ... etc.

Un système intelligent que vous allez mettre en place à Copenhague, à Casablanca ou à Dakar ne va pas fonctionner du tout de la même manière s'il doit régler la circulation parce que les comportements des conducteurs et des personnes qui utilisent des moyens de transport sont complètement différents. Certes, il y a cet aspect global, mais

il y a aussi l'aspect local qui est très important, d'où l'importance d'avoir toutes les données disponibles au niveau local.

Internet est né au Maroc en 1993 à l'École Mohammedia d'Ingénieurs. D'ailleurs, un certain nombre d'anciens élèves sont dans la salle et je les salue. La question que tu viens de poser (s'adressant au modérateur) a été posée en 1993, il y a 30 ans, quand on a présenté pour la première fois Internet. Le web venait à peine d'apparaître et il n'était pas disponible au Maroc faute de bande passante. On venait juste de commencer et les premières questions qui se sont posées : les informations qu'on va trouver sur ce « machin-là », quelle est leur valeur ?

Je pense que c'est une question à laquelle il est difficile de répondre pour la simple raison que la valeur de l'information, c'est la valeur de la source. Ce n'est pas à quelqu'un des médias comme toi que je vais apprendre cela, mais le problème aujourd'hui est que les sources sont multiples. Il y a un biais important, à savoir que sur les réseaux sociaux, il y a cette notion « d'ami » qui est une notion qui a été utilisée d'un point de vue marketing, mais qui est totalement fautive.

Par exemple, j'ai un ami sur Facebook, qui me dit quelque chose. Comme c'est mon ami, je le crois, mais je ne l'ai jamais rencontré. Je ne sais pas quelle est sa compétence dans le domaine ...etc. Il y a donc, aujourd'hui un flux d'informations non contrôlées qui peuvent être parfaitement farfelues, qui circulent et quelquefois avec la même puissance qu'une dépêche de la MAP ou de l'Agence France Presse ou une information de CNN.

Il y a, en fait, un vrai problème. Dans ce cas, on revient à une solution qu'on met toujours en avant quand on est coincé, et qui est l'éducation. C'est à dire qu'aujourd'hui, il est nécessaire d'avoir une éducation aux médias dans les écoles pour pouvoir orienter les enfants dès leur plus jeune âge.

Je vais dévoiler un travail sur lequel nous nous penchons depuis quelques mois au niveau du Conseil. Nous sommes en train de préparer un

rapport sur les « fake news » et la disponibilité de l'information. La corrélation entre est forte, car les « fake news » se développent d'autant plus facilement dans un environnement où l'information n'est pas disponible.

échec total, il y avait trois personnes dans la salle et il y avait plus de personnes sur l'estrade que de personnes dans la salle, alors c'est cette information qui va circuler s'il n'y a pas de vis-à-vis.



Par exemple, si nous affirmons, en tant qu'organisateur et participants, que dans cette salle il y a 200 personnes et que nous le martelons, et si quelqu'un de l'extérieur dit qu'il n'y avait que 25 personnes et que la conférence a été un échec, cette dernière information va être mise en arrière parce qu'il y a beaucoup plus d'informations positives avec des sources autorisées.

Si nous ne disons rien, quelqu'un qui voudrait impacter de manière négative cette rencontre va dire que finalement c'était un

Il y a, par conséquent, un vrai problème qui est beaucoup plus général. Il y a certes un problème d'éducation d'abord, mais pas seulement, parce que même dans des sociétés très éduquées, les « fake news » se diffusent avec beaucoup de vigueur.

Maintenant, faisons confiance à nos concitoyens. On ne peut pas jouer à la chaise vide. Donc, proposons et laissons nos concitoyens disposer en fonction de leur intelligence et de leur capacité à filtrer.

M. Daniel **GUARNERA**, Conseiller Sénior au Ministère de la Justice (USA)



Merci beaucoup, Mostapha. Je voudrais commencer par remercier le Conseil de la Concurrence marocain, l'Agence de Développement du Digital et l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications ici au Maroc pour avoir organisé cette conférence importante. Il existe aujourd'hui dans l'économie mondiale peu de questions aussi importantes que la transformation digitale que nous observons dans tous les secteurs. Je peux être partial, mais je ne pense pas que le rôle que jouent les données dans tous les secteurs puisse recevoir trop d'attention. C'est donc la conférence et le panel parfaits pour le moment dans lequel nous nous trouvons.

Comme Mostapha l'a mentionné, j'ai conseillé Jonathan Kanter, Procureur Général Adjoint à la Division de la Concurrence, dans les enquêtes et litiges relatifs aux plateformes numériques et aux technologies. Bien évidemment, mes commentaires aujourd'hui s'appuieront sur mon expérience et mes perspectives de l'époque. Mais les opinions que j'exprime aujourd'hui sont les miennes et ne reflètent pas nécessairement celles du gouvernement américain.

Nous assistons à une période passionnante

pour l'application du droit de la concurrence aux États-Unis. A la Division antitrust, nous avons engagé un nombre historique d'affaires au cours de l'année écoulée, y compris il y a quelques semaines seulement, une victoire historique à l'issue d'un procès visant à bloquer la fusion de deux grandes maisons d'édition américaines. Il y a également un consensus croissant, bipartisan, au Congrès selon lequel la concurrence, en particulier dans les marchés digitaux, est un domaine qui nécessite une attention législative.

En juillet 2020, le président Biden a émis ce qu'on appelle un décret exécutif, qui demande à l'ensemble du pouvoir exécutif du gouvernement des États-Unis de réexaminer non seulement les lois antitrust, mais plus largement, l'ensemble de la politique des États-Unis pour voir comment nous pouvons encourager la concurrence dans les marchés américains. Par ailleurs, le fait d'être ici aujourd'hui nous rappelle à quel point il est passionnant de constater l'énergie et l'enthousiasme de la communauté internationale en matière d'application du droit de la concurrence et, surtout, de l'engagement d'une réflexion sur certains problèmes difficiles que présentent les marchés digitaux et les marchés des données.

Il y a une chose que je ne sais pas si, en tant que responsables de l'application des lois antitrust, nous avons pleinement appréciée, c'est la nature fondamentalement transformatrice du rôle des données dans notre économie. La quantité de données que notre économie mondiale génère aujourd'hui est littéralement inimaginable. Nos esprits ne peuvent pas comprendre le volume de données qui nous est présenté. Nous avons dû créer de nouveaux mots pour le mesurer, comme zettaoctets.

Il y a actuellement 79 zettaoctets de données stockées dans le monde. Un zettaoctet représente environ 1.000 milliards de gigaoctets. Encore une fois, ce sont des chiffres que nous ne pouvons même pas imaginer.

Ces 79 zettaoctets de données existaient en 2021. Mais d'ici 2025, elles seront produites par l'internet des objets, des dispositifs tels que les appareils intelligents, les voitures intelligentes, les montres intelligentes, et au total, les estimations indiquent qu'il pourrait y avoir 200 zettaoctets de données stockées d'ici 2025, pour peut-être décomposer la quantité de données d'une manière qui soit un peu plus facile à comprendre, bien qu'il y ait des estimations selon lesquelles chaque utilisateur d'Internet génère 1,7 mégaoctets de données par seconde en fonction des informations telles que le site web qu'il visite, l'appareil qu'il utilise, le navigateur qu'il utilise, l'heure, le lieu, la partie de la page qu'il consulte, etc.....

Ainsi, ce volume de données qui va exploser dans les prochaines années et qui ne fera que croître avec le temps, est une opportunité, évidemment, pour de nouvelles innovations, de nouveaux services et de nouveaux produits. Mais il représente également un défi fondamental pour les agences de la concurrence qui doivent comprendre exactement le rôle que les données joueront dans tous les secteurs de notre économie.

Le deuxième point que je voulais souligner est que le rôle des données dans les plateformes numériques dépendantes de données, comme le moteur de recherche Google ou Facebook ou les sites de commerce électronique, est largement reconnu comme quelque chose d'important et pose des problèmes de concurrence compliqués. Cependant, ces plateformes numériques n'en sont encore qu'à leurs débuts. Il va y avoir une course au fil du temps à mesure qu'explose le volume des données enregistrées et stockées. Il y aura une course dans tous les secteurs pour l'utilisation et l'intégration des données dans de nouveaux modèles d'affaires. Encore une fois, en tant qu'autorités de la concurrence, il nous incombe de comprendre comment les acteurs procèdent et d'être sensibles à la manière dont les données sont utilisées comme facteur de concurrence, et encore une fois, non seulement dans les grandes plateformes numériques, mais aussi

dans la finance et, comme nous en avons parlé hier lors du panel de l'après-midi, dans les domaines de la santé, de l'agriculture et de l'éducation.

Encore une fois, dans tous ces secteurs, il y aura une course pour utiliser, enregistrer et analyser ces données. À mon avis, c'est l'un des plus grands défis auxquels seront confrontés les autorités de la concurrence au cours des prochaines années. C'est donc une merveilleuse opportunité de commencer à en parler. J'ai hâte d'entendre les opinions des autres membres du panel et de poursuivre les discussions lors de la conférence.

Modérateur : Merci, Daniel. Pourriez-vous s'il vous plaît, nous parler de l'importance des actions de mise en application de la loi pour protéger le processus concurrentiel et partager votre expérience dans ce domaine ?

Certainement. Je vais donner trois brefs exemples, touchant chacun des principaux domaines du droit de la concurrence aux États-Unis, concernant la monopolisation. C'est un domaine des données et des plateformes digitales qui a retenu beaucoup d'attention car, comme nous l'avons entendu plusieurs fois au cours de la conférence, les plateformes digitales dépendantes des données ont tendance à basculer en raison des effets de réseau qui se renforcent les uns des autres, car si un côté de la plateforme devient plus fort, l'autre côté devient également plus fort. Cela signifie que nous, en tant que responsables américains de l'application des lois, devons être très attentifs à la manière dont ces plateformes peuvent tenter d'acquérir une position de monopole ou, une fois qu'elles y sont parvenues, d'exclure les concurrents potentiels afin de construire un fossé autour de leur monopole principal.

L'année prochaine, nous devons à la Division de la concurrence aller en procès dans une affaire contre Google pour monopolisation de son marché de la recherche en excluant les moteurs de recherche concurrents. Nos collègues de la Federal Trade Commission (Commission Fédérale du Commerce) sont en litige avec Facebook pour, entre autres, leurs

acquisitions d'Instagram et de WhatsApp. Ce sont donc des domaines qui ont, encore une fois, retenu beaucoup d'attention ces dernières années et qui sont enfin en train d'être débattus devant les tribunaux.

Les domaines qui ont peut-être retenu un peu moins d'attention incluent les fusions. Comme je viens de le mentionner, à mesure que le rôle des données augmente dans tous les secteurs de l'économie, je pense que nous arriverons bientôt à un point où il serait judicieux de se demander, lors de chaque fusion, quel rôle jouent ces données ? Quel est l'effet concurrentiel de cette fusion sur les marchés des données ?

Actuellement aux États-Unis, le Département de la Justice et la Commission Fédérale du Commerce révisent nos directives sur les fusions, qui expliquent aux parties comment les agences analysent les fusions, et nous faisons cela pour tenir compte de certaines des nouvelles réflexions économiques, des nouveaux modèles d'affaires et des nouvelles réalités du marché qui sont entrés en jeu depuis la dernière révision des directives. Nous avons suscité un intérêt public incroyable pour ce processus, ce qui n'est pas surprenant, encore une fois, étant donné que ces marchés dépendant des données impactent la vie quotidienne des gens. Jusqu'à présent, nous avons reçu environ 5000 commentaires sur les directives, ce qui représente environ 50 fois plus que ce que nous avons eu par le passé dans des processus similaires.

Lorsque nous réfléchissons aux données dans les fusions, plusieurs dimensions sont à prendre en compte. Il peut y avoir des éléments horizontaux dans lesquels seulement deux grandes sources de données sont combinées, mais il peut aussi y avoir des relations verticales. Plus tôt cette année, nous avons eu un procès impliquant un grand assureur santé acquérant un réseau de données qui transmettait des données entre les médecins et les assureurs maladie. Et l'une des préoccupations lors du procès était la capacité de l'acquéreur à suivre et surveiller des données sensibles sur le plan de la

concurrence que ses concurrents transmettaient à travers ce réseau. Ce n'est donc qu'un exemple du type de problèmes qui peuvent se présenter aussi dans les fusions.

Enfin, pour aborder brièvement les entraves illégales au commerce ou les accords illégaux, un domaine où nous avons eu une expérience récente est ce que nous appelons le partage d'informations car, encore une fois, avec l'augmentation du volume de données, les opportunités de partager ces données entre concurrents de manière préjudiciable à la concurrence, aux consommateurs ou aux travailleurs, augmentent.

En juillet de cette année, nous avons donc entamé des négociations avec les trois plus grands transformateurs de poulets et de dindes des États-Unis afin qu'ils échangent des informations sur les salaires et les indemnités qu'ils versent aux travailleurs de leurs usines de transformation de poulets, c'est-à-dire aux personnes qui abattent et emballent les volailles.

La plainte indique que les transformateurs de volaille ont partagé leurs plans actuels et futurs concernant le montant de leur rémunération, ce qui leur a permis d'attirer les travailleurs de leurs concurrents et de supprimer la rémunération qu'ils offraient.

Un autre exemple est celui des sociétés de conseil direct qui, dans de nombreux cas, ont facilité l'échange d'informations et, à mesure que nous avançons, je pense que le monde du conseil en matière de données dans de nombreuses industries est une chose à laquelle il faudra également prêter attention car, une fois de plus, ces sociétés peuvent s'interposer entre des entreprises qui savent qu'elles ne devraient pas échanger des informations indirectement à des fins de conseil en matière de données. Il s'agit donc d'un autre exemple des changements que nous observons sur les marchés en raison de l'augmentation de la quantité de données.

