

RAPPORT

Le Marché unique

– un *tremplin* pour la croissance
et la compétitivité des PME

Dans quelle mesure des politiques publiques simplifiées et rationalisées peuvent-elles contribuer à libérer le potentiel du Marché unique, s'agissant en particulier des petites et moyennes entreprises (PME) françaises, afin qu'elles gagnent en envergure et en compétitivité à l'échelle mondiale?



Ce rapport, intitulé *Le Marché unique, un tremplin pour la croissance et la compétitivité des PME*¹, publié en mai 2024, recense **11 recommandations** visant à renforcer le fonctionnement du Marché unique.

Elles constituent une feuille de route pour un Marché unique plus fort et plus harmonisé, laissant à la prochaine Commission européenne et aux États membres le soin d'élaborer et de mettre en œuvre les politiques publiques spécifiques afférentes.

S'appuyant sur une enquête, des entretiens et une analyse documentaire détaillée, le présent rapport donne la parole aux PME françaises en les interrogeant sur les défis qu'elles rencontrent en opérant dans le Marché unique. Le rapport identifie également des pistes d'action pour des politiques publiques européennes susceptibles de les aider à tirer profit du Marché unique comme tremplin de leur activité à l'international.

Cette étude a été réalisée par Implement Consulting Group à la demande d'Amazon et constitue une évaluation indépendante de la manière dont la poursuite de l'intégration du Marché unique européen peut soutenir la croissance économique et la résilience en France.

Dans le cadre de cette étude, une enquête a été menée auprès de PME françaises exportatrices en collaboration avec Ipsos, une entreprise internationale d'études de marché disposant de capacités d'enquêtes à l'échelle mondiale.

Synthèse

Depuis son introduction il y a plus de 30 ans, le Marché unique a été un moteur de croissance et de prospérité pour le continent et pour la France. Sa dimension économique permet à l'Union européenne (UE) de peser politiquement dans les négociations mondiales et les accords bilatéraux. Pour que le Marché unique reste le principal moteur de la compétitivité, de la prospérité et de la résilience au sein de l'UE, il convient de continuer à en éliminer les obstacles et à poursuivre l'intégration.²

Mobilisant 6 millions d'emplois, représentant 22 % de la population active française, l'exportation est d'une grande importance pour l'économie nationale, comme l'a déclaré le Première ministre en 2023 dans le cadre de la présentation du plan « Osez l'Export » :

*« Pour réussir et accompagner notre politique de réindustrialisation, nous avons aussi besoin d'une action forte pour accompagner nos entreprises à l'international. C'est tout à la fois, un moyen de fortifier nos entreprises, en leur permettant de conquérir de nouveaux marchés et un outil efficace pour faire rayonner les savoir-faire français. Aider les entreprises françaises à exporter est au cœur de la feuille de route du Gouvernement ».*³

Dans le but de renforcer la présence des PME françaises sur la scène internationale et de soutenir la compétitivité de la France, le Gouvernement a annoncé une série de nouvelles mesures pour accentuer les effets du plan « Osez l'export » lancé en 2023.

Dans le présent rapport, **les PME françaises** appellent à l'action en insistant sur la nécessité de poursuivre les efforts de simplification et de rationalisation des politiques publiques de l'UE afin de libérer tout le potentiel du Marché unique. Les PME constituent l'épine dorsale de l'économie française : elles représentent 99,8 % de l'ensemble des entreprises, mais seulement 25 % du total des exportations françaises. Ces chiffres montrent que l'exportation est une activité complexe qui nécessite d'importantes ressources financières et humaines. Avec 60 % des exportations totales des PME destinées au Marché unique⁴, les résultats présentés dans cette étude confirment que le Marché unique est un tremplin permettant aux PME de s'internationaliser, de diversifier leurs exportations et de développer leurs activités afin d'être compétitives sur la scène internationale.

L'enquête réalisée auprès de 386 PME exportatrices françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails sur la méthodologie de l'enquête, les entretiens et une analyse documentaire détaillée) présente leur point de vue sur la manière dont un plan de redynamisation ambitieux du Marché unique pourrait les aider à se développer, à gagner en compétitivité et à contribuer à la résilience de l'économie française. Les PME françaises appellent les décideurs politiques européens à :

- **Simplifier et rationaliser le cadre réglementaire pour libérer les potentiels |** L'hétérogénéité des cadres réglementaires au sein de l'Europe est citée comme étant le principal obstacle pour les PME françaises qui souhaitent développer leurs activités dans le Marché unique. 52 % des PME estiment que les contraintes réglementaires augmentent leurs coûts, 49 % déclarent que les différences de réglementation érodent leur compétitivité et 43 % enregistrent une baisse de l'emploi. Les PME françaises confirment que limiter la paperasse pourrait simplifier leurs démarches et permettrait d'accroître les exportations intra-UE, de faciliter l'approvisionnement au sein du Marché unique, et de réduire les entraves à la passation de marchés publics transfrontaliers au sein du Marché unique. Cela stimulerait la croissance et la création d'emplois en Europe.

