

LA PROBLEMATIQUE D'UNE REGULATION MONDIALE DU COMMERCE ELECTRONIQUE : L'EXEMPLE DU GBDe

par **Bertrand Cousin**

Consultant, ancien conseiller spécial du Président de Vivendi Universal

La toile mondiale étant un espace de liberté - libertaire ou libéral - toute forme de régulation serait inutile et inopérante.

La toile mondiale étant un espace de liberté - libertaire ou libéral - toute forme de régulation serait inutile et inopérante. Inutile au-delà d'une régulation technique minimale, à savoir la publication de normes techniques et une administration de l'adressage, et ceci pour plusieurs raisons :

-Dès lors qu'il y a une abondance des ressources (surtout lorsque l'accès à large bande se généralisera), point n'est besoin d'un organisme de répartition de la rareté comme pour les ondes hertziennes ou pour la cablo-distribution classique.

-Point n'est besoin non plus de réglementation de la concurrence, car il ne peut y avoir de constitution de monopole ou de position dominante sur la Toile dans la mesure où de nouveaux opérateurs peuvent s'y introduire et ouvrir des sites à leur guise.

-La possibilité technique pour chaque internaute de personnaliser ses choix, en toute liberté et en toute responsabilité, devrait enfin écarter toute velléité d'intrusion d'une quelconque autorité publique sur les contenus.

Inopérante à moins de mettre en place un système "soviétiforme " de contrôle des services d'accès et d'hébergement.

-En effet, le rythme de décisions des législateurs nationaux n'est pas le rythme de l'évolution de ce média. Il suffit d'avoir en mémoire le calendrier pachydermesque de la loi française sur la société de l'information. A peine votée, une loi en ce domaine serait pour partie archaïque.

-En outre, par définition, les législations nationales sont fragmentaires et disparates et ne peuvent guère apporter un cadre harmonieux au développement de l'Internet et, plus précisément, du commerce électronique mondial.

-Enfin, la possibilité de créer des sites en cascade aux quatre coins du monde et, pour les particuliers, d'échanger directement des contenus sur leurs ordinateurs sans passer par le filtre d'un fournisseur d'accès (le système " peer to peer " rendraient de toutes façons illusoire les prescriptions législatives ou réglementaires.

Une telle vision prédominait lorsque au début 1999, les grandes compagnies globales décidèrent de se réunir à New York, sur une idée du commissaire européen Bangemann, pour s'essayer à définir le cadre souple d'une autorégulation, d'emblée au niveau mondial et par ceux-là même qui auraient en charge son application. Le Global Business Dialogue on e-commerce était né le GBDe.

L'objectif n'était au départ ni philanthropique, ni éthique : il était commercial dans la mesure où il s'agissait de sécuriser les consommateurs, de fournir des garanties aux éventuels futurs clients passant et réglant leurs commandes par Internet.

Comment cette démarche d'autorégulation a-t-elle surmonté plusieurs obstacles ?

Comment s'est-elle efforcée de régler des conflits internes et d'atténuer des oppositions externes ?

Comment a-t-elle réussi à élaborer des recommandations raisonnables aux pouvoirs publics et au monde des affaires ?

I. LES OBSTACLES

a. La différence entre les métiers

L' intérêt de l'exercice résidait dans la mise autour d'une table des représentants de tous les métiers impliqués dans le commerce électronique, dans toute la " chaîne de valeur " de l'Internet.

-Des fabricants de matériels, comme Alcatel, Hewlett Packard, IBM, Nokia, Siemens, Sharp, Toshiba, NEC Fujitsu, Acer à Taiwan, Cable and Wireless.

-Des fournisseurs de services, liés aux télécommunications comme Bell Canada, Deutsche Telekom, France Telecom, Korea Telecom, NTT, Telefonica.

-Des groupes de médias comme Disney, Bertelsmann, AOL Time Warner, MIH (groupe Rlichemont sud-africain), Vivendi Universal.