Ainsi, l'une des questions sur lesquelles nous avons travaillé ces dernières années aux États-Unis

est de réfléchir à la manière dont nous, en tant qu'agence chargée de l'application de la loi, devons accroître notre capacité à gérer la nouvelle économie numérique et axée sur les données.

Ainsi et très concrètement, par exemple, lorsque nous émettons des demandes d'enquête concernant des documents et des données, le simple volume de données que nous recevons est plusieurs fois supérieur à celui que nous recevions souvent dans le passé. Cela nécessite un investissement de notre part, tant en capacité informatique, d'analystes de données qu'en technologie nécessaire pour traiter et utiliser ces données.

Bien évidemment, encore une fois, l'explosion des données produites offre également des opportunités aux autorités de l'application des lois pour mieux comprendre les marchés, les économies et la concurrence, mais seulement si nous avons les outils pour les utiliser. De nombreuses agences internationales ont été un merveilleux exemple et un modèle de réflexion sur l'amélioration de la capacité des autorités antitrust à utiliser les données de manière proactive. À cet égard, nous avons grandement apprécié notre relation avec l'agence CMA (Competition and Markets Authority) du Royaume-Uni.

Nous venons également d'embaucher notre premier expert en chef en technologies dans l'histoire du ministère de la Justice, ce qui reflète l'importance que nous accordons à avoir des personnes qui comprennent vraiment comment fonctionnent ces technologies et peuvent examiner le rôle sous-jacent des données dans ces entreprises et le comprendre afin que nous puissions comprendre l'effet sur la concurrence quel qu'il soit le problème que nous examinons.

Un autre point auquel nous avons réfléchi au Ministère de la Justice est que parce que les plateformes axées sur les données, en particulier, ne facturent souvent aucun prix aux utilisateurs. L'importance de la concurrence sur des dimensions autres que le prix s'en trouve accrue. Ainsi, il peut s'agir d'éléments tels que

la protection de la vie privée ou la capacité à contrôler l'accès aux données dans diverses circonstances, ainsi que d'autres dimensions liées à la qualité du service.

Mais lorsque qu'il n'y a pas de mesure de prix claire pour analyser si les prix augmentent en raison de pratiques anticoncurrentielles, il devient encore plus important de penser à la concurrence à travers le prisme de la concurrence en tant que processus. Nous réfléchissons donc à la manière de nous assurer que lorsque nous appliquons les lois antitrust, nous créons un processus où il y a une rivalité entre les concurrents en faveur des clients, de telle sorte que les clients aient des choix et que les entreprises soient tenues d'être réactives avec les choix des clients si elles veulent réussir sur le marché.

Parfois, on dit que les clients ne se soucient pas vraiment de la confidentialité ou n'accordent pas de valeur à la confidentialité, mais je pense qu'il est difficile de dire cela s'il n'y a pas une concurrence robuste entre les plateformes sur la dimension de confidentialité, avec une entreprise offrant une protection de la vie privée plus élevée et un degré de confidentialité plus élevé et une autre plateforme qui en offre moins. Lorsqu'il n'y a qu'une seule plateforme, il est difficile de savoir quelles dimensions intéressent réellement les clients et donc à quoi ressemblerait un marché sain et innovant.

Une fois encore, s'assurer qu'il y a un processus de concurrence, examiner les marchés, en particulier les marchés où la concurrence peut être malsaine, et essayer d'imaginer à quoi ressemblerait un marché concurrentiel là où il y a une rivalité et une concurrence pour les clients et, dans certains marchés, pour les travailleurs, constitue un prisme important à travers lequel nous essayons de réfléchir, surtout encore une fois, lorsque qu'il n'y a pas un prix référentiel permettant de mesurer facilement une augmentation de prix du côté du consommateur.

M. Xavier **REILLE**, Directeur du Bureau Maghreb et Djibouti, International Finance Corporation - Groupe Banque Mondiale



Je suis très heureux d'être avec vous ce matin. Je voudrais aussi remercier le Conseil de la Concurrence, l'ANRT et l'ADD pour cette conférence qui est vraiment une première en Afrique. Je crois que c'est la première fois en Afrique que les régulateurs mettent sur la table les questions de la transformation digitale et de la régulation des data. C'est également une innovation parce que c'est un sujet très compliqué, c'est un sujet d'actualité et c'est un sujet qu'on ne peut pas traiter tout seul et qui demande, comme on l'a vu dans ce panel, des échanges d'expériences. Je pense que le Maroc fait un acte novateur et je suis sûr qu'il sera suivi par d'autres pays d'Afrique, en faisant rassembler ces régulateurs et ces expériences internationales pour pouvoir mieux accompagner la transformation digitale. Comme vous l'avez dit la transformation digitale est un sujet clé pour le Maroc et pour les pays en voie de développement. A la Banque mondiale, nous sommes convaincus qu'il n'y aura pas de développement économique et social sans transformation digitale, sans transformation numérique, en particulier en Afrique.

Je disais hier que le 15 novembre on arrive à 8 milliards de population sur notre chère terre. Ce que va pouvoir faire la transformation digitale, c'est d'arriver à résoudre une partie de nos problèmes d'accès, au financement par exemple. On en parlait hier dans le panel FinTech. Il faut savoir qu'aujourd'hui il n'y a que moins de 65 % de la population de la terre qui a accès à un compte bancaire ou qui est capable de faire des transactions ou a accès à une éducation de qualité, à la santé, à une agriculture durable et à une économie verte. Tout cela va passer par la transformation digitale et par des solutions tech, que ce soit AID Tech, Medtech, ACTech, GreenTech et FinTech.

Je pense que le Maroc l'a aussi bien compris puisque dans le nouveau modèle de développement, la part de la transformation digitale est très importante. Aujourd'hui, on relève un écart de plus en plus important entre les pays développés qui ont commencé à mettre en place des systèmes de data et de la gouvernance des data qui sont holistiques et performants et les pays en voie de développement qui n'en sont qu'au début de ce processus.

Je voulais aussi mentionner un rapport réalisé par le groupe Banque mondiale, qui publie un rapport important chaque année sur un sujet de développement. Le rapport de 2021 était justement sur les données pour le développement « Data for a better world ». Ce rapport appelle à un nouveau contrat social pour les données, en vue de favoriser l'établissement de liens entre les citoyens, les Etats et les entreprises. En effet, les data permettent d'apporter des liens et de la confiance et de créer de la valeur finalement.

Ce rapport, à mon avis, est utile et important. Il appelle à des data qui soient fiables, sécurisés et accessibles en fonction des différents besoins des utilisateurs. Je pense que ces trois niveaux sont souvent assez importants. Pour revenir à ce que je disais tout à l'heure sur le besoin d'avoir, dans chaque

pays, une gouvernance des data et une architecture des data qui soient pertinentes. S'agissant d'un thème holistique, il faut que le pays ait une vision globale sur la gouvernance et son architecture de la data. Il faut qu'il y ait une infrastructure digitale et on en a parlé aussi hier dans certaines sessions. Nous avons besoin d'une infrastructure digitale, ce qui signifie avoir accès à la broadband, l'équipement des populations et des réglementations qui permettent des échanges de data de manière fiable et sécurisée.

Nous avons besoin aussi de politiques qui permettent de promouvoir toutes les innovations pour la transformation digitale et nous avons besoin d'institutions qui permettent d'encadrer cette transformation digitale comme le Conseil de la Concurrence, l'ADD ou l'ANRT. Voilà en gros les recommandations du groupe Banque Mondiale sur cette architecture dans les pays en voie de développement.

Modérateur : Vous avez entendu hier beaucoup d'explications sur la DMA et la DSA qui sont des directives européennes. Est-ce que du côté Banque Mondiale, vous êtes sensibles à cette réglementation ? et pourriez-vous partager avec nous votre lecture de l'expérience de réglementation des plateformes digitales dans les pays émergents puisque vous avez une large expérience au niveau de ces pays ?

Je vais me focaliser davantage sur les pays émergents parce que je pense que nous avons, avec mon collègue, une vision bien plus claire sur des marchés européens et américains. D'abord, le premier phénomène constaté est que les plateformes digitales sont là, même dans les pays à revenu faible. Nous avons mené une enquête avec 17 pays à revenu moyen et faible, et nous avons relevé qu'il y avait déjà 1.000 plateformes digitales qui étaient actives. Ce sont des chiffres de 2019.

Les plateformes digitales opèrent déjà dans les pays émergents. Nous avons noté aussi que sur ces 17 pays, 50 % des sites internet commerciaux ayant le plus de trafic sont détenus par les GAFAM. Même si ce sont des

pays à revenu faible et moyen, les GAFAM sont déjà présents et ont déjà fait des acquisitions significatives dans ces pays.

Par conséquent, il y a déjà tout un mouvement de concentration à l'œuvre dans beaucoup de pays et ces mouvements de concentration présentent, nous l'avions déjà dit, plusieurs types de risques :

- ❑ L'abus de position dominante et pratiques anticoncurrentielles ;
- ❑ Le pouvoir inégal de négociation entre les géants internationaux et les acteurs nationaux et régionaux ;
- ❑ La collecte excessive des données auprès des consommateurs ou des clients ;
- ❑ Des biais et des discriminations des algorithmes qui vont avantager certains produits, entreprises ou groupes de consommateurs.

Pour les réponses, on peut en parler plus en détail, mais c'est à la fois les réglementations ex ante pour poser les bases d'une concurrence saine et loyale des plateformes, tout en s'adaptant au contexte et au business model de chaque secteur.

Il y a aussi l'importance de promouvoir des systèmes obligatoires ou volontaires d'échange d'informations avec, par exemple, des interfaces API sur l'open banking. En Europe, il y a eu des avancées intéressantes avec des API ouvertes qui ont permis l'entrée de plus de 150 FinTech, notamment en Angleterre, qui proposaient des services additionnels aux banques et qui ont participé à offrir de l'innovation et des services plus pertinents pour les consommateurs en apportant de la valeur.

Je voulais aussi mentionner une base de données que nous avons et où nous essayons d'observer tous les cas globaux d'antitrust. J'émettrai aussi quelques commentaires sur l'antitrust avec les plateformes numériques.

Il y a de plus en plus de cas d'antitrust répertoriés. Jusqu'en 2016, je crois qu'il n'y avait que cinq. Pour la seule année 2018, il y a eu 24 cas. Nous assistons donc de plus en plus



à des cas d'antitrust qui ont été résolus et répertoriés. Nous l'avons relevé aussi aux Etats-Unis où plusieurs cas sont en cours. C'est quelque chose qui est en train d'augmenter et qu'il faut continuer à observer.

Je voudrais aussi mentionner l'affaire du rachat de la chaîne Corner Shop par Walmart au Mexique. Corner Shop est un réseau de détaillants qui était bloquée puisque cette chaîne, avec la plateforme Walmart, aurait eu accès à des informations sur les prix de vente et sur les comportements des détaillants concurrents. C'était un premier cas que j'ai eu au Mexique qui est intéressant.

Pour conclure, je voudrais tirer plusieurs enseignements :

- ❑ Nous avons besoin d'une analyse plus proactive des autorités de la concurrence sur ce secteur. Je pense que la conférence d'aujourd'hui, est un bon exemple de ces forums dont nous avons besoin pour échanger des informations sur ces sujets.
- ❑ Il faut aussi se focaliser sur les secteurs et les business models les plus enclins à favoriser un comportement anticoncurrentiel et bien connaître les business models de ces plateformes numériques.
- ❑ Il faut renforcer les capacités des agences de régulation et les échanges avec les agences de régulation les plus avancées.

- ❑ Il faut mener une réflexion sur les niveaux d'amendes pour qu'elles soient dissuasives, notamment pour les opérateurs internationaux. On avait bien vu que Google était prêt à payer des amendes relativement élevées pour rester en position dominante.

Merci

Modérateur : Merci. Bien évidemment, la présence de la Banque mondiale ou de son bras financier ici ne peut pas nous empêcher de parler financement.

Nous avons vu hier que le Maroc ne captait pas suffisamment de financements, en tous cas pour le développement de ces startups et de tout l'écosystème des startups. Il y a probablement des projets et des initiatives avec des incubateurs mis en place. Est-ce que la SFI (Société Financière Internationale) pourraient éventuellement être partie prenante d'une vision dans laquelle un montage financier global pourrait être mis en place ?

Nous croyons qu'il y a un vrai potentiel inachevé au Maroc sur les startups et l'entrepreneuriat. Vous savez que le Maroc ne capte que 2 % des fonds dédiés aux startups en Afrique. Il y a alors un vrai potentiel de rattrapage, mais pour cela il faut qu'il y ait aussi un effort sur les politiques publiques d'accompagnement des startups.

Il faut aussi qu'il y ait un effort de promotion de l'entrepreneuriat, notamment au niveau des jeunes et il faut aussi qu'il y ait des fonds, notamment des fonds d'amorçage, qui permettent l'incubation. A la SFI, nous travaillons justement sur le financement d'un nouveau fonds d'incubation marocain pour pouvoir permettre l'éclosion de plus de startups. Nous estimons qu'il y a 220 startups qui sont actives au Maroc. C'est peu par rapport au potentiel du pays.

