

Compte rendu de la 2^{ème} session : les propositions de Nicolas Colin et Pierre Collin pour une fiscalité incitative sur la collecte et l'exploitation des données - 17 mai 2013 -

Ce compte rendu fait état de la session du 17 mai 2013 et des différents points qui ont pu être dégagés par les parties prenantes. Ces éléments vont permettre aux membres du Conseil National du Numérique (CNNum) d'enrichir leur réflexion dans le cadre du processus de concertation. Ils ne représentent pas une prise de position du CNNum.

Benoît Thieulin, Président du CNNum, remercie les 60 participants. La fiscalité est un sujet d'actualité qui fait débat et qui suscite l'intérêt des autorités publiques : le CNNum a été auditionné au Sénat par la Commission des Finances, puis auditionné à l'assemblée nationale le 16/05/2013 par Eric Woerth. L'objectif du CNNum, conformément à la demande du gouvernement est de rendre durant l'été un rapport de point d'étape de la concertation pour le projet de Loi de Finances de 2014. Benoît Thieulin présente le déroulement de la demi-journée. Après une présentation par Nicolas Colin des résultats de la mission d'expertise sur la fiscalité du Numérique, 4 groupes de travail seront constitués dont le but sera de se focaliser sur certains aspects des propositions des Colin & Collin.

1. Présentation des résultats de la mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique (Nicolas Colin)

Nicolas Colin, remercie le CNNum pour son invitation et commence par deux citations emblématiques:

« Nous mettons au point un service Web qui nous permettra de ne plus recourir aux services d'avocats fiscalistes, mais ça ne fonctionne pas encore », Jeff Bezos, PDG d'Amazon.

« Je suis très fier de la structure que nous avons mise en place. Nous l'avons fait en nous basant sur les incitations que les gouvernements nous ont proposées pour établir nos activités », Eric Schmidt, Président Exécutif de Google.

La citation d'Eric Schmidt s'est révélée prédictive. Il a rappelé aussi en 2012 que l'optimisation fiscale pratiquée par Google était légale de son point de vue; et que si les gouvernements n'étaient pas satisfaits il leur appartenait de changer les règles, auxquelles ils se plieraient en bons citoyens.

1.1. « La révolution numérique est déjà installée et elle a scindé l'économie numérique en deux »

Le rapport a souhaité ouvrir sur une invitation à agir : il faut désormais admettre que la révolution numérique est terminée et qu'elle a commencé à produire ses effets.

La révolution du numérique opérée dans les années 1990-2000 a eu pour effet de couper l'univers en deux. Certaines entreprises n'ont pas fait évoluer leur modèle économique. D'autres ont un modèle qui est ressorti directement d'une économie disruptive :

- D'un côté les entreprises ayant une place majeure dans le monde du numérique mais préexistantes à la révolution du numérique et qui n'ont pas véritablement changé leur modèle d'affaires : éditeurs de logiciels comme SAP, des opérateurs comme Orange, Capgemini, Alcatel Lucent
- De l'autre, les entreprises directement issues de la révolution numérique (Google, Facebook, etc.) qui ont profondément bouleversé l'équation économique du secteur et transformé les chaînes de valeur. Celles-ci posent le plus de problèmes pour la fiscalité actuelle, qui n'est pas à même d'appréhender leur bénéfices, au regard de leur structure et de leur mode de développement. Microsoft se situe entre ces deux catégories : c'est fondamentalement une entreprise du passé mais qui a bien compris depuis 10 ans que l'essentiel de la création de valeur se trouve dans la 2^e catégorie.

« L'économie numérique disruptive est omniprésente mais nous échappe »

Elle nous environne tous, à tous âges, au quotidien, tant au travail qu'à la maison, dans tous les contextes.

Pourtant, elle nous échappe: les travaux d'économistes nous disent qu'on ne parvient pas à la mesurer. Elle déjoue par exemple les règles de mesure de la valeur ajoutée, elle ne se voit pas vraiment dans les statistiques internationales. C'est une économie radicalement différente qui soulève un défi au niveau fiscal.

C'est une économie différente :

- **L'innovation est permanente** : en 2003 Facebook n'existait pas, aujourd'hui plus d'un milliard de personnes l'utilisent dans le monde entier. L'innovation s'accélère : par l'augmentation exponentielle de la puissance de calcul, du fait de la concentration des marchés et de la taille gigantesque de certains acteurs. Cette évolution permanente est un défi pour les politiques publiques.
- **Il n'y a pas de spécialisation par métiers** : contrairement aux grandes entreprises françaises comme EDF, France Télécom, SNCF, La Poste, les banques et assurances, etc., les entreprises de l'économie numérique ne se conçoivent pas comme spécialisées sur un métier. Elles n'ambitionnent pas la conquête d'un type de marché particulier. Elles sont au contraire prêtes à toutes les diversifications pour anticiper et construire des écosystèmes dotés d'interactions, d'interdépendances puissantes. Certaines entreprises

issues du matériel informatique se sont par exemple diversifiées dans le logiciel, et inversement.

- **Leurs objectifs stratégiques sont multiples**, et liés à la culture financière de ces entreprises.

Le rôle du capital risque : 1/10ème des cas d'investissement fructueux suffisent à couvrir l'investissement initié pour les autres et garantir le rendement à terme. On recherche des rendements d'échelle les plus élevés possibles.

L'absence de dividendes : ces entreprises choisissent de ne pas rémunérer leurs actionnaires par une distribution de dividendes, et préfèrent réinvestir systématiquement leurs bénéfices dans des efforts continus d'innovation. Ceci à un point où elles n'arrivent souvent plus à réinvestir et thésaurisent dans des paradis fiscaux. La logique est de commencer à verser des dividendes revient à reconnaître que l'on est ancien, que l'on s'assoupit sur une rente; ce qui n'est pas leur culture industrielle.

- **Il existe un lien privilégié avec les individus avec la désintermédiation massive**, la multitude d'individus qui utilisent la même application constitue une force extraordinaire.

1.2. Les données : flux essentiel et dénominateur commun

Afin de raisonner sur le plan fiscal, nous avons besoin d'un point fixe et commun à des secteurs, *business model* et activités extrêmement hétérogènes. Or, il est apparu que ce point fixe réside dans **la capacité des entreprises à faire levier des données** qu'elles connectent auprès de leurs utilisateurs. Les données utilisées, exploitées, voire commercialisées, pas uniquement pour du ciblage publicitaire, mais aussi pour personnaliser le service au plus près des besoins, le prix, et améliorer les applications.

Les entreprises testent notamment en permanence les incidences du design. Ainsi, Facebook mesure les segments d'utilisateurs les plus lucratifs pour arbitrer le design de ses applications, pour décider si tel bouton doit être à gauche ou à droite.

Il arrive un moment où l'entreprise collecte tellement de données qu'elle ne sait plus quoi en faire, ni comment innover avec. Elles invitent alors des développeurs externes dans l'écosystème d'innovation pour imaginer des applications qui génèrent des bénéfices à partir de ces données et ainsi partager le revenu (par exemple, l'Appstore d'Apple).