-Des services financiers et de conseil comme ABN Amro, Deutsche Bank, Bank of Tokyo, Banco Bilbao of Biscaya, EDS, Accenture, Nomura Research.. ;

Au total, près de 80 sociétés (y compris quelques PME) dont certaines en vive concurrence, d'autres au contraire ne se connaissant guère où n'ayant pas conscience des objectifs et des contraintes de secteurs industriels différents.

b La différence de cultures et de méthodes

-Il existe de nombreux manuels sur la variété des styles de management d'un pays ou d'un continent à l'autre, des circuits de consultation et de décision internes aux entreprises, de la collaboration avec les organisations patronales ou certaines administrations. Ainsi, entre membres du GBDe, les processus de négociation ne sont pas les mêmes et les alliances pour défendre telle ou telle position ne recouvrent bien souvent pas les frontières géographiques ni les classifications professionnelles.

-En outre, au départ, les compagnies ont mis sur ce dossier des équipes très disparates. Cela allait du service juridique classique, complètement ignorant de l'Internet, au service marketing spécialisé dans les techniques de commercialisation de masse en passant par des services de relations institutionnelles et de "lobbying".

Comme cela a été le cas pour les administrations nationales où il a fallu imaginer des processus nouveaux et créer des "missions " ad hoc pour contourner l'incompréhension et donc la résistance des bureaucraties traditionnelles à la nouvelle donne de l'Internet, les entreprises ont dû, heureusement bien plus rapidement, faire le ménage pour que seuls des gens compétents et motivés travaillent ensemble sur ces sujets très difficiles. Il y a une sociologie professionnelle particulière autour de l'Internet. Ce n'est pas une question d'âge mais de vision.

-Travailler au niveau mondial sur des sujets épineux pour aboutir rapidement à des consensus entre des compagnies aussi différentes était un défi extraordinaire. Si l'on prend pour référence les temps nécessaires à des conférences intergouvernementales ou à des organismes internationaux pour aboutir à des

résultats concrets, il aurait fallu de nombreuses années et non pas quelques mois.

J'étais sceptique et, pour moi, le succès du GBDe tient du miracle. Il a été facilité par :

-L'utilisation systématique du courrier organisé sur les listes de distribution automatique (listservs) et de sites spécialisés.

-Des conférences téléphoniques organisées régulièrement par continent (les sociétés étant regroupées en trois régions Asie-Pacifique - Europe-Afrique - Amériques) ainsi qu'au niveau mondial pour la commission exécutive ou pour certains groupes de travail.

-Des réunions physiques, une par trimestre environ, à tour de rôle dans chaque continent au niveau des « Sherpas » et deux fois par an au niveau des Président Directeurs Généraux. Par exemple, l'an passé, cela a eu lieu à Mexico, à Madrid, en Corée et à Tokyo.

Il y aurait d'ailleurs en ce qui concerne la sociologie des organisations à l'ère numérique, une belle thèse à écrire sur le GBDe : utilisation des technologies de l'Internet, mobilisation en interne des moyens adéquats, réactivité pour traiter des sujets nouveaux ou adjacents, rapidité de décisions finalement prises au niveau de Présidents Directeurs Généraux pourtant surmenés.

Le tout en s'appuyant sur un secrétariat léger comportant deux personnes gérant les sites GBDe et rédigeant les comptes-rendus des conférences téléphoniques.

Le tout en limitant la cotisation de chaque grand groupe à 30.000 US \$ soit moins de 250.000 francs, la cotisation étant de 5000 US \$ pour les PME.

II.LES CONFLITS

C'est évident, sur quelques points d'achoppement, plusieurs compagnies se sont opposées, par métiers ou par régions, avant de trouver un consensus. On peut en distinguer deux catégories :

a.Les conflits d'intérêts plutôt classiques

-Dans le domaine de la taxation, les compagnies américaines sont clairement avantagées par rapport à leurs concurrentes européennes en ce qui concerne la TVA puisque, par exemple, un vendeur en France de contenus ou de services en ligne paiera la TVA s'il est établi en France mais ne paiera rien s'il est établi aux USA ;

Un accord s'est finalement dégagé pour soutenir le projet de directive européenne e-TVA qui vise à imposer les entreprises non-européennes d'une manière équivalente.