Je pense que nous avons à relever deux défis :

- 1) Il faut changer cette culture consistant à garder l'information pour soi, parce que l'information, plus on la partage, plus elle a de la valeur et non le contraire.
- 2) Si on veut construire cette architecture de data et cette gouvernance de data nationale, il faut qu'il y ait un pacte national sur la data. Tout le monde doit œuvrer ensemble, pas seulement l'ADD, le Conseil de la Concurrence, le Chef du gouvernement ou les



Le Maroc, du fait de son infrastructure qui est quand même de premier plan au niveau digital et du fait de la qualité de son système d'éducation, doit pouvoir faire éclore plus de startups. C'est aussi un sujet que nous devons traiter avec d'autres pays parce que nous notons que beaucoup d'entrepreneurs très performants, qui ont des projets intéressants, sont attirés maintenant par l'Espagne, l'Europe ou les Etats-Unis pour développer leurs projets ailleurs qu'au Maroc. Il faudrait alors qu'on arrive à retenir ces talents et ces startupper pour qu'ils viennent ensuite à la conquête du monde et de l'Afrique. Il faut avoir un système plus attractif pour qu'au moins les premières phases soient développées au Maroc.

entreprises. Il faut vraiment qu'il y ait un pacte national autour de la data avec une vision commune où chacun contribue et chacun bénéficie, avec des règles du jeu qui soient claires et une certaine garantie que les données ne vont pas circuler ou arriver chez des gens qui ne devraient pas les avoir.

Il faut mettre tout cela en place, mais pour y arriver il faut vraiment du leadership, une vision et un travail pas vertical, mais transversal.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

PANEL 6

L'ÉGALITÉ D'ACCÈS À L'INFORMATION



Sidi Mohammed
DRISSI MELYANI

Directeur Général de
l'Agence de Développement
du Digital-ADD

Maroc



Hicham **CHIGUER**

Président de l'Association
des Utilisateurs des Systèmes
d'Information au Maroc-AUSIM

Maroc



Abdelkarim **MAZOUZI**

Vice-Président de la Fédération
Marocaine des Technologies de
l'Information, des Télécommunication
et de l'Offshoring-APEBI

Maroc



Émilie **CAZENAVE**

Analyste des politiques
publiques

OCDE



Adèle

MOUKHEIBIR BARZELAY

Conseillère juridique Données et
Développement Digital

Groupe Banque Mondiale



Arthur **FOCH**

Spécialiste Sénior
Développement Digital

Groupe Banque Mondiale

M. Sidi Mohammed **DRISSI MELYANI**, Directeur Général de l'Agence de Développement du Digital-ADD (Maroc)



Intervention au pupitre :

Monsieur le Président du Conseil de la Concurrence,

Monsieur le Directeur Général de l'ANRT,

Messieurs les Présidents, Directeurs Généraux et Directeurs,

Chers collègues panelistes,

Honorable présence,

Mesdames et Messieurs,

Tout d'abord, étant donné que c'est la première fois que je prends la parole durant cette conférence, permettez-moi, au nom de l'Agence de Développement du Digital et de ses partenaires, de vous souhaiter la bienvenue à cette importante conférence internationale que nous avons choisi de tenir dans cette belle ville de Marrakech.

Cette rencontre, placée sous le Haut Patronage de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu L'assiste, vient à point nommé répondre à de multiples enjeux et impératifs liés aux mutations et évolutions que connaissent les écosystèmes publics et privés en matière de transformation digitale d'une

manière générale. D'où l'intérêt de passer sous la loupe les différents aspects via les interventions et panels animés par des experts spécialistes de renommée internationale.

C'est dans ce sens que la thématique retenue est d'une importance capitale. Je tiens à saluer fortement au passage le Conseil de la Concurrence et son cher Président, Monsieur Ahmed Rahhou. Également l'ANRT et son Directeur Général, M. Azelarabe Hassibi, ainsi que les équipes de l'ADD d'avoir organisé cette conférence sur la thématique « Transformation digitale : entre régulation et compétitivité ».

C'est un sujet d'actualité qui nous interpelle tous, présents ici, pour apporter l'éclairage nécessaire sur les problématiques pressantes et nécessitant le développement d'une réflexion approfondie à multiples facettes.

Par ailleurs, je suis très honoré de prendre la parole en tant que keynote speaker de ce panel dédié à un axe important, à savoir « L'égalité d'accès à l'information comme vecteur de développement d'une concurrence effective et comme moyen de régulation des marchés ».

Mesdames et Messieurs,

Grâce à la vision Royale clairvoyante de Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu L'assiste, le Maroc a été précurseur au niveau régional puisqu'il a accordé une attention particulière au volet de la concurrence et de l'initiative privée, compte tenu de leur impact positif dans le développement économique et social dans notre pays.

En effet, depuis le début des années 90, le Maroc n'a cessé d'entreprendre des initiatives et de mettre en place des politiques publiques visant l'ouverture des marchés à la concurrence et la libéralisation de plusieurs secteurs d'activité. À titre d'exemple, le secteur bancaire, les télécommunications, le marché financier, l'audiovisuel, l'énergie et d'autres secteurs. Cette libéralisation a été accompagnée,

d'une part, par la mise en place d'organes de régulation sectoriels à l'instar de l'ANRT, de la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA), de l'Autorité Marocaine du Marché des Capitaux (AMMC) et de l'Autorité Nationale de Régulation de l'Électricité (ANRE), et d'autre part, par l'instauration d'un organe de régulation de la concurrence ayant une vocation générale et transverse, en l'occurrence le Conseil de la Concurrence.

Mesdames et Messieurs,

Ce mouvement d'ouverture à la concurrence de l'économie marocaine a coïncidé avec l'avènement de la révolution digitale et de la transformation digitale qui caractérise de plus en plus notre quotidien et affecte non seulement les agents économiques aussi bien publics que privés, mais également les utilisateurs et consommateurs.

Dans ce contexte, le Maroc a mis en place plusieurs stratégies en matière de développement des technologies de l'information, de communication et du digital. J'en cite « Maroc Numeric 2013 » et « Maroc Digital 2020 ». Le Maroc a acté ces stratégies par la création en 2017 d'une Agence de Développement du Digital. Il lui a attribué la mission de mettre en œuvre la stratégie de l'État en matière de développement digital et de promotion de l'usage des outils numériques auprès de l'ensemble des acteurs de l'écosystème.

L'ADD est mandaté notamment pour la promotion du développement de l'initiative de l'entrepreneuriat dans le secteur du digital, d'autant plus qu'il continue à fournir son expertise en faveur de toute action visant l'encadrement, l'incitation et le développement du tissu innovant des entreprises, notamment les startups et les Petites et Moyennes Entreprises (PME) qui œuvrent dans le secteur de l'économie numérique en vue d'assurer le renforcement et la pérennisation de leur compétitivité.

Dans cette optique, l'ADD a fixé parmi ses priorités, dans le cadre de sa note d'orientation

générale pour le développement du digital à l'horizon 2025, le développement d'une économie compétitive grâce aux gains de performance engendrés par le digital et le développement des secteurs technologiques. L'objectif étant d'ériger notre pays en tant que hub digital et technologique de référence au niveau de l'Afrique.

Aussi, convient-il de signaler également qu'afin d'accompagner le Maroc dans sa transition digitale en faisant de l'innovation technologique un véritable pilier de compétitivité des entreprises marocaines, l'Agence œuvre, en étroite collaboration avec ses partenaires institutionnels et privés, à promouvoir l'innovation et à encourager la recherche & développement afin de renforcer les capacités des ressources humaines et des talents dans le digital.

L'ultime objectif de ces actions et initiatives est de mettre en place le capital humain au centre des préoccupations et au cœur de toutes les visions et stratégies de transformation digitale dans notre pays.

Mesdames et Messieurs,

Comme vous le savez, les changements affectant le système économique mondial en raison de la globalisation des marchés et du développement des technologies de l'information et de la communication ont fait ressentir aux entreprises le besoin de faire évoluer leurs produits et services et d'occuper une position concurrentielle sur le marché, notamment avec l'entrée d'entreprises multinationales et l'émergence de marchés virtuels devenus très compétitifs, de sorte que la concurrence a doublé et a pris diverses formes.

Dans ce contexte, l'information est devenue le nerf de la guerre économique et son rôle se renforce de plus en plus grâce au développement de nouveaux outils de collecte et d'analyse qui permettent la transformation digitale. Ainsi, l'intelligence économique, la veille stratégique, l'intelligence artificielle et la Big data sont autant de moyens qui se basent sur l'analyse de l'information pour anticiper les comportements



du concurrent et de leurs stratégies et répondre aux besoins du consommateur.

Cela étant dit, plusieurs questions se posent quant aux conditions d'accès des concurrents et des consommateurs à l'information. En effet, l'égalité d'accès à l'information peut constituer un avantage concurrentiel, un obstacle à la concurrence et, dans certaines situations, favoriser des catégories d'entreprises, notamment les multinationales et les grandes plateformes digitales, ce qu'on appelle les GAFAM ou les GAMAM, aux dépens des petites et moyennes entreprises.

L'asymétrie de l'information est un exemple concret qui illustre dans quelle mesure l'absence de l'égalité d'accès à l'information pourrait entraver le jeu de la concurrence et constituer ainsi une pratique anti-concurrentielle nécessitant l'intervention des régulateurs à travers des obligations de régulation ex-ante et les mesures ex-post en vue d'établir un ordre économique et de garantir une concurrence effective.

Le rôle de l'information en tant que vecteur de la concurrence dans le secteur de l'économie digitale a entraîné des mouvements de fusions-acquisitions et suscité la préoccupation de nombreuses économies mondiales en raison du manque de concurrence digitale qui nécessite une grande attention au concept du pouvoir de marché numérique et du contrôle des fusions comme des questions clés dans un environnement

digital en pleine mutation.

Ainsi, de nombreuses économies à travers le monde s'efforcent de surmonter les défis posés par les caractéristiques économiques des technologies du marché digital. Il convient, dans ce cadre, de citer la nouvelle législation proposée par la Commission Européenne, le « Digital Markets Act » et le « Digital Services Act », relative à la réglementation des marchés et services digitaux pour faire face aux éventuels abus de position dominante des géants du digital et lutter contre les contenus et produits illégaux en ligne.

Toutefois, l'accès à l'information n'est pas toujours un moyen de limitation de la concurrence. Bien au contraire, il peut contribuer à favoriser la transparence du marché lorsque l'accès facile et équitable du consommateur à l'information liée au prix et à la qualité de services proposés est assuré. Cette transparence contribue aussi à la promotion de l'équilibre du marché lorsqu'il est permis aux différentes entreprises, qu'elles soient petites ou grandes, d'exposer leurs produits et prix via les plateformes dédiées à cet effet.

Il en résulte de ce qui précède que l'égalité d'accès à l'information est une condition sine qua non pour le développement de la compétitivité, de l'équilibre et de la transparence du marché. À cet égard, et conformément aux missions qui lui sont confiées, l'ADD contribue à cet effort de

promotion des outils digitaux en favorisant l'accès à l'information. Dans ce cadre, elle a entrepris, au titre du déploiement de sa feuille de route, plusieurs initiatives visant à promouvoir l'usage du digital auprès de l'ensemble des acteurs de l'écosystème.

Mesdames et Messieurs,

Parmi les chantiers que l'ADD gère directement en relation avec l'accès à l'information, je cite le développement et le lancement d'une plateforme d'interopérabilité dédiée à l'échange de données entre administrations d'une manière sécurisée et fiable, en application du principe édicté par la loi 55-19 relative à la simplification des procédures et formalités administratives. Cette plateforme facilitera l'accès aux usagers citoyens et entreprises, notamment par rapport au traitement des décisions administratives et à la simplification des démarches y afférentes, contribuant ainsi à promouvoir l'égalité d'accès à l'information pour tous selon des règles et standards internationaux.

Par ailleurs, et dans le cadre de la continuité des efforts consentis par le Maroc en matière de transparence politique et administrative et de renforcement de la participation du citoyen, l'Agence a inscrit dans son plan d'action le chantier Open Data dont le but principal est la facilitation de l'accès des citoyens et des entreprises aux données publiques, la proposition de nouvelles ressources pour l'innovation économique et sociale, l'accélération de la modernisation de l'administration et la création de valeur économique pour les entreprises.

À ce titre, et sous la supervision de comité de pilotage national institué à cet effet, l'Agence a réalisé en 2020 en partenariat avec la Banque Mondiale, sur la base des recommandations évoquées par M. Alaoui ce matin, une étude portant sur l'Open data, qui vise à résoudre les défis liés à ce sujet et à maximiser l'impact de l'ouverture des données publiques au Maroc.

Cette étude a dégagé un certain nombre de

recommandations structurées dans un plan d'action qui s'articule autour de quatre principaux volets :

- ❑ Le premier volet est lié à la partie réglementaire ;
- ❑ Le deuxième volet concerne les aspects techniques et processus ;
- ❑ Le troisième volet est relatif à l'organisation de la gouvernance ;
- ❑ Le dernier volet est afférent à l'usage et à la réutilisation des données.

Par ailleurs, l'ADD a lancé en 2021, la nouvelle version du portail national de l'Open Data (data.gov.ma). Ce portail, géré actuellement par l'Agence, donne accès à des données produites par plusieurs organismes publics en utilisant autant que possible des formats ouverts, standards et documentés pour faciliter l'exploitation et la réutilisation des données.

Depuis son lancement, la nouvelle version du portail a enregistré une réelle augmentation du nombre de jeux de données publiés.

Entre 2018 et 2022, nous avons noté une augmentation qui avoisine les 200 % en termes de nombre de jeux de données publiés.

En termes d'adhésion, nous avons relevé une adhésion importante des organismes et institutions publics producteurs de données, puisque le chiffre a presque doublé durant ces trois dernières années.

Sur ce même registre, l'ADD continue à œuvrer dans le cadre de la généralisation de l'accès des usagers, entreprises et citoyens, aux nouvelles technologies, en favorisant la transparence et l'égalité d'accès à l'information. Nous ambitionnons également, en synergie avec les parties prenantes et autres intervenants, à multiplier les efforts en vue de réduire la fracture numérique et d'assurer un développement digital inclusif.

En guise de conclusion, je tiens à saluer chaleureusement l'esprit de dialogue, de concertation et de coopération entre le Conseil

de la Concurrence, l'ADD, l'ANRT et l'ensemble des institutions qui sont aujourd'hui présentes, ainsi que les experts qui nous ont accompagnés pour animer les débats de cette importante conférence.