2.1. Vers un dépassement de la théorie de la firme - le travail gratuit des utilisateurs

Mais ces données sont principalement issues de l'activité des utilisateurs. Elles créent une économie nouvelle, vers un dépassement de la théorie de la firme. Dans cette théorie, conceptualisée dans les années 1930, Ronald Coase décrivait les termes conduisant une

entreprise à sous-traiter une tâche à un tiers, ou au contraire à recruter des salariés pour exécuter cette tâche en interne. L'idée étant que la création de valeur se déplace de l'usine vers l'extérieur, vers ses clients.

Avec l'enrôlement des utilisateurs dans l'utilisation spontanée et désintéressée dans les applications, le numérique crée une troisième branche. Si un entrepreneur a une tâche à faire, il peut dès lors sous-traiter, recruter des salariés, ou créer une application tellement attractive que des centaines de millions de personnes vont se mettre à l'utiliser et travailler pour l'entrepreneur, en lui fournissant des flux de données créateurs de valeur.

Le numérique crée une ressource nouvelle : le travail gratuit des utilisateurs. Le fait que les utilisateurs contribuent directement à l'exécution de la chaîne de production a été décrit par différents auteurs, chacun avec des termes différents (ex: co-création, crowdsourcing, ugc, web 2.0, économie contributive, digital Labor, travaux de Tim O'Reilly). Aujourd'hui, la création de valeur se déplace de l'intérieur vers l'extérieur de l'entreprise, là où se trouvent les clients, qui collaborent avec l'entreprise.

2.2. La participation nécessaire de l'économie numérique à l'effort collectif

Pierre Collin et Nicolas Colin ont délibérément choisi le terme de **travail gratuit** pour interpeller les parlementaires, avec l'idée que :

- les internautes travaillent pour ces entreprises, sans aucune rémunération, sinon par une application agréable et stimulante.
- cela s'inscrit aussi dans le mouvement « *you didn't built that* », selon laquelle protection sociale, éducation, etc. créent un environnement propice à ce que les utilisateurs soient à même de s'approprier les applications.

Autant d'investissements des États qui contribuent aux bénéfices de ces entreprises. Il est donc normal que les entreprises payent des impôts pour assurer le financement des biens communs. Cette préoccupation n'est pas seulement française, elle se retrouve également aux Etats-Unis. Aujourd'hui ce même constat se généralise : les géants du numérique sont largement sous-imposés.

3. Pourquoi cette sous-fiscalisation des entreprises du numérique et des grands groupes et comment y remédier ?

3.1. Les grandes entreprises, et surtout celles du numérique opèrent toutes des modèles multi-faces et une répartition géographique agile de leurs actifs incorporels

La phrase célèbre de Patrick Le Lay, à l'époque PDG de TF1, sur le temps de cerveau disponible révélait crûment le business model des chaînes de télévision, et la logique d'audience : externalité positive valorisée auprès de l'annonceur qui paye pour une tranche de cette externalité.

Les modèles multi-faces permettent d'opérer cela à grande échelle : l'exemple le plus parlant étant celui de Google. Google propose un moteur de recherche dans tous les pays du monde mais facture les annonceurs dans deux pays seulement : aux Etats-Unis, pour la part de marché américaine et en Irlande, pour le reste du monde. Comme si la BNP était installée en Irlande, tout en collectant l'épargne de millions de français ; ou si TF1 émettait tous ses programmes depuis l'Irlande et y payait ses impôts, tout en vendant en France son temps de cerveau disponible.

La base du cadre juridique du système international d'imposition des bénéficiaires est négocié à l'OCDE. Chaque multinationale étant invitée par le droit à répartir son bénéfice mondial. Pour la plupart : sur 100, 20% sont déclarés aux US, 10% en Irlande... **Il n'y a pas d'instance internationale pour décider de la clé de répartition**. Puis, la multinationale négocie avec les autorités de chaque Etat sur le niveau d'imposition. La principale question étant de savoir où se situent les actifs incorporels (marques, brevets...), qui justifient la déclaration de bénéficiaires importants. Or, tout est immatériel, et la particularité du numérique est sa démesure : une marque, lorsqu'elle est utilisée par des milliards d'utilisateurs, a une valeur phénoménale, elle justifie donc que l'entreprise fixe une partie substantielle de ses bénéfices au lieu de cette marque. Il est donc important qu'elles soient fortement imposées sur le lieu de l'actif incorporel de la marque.

Cette optimisation se fait avec d'autant plus d'agilité que tout est immatériel, ce qui facilite la l'organisation de la sortie des actifs incorporels : au cas où l'actif prenne de la valeur, il vaut mieux que ce soit aux Bermudes, afin d'abstraire l'essentiel des bénéficiaires pour réinvestir.

- **Elle est amorcée dès l'origine par les capitaux risqués**. On se souvient du film *The Social Network* où Pieter Thiel, investisseur de Facebook, prévoit de fermer la société pour la recréer au Delaware. Dans le même sens, on organise en général aussi la sortie des actifs incorporels.
- Ces entreprises se sont donc construites en intégrant cette dimension dans leur ADN, évitant ainsi d'opérer des restructurations permanentes qui sont coûteuses et attirent l'attention des autorités.

3.2. Le droit fiscal international n'est pas adapté à ces évolutions

La base du droit fiscal international est structurée autour d'un modèle de convention fiscale bilatérale de l'OCDE, dont la dernière version date de 2010. Celui-ci n'est pas à même d'appréhender les mécanismes décrits plus haut.

La notion d'établissement stable reflète une vision matérialiste de l'économie : un Etat a le pouvoir de lever des impôts auprès des entreprises si leur siège se situe sur son territoire.

- La seule dérogation étant la présence sur leur sol d'un établissement stable, notion définie très rigoureusement. Le modèle OCDE en donne une liste d'exemples tels que des usines, immeubles, etc.

- Cette définition est dépassée et inadaptée au numérique, car ce qui hier était matériel est aujourd'hui immatériel, ceux qui hier étaient salariés, sont aujourd'hui utilisateurs et ne peuvent être considérés comme un établissement stable en tant que tel.

Les tempéraments jurisprudentiels sont bloqués par les modèles de conventions bilatérales :

- **La théorie du cycle commercial complet** résulte d'une jurisprudence du Conseil d'Etat, avec l'arrêt RMC de 1968. Le Conseil d'Etat a considéré que RMC, dont le siège était situé à Monaco, touchait une audience française et y opérait un cycle commercial complet. Bien qu'un établissement stable n'ait pas été caractérisé, le recours à par la notion de cycle commercial complet a permis d'appréhender les bénéfices de RMC pour les imposer en France.
- Mais la portée de ce type de décisions est limitée : la convention franco-monégasque était négociée sur la base d'un modèle de l'OCDE qui n'imposait pas, à ce moment, la présence d'un établissement stable sur le territoire concerné.

Or aujourd'hui, toutes les conventions fiscales conduisent à renoncer à l'imposition sans établissement stable. La théorie-balai du cycle commercial complet est neutralisée par les conventions fiscales.

Les effets de cette situation sont inquiétants pour les Etats et la stabilité de l'économie :

- L'érosion des bases imposables

Prenons l'exemple emblématique de l'hôtellerie : dans le passé, il fallait contacter l'hôtel pour effectuer une réservation. Aujourd'hui, les utilisateurs passent par des intermédiaires. Cet intermédiaire, qui n'est pas situé en France, s'interpose et capte une part significative de la marge (environ 30%), part qui n'est pas imposée car transférée à des intermédiaires hors de France. De plus, cet intermédiaire présente aux utilisateurs une comparaison des prix des hôtels, ce qui contribue fortement à faire baisser les prix.

