



Bruxelles, le 16 novembre 2015
(OR. en)

14016/15

MI 718
COMPET 510
CONSOM 193
PI 87
IND 184
ECOFIN 856
MAP 30
TELECOM 210

NOTE

Origine:	la présidence
Destinataire:	Comité des représentants permanents/Conseil
Objet:	Préparation de la session du Conseil "Compétitivité" du 30 novembre et du 1^{er} décembre 2015 Stratégie pour le marché unique des biens et des services - <i>Présentation par la Commission</i> - <i>Débat d'orientation</i>

Les délégations trouveront en annexe un document de la présidence en vue du débat d'orientation sur "La stratégie pour le marché unique des biens et des services" qui aura lieu lors de la session du Conseil "Compétitivité" du 30 novembre 2015.

LA STRATÉGIE POUR LE MARCHÉ UNIQUE – DYNAMISER LES MODÈLES D'ENTREPRISE INNOVANTS

Document de réflexion de la présidence

Le renforcement du marché unique constitue l'une des principales priorités de la présidence luxembourgeoise. À la suite de l'adoption par la Commission, le 28 octobre 2015, de la stratégie pour le marché unique¹, la présidence propose de procéder à un débat d'orientation au sein du Conseil "Compétitivité".

La stratégie ayant une large portée, la présidence suggère de centrer le débat sur les aspects visant à aider les entreprises, et en particulier les PME et les microentreprises, à développer leurs activités.

* * *

Fondé sur la mise en place d'un ensemble de règles communes, le marché unique constitue l'une des plus grandes réussites de l'Union européenne: pendant plus de cinquante ans, il a été source d'opportunités, de créations d'emplois et de croissance. Cependant, l'UE et le marché unique doivent s'adapter à un environnement changeant dans lequel les modèles d'entreprise évoluent rapidement.

Concrètement, seule une fraction du potentiel du marché unique est exploitée. D'après une analyse approfondie menée par le Parlement européen, éliminer le "coût de la non-Europe" – c'est-à-dire le coût du "marché non unique" ou, en termes positifs, les avantages découlant d'une approche ambitieuse pour réduire les obstacles existants – pourrait générer des bénéfices de l'ordre de 990 milliards d'euros ou, en d'autres mots, jusqu'à 7,5 % de croissance supplémentaire².

Parallèlement, l'innovation et les chaînes de valeur internationales sont sources de grandes et nouvelles opportunités. Les technologies numériques transforment de nombreux secteurs industriels, conduisant à un système de production plus efficient et à de nouveaux modèles d'entreprise innovants.

¹ Doc. 13370/15.

² [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/536364/EPRS_STU\(2015\)536364_FR.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/536364/EPRS_STU(2015)536364_FR.pdf)

Ces modèles innovants créent de nouvelles opportunités qui apportent une valeur ajoutée à des actifs sous-utilisés et offrent de nouvelles possibilités dans des secteurs où ont prévalu des modèles traditionnels (B2B, B2C, C2C). **Cela a une incidence sur la façon dont les régulateurs devraient élaborer et faire appliquer les règles.**

Quels sont les principaux défis?

1. En raison de différences considérables entre les vingt-huit cadres juridiques nationaux, **les entreprises innovantes ne peuvent pas se développer et restent confinées à l'intérieur des frontières nationales** du pays où elles sont établies. Les entreprises de l'UE, et notamment les start-up, se trouvent dès lors dans une situation de désavantage significatif par rapport à leurs concurrents internationaux. L'Europe ne manque pas d'idées innovantes, qui naissent souvent dans des PME et des start-up. Cependant, dans de trop nombreux cas, ce n'est pas en Europe que sont produites et commercialisées les solutions innovantes qui y voient le jour. Relativement peu de start-up innovantes sont créées dans l'UE, et celles qui parviennent à mettre leurs produits et services sur le marché rencontrent souvent des difficultés pour se développer sur l'ensemble du marché unique, notamment en raison de la difficulté de se conformer à vingt-huit réglementations nationales différentes. Très peu d'entreprises de l'UE atteignent la masse critique nécessaire pour se développer au niveau international. Il s'agit là d'une importante occasion manquée.
2. **Les règles bien établies ne sont souvent pas adaptées à la nature et aux caractéristiques des nouveaux modèles d'entreprise.** Elles peuvent constituer un fardeau qui freine, voire rend impossible, la création de services innovants. Le mode de mise à disposition et de consommation de nombreux biens et services change rapidement: on assiste, par exemple, au développement rapide de l'économie collaborative, un écosystème complexe, fondé sur des services à la demande et l'utilisation temporaire de biens reposant sur des échanges conclus sur des plateformes en ligne, ouvrant la voie à de nouvelles sources de croissance et de création nette d'emplois. Afin de tirer le meilleur parti de ce potentiel, il conviendrait que l'UE et ses États membres créent un environnement économique et réglementaire approprié et propice.

Que convient-il de faire?

Il est urgent de veiller à ce que le cadre réglementaire de l'UE offre une **sécurité juridique dans l'ensemble du marché intérieur** et qu'il **stimule** le développement d'activités innovantes. La stratégie pour le marché unique devrait apporter une réelle valeur ajoutée en permettant aux entreprises et aux consommateurs de saisir toutes les opportunités offertes par le marché unique.

Il incombe au Conseil "Compétitivité" de trouver des solutions concrètes et créatives, fondées sur des propositions de la Commission, qui apportent une valeur ajoutée pour les entreprises et les consommateurs de l'UE et reposent sur des règles de l'UE **simples, claires et efficaces** permettant aux entreprises de faire du commerce aisément au niveau transnational.

Toute proposition à venir dans le cadre de la stratégie pour le marché unique et du marché unique numérique devrait être ambitieuse et véritablement apporter une valeur ajoutée pour les entreprises et les consommateurs européens, grâce à un cadre juridique **bien conçu et viable à long terme**. Pour ce faire, nous devons trouver le juste équilibre, veiller à ce que la réglementation garantisse la sécurité juridique et facilite la vie des entreprises, et offrir aux consommateurs un plus grand choix et un meilleur accès.

Questions aux ministres:

- *Dans le cadre de la stratégie pour le marché unique, quelles mesures estimez-vous essentielles pour faciliter la mise en place d'un cadre prévisible et viable à long terme qui permette aux entreprises de se développer et de saisir toutes les opportunités du marché unique? Et comment concevoir ces mesures de manière à garantir que ces objectifs soient atteints?*

- *Outre les mesures recensées dans la stratégie pour le marché unique, quelles autres initiatives conviendrait-il d'envisager au niveau de l'UE pour parvenir à un marché unique pleinement fonctionnel?*