Je vous remercie pour votre aimable attention.

Intervention en panel :

Merci pour votre question.

Par rapport à cette question de l'accès à l'information, au sujet des moyens et du cadre réglementaire, je pense, cela a d'ailleurs été déjà évoqué, il y a aujourd'hui un cadre législatif qui régit le droit d'accès à l'information, à savoir la loi 31-13. Au niveau de cette loi, on parle d'un certain nombre de moyens, notamment la publication. Il y a l'accès suite à une demande et ce, via des canaux qui peuvent être des canaux classiques mais aussi digitaux. Il y a aussi la publication proactive et cela est très important. C'est dans ce cadre-là que l'ADD a utilisé l'open data comme étant un levier pour opérationnaliser cette publication proactive. Dans ce cadre, je l'avais évoqué au niveau de l'intervention, nous avons travaillé de concert avec l'OCDE et la Banque Mondiale. Il y a aujourd'hui un plan d'action qui est articulé autour de quatre axes :

- Le premier, c'est le cadre réglementaire. Comme cela a été précisé aujourd'hui, c'est une loi, mais j'informe l'audience et les partenaires qu'il y a un projet de décret qui traite de l'open data et qui stipule des dispositions réglementaires qui vont accélérer cette mise en œuvre, notamment tout ce qui est droit de régularisation. Aujourd'hui, le projet de décret est au niveau du circuit d'approbation après concertation avec les acteurs concernées.
- Juste par rapport aux objectifs de ce chantier, le premier objectif concerne l'écosystème et consiste à mettre à la disposition de l'écosystème de la data pour permettre aux startups et aux entreprises d'aller créer des services et créer de la valeur

ajoutée. Ce chantier a également un avantage important pour le détenteur d'informations lui-même. Pourquoi ? Parce que, comme je l'ai dit, lorsqu'une administration ou un établissement public publie des données ouvertes sur leur site web, ils devraient, tout d'abord, mener un travail interne en termes d'identification des données. Avant de parler de big data, il faudrait au préalable définir cette data.

Il va falloir donc chercher la data, l'identifier et la classifier pour savoir ce qui est partageable et ce qui ne l'est pas. Nous avons, à ce niveau, un double objectif : inciter les acteurs publics à recenser leurs données et à définir une stratégie en termes de classification, mais aussi en termes de partage avec l'écosystème, que ce soit le grand public ou les partenaires. C'est très important.

- Le troisième point que je voudrais souligner a trait à cet accompagnement. Avec la Banque Mondiale, nous avons organisé, entre 2021 et 2022, quatre ateliers et nous comptons organiser le dernier atelier avant la fin de l'année sur l'accompagnement des institutions publiques et des ministères en termes de mise en œuvre de tout ce qui est open data. Dans ce cadre, un travail important est à déployer et consistera à accompagner les administrations en mettant à leur disposition des guides qui vont les aider à dresser cet inventaire.

Pour précision, et concernant l'aspect relatif à l'accélération et à la mise en œuvre d'un plan d'action qui va impacter le marché par rapport à l'open data, des actions ont été initiées sur le plan juridique. En relation avec l'aspect organisationnel, il y a déjà un comité de pilotage dont la mise en place va être entérinée par le projet de décret. S'agissant des aspects techniques, les ateliers que nous sommes organisés avec l'OCDE et la Banque Mondiale vont dans le bon sens.

Il reste un point important et c'est le plus important pour moi. C'est comment accélérer l'usage de l'open data. A ce sujet, je pense que nous avons bien appliqué les recommandations

de la Banque Mondiale en termes de mise à jour et de mise en place de licences open data. Je confirme effectivement que l'ensemble des 400 jeux de données qui sont ouverts et publiés sur le portail open data dispose d'une licence d'open data de réutilisation.

intéressées par la réutilisation des 400 jeux de données qui sont déjà publiés au niveau de la plateforme et du portail national.

Deuxièmement, j'ai bien écouté les recommandations de la Banque Mondiale au sujet du portage des données. Effectivement,



Deuxièmement, par rapport à la mise à jour, notre comité de pilotage dispose d'une base de données de points focaux au niveau de chaque département ministériel. Nous sommes en contact régulier avec eux pour mettre à jour ces jeux de données au fur et à mesure qu'ils sont mis à jour au niveau des départements concernés.

Concernant la partie réutilisation, je confirme qu'au niveau de la plateforme, et là je lance un appel à mes collègues de l'AUSIM et de l'APEBI, il y a une rubrique interactive où on invite les startups et les TPE qui souhaitent avoir des données pour les réutiliser et pour proposer des solutions, à nous contacter via le portail et à nous proposer des données que nous devons recueillir auprès de l'ensemble des acteurs.

À ce sujet, nous sommes ouverts et nous comptons, avant la fin de l'année et en collaboration avec la Banque Mondiale, lancer un hackathon qui va inciter l'ensemble des startups marocaines (TPE, PME, ...) qui sont

c'est un sujet très important lié à la mise en place d'un cadre pour la gouvernance de la data. Je souhaite simplement rappeler qu'au niveau du Maroc, nous avons lancé, en concertation avec la Direction Générale de la Sécurité Nationale (DGSN), un service d'identification-authentification qui permet aujourd'hui aux fournisseurs de services, publics ou privés, d'avoir un moyen pour identifier leurs utilisateurs à distance, de manière digitale. Dans le cadre de ce service, il y a un service de portage des données. Cela signifie que pour l'utilisateur, personne physique ou peut-être demain l'entreprise, à travers une identification de l'entreprise, avec son consentement d'une manière électronique et toujours dans le respect de la loi sur la protection des données personnelles, l'ensemble des données personnelles qui sont enregistrées sur la carte peuvent être portées de manière automatique à l'administration et aux fournisseurs de services concernés.

Merci.

M. Hicham **CHIGUER**, Président de l'Association des Utilisateurs des Systèmes d'Information au Maroc - AUSIM



Merci beaucoup pour l'invitation et merci pour la thématique. C'est une thématique qui prend un angle sur la transformation digitale qui est quand même assez spécial puisqu'elle allie régulation et transformation digitale avec la compétitivité. Je pense que c'est très pertinent. Merci aussi aux organisateurs pour ce choix.

Alors pourquoi parler de partage de la data ? J'ai interpellé la communauté de l'AUSIM par rapport à ce sujet pour leur demander ce qu'ils en pensent ?

Modérateur : Vous êtes combien de membres au sein de l'AUSIM ?

Nous comptons 100 membres adhérents : 100 grandes entreprises et organisations, avec quelques PME. Nous n'arrivons pas encore à attirer des PME. C'est une question de « mindset » aussi, mais en tout cas, nous représentons à peu près 20 % du PIB du Maroc.

Quand j'ai interpellé la communauté, il y a effectivement des initiatives qui ont été faites, et des entreprises qui utilisent de la data. Maintenant, il y a aussi un autre constat : c'est fastidieux de travailler sur cette data, parce qu'on se retrouve, parfois, avec des formats qui

ne sont pas réellement exploitables et qu'il va falloir déployer un gros effort pour pouvoir exploiter cette donnée-là.

Je sais que c'est un chantier monstre, mais ce qui est important c'est d'avoir lancé ce chantier-là, commencé à l'exploiter, à le mettre en place et à le mettre en œuvre et cela prend du temps pour pouvoir le faire. Après, si on procède à des comparatifs et des benchmarks, le fait d'avoir un portail sur des données existantes est intéressant. Le fait d'avoir un volume de données c'est important aussi. Le fait de communiquer sur cette donnée est très important parce que parfois il y a des entreprises qui ne sont pas au courant que certaines données existent et peuvent être exploitées. D'un autre côté, il faudra aussi travailler sur comment ces données-là peuvent être fructueuses pour les entreprises, pour les startups, pour les TPME, ...etc.

Je prends l'exemple de la Grande Bretagne pour donner un chiffre : Aujourd'hui, la Grande Bretagne génère, avec l'Open data, 0,5 % de son PIB. Cela veut dire qu'aujourd'hui ce n'est pas juste un droit d'accès à l'information, mais c'est aussi un moyen de business, de compétitivité et d'apport par rapport à l'économie du pays. Toujours dans le cas de la Grande Bretagne, on parle de pratiquement 40.000 data sets mis à la disposition des entreprises, de la société civile, ...etc.

Par conséquent, le levier du partage et de l'accès à l'information est pertinent sur le plan économique. Il est pertinent aussi sur le plan de la compétitivité. D'où, le rôle important, aujourd'hui, de la régulation dans ce sens. Lors de plusieurs panels organisés hier, on a parlé aussi de la mouvance des Big Tech et des Tech players sur la scène internationale qui outrepassent la régulation locale nationale, qui touche notre quotidien et qui est aussi monétisée.

Ce qui est important aussi dans ce sens, c'est de dire que peut être l'angle d'attaque ou la manière selon laquelle nous devons réguler

ces mastodontes doit être différente d'un modèle classique ou tel que nous le faisons pour des marchés existants. Pourquoi ? Parce que, tout simplement, nous ne sommes pas face à une compétitivité sur des entités juridiques locales, mais nous sommes plutôt face à des entités qui sont de plus en plus internationales et qui n'auraient même pas d'entité juridique marocaine, dans le cas du Maroc, par exemple. C'est un aspect aussi très important de pouvoir de ratisser large et anticiper un risque économique et de compétitivité des entreprises existantes au Maroc et de pouvoir prendre une tournure différente, anticiper et de voir ce qui se passe dans les autres pays et commencer à travailler dessus dès maintenant avant qu'on arrive à une situation qui peut rentrer dans un format de protectionnisme que nous ne souhaitons pas forcément.

Si je reprends l'exemple de la Grande Bretagne, ce sont essentiellement des TPE qui utilisent ces data. Ce sont des entreprises de moins de dix personnes qui utilisent ces données à hauteur de 70 % de l'exploitation de ces données. Cela veut dire quoi ? Aujourd'hui, ceux qui bénéficient de cette data, ce sont des petites entreprises qui ont ce besoin de créer une nouvelle économie, de créer un nouveau business model, de créer de nouvelles valeurs ajoutées et qui peuvent aussi être intermédiaires avec les grandes entreprises, avec les grandes institutions pour pouvoir donner de la valeur ajoutée. C'est aussi le rôle des startups et des TPE de pouvoir aussi donner cette valeur ajoutée que probablement une grande entité ne pourrait pas faire parce qu'elle est beaucoup plus structurée. De ce fait, la création d'un écosystème qui va permettre d'avoir accès à cette information est très importante, tout comme le fait d'utiliser cette donnée, de la structurer et de l'utiliser dans des cas sectoriels.

Je prends par exemple le secteur de l'agriculture. L'actualité, c'est la rareté de l'eau. On a des acteurs, et des startups aussi qui travaillent sur ce sujet-là. Si par exemple, on envisage d'utiliser des drones pour pouvoir optimiser l'eau au niveau des terres agricoles,

cela pourrait être une information importante, mais moyennant d'autres informations à recueillir auprès du ministère de l'Agriculture ou des institutions autour de ce secteur, qui vont fournir de la data pour savoir quelle est l'optimisation qui pourrait être faite, quelles sont les superficies des terres, ...etc., avant de recourir à des solutions peut être existantes, mais que nous utiliserons peut-être pas à bon escient, ce qui nous permettrait de réorienter les usages des technologies à travers l'accessibilité à l'information qui est fiable. Cela peut régler des problématiques à l'échelle du pays et permettre aussi, par la même occasion, d'avoir un business model, d'améliorer la rentabilité et de favoriser la création d'entreprises dans certains secteurs.

La même chose est à relever pour le secteur de la santé, par exemple, pour les dons d'organes. Toute personne qui souhaite faire un don après son décès doit s'inscrire au niveau du tribunal. Cependant, après le décès, comme il n'y a pas encore cette digitalisation, on perd ces organes, parce que, entre le moment du décès et le moment d'aller vérifier l'information, l'organe n'est plus « viable ». Donc on règle un problème national, mais en parallèle, le digital n'est pas seulement un levier de digitalisation ou à la mode, mais il peut aussi sauver des vies. D'un autre côté, pourquoi ne pas aller plus loin, et interconnecter les systèmes à l'échelle internationale pour avoir aussi cette capacité d'offrir et récupérer ?

Je pense que ce sont des éléments très importants à prendre en considération. C'est pour cela qu'aujourd'hui l'AUSIM s'oriente et « deep dive » sur les secteurs. C'est une nouveauté de la vision « IMPACT » que nous avons lancée cette année.

Il s'agit, en effet, d'avoir un regard sectoriel, pas seulement holistique et technologique, mais de regarder au niveau des secteurs et nous l'avons fait lors des assises ici même, il y a deux semaines.

Modérateur : Justement, je sais que vous avez organisé des assises il y a deux semaines qui ont évoqué le Maroc Digital,

ici-même, sous le thème « Maroc Digital, Libérer des énergies » et on peut dire libérer la data aussi. Alors, en avant-première, je sais que vous n'avez pas encore bouclé le rapport ou les actes de cette rencontre, quelles sont les quatre ou cinq principales conclusions auxquelles vous avez abouti ?

C'est encore tôt de parler de conclusions. Nous allons le faire et le bilan est en cours de finalisation. Je préfère ne pas trop m'avancer. C'est un travail d'équipe et je pense que c'est pertinent de prendre un peu de temps. Cela devrait nous prendre un mois, pas plus, pour pouvoir faire les conclusions nécessaires.