Un deuxième effet est que l'intermédiation conduit à une concentration, permettant à ces acteurs d'exercer un pouvoir de marché considérable sur la chaîne de valeur; et de contraindre les hôtels à diminuer leurs prix et compresser leurs marges pour rester compétitif. Le bénéfice résiduel diminue progressivement par cette pression.

- Une dé-corrélation entre emplois et gains de productivité

Le numérique crée très peu d'emplois. Les statistiques montrent que depuis 10 ans, c'est-à-dire depuis que le numérique déploie tous ses effets dans l'économie, on assiste à un décrochage entre les gains de productivité qui continuent d'augmenter et qui s'accroissent dans le secteur du numérique, et une stagnation de l'emploi dans le secteur.

Ces différents effets atteignent progressivement tous les secteurs de l'économie. Il y a quelques semaines, Google a investi dans l'aluminium, signifiant une intention claire de se diversifier y compris dans les activités bancaires.

Marc Andreessen a dit “*over the next 10 years, the battle between incumbents and software-powered insurgents will be epic*”. Les startups vont dévorer tous les secteurs : publicité, industries créatives, culture, voyage, transport, banque, assurance, énergie, manufacture, secteurs publics, etc. Il y a des places à prendre. Pour illustrer, John Deere avait pris l'image des quatre cavaliers de l'apocalypse à destination des GAFA.

Il y a donc un besoin de réforme urgent : favoriser le développement organique sur notre territoire et re-corréler gains de productivité numériques et emploi.

4. Réinviter ces entreprises dans le système fiscal sera difficile

Il faudra se préparer à des négociations acharnées sur le sujet. Les difficultés :

- Il est **impossible de forcer les entreprises à respecter des règles qui n'existent pas**. Pensons à Google qui détermine elle-même son taux d'imposition en Angleterre et l'affaire Starbucks qui a scandalisé l'opinion, en donnant lieu à des interrogations du type « depuis quand le contribuable peut-il négocier son impôt ? »
- Il est **impossible d'établir une fiscalité nationale qui touchera les entreprises étrangères sans toucher entreprises françaises**, pour des raisons juridiques (égalité devant l'impôt) et pour des raisons économiques (incidence fiscale).
- **L'économie numérique n'est pas un secteur**, au même titre que le bancaire ou l'énergie; une idée à laquelle certains politiques ont du mal à se convertir. Le numérique diffuse en réalité ses effets dans tous les secteurs. Pour apprendre à taxer le numérique il faudra donc réfléchir à une échelle beaucoup plus large.

Comment faire ?

Axe 1 - A long terme, recouvrer le pouvoir d'imposer

Le point fixe : les données. Négocier à l'OCDE pour modifier la définition de l'établissement stable et ainsi retrouver le pouvoir d'imposer. L'idée étant que :

- Les données des utilisateurs sont des intrants à part entière de la chaîne de valeur : si une entreprise fait travailler des utilisateurs dans un pays, même en l'absence de salariés ou d'immeubles, l'implantation territoriale est incontestable,
- La collecte et l'exploitation des données contribuent à la création de valeur autant que les actifs incorporels,
- Le territoire est le lieu de collecte de ces données. Le droit doit donc permettre d'identifier un établissement stable et obliger l'entreprise à payer une quote-part dans le pays ou elle fait travailler les utilisateurs.

Axe 2 - A court terme, accumuler du capital de négociation et agir de façon cohérente

- Il faut une cohérence entre mesures nationales et arguments portés à l'international. Les propositions de court terme du rapport sont faites dans une logique de capitalisation : si on négocie avec l'OCDE avec l'idée de bénéfice généré par le travail de l'utilisateur,

l'impôt de transition mis en place en France doit être en ligne avec cette façon de voir et nécessairement toucher la collecte de donnée.

- Il s'agit de taxer des pratiques de collectes, pour inciter aux bonnes pratiques, et non les données en tant que telles. Dans ce sens, il ne faut pas mesurer les données en quantité avec une logique du type « plus elle a de données, plus elle sera taxée ». Ceci non seulement en raison du principe constitutionnel d'égalité devant l'impôt mais aussi car le volume de données n'est pas représentatif de la capacité contributive des entreprises.

Axe 3 - Aider nos entreprises à se développer

- Nous savons que toute taxe franco-française frappera avant tout les entreprises françaises : un choc qu'il faudra amortir. L'objectif de rendement n'est donc pas poursuivi.
- Nous pourrions en revanche jouer sur la fiscalité R&D et la fiscalité des investissements pour amortir et inciter au développement, dans la perspective de l'important choc de compétitivité qui les attend.

4.2. La fiscalité des données – l'idée du prédateur-payeur

Tout comme on taxe la pollution pour l'intérêt général, nous taxerions ici dans une finalité comportementale, pour inciter les entreprises à être moins prédatrices.

Les objectifs de cette taxe ne relèvent pas d'une vision abstraite philosophique ou non opérationnelle. Des choses très concrètes se passent d'ailleurs dans d'autres pays.

Objectif 1 - La protection des personnes

En France, le principe est l'autorisation préalable et le droit de modification/ suppression des données collectées. Il n'est pas question par la fiscalité d'y toucher ni de permettre de s'affranchir de ces obligations légales. Mais nous ne pouvons pas nous permettre de ne pas faire mieux que le minimum imposé par la loi. Notre droit d'accès aux données collectées est médiéval : il faut écrire, attendre l'absence de réponse, puis mettre en demeure, etc. Tout ceci pour se voir fournir un listing papier incompréhensible par le profane. Il nous faut créer une version plus ergonomique du droit d'accès à laquelle une fiscalité peut inciter.

Parmi les expériences menées aux Etats-Unis figurent :

- *Your Ad-Choices*¹, de l'IAB (organisme interprofessionnel international des publicitaires) consiste à collecter les cookies illisibles par les utilisateurs. Cette initiative permet de savoir ce qui est collecté, pour quoi et par qui. L'utilisateur peut donc demander que son expérience ne soit plus polluée par des publicités pour lesquelles il n'a aucun intérêt et demander plutôt des informations sur telle ou telle marque ;

¹ <http://www.youradchoices.com>

- *PSP Howto.gov*² fait partie d'un champ de réflexion pour rendre les Conditions Générales d'Utilisation analysables par des logiciels, pour les résumer de façon intelligible et alerter l'utilisateur en cas de points problématiques.

Depuis 2002, une directive impose à tous les services centraux de l'administration américaine d'avoir une *privacy policy* lisible par ces agents logiciels.

Dans le même esprit, l'initiative « *terms of service didn't read*³ » propose des alertes info lorsque la "data collection" va au delà de ce à quoi nous sommes d'accord.

Objectif 2 - La portabilité des données

L'idée est que les utilisateurs puissent utiliser les données que l'entreprise "A" prélève sur eux dans le cadre de leur relation avec une autre entreprise "B". Sur ce point, la France tarde à prendre le train en marche, au risque d'être mise à terme devant le fait accompli.