-Dans le domaine de la responsabilité des hébergeurs vis-à-vis des fournisseurs de contenus protégés par la propriété intellectuelle, un consensus a été laborieusement trouvé en recommandant l'extension à tous les pays de la procédure de « notification et retrait » des contenus contrefaisants grâce à une adaptation du système américain de " notice and take down " prévu par le Digital Millénium Copyright act. En effet, les telcos ont fini par comprendre que leur intérêt à long terme était de protéger la propriété intellectuelle, sauf à voir la diffusion des œuvres sur Internet s'étioler progressivement alors qu'elle est source d'un trafic important.

-Dans le domaine des protections techniques contre la reproduction illicite des œuvres, des sites et des services, les industriels japonais ont accepté le principe

d'une interdiction des dispositifs permettant le copiage abusif des contenus et le contournement des mesures de protection, alors même qu'ils concevaient et vendaient de tels matériels.

b. Mais il y eut des conflits " conceptuels " majeurs qui ont donné lieu à de vifs débats, les débats étant le plus souvent lancés par des entreprises européennes, notamment Vivendi Universal.

-Débat sur la co-régulation, ou en anglais, la " policy cooperation " dès lors que le mot co-régulation a le sens de co-législation.

L'ambiance dominante lors des premières réunions du GBDe s'inspirait de deux axiomes : " Free flow of information et free trade ". Par définition, l'intervention des Etats était considérée comme néfaste surtout dans le domaine de l'Internet. Les entreprises se sentaient capables d'édicter à elles-mêmes, les bonnes règles de nature à sécuriser l'Internet et à développer le commerce électronique. Il n'était question que de " self-regulation ".

L'autre thèse, qui a fini par s'imposer, reconnaissait l'inévitable rôle des Etats que ne pouvaient laisser indifférents les problèmes d'ordre public, à savoir les crimes sur et par l'Internet (pédophilie, piratage, attaques des systèmes d'information) etc., la protection des consommateurs dans l'univers virtuel, la taxation du commerce électronique, la sauvegarde des langues et des identités culturelles notamment.

Or, la "policy cooperation " consiste simplement en un dialogue précis au niveau des experts, puis des responsables, entre le secteur privé et les autorités publiques pour essayer de définir ensemble les moins mauvaises règles pouvant encadrer le commerce électronique. Ensuite, chacun retourne dans son domaine de compétence pour adopter les mesures appropriées. Ce type de dialogue peut être institutionnalisé comme au sein du Forum de l'Internet en France. Il peut donner lieu à des réunions de travail régulières, comme c'est le cas entre le GBDe et la Commission Européenne ou entre le GBDe et les administrations japonaises .

En résumé, l'objectif est de croiser les valeurs marchandes du libéralisme avec les valeurs qui fondent nos sociétés démocratiques.

-Débat sur la diversité culturelle

Il s'agit d'un concept difficile à expliquer par exemple aux gens de Disney pour qui la diversité culturelle consiste à vendre du Mickey dans le monde entier pendant le IIIe millénaire, mais traduit dans les langues nationales !

Au départ, l'analyse consiste à se rendre compte que l'Internet peut être un moyen efficace pour favoriser la diversité culturelle, à deux égards : d'une part, pour bien vendre, les grands groupes doivent décliner leurs offres commerciales en fonction des goûts, des habitudes, des langues, tous éléments qui fondent l'identité d'une communauté. L'Internet permet un tel profilage et une déclinaison des produits et des services.

D'autre part, les créateurs ont la possibilité d'exposer leurs oeuvres qu'elles soient musicales ou audiovisuelles (grâce à la Webcaméra) dans des conditions impossibles auparavant. Des industries culturelles locales vont s'en trouver favorisées et les catalogues des majors en bénéficier.

-Débat sur la cyberéthique

Les compagnies privées, au demeurant, ne s'estiment pas concernées par la morale, laissant cela au choix des individus et à l'Etat lorsque certaines déviances

menacent l'ordre public.