Mais par contre, il y a eu énormément de « takeaways » au niveau des panels, que ça soit technologiques ou sectoriels, qui sont très intéressants et que nous allons partager à l'occasion de la publication du bilan. C'est aussi dans le cadre du respect du droit d'accès à l'information. Nous allons le partager sur notre site web, et l'envoyer aussi à toutes les instances publiques et privées, à nos membres, pour pouvoir prendre conscience de ces « takeaways » et aussi les recommandations que nous proposons par rapport à tout ce qui a été fait pendant cet événement-là.

Peut-être un dernier élément : il ne faut pas que le levier du digital soit un effet de mode et je pense que tous ceux qui sont dans la salle savent très bien que ce n'est pas un effet de mode. Il y a l'accès à la data, l'égalité de l'accès à l'information, le fait de récupérer cette information et l'utiliser à bon escient et de pouvoir en sortir des éléments intéressants, que ce soit pour la société civile mais aussi en termes de business. Il faudra aussi qu'il y ait une prise de conscience au niveau des entreprises, des PME et des TPE, de la nécessité d'intégrer la notion de la transformation digitale comme étant un des axes stratégiques de chaque entité, de chaque entreprise, de chaque institution.

Parce que ce c'est une transformation digitale qui peut être opérée à deux niveaux, soit au niveau transverse et sera ainsi un levier qui va permettre de renforcer le cœur du métier ou

le « core business » de l'entreprise afin d'être plus compétitive et rentrer dans la concurrence, soit au niveau vertical et permettra de créer de nouvelles lignes de business qui vont aller complètement sur du digital business.

Pour parvenir à ce digital business, on va migrer d'un modèle classique ou un modèle hybride vers un modèle digital et ce, à travers la donnée qu'on va récupérer d'un peu partout, parce qu'il ne faut pas parler uniquement de l'accès à la data du gouvernement, car il y a aussi la data de certaines institutions, de certaines entreprises et des GAFAM aussi. Si je prends l'exemple de Google Trend, il vous donne des éléments sur les tendances d'achat et de vente d'un produit par région, par pays, par ville et par langue, ce qui constitue aussi des informations très pertinentes que les entreprises doivent utiliser et je suppose que certains le font. La même chose pour Facebook. Ce dernier donne aussi la possibilité de récupérer des données qui ne sont pas confidentielles ou restreintes. C'est aussi un élément qui va être monétisé. D'un autre côté, le fait de mettre en relation toutes ces données-là nous permettra de sortir quelque chose d'intéressant sur le plan business ou sur le plan services.

Je pense que c'est très important de ratisser large. M. Mohammed MELYANI avait parlé de la « gateway » pour l'interopérabilité au niveau de tous les ministères. On a parlé aussi du projet de décret relatif à l'accès à l'information qui est aussi très intéressant. Cela renforce le dispositif et c'est très intéressant.

Maintenant, il faudra que tout le monde travaille ensemble pour pouvoir, non seulement préparer la donnée et la fiabiliser, mais aussi prendre conscience que cette donnée-là va pouvoir être monétisée et pouvoir aussi, à travers une instance, demander à avoir cette gouvernance de la data pour pouvoir rendre l'information pertinente, donner des idées, des orientations et après laisser le libre choix d'idéation au niveau des startups et des entreprises.

M. Abdelkarim **MAZOUZI**, Vice-Président de la Fédération Marocaine des Technologies de l'Information, des Télécommunication et de l'Offshoring (APEBI)



Merci M. Mostapha. Je remercie aussi les organisateurs de nous avoir donné la chance d'être parmi vous. Merci à nos amis de l'ADD (Agence de Développement du Digital) et de l'ANRT (Agence National de Réglementation des Télécommunications) en la personne de M. Hassibi. Merci aussi à nos amis du Conseil de la Concurrence.

On voit qu'aujourd'hui notre pays fait partie des organismes internationaux comme l'OCDE, la Banque Mondiale, Personnellement, je suis sur le digital depuis à peu près une trentaine d'années parce que j'ai créé une marque il y a environ 25 ans.

Aujourd'hui, au niveau de l'APEBI, comme tout le monde d'ailleurs, nous souffrons parfois de la difficulté d'accès à l'information. Certes, des lois et des règlements sont adoptés, mais nous menons toujours des batailles. Madame Salwa est là et elle comprend que parfois, le législateur ne communique pas beaucoup lorsqu'il adopte des lois, surtout en relation avec la fiscalité. Par conséquent, nous courons tous derrière l'accès à l'information.

La loi 31-13 est entrée en vigueur en mars 2020. Je félicite notre pays et le gouvernement

d'avoir œuvré dans le but de rester à jour, à l'échelle internationale, en matière d'accès à l'information.

Aujourd'hui, je souhaiterais parler d'Internet. Il faudrait que le citoyen ait accès à Internet. Nous avons aujourd'hui trois opérateurs et j'espère qu'ils vont œuvrer pour démocratiser l'accès à Internet qui est un point très important. Aujourd'hui, l'accès à Internet demeure relativement cher. Nous avons aussi un problème au niveau national, avec les collectivités territoriales qui sont le maillon faible. Beaucoup de choses restent à faire au niveau de la communication et de l'accès à l'information.

De nos jours, certains organismes internationaux, comme INTEL par exemple, en s'appuyant sur des études, nous informent que d'ici 2025, 100 millions d'emplois seront créés au niveau mondial.

Ces personnes doivent alors acquérir des compétences dans la technologie. Je souhaiterais soulever ici un point important qui relève de mon métier, à savoir l'éducation.

Aujourd'hui, si on n'oriente pas notre éducation et si on ne réalise pas une mutation dans notre éducation, cela va être trop tard. À cette occasion je remercie l'équipe de la FMPS (Fondation Marocaine pour la Promotion de l'enseignement Préscolaire) ici représentée, qui travaille dans le préscolaire (enfants de de 3 ans à 7ans) et qui déploie un effort colossal, surtout que cet apprentissage commence au niveau de l'enfance.

Cependant, il nous reste encore beaucoup de travail à accomplir au niveau du ministère de l'Éducation nationale (écoles primaires, collèges et lycées), sans parler également de l'enseignement supérieur. Aujourd'hui, le Maroc dispose d'un outil qui est le réseau national d'enseignement et de recherche « MARWAN », mais beaucoup de directeurs et de doyens d'établissements de l'enseignement supérieur ne savent même pas que ce programme existe



et qu'il offre aux étudiants des universités un accès à Internet gratuitement.

Actuellement, des universités sont dotées de lignes symétriques de 200 mégas, voire d'un giga, mais quand je me déplace dans les universités, je constate que parfois ces lignes sont utilisées pour des tâches d'administration chez la secrétaire ou chez le directeur.

Ce programme existe depuis les années 2000. Cela fait donc 20 ans que nous avons un programme très important, qui coûte pas mal d'argent au contribuable marocain, mais qui n'est pas utilisé à bon escient. Nous avons alors, aujourd'hui, beaucoup de travail à faire au niveau de la communication.

Par conséquent, j'insiste beaucoup sur la mutation, surtout au niveau des formations au niveau de l'éducation et au niveau de notre école.

Merci beaucoup.

Émilie **CAZENAVE**, *Analyste des politiques publiques - OCDE*



Puisque je m'exprime pour la première fois, je voudrais également remercier les organisateurs et saluer l'accueil chaleureux qui nous a été réservé. Un grand merci à vous.

Effectivement, je voudrais contribuer aujourd'hui avec un bref aperçu de l'analyse récemment conduite par l'OCDE au niveau de 68 Etats membres et non-membres de l'Organisation au sujet de la transparence et de l'accès à l'information, que l'on entend dans un sens un peu large en termes de données ouvertes comme cela a été le propos il y a quelques instants, mais aussi en termes d'informations détenues par les organisations publiques et souvent, dans une grande partie des pays, par d'autres organismes bénéficiant de financements publics ou des entreprises publiques par exemple.

La transparence à l'OCDE, nous la concevons comme une composante essentielle d'un écosystème d'information d'intérêt public sain et comme un levier de confiance pour les citoyens, non seulement envers les organisations publiques, mais aussi et surtout, on l'a constaté notamment depuis la crise

financière de 2008, envers les marchés, les services, l'économie et la finance.

Cette transparence est sous-tendue par le droit d'accès à l'information, qui est constitutionnalisé effectivement, comme notre modérateur l'a rappelé en introduction, dans près de 80 % des pays, y compris le Maroc dans l'article 27 de sa Constitution, mais aussi des pays comme l'Estonie, le Japon ou encore le Mexique.

Dans les années 2000, nous avons constaté une inflation du nombre de lois adoptées sur l'accès à l'information. Le Maroc fait partie de cette dynamique également avec sa loi 31-13 qui a posé le cadre ambitieux de l'accès à l'information dans le pays. Mais tous les pays étudiés sont confrontés à des difficultés et à des défis de mise en œuvre de ce droit. La mise en œuvre est d'autant plus importante pour les sujets qui nous rassemblent ces deux journées que l'égalité d'accès à l'information est une source pour nous d'édiction de règles équitables et stables pour régir le jeu politique, économique, ...etc., puisque c'est le fondement d'une information publique consultable, accessible, identique pour tous et sans traitement préférentiel en fonction de ses destinataires, si elle est diffusée proactivement.

Partant de là, l'accès à l'information est un levier de renforcement de la confiance dans les règles applicables à tous et avec les mêmes informations préalables pour les acteurs économiques, pour entreprendre ou pour bénéficier des services publics ou participer à la vie publique et politique.

Un autre aspect pertinent a trait également à la divulgation proactive de données ouvertes, en l'occurrence d'un ensemble pertinent d'informations publiques. Au Maroc, en effet, la loi a posé également les premiers jalons de cette publication proactive. Elle a enjoint les organisations publiques à publier des informations sur leurs entités, missions et fonctionnement, avec, par exemple, la nécessité de publier des informations sur les

lois, les projets de lois, le budget, les appels d'offres et les résultats des appels d'offres, ... etc. Donc avec un impact potentiel sur la transparence et la redevabilité de l'action publique.

En instaurant l'obligation de divulguer publiquement et de manière proactive ces informations, la loi permet de voir et de comprendre le fonctionnement des administrations, mais aussi l'état du pays en quelque sorte, sans aucune démarche active des citoyens ou des parties prenantes, en l'occurrence les entreprises.

Certains pays ont adopté aussi ces démarches vis à vis des fonds publics. Le Trésor néozélandais, par exemple, a un site web dédié sur lequel on retrouve les rapports annuels d'activité, mais aussi les états financiers. Les appels d'offres sont aussi centralisés souvent sur des pages, c'est le cas au Liban, pour vous donner un exemple dans la région. Ces obligations de divulgation proactive sont souvent étendues, comme je le disais, à d'autres organismes qui reçoivent des fonds publics. C'est par exemple le cas au Danemark ou en Tunisie, voire aux entreprises publiques. C'est un cas assez classique que l'on retrouve ici ou aux Philippines, ...etc.

Enfin, je voudrais terminer sur cette question, mais on pourra y revenir, en évoquant l'accès facilité et la facilité d'utilisation des outils des plateformes, mais je ne veux pas m'en tenir qu'au numérique parce que si on veut que l'information soit accessible à tous et soit une condition d'égalité des opportunités pour tous, il faut qu'elle soit non seulement accessible numériquement, mais aussi par d'autres canaux, notamment pour répondre à des enjeux de handicap, de difficulté d'accès et de fracture numérique que vous avez mentionnés et ce, pour pouvoir permettre, via l'accès à ces données et à ces informations, de bénéficier des services publics, de participer à la vie publique et politique et d'entreprendre et innover.

Modérateur : **Quels sont, selon vous, les leviers à activer pour encourager cet accès à l'information ? En fait, à croire l'égalité des**

chances, parce que le lien est bien établi entre disponibilité de l'information et égalité des chances et accès aux opportunités ?

Il y a de très nombreux leviers. Je vais seulement en mentionner quatre, deux sur la substance et ensuite deux sur les modalités. Le premier, est celui de la pertinence. Il a déjà été largement discuté hier notamment et encore ce matin aussi.

Pour assurer la pertinence justement des informations publiques et notamment des données ouvertes, que les gouvernements demandent de divulguer, certains pays ont décidé d'accroître cette pertinence en impliquant les citoyens et les parties prenantes, y compris les investisseurs, les organisations de la société civile, les médias, ...etc. dans la définition de ce que recouvre les informations pertinentes et utiles que pourraient divulguer les acteurs publics et parfois économiques. Hier, M. Frédéric Jenny avait parlé de Facebook qui divulgue des informations qui sont peu utilisées.

Connaître, par conséquent, les attentes et les besoins, c'est aussi participer à assurer cette pertinence. Au-delà de ces consultations, certains pays de l'OCDE, comme l'Australie et l'Irlande, choisissent eux aussi de divulguer proactivement les informations qui ont été demandées de manière récurrente quand elles n'étaient pas disponibles de manière ouverte. Cela peut constituer un autre levier, une autre manière, sans passer par le législateur notamment, d'accroître le champ de la divulgation proactive de l'open data et surtout d'en faire un élément un peu plus pertinent pour entreprendre et pour que le citoyen ou les organisations et les entités privées puissent réutiliser utilement cette donnée.

Le deuxième levier, et c'est là que le bât blesse bien souvent, car rares sont les pays qui y parviennent, c'est l'évaluation et le suivi de la mise en œuvre et de l'impact.

On a très peu de données sur le suivi et l'évaluation de l'accès à l'information et de son impact sur la concurrence, l'impact économique,



et la plus-value, parce que très souvent, les analyses se concentrent sur la robustesse de la loi, ses dispositions ou sur des données d'entrée comme le nombre de demandes reçues, le nombre de refus à ces demandes, les délais qui ont été pris pour les traiter, ... etc.