Aux Etats-Unis

- L'administration américaine est en train de généraliser la pratique de « *smart disclosure* », dans ce sens de portabilité. Cette initiative a été documentée dans un mémo de la Maison Blanche⁴ ;
- Cette idée a été étendue dans les projets *MyData*⁵ : on invite les entreprises du privé à s'aligner sur les standards utilisés par l'administration. Doc Searls parle de « *vendor relationship management* » (gestion de la relation avec commerçant), soit la réappropriation du prélèvement des données afin que, moi aussi, je puisse utiliser mes données pour mettre en compétition les entreprises qui me proposent des services.

En Angleterre, un chantier législatif consiste à rendre la portabilité des données obligatoire pour des acteurs tels que les banques de dépôt, les cartes de crédit, la téléphonie mobile, l'énergie.

En France, un chantier d'expérimentation, "MesInfos"⁶, est porté par la FING (Fondation Internet Nouvelle Génération). Il est solidement appuyé par les expériences menées par 4 grands groupes sur la faisabilité de cette portabilité des données de leurs clients. C'est jusqu'à présent la seule manifestation d'envergure en ce sens en France.

Portabilité contrôlée, API et magasins d'applications

Les API (Application Programming Interface) sont des interfaces de programmation créées par les entreprises pour les développeurs.

2 <http://www.howto.gov/digital-strategy>

3 <http://tosdr.org/>

4 <http://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/inforeg/for-agencies/informing-consumers-through-smart-disclosure.pdf> et <http://www.data.gov/consumer/page/consumer-about>

5 <http://www.ambafrance-uk.org/Mydata-permettre-au-consommateur-d>

6 <http://www.internetactu.net/2011/09/20/mydata/>

Anecdote de mise en contexte : un ingénieur de Google avait par erreur divulgué un message sur la stratégie de plateforme d'Amazon où il était dit en substance : « difficile de faire une application qui plaise à tout le monde. Seul Steve Jobs est parvenu à concevoir des produits rigides, tout en captant énormément d'adopteurs. Depuis sa mort, Jeff Bezos a été assez malin pour comprendre qu'il n'était pas aussi intelligent que Steve Jobs, et donc qu'il était nécessaire de s'appuyer sur des innovateurs en groupes (écosystème de développeurs).

Dans ces sphères peu transparentes, on contrôle mal ce qu'il se passe. Grâce aux API, les entreprises peuvent savoir qui accède à leurs ressources, imposer des quotas et du *revenue sharing*. Elles peuvent aussi opérer dans une dimension de protection de données des clients. Par exemple, Facebook Connect fait une demande systématique avant de permettre à une application tierce d'accéder au compte de l'utilisateur.

L'économie des API se développe rapidement

Aux Etats-Unis

- **AT&T** a créé sa plateforme en 2012, suivant le gros développement d'une start-up (Twilio). En seulement 90 jours ils ont jugé la situation suffisamment critique pour se lancer sur ce créneau.
- **Phillips** a créé une API pour les applications de contrôle des ampoules et ambiances lumineuses.

En France

- Les API **d'Orange** vont fermer le 12 septembre 2013 faute de succès auprès des développeurs. Ceci montre que ces projets nécessitent une cohérence dans la mise à disposition des ressources et compétences, dans l'animation des communautés de développeurs, etc. On sait également qu'il n'y a pas de place pour tout le monde sur ces marchés
- **Renault** s'est lancé, mais toujours en attente d'atteindre une taille critique pour attirer développeurs.
- Les banques françaises avec le Crédit Agricole Store et Axa Banque pour se différencier de ses concurrents

Toutes les entreprises achètent les technologies permettant de développer ces plateformes d'interfaces de programmation.

Par ailleurs, la portabilité des données pourrait devenir la norme au niveau de l'Union européenne (article 18 du projet de règlement sur les données) et dans tous les secteurs, de façon plus contraignante que ce qu'ont initié les Etats-Unis. Cette proposition de taxe prédateur-payeur se situe donc dans la perspective de ces grandes manœuvres de négociations bilatérales US/UE. Plus les données sont portables et plus il y aura de chances de faire émerger des champions dans l'économie numérique.

L'administration montrera-t-elle l'exemple ?

Pour Henri Verdier en France (Directeur de l'Etalab), et d'après une théorisation de Tim O'Reilly, l'organisation qui détient le plus de ressources étant l'administration, elle devrait donc être à la tête de ce mouvement. Voir par exemple le site mon.service-public.fr.

Synthèse des enjeux industriels sous-jacents

- **Couche 1 : les données** – on observe une tentative de recensement des traces que nous laissons en ligne (données personnelles, paiements, déplacements, localisations, correspondances, santé, performances sportives, notes obtenues, CV, paniers d'achats, etc.)
- **Couche 2 : le stockage des données** – dans les terminaux, dans les data centers. Ici les opérateurs de Cloud ont mis en place un versant accessibilité
- **Couche 3 : l'accessibilité aux données** – ce versant est composé de nombreux usages pour développeurs, comme des *open graphs*, qui donnent naissance aux écosystèmes applicatifs qu'on retrouve sur l'Apple store. Apple monétise à hauteur de 30% du CA généré par les applications sur Appstore qui stockent les données sur nos téléphones
- **Couche 4 : les applications** (Apple Store, Google Play, etc.) - lorsque l'on se concentre sur les 2 couches intermédiaires (stockage et accessibilité) on constate que ce sont toujours les mêmes, Google, Apple, Facebook, et Amazon, qui exercent un quasi monopole sur ces plateformes : opérer une plateforme c'est contrôler ces 2 couches intermédiaires.

Pourquoi les entreprises du CAC 40, également détentrices de données, ne font pas levier de ces données pour devenir des plateformes, créer des écosystèmes d'applications et développer leurs affaires?

La fiscalité ne peut-elle pas les inciter à le faire afin de les protéger leurs intérêts industriels face à la concurrence (notamment américaine)? L'administration ne devrait-elle pas en faire de même pour l'assurance maladie, les retraites ?

Concevoir une fiscalité expérimentale

- **Qui s'applique uniquement aux entreprises qui recueillent et exploitent massivement des données.** Il faudrait fixer un seuil élevé en termes de nombre d'utilisateurs en fonction des modèles d'affaire (comptes, cookies, VU etc.) ;
- **S'appuyant sur la notion de suivi régulier et systématique**, présente dans le projet de règlement européen sur les données personnelles. Celle notion reste floue à ce stade mais peut constituer base solide sur laquelle s'appuyer pour concevoir notre fiscalité ;
- **Et ne poursuivant pas un objectif de rendement mais d'incitation aux bonnes pratiques et de lutte contre l'évasion fiscale.** Pour les entreprises qui ne payent pas d'impôt en France, il s'agit de les soumettre à une obligation déclarative (nombre d'utilisateurs en France, quelles données collectés, quel le CA associé, etc.). Ceci afin de capitaliser du pouvoir de négociation face aux géants du Net et de monter en

compétence sur les méthodes de valorisation des données, qui pourront être utilisées quand la définition de l'établissement stable aura évolué au niveau international.

La mise en place de cette taxe ne suppose pas la mise en place de sonde de type DPI (deep packet inspection). Les pratiques de collecte se repèrent à la lecture des interfaces, des spécifications, ou par l'analyse des données présentes dans les cookies. Il n'y a donc pas nécessaire d'aller inspecter les données des clients. Et si besoin, l'administration pourra s'appuyer sur des tiers de confiance pour contrôler le nombre d'utilisateurs.