Mais compte tenu justement du caractère souvent " incernable " du réseau, il est apparu souhaitable à certaines sociétés, notamment Bertelsmann et Vivendi Universal que le secteur privé prenne toutes dispositions pour proscrire sur leurs sites des contenus pédophiles, racistes et xénophobes, pour recourir à des logiciels de filtrage afin de protéger les enfants et à des systèmes de signalétique (rating) comme pour la télévision hertzienne en France. Une déclaration en ce sens a été formalisée à Tokyo en septembre.

III.LES SUCCES

Au terme de trois années, le GBDe peut être considéré comme une réussite, avec toutefois la mention " peut mieux faire ".

a.Un vrai succès d'image

Le développement d'Internet a multiplié la création d'organismes et l'inscription à l'ordre du jour d'organismes déjà existants des sujets relatifs à la société de l'information. La liste est longue : TABD, GIIC, GIPI, Chambre Internationale de Commerce, Global Cities Dialogue, etc...

L'efficacité du GBDe se manifestant par l'engagement personnel des Présidents Directeurs Généraux de grands groupes et la pertinence de ses recommandations ont conduit plusieurs de ces organismes à engager une collaboration formelle avec le GBDe. Des accords ont également été signés avec des associations régionales comme l'Asean et l'APEC. Une collaboration est en cours sur le fossé numérique avec le World Economic Forum.

Le GBDe est donc crédible.

b.Un succès mitigé pour la mise en œuvre par le GBDe de ses propres recommandations

Certes, on est heureusement loin des engagements cosmétiques souscrits par certaines compagnies, destinées à calmer les gouvernements et à rassurer les consommateurs mais qui étaient fort peu suivis d'effet dans la réalité. Adopter des règles strictes de protection des données personnelles, une communication commerciale non intrusive, des systèmes de règlements judiciaires en ligne, une coopération active avec les autorités judiciaires et policières, cela complique la vie quotidienne des éditeurs de sites, diminue l'efficacité commerciale et représente des charges supplémentaires.

L'on n'est pas, dans l'autre sens, en présence d'une charte GBDe avec un label propre dont une bureaucratie GBDe suivrait le respect dans le monde entier. Il n'est en effet pas envisagé de créer un organisme lourd et contraignant, qui serait d'une certaine manière " fermé ". L'objectif du GBDe est que ses recommandations fassent en effet tâche d'huile dans l'ensemble du secteur privé. Des engagements stricts et surveillés seraient dissuasifs pour des sociétés exerçant dans des pays émergents ou en développement.

C'est par étapes successives que nos standards européens pourront être adoptés et respectés dans le monde entier. Pas demain, ni après-demain.

c. Un succès en cours de consolidation pour la consistance de ses recommandations

Il ne serait pas opportun d'alourdir cet exposé en détaillant les recommandations émises par le GBDe depuis trois ans : elles constituent un socle solide sur lequel le commerce électronique peut prospérer. Il s'agit de la cybersécurité, de la signature

électronique, de la compétence juridictionnelle et du droit applicable lors des litiges en ligne, du e-government, des paiements sur Internet, du cadre réglementaire favorisant la convergence des supports et des services à l'ère digitale en évitant les pratiques discriminatoires, de la classification des produits et des services vis-à-vis du GATS et du GATT, de la propriété intellectuelle et surtout des moyens de favoriser la confiance des consommateurs grâce à la protection des données personnelles, la mise en oeuvre de pratiques commerciales loyales, l'instauration de systèmes de règlement des litiges en ligne, l'adhésion à des labels indépendants. Le GBDe s'est également investi dans un groupe de travail sur le fossé numérique.

Toutes ces recommandations peuvent être consultées sur le site web GBDe.org.

CONCLUSION

Il faut être conscient que l'Internet est en pleine adolescence, une sorte de Jurassic Park au regard des évolutions à venir. La généralisation de l'accès à large bande, la multiplication des moteurs de recherche performants, l'adéquation des services aux diverses clientèles locales, une protection effective des consommateurs (données personnelles, paiements, règlement rapide des litiges) feront de l'Internet dans cinq ans un média convivial de plus en plus utilisé par les jeunes générations.

C'est par un travail assidu et confiant entre le secteur privé et le secteur public que notre société de l'information pourra déboucher sur le crétaqué supérieur.

Bertrand Cousin

www.geopolitis.net