Cela est utile pour évaluer notamment, à court terme, les objectifs de la loi et savoir si le public a bien accès à l'information qui est réclamée en vertu de la loi. Cependant, cela est moins utile pour comprendre effectivement ce que je disais, à savoir si l'information est utilisée et réutilisée par les citoyens, les entreprises et les organisations de la société civile pour créer de la valeur et d'autres services et pour comprendre si cela a un impact au-delà du niveau individuel du demandeur ou de l'utilisateur.

Une analyse complète est ainsi nécessaire pour évaluer cet impact, mais peu de pays collectent actuellement des données qui permettent de la réaliser.

Le troisième levier est celui des modalités et c'est celui par lequel je clôturerai ma réponse à la précédente question. Si on souhaite uniformiser les règles du jeu et promouvoir l'égalité des opportunités et des chances, il faut garantir un accès inclusif et égalitaire pour tous.

82 % des pays qui ont répondu à l'enquête que nous avons menée récemment ont inscrit le droit d'accès à l'information dans leur Constitution ou dans leurs lois. La moitié d'entre eux seulement offrent un soutien actif aux personnes qui ont des besoins spécifiques.

J'ai, par exemple, en tête le Brésil ou la Colombie, qui offrent mêmes des lignes directrices spécifiques pour que les personnes qui ont des déficiences visuelles ou auditives puissent utiliser les canaux, y compris les canaux digitaux, pour faire une demande d'accès à l'information ou réutiliser des informations existantes, et surtout dans des administrations ou des systèmes dans lesquels on a tendance à utiliser un langage très largement administratif et juridique, souvent moins accessible à l'ensemble de la population et moins facilement compréhensible.

Certains pays ont mis en place des dispositifs de langage simple et clair, facile à lire et à comprendre, des campagnes spécifiques de communication sur le droit d'accès à l'information, voire des discussions et des formations avec certaines catégories de réutilisateurs potentiels comme les entrepreneurs et les startups, opérant notamment dans l'écosystème de la data, pour les informer sur le potentiel que recouvre le droit d'accès à l'information pour leurs propres besoins.

C'est aussi un levier important à utiliser pour favoriser davantage de communication et de sensibilisation.

Enfin, le dernier point que je voudrais aborder c'est celui du délicat équilibre à trouver entre accès à l'information, protection des données personnelles, sécurité de certaines données commerciales, droit et aussi sécurité nationale et internationale. Il y a des raisons multiples à

la mise en cohérence de ces différents droits.

Je vous donnerai une illustration qui est celle que très souvent la divulgation en violation de la protection des données privées est un levier qui est utilisé par les administrations et les organisations publiques pour restreindre les informations divulguées ou l'accès à certaines informations pour des raisons légitimes. Par exemple, en Espagne, lorsqu'il y a des données personnelles, par exemple sur l'idéologie ou la santé, on requiert le consentement explicite et écrit des citoyens pour pouvoir divulguer les informations. Cela semble tout à fait légitime.

Mais pousser à l'extrême ce raisonnement peut parfois donner lieu à un certain nombre de risques pour l'accès à l'information et donc la transparence, la redevabilité et les opportunités de valeur ajoutée à partir de ces données. Il faut, par conséquent, trouver ce juste milieu qui est difficile à évaluer et qui peut passer par l'institutionnalisation des fonctions qui sont en charge de la mise en œuvre et de la supervision de ces droits.

La grande majorité, d'ailleurs, des pays auprès desquels nous avons mené cette enquête ont bien entendu, comme le Maroc, institutionnalisé ces fonctions, avec des fonctions distinctes pour ces deux droits, comme au Maroc et en France par exemple. Ici, avec des chargés d'accès à l'information, une agence en charge de la protection des droits privés, une agence en charge de l'accès à l'information. Cependant, ayant noté de plus en plus de synergies entre ces droits, certains pays ont envisagé, voire décidé, de les regrouper au sein d'une seule institution. On l'a évoqué hier pour le Royaume-Uni, c'est une discussion en cours, mais c'est déjà fait dans certains pays comme le Mexique, l'Argentine ou la Belgique par exemple. Cela leur permettrait de discuter en interne de ces conflits et de ces dilemmes que M. Frédéric Jenny exposait hier en préliminaire de nos discussions, de les résoudre de manière à permettre la protection et la divulgation d'un certain nombre d'informations, tout en rendant ces mesures et ces politiques plus

cohérentes. Sinon, et cela a été déjà mentionné, on peut avoir une approche morcelée, fragmentée et différenciée en fonction de l'organisation saisie, selon son approche et son raisonnement.

Modérateur : **Merci Émilie. Alors, tout en restant dans le diplomatiquement correct, je sais que dans les organismes multilatéraux, on a des fiches pays. On a parlé du Brésil et on est passé ailleurs. Et si on parlait du Maroc. Quels sont les mots clés qui reviennent lorsqu'on évoque le cas Maroc en matière de circulation des données, de liberté d'accès aux données ou de digital en général ?**

Alors, les mots clés, c'est un cadre ambitieux, au vu de la Constitution, de la loi d'accès à l'information, de tout un ensemble de lignes directrices, de discussions qui ont été ouvertes et de formulaires qui ont été créés par les administrations. Je pense aussi à un guide de l'accès à l'information qui avait été élaboré avec l'OCDE et certaines administrations représentées et à des discussions que nous avons eues avec l'ADD l'année dernière à peu près à cette époque-là sur ces sujets.

En fait, un écosystème est mis en place, discute et peut encore avancer sur les recommandations qui ont été formulées, sur les standards qui sont édictées par l'OCDE, l'Union Européenne ou ailleurs, mais la mise en œuvre pose et posera toujours des défis parce que les évolutions sont telles qu'on doit sans cesse chercher à assurer la pertinence des informations que l'on met en ligne, la façon dont on les propose et dont elles peuvent être réutilisées et la facilité de leur réutilisation pour le citoyen. Tout cela requiert de nouveaux efforts, mais également de montrer, via une plateforme, les efforts de réutilisation qui ont déjà été entrepris par la société civile et par les médias ; et il y en a eu, notamment dans le cadre des efforts liés au partenariat pour un gouvernement ouvert et de tous les efforts relatifs à la mise à disposition de données ouvertes qui ont déjà été entrepris par les administrations.

Adèle **MOUKHEIBIR BARZELAY**, Conseillère juridique Données et Développement Digital - Groupe Banque Mondiale



Merci beaucoup M. le modérateur, et merci beaucoup pour l'invitation. Je sais nous sommes venus à deux, mon collègue Arthur Foch et moi-même. Aussi, ressentons-nous deux fois plus de bonheur d'être avec vous et de pouvoir partager notre expérience avec vous.

Alors pour réagir très brièvement, je pense que je ne peux que conforter les messages qui ont été évoqués par mes collègues et je ne m'exprimerai pas spécifiquement sur ces points, mais par contre, je pense qu'il y a un point sur lequel il est important d'insister. On a beaucoup parlé ces deux derniers jours de l'importance et de la centralité de la donnée, à la fois au sein de l'administration et dans l'économie, mais je pense qu'il est important, surtout lorsqu'on parle des problématiques liées à l'accès à l'information et à l'open data, de vraiment remettre l'utilisateur, que ce soit l'administrateur au sein de l'administration publique, le citoyen ou l'entreprise, au cœur de la problématique et de penser aux mécanismes qui peuvent à la fois faciliter l'accès à l'information réactive dans le cadre de

l'accès à l'information ou l'utilisation de l'information divulguée de façon proactive dans le cadre de l'Open data, en réfléchissant aux besoins qui ont été identifiés ou qui sont identifiables par les concertations, par des activités telles que les hackathons, telles que certaines façons de générer un intérêt et une culture d'utilisation de la donnée pour vraiment, non seulement publier ou améliorer l'accès à l'information, mais œuvrer vraiment pour l'amélioration de l'utilisation de la donnée.

Je pense que nous avons évoqué, et mes collègues en ont parlé, certains mécanismes qui peuvent être activés, que ce soit la mise en œuvre du cadre réglementaire ou bien d'autres mécanismes outre que la réglementation. Je pense qu'il y en a qui ont été très bien couverts. Je rajouterai peut-être un ou deux mécanismes qui sont très importants pour faciliter l'utilisation des données, surtout l'open data, qui n'ont pas été évoquées directement aujourd'hui.

Ce sont, premièrement, l'importance d'adopter des licences d'utilisation et de réutilisation des données qui ne sont pas révocables et qui permettent de donner la certitude aux utilisateurs de savoir comment ces données peuvent être exploitées une fois qu'elles sont publiées, et c'est vraiment un aspect très important, en particulier pour faciliter l'utilisation de l'open data pour l'innovation par le secteur privé qui généralement, à part certains business models, essaient de transformer la donnée en un format un peu plus exploitable, essaient vraiment de prendre l'open data et de l'utiliser dans des produits et des services ou incorporent cette data directement dans leurs services. Je pense, par exemple, aux applications de transport qui prennent des données gouvernementales ouvertes, qui ont besoin que ces données soient publiées ou soient mises à jour régulièrement pour ensuite élaborer et développer des applications qui permettent d'utiliser les GPS ...

etc. On a parlé du Royaume-Uni tout à l'heure. Je pense, par exemple, à l'application « City Mapper » qui a été créée en utilisant les données de « Transport for London » et qui est maintenant utilisée et développée dans plusieurs pays sur la base de l'open data du transport.

Je dirais aussi, puisqu'on est sur cette problématique, en pensant à l'utilisateur et aux besoins de l'utilisateur en termes de data, et qu'on a beaucoup parlé des formats réutilisables exploitables, que je suis absolument d'accord avec mes collègues. Il faut veiller aussi à ce que la fréquence de publication soit adaptée, à la fois aux types de données, mais aussi au type d'utilisation. Par exemple, les données de transport ou les données météorologiques doivent être mises à jour de façon presque automatique, idéalement par API. Il y a d'autres types de données qui peuvent être mises à jour selon une périodicité trimestrielle ou annuelle, mais je pense que c'est vraiment en recentrant le débat sur la donnée, son utilisation et les besoins qui ont été identifiés, que l'on peut commencer à mettre en place et à prioriser les procédures qui peuvent faciliter non seulement l'accès à la donnée, mais également son utilisation.

Je terminerai en disant qu'on a beaucoup parlé et j'ai beaucoup apprécié la discussion sur le renforcement de capacités sur les aspects de communication et de dissémination qui permettent de promouvoir cette culture d'utilisation de la donnée et d'accès à l'information. Pour contribuer à ce débat, je pense que les enjeux de renforcement des capacités sont différents et que les pratiques de renforcement des capacités doivent être adaptées à l'administration publique, d'une part, et à la population de manière générale, d'autre part.

Je pense qu'Émilie a très bien couvert le deuxième aspect. Je ne vais pas alors rajouter là-dessus, mais au vu de notre expérience, lorsqu'on regarde un peu les défis de mise en œuvre, en particulier du cadre réglementaire régissant l'accès à l'information et l'open data,

ce qui bloque, c'est le manque de confiance des responsables qui sont en charge de publier les données ou de répondre à des requêtes dans le cadre de la loi sur l'accès à l'information. Ce risque ou cette perception du risque est d'autant plus forte quand il manque, dans le cadre réglementaire, certains facteurs facilitateurs comme une classification des données claires qui permettent aux administrateurs de comprendre quelles sont les données qui peuvent être publiées et quelles sont celles qui ne peuvent pas l'être. Il s'agit de ce manque de clarté, et Émilie en a parlé, entre la façon de traiter les données pour réduire les risques d'identification en ce qui concerne les données personnelles avant la publication, et comment le faire adéquatement pour ensuite pouvoir publier les données de façon sécurisée et de façon à ce que ces données soient protégées.

Donc, je pense que si on essaye de développer ces mécanismes de renforcement des capacités pour faciliter au niveau des responsables de l'open data dans le contexte du Maroc ou des responsables de l'accès à l'information, et on voit ça en dehors du Maroc aussi, on réussira à mettre en œuvre efficacement les cadres qui sont généralement robustes dans la plupart des pays pour avancer à l'avenir. Voici donc quelques réflexions pratiques pour continuer le débat qui a été très riche.

Intervention au pupitre :

Tout ce que vous voyez dans cette slide est un extrait de ce rapport sur le développement dans le monde 2021, intitulé « Des données pour une vie meilleure ».

Je vais passer très rapidement là-dessus puisqu'on a beaucoup évoqué ces principes et ces thématiques au cours de ces deux derniers jours, en particulier le droit à l'accès à l'information et la data comme levier pour atteindre les objectifs de développement durable, que ce soit l'utilisation des données à bon escient et de manière efficace par l'administration publique pour améliorer la



prestation des services publics et la qualité des politiques publiques basées sur les preuves, ou les thématiques de redevabilité et de transparence dont on a parlé tout à l'heure ou bien évidemment, l'exploitation de la donnée par le secteur privé pour créer de l'innovation et développer des marchés économiques dits « data driven », c'est à dire basés sur la donnée.

Certes, nous avons évoqué les parcours positifs que je viens de décrire, mais l'utilisation de la donnée comporte des risques de discrimination, de surveillance, de cybersécurité, ... etc. L'un des messages clés du rapport est que l'atteinte de ces objectifs positifs est tributaire de la mise en place d'un cadre robuste de gouvernance des données qui a été décrit tout à l'heure.

Cette autre illustration, comme le disais M. Arthur Foch tout à l'heure, montre l'impact financier et économique qui peut être généré par l'usage de l'open data par différents secteurs. On voit ici qu'on a plusieurs secteurs. Il s'agit d'une étude qui a été développée par Capgemini pour l'Union Européenne. Ce qu'on observe ici est une estimation de l'impact financier et économique de l'utilisation de l'Open data, en particulier pour l'administration publique. Je sais que c'est un enjeu particulièrement important dans ce contexte-là. On parle quand même de 22 milliards d'euros dans le cadre des pays de l'Union Européenne. Il s'agit d'un impact particulièrement important lorsqu'on parle de

l'utilisation de l'open data et on peut imaginer l'impact que ça pourrait avoir pour l'administration publique.