Le rôle de la CNIL et son rapport à l'innovation

En sous-jacent, la fiscalité du numérique est-elle une menace pour les libertés publiques ?

- La première certitude est que la CNIL ne peut pas être au service de l'administration fiscale. Historiquement la CNIL a d'ailleurs été mise en place pour contrôler l'administration fiscale
- Le projet de règlement européen en cours soulève des questionnements sur la compétence de la CNIL pour protéger les utilisateurs français. Dans notre rapport, nous avons appelé à ce qu'elle ne soit pas dessaisie de cette compétence, afin d'éviter de perdre de l'ascendant. Nous voulons préserver un levier de négociation face aux entreprises
- En revanche, fiscaliser la prédation des données ne veut pas dire qu'on octroie un blanc seing aux acteurs concernés. Il ne s'agit pas de s'affranchir des obligations en payant. Prenons l'exemple de la fiscalité environnementale: il est interdit de verser de l'arsenic dans une rivière et ce n'est pas pour cela qu'on va s'interdire de fiscaliser l'émission de carbone dans l'atmosphère
- Est-ce que fiscaliser les données risque de conduire à mettre un prix sur les données, et de consacrer l'idée que les données sont des biens marchands, ce qui serait une atteinte à la personne ? Non, ce n'est pas parce que l'on quantifie des choses dans ce domaine qu'on porte atteinte à des droits inaliénables. Le précédent du droit d'auteur nous montre qu'il est possible de combiner droit moraux et droit patrimoniaux

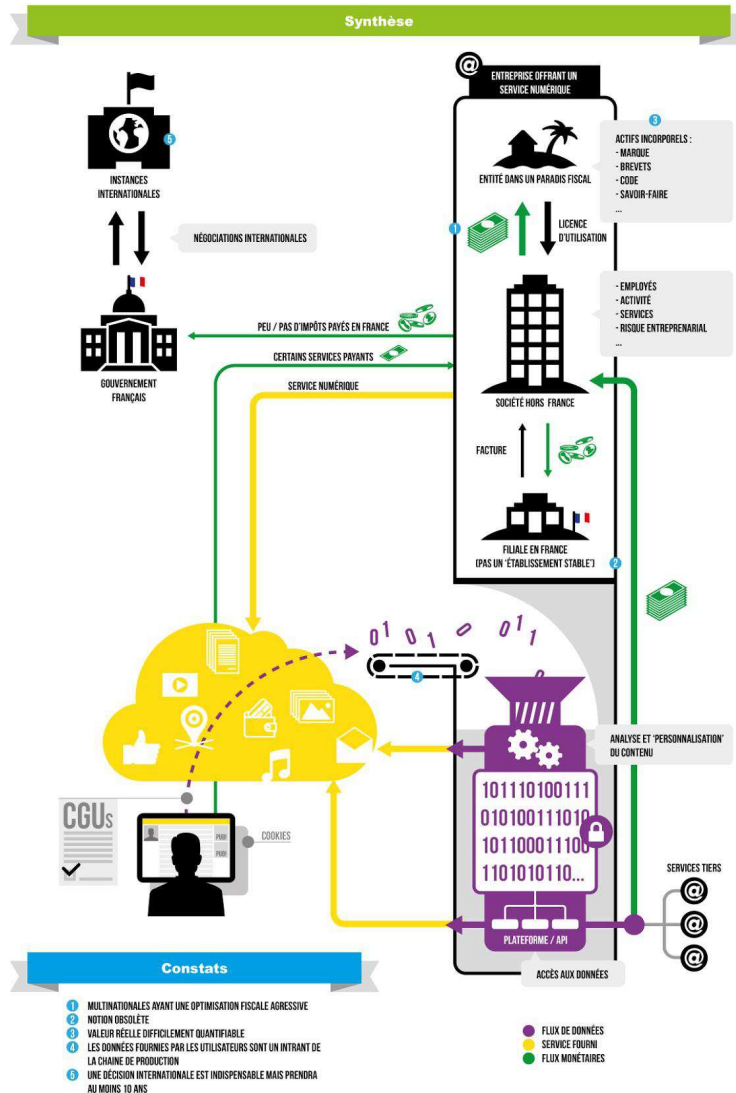
Gilles Babinet (ancien président du CNNum) avait interpellé la CNIL à ce sujet. La présidente de la CNIL a déclaré vouloir déconstruire l'a priori selon lequel ils seraient « *des empêcheurs d'innover en rond* ».

Conclusion

Une discussion doit avoir lieu : on ne peut éviter de réunir les professionnels autour de la table pour déterminer quelles sont les bonnes et mauvaises pratiques. Ici est l'apport de l'approche par la fiscalité : là où la loi informatique et libertés ne peut évoluer tous les ans car trop symbolique, la fiscalité a cet atout, elle peut évoluer souvent.

Infographies utilisées comme supports de discussion durant les ateliers⁷

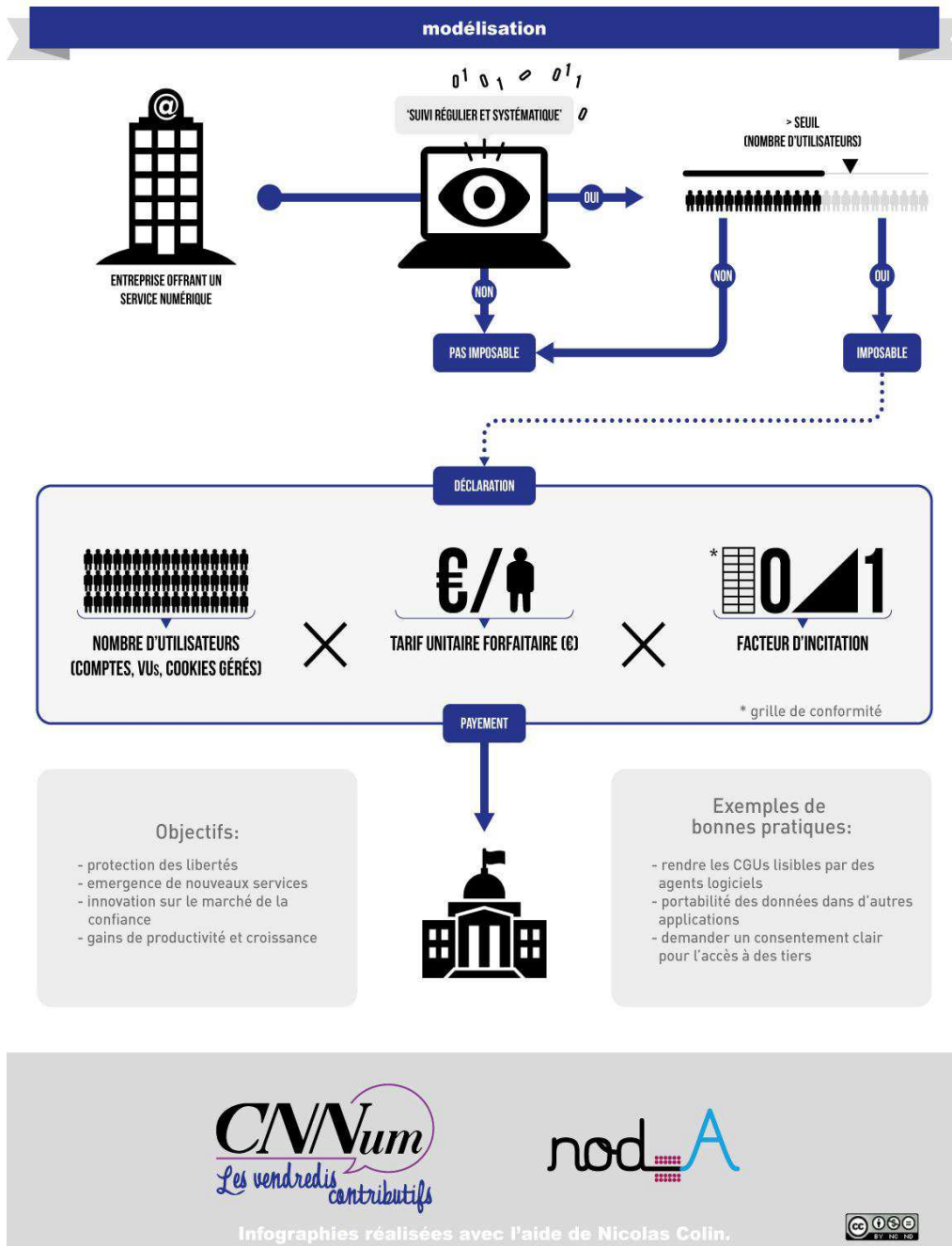
OPTIMISATION FISCALE AGRESSIVE
DES MULTINATIONALES NON-COOPÉRATIVES



⁷ Infographies téléchargeables sur

http://www.cnnumerique.fr/wp-content/uploads/2013/05/CNNum_Info_Optimisation_agressive.pdf et
http://www.cnnumerique.fr/wp-content/uploads/2013/05/CNNum_Fisca-incident-Collecte-et-exploitation-des-donn%C3%A9es.pdf

MODÉLISATION DE LA PROPOSITION DE FISCALITÉ INCITATIVE EN MATIÈRE DE COLLECTE ET D'EXPLOITATION DES DONNÉES



2 - Synthèse des ateliers

Les éléments suivants sont une synthèse des principaux éléments échangés entre les participants lors des ateliers. Les ateliers ont donné lieu à des échanges riches et documentés, représentant plus de 50 pages de verbatim. Cette synthèse vise à mettre en évidence les principaux points de consensus ou de désaccord, les interrogations, et les propositions des participants. Ces éléments permettront aux membres du CNNNum d'enrichir leur réflexion de la cadre du processus de concertation.

Les ateliers ont été centrés principalement autour des propositions du rapport Colin et Collin.

De nouvelles préoccupations ont émergé sur la transformation du cadre fiscal international, pour mieux y intégrer les entreprises du numérique, et des propositions alternatives ont été évoquées afin de faire face à la complexité de la situation. La proposition de la taxe “prédateur-payeur” sur les données a suscité de nombreuses interrogations autour de sa finalité, sa délimitation, sa valorisation, et ses effets concrets, rendant nécessaire un approfondissement de la discussion à ce sujet.

Proposition 1 – la redéfinition de l'établissement stable propre au numérique, à l'échelon européen et au sein de l'OCDE

La définition actuelle de l'établissement stable n'est plus adaptée aux transformations provoquées par le numérique. Face aux déséquilibres opposant les multinationales usant d'une optimisation fiscale agressive à d'autres entreprises du numérique, sur le paiement des impôts en France et en Europe plus généralement, l'urgence d'un rééquilibrage fiscal et d'une re-territorialisation des bénéfices fait consensus entre les participants. Les résultats de l'étude de la Fédération française des télécoms ont été cités dans plusieurs groupes et notamment le fait qu'en « 2011, les OTT (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) ont payé 37,5M€ d'impôts sur les sociétés en France, soit 22 fois moins que ce qu'ils auraient payé si leurs activités de production étaient localisées et taxées en France⁸ ».

Les moyens d'action actuellement disponibles semblent être limités et, pour certains participants, risquent de produire des effets pervers à l'égard du dynamisme de l'économie numérique.

Le phénomène d'optimisation fiscale ne concerne pas seulement le numérique, une révision plus globale de la fiscalité internationale doit être mise en œuvre

- L'optimisation fiscale et les phénomènes d'érosion fiscale ne sont **pas spécifiques au numérique**. Il est nécessaire de régler les problématiques d'optimisation fiscale agressive et d'obsolescence de la notion d'établissement stable;
- Le cas de Starbucks au Royaume-Uni, ainsi que les nouvelles règles bancaires sur le reporting des transactions OTC (“over-the-counter”) aux Etats-Unis, sont souvent

⁸ Cette même étude indique par ailleurs que 22 millions de ces 37,5 millions d'euros d'IS ont été acquitté par Microsoft en 2011, soit près de deux tiers de la somme indiquée.

évoqués pour mettre en évidence la nécessité **d’agir au niveau transnational** dans la lutte contre les paradis fiscaux et la réforme du droit fiscal international ;

- L’OCDE et l’Union européenne constituent des échelons stratégiques pour peser dans les négociations et améliorer plusieurs mesures : l’harmonisation de la TVA, la transformation de la notion d’établissement stable et son adaptation au numérique, la maîtrise des prix de transfert (valorisation des actifs incorporels) ainsi que le développement de la coopération fiscale en Europe.

Face à ce constat, plusieurs difficultés de court et long termes ont été identifiées, faisant émerger des points de désaccords sur la finalité et les effets d’une fiscalité du numérique

Sur la révision de la TVA à l’échelon européen

Il apparaît très difficile de faire accélérer le calendrier des négociations sur la TVA d’ici les échéances 2015 et 2019, alors même que cela permettrait de régler une partie du problème sur la re-territorialisation des bénéficiaires. Les Etats considérés comme “avantageux” en termes de fiscalité sur les sociétés (Irlande et Luxembourg notamment) ne modifieront pas facilement leurs positions avant une quelconque réforme au niveau européen, soumise à l’accord de tous les Etats membres.

Sur la pertinence d’une taxe spécifique au numérique

De façon récurrente, les intervenants ont soulevé la question de savoir si une telle taxe serait un atout ou un handicap dans les négociations internationales.

Un consensus semble émerger sur l’**aspect pénalisant** d’une taxe concentrée sur le numérique, secteur par ailleurs extrêmement volatile donc **imprévisible en termes de rendement et de base taxable**, en ce qu’il ne constitue pas une économie de stock mais une économie de flux en permanente transformation.

- Une telle décision présente également le risque d’entraîner une politique de la “chaise vide” de la part des multinationales ayant des pratiques d’optimisation fiscale agressive. Bien que les Etats disposent de moyens alternatifs de pression, certains participants ont soulevé que ces acteurs trouveraient encore le moyen d’échapper à la taxation - via notamment des transferts de prix déjà mis en oeuvre actuellement.
- Il est donc essentiel de considérer ces questions via le spectre du financement de l’économie numérique en France et en Europe.