Lorsqu'on parle des enjeux pour l'administration publique, on parle surtout de l'efficacité, de la réduction des coûts, de l'amélioration des ciblés des politiques publiques de certaines parties prenantes et certains individus. Ce sont tous ces types d'impacts qui sont reflétés dans ces chiffres.

Nous avons aussi relevé une autre thématique dans ce rapport. Je pense que cela a été soulevé d'ailleurs par M. Xavier Reillet tout à l'heure. Il s'agit de l'importance et du rôle que joue l'élaboration d'un cadre de gouvernance robuste pour la gouvernance des données, pour créer un contrat social sur les données qui est basé sur trois valeurs.

La confiance, notamment par la mise en place d'un cadre robuste pour la protection des données personnelles et la cybersécurité.

L'équité, et je pense que c'est particulièrement pertinent à la fois pour ce panel lorsqu'on parle d'accès à l'information. Ces deux principes, l'équité et la confiance, sont d'ailleurs consacrés dans le nouveau modèle de développement pour le Maroc. Je pense qu'il est important de rappeler que la valeur est générée lorsque ces autres principes sont respectés.

Le cadre de gouvernance qui doit être mis en place est composé de quatre piliers. Les politiques d'infrastructure, un cadre robuste de

lois et de règlements pour la gouvernance des données qui a des impacts sur la politique économique. Nous avons, d'ailleurs particulièrement évoqué hier la compétition, le commerce et la fiscalité.

Pour s'assurer de la mise en œuvre efficace du cadre réglementaire, en particulier, il faudrait des institutions capables, indépendantes, mais aussi autonomes et ayant le budget et la capacité de mettre en œuvre ce cadre de gouvernance.

Juste avant de parler du cadre légal, je voudrais profiter de la fin de la présentation de M. Arthur Foch sur les Maisons du Citoyen pour appuyer un des commentaires qui avait été fait tout à l'heure sur l'importance de penser à l'accessibilité, via non seulement la multiplicité des canaux numériques, mais aussi analogiques, et de mettre les besoins de l'utilisateur au centre pour comprendre non seulement les intérêts pour l'utilisation de la data, mais aussi les défis.

Nous avons, ainsi, bien couvert le premier pilier de ce cadre de gouvernance des données. Maintenant, le deuxième pilier est bien évidemment le cadre légal et réglementaire pour gouverner les données. Je pense qu'il est utile de faire une distinction en ce qui concerne la régulation des données, entre les données publiques, collectées, générées et produites par les gouvernements et par l'administration publique, et les données privées.

Tout d'abord, parce qu'il y a une marge de contrôle différencié entre les données que l'administration publique ou le gouvernement peut avoir, en ce qui concerne les données qu'il produit lui-même, et la mise en place d'un cadre facilitateur pour inciter le secteur privé à partager des données.

Pour commencer par la réglementation des données dites publiques, le graphe que vous voyez ici est un extrait ou une visualisation des données qui ont été collectées dans le cadre d'une enquête faite dans le contexte du rapport sur le développement dans le monde, et intitulé « Global data regulation survey ».

C'était une enquête ayant concerné 80 pays et qui couvre certains indicateurs relatifs au cadre légal et réglementaire pour la gouvernance des données publiques et privées.

Les indicateurs et la sélection des pays sont orientés vers les pays à niveau de développement moyen et intermédiaire, étant donné notre rôle en tant qu'institution de développement.

Ce que vous voyez ici est une représentation visuelle des différents mécanismes dont nous avons discuté aujourd'hui, en particulier l'existence de cadres réglementaires, de lois sur l'accès à l'information, que vous voyez en bas à gauche, de même pour l'open data, ainsi que ce que j'appelle des facilitateurs sous-jacents qui permettent de faciliter la mise en œuvre de ces cadres qui sont intégrés dans les lois d'accès à l'information et les lois sur l'open data.

Ce que vous voyez, et ce que je trouve intéressant ici, c'est que dans cette enquête et que nous divisons par groupes de revenus, la plupart des pays ou une grande majorité de pays ont mis en place un cadre légal sur l'accès à l'information. Un cadre émergent est à relever s'agissant de l'adoption de lois sur l'open data, mais certains pays qui n'ont pas de lois sur l'open data ont des politiques d'open data, dites « Open data policy ». Il y a un point sur lequel j'aimerais insister, c'est l'importance de mettre en place ces cadres réglementaires, mais aussi de mettre en place des mécanismes de classification des données et de s'assurer que la classification des données est mandatée pour être mise en application dans l'ensemble de l'administration publique.

L'adoption de licences open data par le gouvernement qu'on voit ici, mise à part les pays à hauts revenus, reste quand même un chantier émergent, puis les questions liées à l'interopérabilité des données, non seulement pour faciliter l'accès à l'information et à l'open data, mais faciliter son utilisation, y compris les échanges, l'interconnectivité entre différentes bases de données, c'est vraiment

un rôle très important que jouent les règles sur l'interopérabilité, les standards d'interopérabilité, ... etc. C'est d'ailleurs un autre chantier sur lequel l'administration marocaine travaille très dur et évidemment sur lequel nous collaborons avec l'ADD en particulier pour œuvrer au renforcement de ces cadres sur l'interopérabilité.

Sur la prochaine slide, très rapidement, ce que vous voyez ici est extrait de la même enquête mais qui couvre plutôt les aspects réglementaires concernant la réglementation des données dites personnelles. J'aimerais me focaliser en particulier sur la question de la portabilité des données qui, au sein des pays que nous avons survolés, dont la plupart sont des pays à revenu moyen et à revenu intermédiaire, est un chantier émergent, voire naissant, en termes de maturité. Je pense qu'il y a moins de 10 % des pays qui ont intégré une obligation de s'assurer de la mise en place du droit sur la portabilité des données pour la population, qui généralement est intégré dans le cadre de lois sur la protection des données personnelles en ce qui concerne la portabilité des données personnelles.

Ce qui est important ici c'est non seulement de mettre en place ce droit, mais ce cette enquête a révélé et était intéressant, c'est que pour le petit nombre de pays qui avaient adopté ces règles, il y avait aussi, au sein de ces lois, des obligations de formatage pour s'assurer non seulement que le droit était en place, mais aussi que les données puissent être portées dans un format standard, lisible par machine, qui permet et facilite la mise en œuvre de ce droit. Parce que sans formatage, et pour revenir d'ailleurs sur les thématiques de coordination entre différents cadres réglementaires, sans suffisamment de compétition dans le marché, il serait difficile de mettre en place et de faciliter le portage de ces données d'une plateforme à une autre. Pour terminer rapidement là-dessus, lorsqu'on pense au cadre réglementaire, on pense toujours de manière « top-down », c'est-à-dire à la mise en place d'un cadre, à sa mise en œuvre et à la « compliance » (conformité)

des parties prenantes.

Les deux exemples que je voudrais évoquer ici sont des exemples un peu plus « top-down ». Dans le cadre de sa loi sur le numérique de 2016, la France a insisté sur le partage par le secteur privé de certaines données dites à haute valeur. C'est un mécanisme qui a été développé et qui a été intégré plus tard dans le cadre de la législation européenne pour essayer de faciliter le partage, entre acteurs du secteur privé, de données qui sont dites à haute valeur.



Mais, je pense qu'il est aussi important de démontrer que la plupart de ces partenariats de partage de données peuvent être incités dans le cadre de PPP (Partenariats Public-Privé) lorsque la valeur de ce partage de données est démontrée .

Dans cet exemple que vous voyez à l'écran, « Waze », une autre application de transport qui, dans le cadre d'un partenariat avec la Colombie et dans le contexte du programme « Citoyens Connectés », a accepté de partager ses données de trafic pour à la fois appuyer des interventions d'urgence, échanger des données de trafic pour les projets de mobilité et partager des données avec les citoyens.



Je pense que c'est un très bon exemple qui montre la possibilité de sortir un peu du cadre de régulation et de penser à des mécanismes de gouvernance et à des mécanismes contractuels qui peuvent inciter l'échange et le partage de données à haute valeur, comme les données de transport.

Pour terminer sur cet aspect de gouvernance, ce qu'on a recensé dans ce rapport et ce qu'on a vu et ce qu'on voit émerger en dehors du cadre réglementaire, est un nouveau type de structures, des coopératives de données ou des intermédiaires de données, qui peuvent être mises en place entre différents partenaires, que ce soit dans le cadre de partenariats public-privé ou de partenariats avec la société civile ou des organismes de recherche pour travailler sur ce partage de données.

Le message clé à retenir est qu'il faut penser aux types de données, à l'objectif de l'utilisation et aux questions qui sont importantes. S'agit-il de la manière de partager les données sensibles dans un environnement structuré, avec des normes claires qui peuvent inciter la confiance des participants pour échanger leurs données ? S'agit-il de données personnelles sensibles ? Est-ce une question de données propriétaires ? Ce qu'on observe c'est l'émergence de modèles différents, commerciaux ou non commerciaux, qui peuvent faciliter ces échanges et contribuer, par l'intermédiaire de ces nouveaux modes ou mécanismes de gouvernance, à faciliter l'accès équitable à l'information à des fins positives, de développement, d'innovation, de recherche, ... etc.

Pour finir sur les points clés, et c'est ce qui est ressorti de cette discussion, je pense qu'il y a vraiment des points sur la forme et des points sur le process (sur les fonctions).

Sur la forme, il est clair qu'il faut toucher tous les axes dans ce cadre de gouvernance des données, que ce soit des interventions pour le renforcement de l'infrastructure, le renforcement du cadre réglementaire, œuvrer au renforcement des capacités et des ressources des institutions appelées à mettre en œuvre ce cadre. Mais, ce qui est très important, c'est le changement de perspectives qui vient avec le « Change Management » le changement de comportement au sein de l'administration publique mais aussi avec les utilisateurs. Un autre principe que je considère fondamental est l'importance de la co-création, le développement d'une approche multipartite pour le développement des cadres de gouvernance qui intègrent à la fois le rôle important que joue l'administration publique, mais aussi le rôle important du secteur privé dans l'élaboration des standards, dans l'élaboration des technologies, sans oublier, bien évidemment, le rôle très important que jouent la société civile et les individus en tant qu'utilisateurs qui doivent être consultés, avec qui il est possible de co-créer ce cadre réglementaire pour soutenir ce contrat social sur les données.

Merci beaucoup.

M. Arthur FOCH, Spécialiste Sénior Développement Digital - Groupe Banque Mondiale



Permettez-moi tout d'abord de remercier vivement les organisateurs de cet événement pour l'invitation et pour la qualité des échanges aussi. C'est un honneur et un plaisir d'être ici avec vous.

M. Mellouk, j'aimerais réagir sur les leviers qui ont été évoqués. L'accès équitable à l'information présente des opportunités. M. Hicham Chiguer a évoqué, à cet égard, le cas du Royaume Uni et les 0,5 % du PIB du Royaume Uni qui sont liés à la réutilisation des données ouvertes par le secteur public et par le secteur privé. Adèle Moukheibir Barzelay et moi avons d'ailleurs un graphique qui pourra rentrer un peu plus dans le détail sur la valeur économique et financière que génère l'Open data. Ce sont de vraies opportunités qui sont amenées à se multiplier, mais nous sommes dans une ère où on s'approche de plus en plus de la 5G et de l'Internet des objets. Il est prévu qu'il y ait 50 milliards d'objets connectés dans le monde et ces objets connectés génèrent des données dont les volumes sont en explosion. Ces opportunités de l'open data vont forcément se démultiplier par la suite.

Il faudrait également garantir l'égalité d'accès à l'information, et qui dit accès à l'information dit essentiellement accès à l'information numérique, parce qu'aujourd'hui l'information est essentiellement numérique, puisque le papier a tendance à disparaître. Par conséquent, cela représente également des défis en termes d'accès à Internet, puisque l'information est aujourd'hui numérique sur Internet. Il faut donc s'assurer que tout le monde puisse avoir un accès adéquat à ce service d'Internet.

Par ailleurs, avoir une infrastructure et des services Internet d'excellente qualité est une chose. Il en est une autre de pouvoir faire en sorte que l'ensemble de la population, que ce soit les citoyens, le secteur privé, les PME et les administrations, puisse utiliser, réutiliser et analyser cette information-là.

Cela met l'accent, et je crois qu'un des participants a insisté là-dessus, sur les compétences numériques de la population, des administrations et des entreprises, parce que ce sont les compétences et le niveau de compétences numériques qui va déterminer ensuite les usages du numérique. C'est vraiment un point très important sur lequel nous travaillons d'ailleurs beaucoup à la Banque mondiale.

Le dernier défi est la confiance numérique. Adèle Moukheibir Barzelay et d'autres intervenants en ont parlé. C'est une question en premier lieu de cadre légal et réglementaire. Le véritable enjeu consiste en l'adoption de lois adéquates qui permettent d'établir la confiance, mais aussi en la mise en application de ces lois via des décrets, et M. MELYANI a notamment fait référence aux décrets qui sont en cours de préparation sur le sur l'Open data et sur l'interopérabilité.

Un dernier point a trait à la conduite du changement et M. Melyani en a parlé également. Nous travaillons étroitement avec l'ADD sur la conduite du changement dans l'open data et nous sommes très heureux de

le faire. Il s'agit de sensibiliser les hauts fonctionnaires et les responsables techniques sur les opportunités et les risques que ça représente et cela passe par des efforts importants, par un travail de fond en matière de sensibilisation et de formation pour rassurer, expliquer et faire en sorte que tout le monde puisse avoir une bonne compréhension des enjeux.