Plusieurs points de désaccords et d’interprétation ont émergé de ces considérations :

- Pour certains participants, la taxe spécifique sur le numérique est un moyen de **rétablir, à travers la fiscalité, la compétition** entre les grands acteurs internationaux et l’écosystème du numérique français et européen, alors que d’autres participants insistent sur le **risque de la violation du principe constitutionnel de l’égalité des**

contribuables devant l'impôt par la création d'une telle taxe qui ne toucherait in fine qu'un faible nombre d'acteurs précisément identifiés ;

- Le même type de discussion a émergé sur l'opposition entre les grands groupes et les PME et la volonté de ne pas instaurer une taxe au détriment des PME ;
- **Le rôle de l'Etat actionnaire dans la promotion de comportements vertueux dans la lutte contre l'optimisation fiscale a été évoqué.** L'exemple du ministère de la Défense concluant un contrat de gré à gré avec des éditeurs de logiciels a été cité lors des discussions, mettant en évidence la responsabilité relative de l'Etat dans la lutte contre l'optimisation fiscale (observation marginale).

Démarches complémentaires possibles en vue d'appréhender le secteur du numérique

La transformation de la notion d'établissement stable permettrait de toucher l'immatériel ainsi que les transferts dé-territorialisés mais elle poserait, pour certains participants, des problèmes au niveau juridique. Remettre cette notion en cause reviendrait à impacter de nombreuses lois internationales. Ont été cités des exemples en matière bancaire, où les licences d'exercer fonctionnent selon cette notion; ou le droit des consommateurs, où l'on applique le droit du pays de l'établissement stable. Nicolas Colin a précisé en retour qu'il ne s'agirait d'impacter cette définition uniquement pour le numérique, et au sens de la seule législation fiscale.

Plusieurs propositions alternatives à l'approche fiscale ont été mentionnées pour élargir le débat (propositions non partagées par tous les participants)

- **Définition d'une politique concurrentielle au niveau de l'Union européenne :** réfléchir à des lois anti-trust pour freiner les prises de position dominante et permettre la préservation du marché intérieur
- **Renforcement des moyens de contrôle au niveau européen :** travailler sur un contrôle automatisé de la TVA pour les entreprises non communautaires en renforçant les contrôles bilatéraux et accélérer l'échange d'informations pour gagner en transparence
- **Définition de bonnes pratiques :** inciter les grands donneurs d'ordre (publics et privés) à ne pas attribuer leurs marchés aux multinationales pratiquant une optimisation fiscale agressive.
- **Pression de l'opinion publique et de la communication :** continuer à faire pression sur les GAFAM pour moraliser leurs habitudes fiscales et intensifier les débats pour inclure dans les agendas de l'OCDE et de l'UE les débats sur les paradis fiscaux.
- **Etude plus approfondie des déterminants non fiscaux du choix d'établissement d'entreprises dans tel ou tel pays :** environnement des affaires au sens large.

Proposition 2 – Instaurer une fiscalité incitative fondée sur l'exploitation par les entreprises des données qu'elles collectent via le suivi régulier et systématique de l'activité des utilisateurs de leurs applications

De façon générale, il a été souligné que le rapport apportait une analyse fine de la manière dont se construit et se rétrocède la valeur ; et qu'il permettait de pointer la nécessité de monter en compétence sur les mécanismes de valorisation des données.

En revanche, à l'issue des quatre ateliers, aucun consensus sur l'opportunité d'instaurer une taxe "prédateur-payeur" n'a émergé, les avis restant assez tranchés. Plusieurs réflexions sont venues enrichir la proposition du rapport Colin et Collin, qui appellent toutes à la définition d'une ligne directrice claire sur la taxation des données afin d'obtenir le consentement des acteurs sur un tel dispositif fiscal.

Si les entreprises semblent être prêtes à mettre en œuvre des dispositifs de partage des données, la "taxation prédateur-payeur" telle que proposée par le rapport Collin suscite de nombreuses interrogations, parmi lesquelles :

Des interrogations sur les données

- Les données **sont-elles le meilleur intrant**, le meilleur support pour établir une fiscalité sur le numérique ?
- Les données **sont-elles la meilleure option transitoire** à l'impossibilité de faire entrer les entreprises dans le système fiscal international tel qu'il est configuré aujourd'hui ?
- Quelle est la finalité réelle d'une telle taxe ? **Pourquoi corrélér l'imposition des activités et l'incitation de bonnes pratiques en matière de protection des données personnelles ?**

La fiscalité est source de complexité et la proposition du rapport semble abstraite :

- Quelles mesures concrètes pour la mettre en œuvre et **comment contraindre les entreprises à s'en acquitter ?**
- Cette taxe est-elle applicable, en pratique, aux sociétés établies dans l'Union européenne (notamment en Irlande et Luxembourg) ?
- Que taxe-t-on réellement : la collecte ou l'utilisation ? **Selon quelle grille de critères** valoriser les données, et évaluer les bonnes pratiques ?
- La notion de travail gratuit est-elle appréhendable par le droit ?
- La proposition de taxe est présentée comme n'ayant pas d'objectif de rendement. Cependant n'y a-t-il pas un risque d'une augmentation progressive du taux ?
- Savons-nous précisément mesurer la localisation des utilisateurs en France? N'y a-t-il pas une incertitude sur la provenance géographique des IP qui engendrerait des contentieux?

L'objectif de résoudre le problème d'iniquité fiscale sera difficilement atteignable étant donné qu'il sera compliqué de leur imposer un représentant fiscal en France :

- N'y a-t-il pas un risque de délocalisation des acteurs du numérique implantés en France?
- **Les grands groupes multinationaux ne seront-ils pas les premiers à échapper à cette taxe?**
- Si l'on force les entreprises françaises à libérer leurs données, n'y a-t-il pas un risque que cela profite à des entreprises non établies en France ?

Cette proposition de taxe est-elle le bon outil pour faire rentrer les acteurs de l'économie française dans l'économie de plateforme ?

- N'y aurait-il pas une solution plus simple qui consisterait à imposer un modèle de Conditions générales d'utilisation en France? Est-ce que la structure juridique et réglementaire qui existe en France à ce sujet est adaptée à l'ère du numérique? Sinon comment la faire évoluer?
- Dans le cas des grandes surfaces. Les consommateurs payent leur course par CB. On peut considérer qu'il y a un service numérique. Est-ce que cela obligerait les grandes surfaces à ouvrir leurs données sur les paiements de leurs clients ? Quel serait l'impact?

Si l'un des objectifs est d'accumuler des informations sur grands groupes en vue d'établir un rapport de force pour négocier les prix de transfert

- Ne serait-il pas plus simple de mettre en place une obligation de déclaration des données anonymisées (nombre d'utilisateurs...) pour les entreprises ayant un grand volume d'utilisateurs/clients.
- La Cnil ne pourrait-elle pas transmettre ces données de façon anonymisée au Fisc?

Ces interrogations ont ainsi mené la discussion vers les aspects techniques à considérer pour l'instauration d'une taxe sur les données

De façon récurrente, les débats ont fait ressortir un besoin de typologies pour la valorisation des données et la définition des comportements non vertueux : les méthodes de collecte, les données, leur destination.

Sur la définition et délimitation de la notion de "données"

Les données rassemblent une diversité de catégories, et lorsqu'on parle de données, il n'y pas forcément un utilisateur individuel qui s'y rattache. La notion de données va au-delà des données personnelles et s'élargit aux données d'usage, de production, d'entreprise, du site, etc.

- Suivant les données considérées par la taxe, les effets seraient différents suivant les entreprises et risqueraient d'engendrer des déséquilibres. Quelques exemples sont évoqués :

Si l'on taxe depuis les comptes utilisateurs : cela risquerait d'entraîner des inégalités, l'utilisateur peut consulter sa boîte mail tout en consultant d'autres pages, et des entreprises comme Google ne se verraient que très peu concernées ;

Si l'on taxe les cookies : risques d'inégalités en fonction du paramétrage des navigateurs, du nettoyage des cookies, des extensions installées ;

Si l'on taxe depuis les adresses IP : la taxe se rattache à un poste d'utilisation, mais non pas à un utilisateur individuel.

- **La présence d'intermédiaires** dans le traitement et la circulation des données a donc été un élément important de préoccupations quant aux critères de taxation et ses effets pour les entreprises :

Suivant que l'on vise à taxer la collecte des données ou l'utilisation des données, on ne touche pas les mêmes acteurs : certaines entreprises collectent énormément de données sans vraiment les utiliser, et d'autres ne stockent très peu de données mais exploitent leur circulation, source de valeur (exemple des intermédiaires comme les AdExchange)

L'arbitrage sur le dimensionnement de la taxe doit être pris en considération du soutien des PME françaises à l'innovation, qui risqueraient d'être handicapées par une taxe locale trop contraignante pour leur activité. Les effets de plateforme doivent être considérés dans le dispositif (grosses plateforme qui ne font pas beaucoup de bénéficiaires vs. petites plateformes qui génèrent du revenu).

Certains participants ont évoqué le risque de créer une *taxation par élargissement* : commencer par taxer les données, puis les gigabits, les clics, etc., ce qui pourrait complexifier davantage les finalités de la taxe.

Sur la valorisation des données et la tarification de la taxe

Les participants ont longuement abordé la question de la valeur conférée à une donnée et sur le statut des données en général.

- La valeur de la donnée ne se résumerait pas à la donnée en elle-même, mais à **la manière dont elle est exploitée et dont elle génère du revenu.**

Partant de cette considération des distorsions de valorisation apparaissent suivant la valeur ajoutée associée à la collecte et l'utilisation d'une donnée spécifique. Par exemple pour des réseaux sociaux, la valeur de la donnée n'est pas la même suivant les utilisateurs, élément crucial pour déterminer le tarif à appliquer Certains participants considèrent que cette question n'est pas à intégrer dans le débat, car la proposition du rapport Colin et Collin concerne uniquement le comportement des entreprises vis à vis de ces données.

- En ce qui concerne la tarification, plusieurs directions ont été proposées :

Écarter la proposition de tarification unitaire par utilisateur ou par donnée.

Considérer le prix en fonction de critères incitatifs, qu'il serait nécessaire de détailler.

La question du seuil minimal de données doit être approfondie selon les objectifs de la taxe sur les données et les règles européennes en matière de concurrence : des seuils pas assez élevés risqueraient de pénaliser les PME ; à l'inverse, des seuils trop élevés risqueraient de poser des difficultés de conformité au regard du régime des subventions des Etats, et risqueraient même de dissuader les entreprises étrangères de s'implanter en France.

Sur la mise en application de la taxe et son caractère incitatif de comportement vertueux

La mise en application concrète de la taxe “prédateur-payeur” a provoqué plusieurs interrogations quant à son efficacité et l'équilibre qu'elle souhaite opérer entre rentabilité fiscale et “déontologie” fiscale :

- Les difficultés de dimensionnement et de valorisation laissent entrevoir, pour certains participants, l'instauration d'une taxe dont le **coût de contrôle risquerait d'être supérieur à son rendement réel** ;
- Face à l'impossible **gestion de la traçabilité**, la création d'une autorité de régulation de la fiscalité du numérique a été proposée lors des ateliers, alors que d'autres participants prônent l'**option déclarative**, qui leur semble plus adaptée ;
- Corollaire de la valorisation évoquée ci-dessus, la question de la **répartition du “gâteau”** doit être approfondie, ainsi que celle de la destination finale de la taxe

La fonction incitative de la taxe a également été source d'interrogations en terme de faisabilité et de pertinence.

Certains participants accueillent positivement la proposition d'articuler la fiscalité avec la promotion de comportements vertueux de la part des entreprises, afin de protéger les utilisateurs et les libertés publiques. L'aspect comportemental de la taxe permet également d'introduire un critère d'intérêt général, levier considéré comme intéressant pour obliger les entreprises à disposer de représentants fiscaux en France et améliorer les relations entre les gouvernements et les entreprises.

D'autres participants ont cependant questionné **le lien entre valorisation des données et valorisation des bonnes pratiques**, qui risque d'introduire des difficultés dans la taxation :

- Certaines entreprises n'attendent pas la taxe pour mettre en oeuvre des bonnes pratiques, et cela décrédibiliserait la mesure ;
- Il est difficile de valoriser les tarifs fiscaux sur des comportements ;
- Dans le numérique, les pratiques évoluent rapidement, et le flux de création d'intermédiaires dans l'utilisation des données supposera un suivi en temps réel des pratiques.

Les propositions pour approfondir la réflexion sur la taxation des données

Sur la délimitation du champ des données concernées

- Définir un statut pour les données

- Réaliser une typologie complète des données concernées par la taxe, mais qui puisse constituer une matrice applicable au-delà du numérique

Sur la valorisation des données et la tarification de la taxe

- S'intéresser aux variables qui impactent la valeur de la donnée unitaire.
- Différencier le rôle de l'utilisateur de celui de l'exploitant dans la valorisation.

Sur la mise en application de la taxe

- Réaliser une étude d'impact sur l'opportunité de mettre en oeuvre une taxation sur les données : rentabilité fiscale, incidence fiscale (capacité des multinationales ayant une position dominante à transférer le coût de la taxe sur les acteurs français), entités taxées, répartition du gâteau, la possibilité réelle d'appréhender les entreprises non établies en France (notamment les entreprises ayant une filiale en Irlande, Luxembourg...) etc. La définition d'un périmètre d'expérimentation permettrait de mieux cerner les effets et d'orienter la mesure.
- Définir des bonnes pratiques de manière concertée et qui puissent être évolutives avec de faire évoluer les pratiques avec les référentiels - la CNIL semble être un acteur clé dans la proposition de nouveaux labels et référentiels, via la mise en place de pack de conformité sectoriel
- **La nécessité que la taxe soit applicable au niveau européen afin d'éviter les distorsions.**

Conclusion de la deuxième session

Ces ateliers ont montré qu'il était nécessaire d'inscrire cette réflexion dans un cadre plus large que celui du cadre fiscal : l'enjeu est de soutenir une économie, favoriser la création de champions nationaux, et faire évoluer les pratiques.

La création de synergies autour de ces questions permettrait de faire avancer la réflexion, aussi a-t-il été proposé de rapprocher les problématiques de fiscalité des données avec celles de la cyber-sécurité et de la neutralité, qui s'intéressent également aux données, à leur qualification et à leur quantification.

Ces réflexions mettent aussi en évidence la confusion autour des finalités de la transformation du cadre fiscal : certains prônent la fiscalité comme moyen de transformer des situations de monopoles naturels en biens collectifs, et d'autres voient au contraire une manière d'induire des comportements vertueux au profit d'un plus grand bénéfice social. De cet équilibre découle une interrogation des participants sur la pertinence de corréliser l'imposition des activités des entreprises du numérique avec l'incitation de bonnes pratiques en matière de protection des données.