Intervention au pupitre :

Nous avons préparé cette présentation pour illustrer nos propos. Pour la Banque Mondiale, ce thème est d'une grande importance pour les raisons que j'ai expliquées, c'est à dire à la fois les opportunités que représente la data pour le développement, mais aussi les défis. Adèle, qui a participé étroitement au rapport sur le développement dans le monde de la data et la gouvernance de la data, pourra parler des opportunités. Nous travaillons étroitement avec le Maroc et avec d'autres pays de la région sur cette thématique.

Comme vous le voyez, nous avons structuré cette présentation en trois points et insisté sur les opportunités et l'impact que la data peut avoir sur le développement. Nous avons focalisé en particulier sur trois prérequis qui sont très importants pour un accès équitable, c'est à dire un accès inclusif de tous partout à cette information numérique. Nous citerons quelques exemples internationaux à cette occasion, puis terminerons sur quelques points clés et pistes de recommandations pour l'avenir.

Le slide que vous voyez illustre l'importance de ce cadre de gouvernance pour la gestion des données qui a été évoquée par Adèle, parce que, comme je l'avais souligné également en faisant référence à la 5G et à l'Internet des objets, des études avaient estimé qu'en 2020, entre 26 et 50 milliards d'appareils seraient connectés, dont des réfrigérateurs, des voitures, ...etc. Cela illustre vraiment l'explosion du volume de données que nous observons déjà et à laquelle nous allons être confrontés de manière plus significative dans les années à venir.

Cela pose donc des questions de contrôle de cette information : le réfrigérateur génère de la donnée, qui va pouvoir alors contrôler l'accès à l'information qu'il va générer ? Idem pour les voitures ? Se pose alors la question du contrôle de la donnée et des modalités de réutilisation de cette donnée. Cette slide révèle que nous sommes déjà confrontés à ce phénomène, mais les choses vont s'accélérer sensiblement avec l'Internet des objets qui sera davantage favorisé par la 5G.

Cela me permet d'enchaîner directement sur les trois prérequis sur lesquels nous voulions insister. Je pense qu'une bonne illustration des problématiques de l'égalité d'accès à l'information est, par exemple, les expériences de l'éducation à distance et du télétravail, notamment pendant la crise COVID.

Nous citons ici deux études d'entités publiques marocaines :

- Le HCP (Haut-Commissariat au Plan) a réalisé des enquêtes en 2020 sur l'éducation à distance et ses expériences. Les résultats mettent en évidence le fait que certains étudiants et élèves ont été confrontés à des problèmes, non seulement pour avoir accès à une couverture Internet, mais aussi pour avoir accès à des équipements adéquats qui permettent d'accéder efficacement à l'éducation à distance.

Cette distinction est cruciale car accéder à un contenu, sur un smartphone ou sur un PC, ne permet pas les mêmes usages.

- Une autre étude a été réalisée par le ministère de la Transition Numérique et de la Réforme de l'Administration et a porté sur comment le télétravail s'était passé dans l'administration publique.

Il ressort un message un peu équivalent, à savoir qu'il y avait un bon nombre de fonctionnaires qui avaient soit des problèmes d'accès à Internet chez eux, soit des problèmes d'équipement.

Cela est pour mettre en évidence le fait que l'égalité d'accès à l'information signifie aussi une



égalité d'accès aux services Internet et aux équipements.

Maintenant je voudrais insister sur les bonnes perspectives et la situation actuelle du Maroc. Nous regardons ici des enquêtes annuelles qui sont réalisées par l'ANRT, le HCP et par d'autres institutions publiques au Maroc et qui mettent en évidence la qualité de l'infrastructure numérique qui existe au Maroc. Une forte progression de la pénétration Internet dans les ménages a été observée durant ces trois années : 2018, 2019 et 2020.

Évidemment, et comme partout dans le monde, la fracture numérique entre zones urbaines et rurales est un défi auquel tous les pays sont confrontés, y compris le Maroc. C'est un défi qu'il faudrait traiter avec l'équipement des ménages, parce qu'un ménage qui accède à de l'éducation à distance via un smartphone n'a pas les mêmes possibilités que quelqu'un qui y accède via un ordinateur portable. L'équipement est donc aussi très important pour optimiser et libérer les usages au maximum.

Quand nous examinons cette question, il y a

en effet une autre fracture à laquelle il faudrait s'intéresser, à savoir la fracture hommes / femmes .

De ce point de vue, les enquêtes annuelles sont très instructives et vous voyez qu'il y a une quasi égalité entre les hommes et les femmes au Maroc en matière d'accès à la téléphonie mobile et aux smartphones. Une petite différence persiste entre les hommes et les femmes en matière d'utilisation de l'Internet, même cette différence a tendance à s'estomper grandement au cours du temps.

Cela me fait passer alors au deuxième défi. Une fois qu'on a l'accès à l'information, il faut pouvoir la digérer, la comprendre, l'utiliser, la réutiliser et l'exploiter. Cela nous amène à aborder la question des compétences numériques des citoyens, des administrations et des entreprises et plus particulièrement des PME.

Je voudrais présenter un graphique très intéressant et qui a été produit en se basant sur les résultats des enquêtes annuelles de l'ANRT, du HCP et des autres institutions publiques qui sont impliquées. Vous voyez que sur les 4.000 ménages environ qui ont été

interviewés chaque année dans les douze régions du Royaume, l'essentiel des compétences, et ce n'est pas spécifique au Maroc, sont des compétences qui sont assez élémentaires et initiales. Un pourcentage beaucoup plus faible de la population a des compétences intermédiaires, avancées, voire même quasiment professionnelles.

Cela me permet d'illustrer par un cas important sur lequel nous avons beaucoup travaillé. Il s'agit du cas des maisons numériques du citoyen. Le Portugal a une expérience très intéressante en la matière. En effet, au Portugal, ils se sont rendus compte qu'ils avaient réussi à digitaliser un grand nombre de services publics au sein de l'administration, mais quand ils ont



Nous relevons aussi, et je dirais que c'est assez naturel, des écarts entre les niveaux de compétences entre les populations urbaines et les populations rurales.

Alors, qui dit compétences dit niveau de développement des usages, parce que plus on est équipé pour accéder, traiter, réutiliser l'information et l'exploiter, plus on peut avoir des usages élaborés du numérique et de la data.

Et là, c'est assez intéressant, tout le monde le sait, l'essentiel de la bande passante internationale est consommé sur de la vidéo, de la voix sur IP et essentiellement des réseaux sociaux. C'est aussi ce que fait apparaître cette enquête. Vous voyez un peu plus bas dans le noyau, au niveau du cercle rouge, qu'aujourd'hui encore, l'utilisation par les Marocaines et les Marocains des services publics numériques et de l'information, qui sont fournis par l'administration publique reste encore assez limitée.

regardé le taux d'adoption ou le taux d'utilisation de ces services, ce dernier était encore assez faible. Ils ont alors mené des enquêtes et ils ont relevé que les citoyens, qui étaient surtout dans les zones péri-urbaines et rurales, soit n'étaient pas informés ou sensibilisés à la disponibilité de certains services et démarches administratives simplifiées, soit n'étaient tout simplement pas équipés et outillés pour naviguer sur ces plateformes et utiliser ces services.

Alors, ils ont mis en place, partout dans le pays, au niveau des municipalités, ce qu'on appelle des kiosques citoyens ou des maisons numériques du citoyen, où une personne de l'administration accueille le citoyen qui souhaite mieux comprendre les démarches ou avoir un accompagnement pour l'accomplissement d'une démarche. Cela a fortement boosté l'usage des services numériques qui avaient été digitalisés par l'administration.

ACTES DE LA CONFÉRENCE

SÉANCE DE CLÔTURE



Mohamed **ABUELAZIZ**

Secrétaire Général,
Conseil de la Concurrence

Maroc

M. Mohamed **ABOUELAZIZ**, Secrétaire Général, Conseil de la Concurrence (Maroc)



Message de M. Ahmed Rahhou, Président du Conseil de la Concurrence, adressé à Sa Majesté Le Roi Mohammed VI, lu par M. Mohamed Abouelaziz.

Au nom d'Allah, Le Clément, Le Miséricordieux, et que la prière et la paix soient sur son Messager et ses compagnons,

Un message de loyauté et de sincérité adressé à Sa Majesté le Roi Mohammed VI, que Dieu L'assiste, à l'occasion de la conclusion du colloque international sur le thème « **La transformation digitale : entre régulation et compétitivité** »

Votre Majesté,

Votre serviteur, le Président du Conseil de la Concurrence, a l'insigne honneur, en son nom propre et au nom du Directeur Général de l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications, du Directeur Général de l'Agence de Développement du Digital, du Secrétaire Général du Conseil de la Concurrence, de ses membres, de ses cadres, de ses employés et de tous les participants à ce colloque, d'adresser à Votre Majesté les plus déférentes expressions de loyauté et de fidélité, les sentiments les plus sincères d'attachement au Trône Alaouite et de gratitude pour Votre Haute Sollicitude en ayant bien voulu honorer de Votre Haut Patronage les travaux de cette conférence internationale, organisée les 09 et 10 novembre 2022 à Marrakech.

Votre Majesté,

Cette conférence internationale a été marquée par la participation qualitative d'organismes de gouvernance et de réglementation, d'autorités de la concurrence, d'organisations internationales et régionales, d'acteurs économiques, ainsi que d'experts et spécialistes dans les domaines juridique, économique et financier.

Les travaux de cette conférence internationale, organisée sous le Haut Patronage de Votre Majesté, ont été une occasion pour les intervenants de débattre des enjeux importants du développement des technologies numériques au niveau international pendant ces dernières années et de ses effets sur la production, la distribution, les échanges, la consommation, la concurrence et la réglementation sur les marchés, ainsi que sur l'innovation, l'emploi, la croissance économique, sans oublier son impact direct sur les communautés et les individus.

Puisse Dieu le Tout-Puissant Vous préserver comme il a préservé le Saint Coran, Vous garder comme refuge pour Votre patrie et Vos sujets rassemblés autour de Votre Majesté et attachés à Votre glorieux Trône, Vous accorder santé et bien-être et exhausser, grâce aux initiatives de Votre Majesté, ce à quoi aspirent les enfants de cette Patrie.

Puisse Dieu préserver Votre Majesté pour le bien de ce pays et Vous combler en les personnes du Prince Héritier bien aimé, Son Altesse Royale Moulay El Hassan, de Son Altesse Royale Moulay Rachid et de l'ensemble des Membres de l'illustre Famille Royale.

Dieu, l'Omnipotent, exauce les vœux de ceux qui L'implorent.

Wassalamo aalaykom wa rahmato Lahi taala wa barakatoh.

Fait à Marrakech, le Jeudi 15 Rabii II 1444, correspondant au 10 novembre 2022

Ahmed Rahhou, Président du Conseil de la Concurrence

Dieu bénisse Votre Majesté.



GLOSSAIRE

ABB	Al Barid Bank
ACAPS	Autorité de Contrôle des Assurances et de la Prévoyance Sociale
ADD	Agence de Développement du Digital
AIA	Artificial Intelligence Act
AMMC	Autorité Marocaine du Marché des Capitaux
ANME	Association Nationale des Médias et des Éditeurs
ANRE	Autorité Nationale de Régulation de l'Électricité
ANRF	Autorité Nationale du Renseignement Financier
ANRT	Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications
APAC	Asie-Pacifique
APEBI	Fédération des Technologies de l'Information, des Télécommunications et de l'Offshoring
ARCOM	Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et du numérique
AUSIM	Association des Utilisateurs des Systèmes d'Information au Maroc
BAM	Bank Al-Maghrib
BATX	Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi
BM	Banque Mondiale
CAM	Crédit Agricole du Maroc
CC	Conseil de la Concurrence
CCIA	Computer and Communications Industry Association
CDG	Caisse de Dépôt et de Gestion
CESE	Conseil Économique, Social et Environnemental
CGEM	Confédération Générale des Entreprises du Maroc
CIH	Crédit Immobilier et Hôtelier
CMA	Competition and Markets Authority
CNDP	Commission Nationale de contrôle de la protection des Données à caractère Personnel
CNP	Conseil National de la Presse
DGA	Data Governance Act
DGSN	Direction Générale de la Sûreté Nationale
DMA	Digital Markets Act
DOJ	Department Of Justice
DSA	Digital Services Act
FIJ	Fédération Internationale des Journalistes
FinTech	Financial Technology
FMEJ	Fédération Marocaine des Éditeurs de Journaux
FMI	Fonds Monétaire International
FMPS	Fondation Marocaine pour la Promotion de l'enseignement Préscolaire
GAFAM	Google, Apple, Facebook, Amazon & Microsoft
GAMAM	Google, Apple, Meta, Amazon & Microsoft
GIE	Groupement d'Intérêt Économique
HACA	Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle
HCP	Haut-Commissariat au Plan

GLOSSAIRE

IFC	International Finance Corporation
INPPLC	Instance Nationale de la Probité, de la Prévention et de la Lutte contre la Corruption
KYC	Know Your Customer
MARWAN	Moroccan Academic and Research Wide Area Network
NERA	National Economic Research Associate
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Économiques
OCP	Office Chérifien des Phosphates
ODD	Objectifs de Développement Durable
OICV	Organisation Internationale des Commissions de Valeurs
ORMVA	Office Régional de Mise en Valeur Agricole
P2B	Platform to Business
PIPEDA	Personal Information Protection and Electronic Documents Act
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PPP	Partenariat Public Privé
PSD2	Payment System Directive Two
RAMED	Régime d'Assistance Médicale
RNP	Registre National des Populations
RSU	Registre Social Unifié
SFI	Société Financière Internationale
SNPM	Syndicat National de la Presse Marocaine
SONACOS	Société Nationale de Commercialisation des Semences
TPE	Très Petites Entreprises
UA	Union Africaine
UE	Union Européenne
UPU	Union Postale Universelle

ACTES DE LA CONFÉRENCE