- **Accélérer l'utilisation des outils numériques pour stimuler les exportations |**
La numérisation joue un rôle essentiel dans la stimulation de la croissance, la création d'emplois et la contribution à un avenir durable. D'après les données 2022 de l'indice de l'économie et de la société numériques (Digital Economy and Society Index, DESI), la France se situe au-dessus de la moyenne de l'UE en termes de performance numérique et suit de près les leaders européens dans ce domaine. 85 % des PME françaises pensent qu'une utilisation accrue des outils numériques peut les aider à vendre davantage sur le Marché unique. À cet effet, elles appellent à une amélioration de l'infrastructure numérique, à des services publics plus numériques et à davantage de moyens humains pour les accompagner dans leur développement numérique.
- **Mettre en œuvre 11 recommandations spécifiques pour redynamiser avec ambition le Marché unique |** L'enquête menée auprès des PME et les études de cas présentées dans ce rapport confirment que la mise en œuvre des initiatives politiques proposées par les PME suédoises et décrites dans le rapport « *Reboot of the Single Market - How to support growth of SMEs through a strong and united Single Market* »⁵ (Redynamiser le Marché unique - Comment soutenir la croissance des PME grâce à un Marché unique solide et uni) aiderait également les PME françaises à se développer grâce au Marché unique. Les 11 initiatives visant à optimiser le fonctionnement du Marché unique, qui ont été présentées à la présidence suédoise de l'UE en novembre 2022, sont donc également mises en évidence dans ce rapport, et leur pertinence pour les PME françaises a été confirmée par des études de cas.

Les 11 recommandations sont détaillées ci-dessous.

1. Définir une vision audacieuse et ambitieuse pour le Marché unique
2. Renforcer le réseau SOLVIT en désignant un médiateur du Marché unique dans chaque État membre de l'UE et faire en sorte que SOLVIT agisse de manière plus proactive sur les dossiers structurels et effectue un travail de sensibilisation
3. Réaliser un test de flux de données sur toutes les réglementations européennes existantes et nouvelles
4. Enrichir le Semestre européen et y inclure des recommandations sur la manière d'harmoniser la mise en œuvre des réglementations de l'UE et de combler l'écart en matière de conformité
5. Renforcer l'utilisation du Programme pour une meilleure réglementation en intégrant la mise en œuvre dès la conception des nouveaux règlements et en respectant systématiquement les exigences en matière d'analyse d'impact
6. Cartographier et supprimer les obstacles réglementaires au commerce des biens et services climatiques au sein du Marché unique
7. Concevoir le passeport numérique européen des produits de manière à ce qu'il soit plus facile pour les entreprises de développer des activités plus circulaires
8. Créer un guichet unique pour les systèmes de responsabilité élargie du producteur (REP) des États membres
9. Créer un numéro de TVA unique et développer le guichet unique pour la TVA
10. Reconnaître l'étiquetage numérique comme un véritable substitut à l'étiquetage physique
11. Créer les conditions nécessaires au développement de modes de paiement transfrontaliers simples, rapides, fiables et peu coûteux, tant pour les paiements en euros que pour ceux en devises

Définir une vision audacieuse et ambitieuse pour le Marché unique

L'intégration du Marché unique entre 1995 et 2015 a permis d'augmenter de façon permanente le PIB par habitant de la France. Les effets cumulés entre 1990 et 2015 de l'intégration du Marché unique représentent une augmentation du PIB par habitant de la France de 1,7 %, la création de 436 000 emplois et l'augmentation du pouvoir d'achat des citoyens de 670 euros.⁶ Par ailleurs, à ce jour, plus de 56 % des exportations françaises totales et 70 % des importations de la France sont réalisées respectivement au sein et en provenance du Marché unique, ce qui témoigne de son importance pour de nombreux consommateurs français et entreprises tricolores.

La création du Marché unique a rendu nécessaire l'harmonisation de la législation et l'établissement de normes communes afin de veiller à ce que les entreprises nationales et du reste de l'Union européenne soient soumises aux mêmes exigences afin d'assurer une concurrence loyale et équitable dans le cadre des activités transfrontalières au sein du Marché unique. Toutefois, garantir les quatre libertés du Marché unique, à savoir la libre circulation des marchandises, des capitaux, des services et des personnes, justifie la révision et la mise à jour permanentes des réglementations de l'UE en fonction des évolutions technologiques, de la situation économique et géopolitique mondiale et des principaux enjeux sociétaux.

Pour replacer le Marché unique au centre de l'agenda politique de l'UE, le rapport propose l'adoption d'une stratégie ambitieuse garantissant que la fragmentation réglementaire ne freine pas inutilement le commerce et n'augmente pas les coûts supportés par les PME (voir l'encadré ci-dessous). Cette proposition est étayée par l'enquête, dans laquelle les PME classent les différences réglementaires entre États membres comme l'un des obstacles majeurs à l'exercice de leurs activités dans le Marché unique.



Y-Brush est un fabricant français de brosses à dents électriques en forme de Y à vibration sonore. Ces brosses à dents innovantes nettoient les dents en profondeur en 10 secondes. Y-Brush, qui opère au sein du Marché unique européen, fait face à d'importants obstacles bureaucratiques et réglementaires, en lien avec la spécificité de sa gamme de produits. Les interprétations nationales diffèrent souvent, ce qui est source d'incertitude. Pour se conformer aux réglementations européennes et nationales complexes, Y-Brush doit ainsi prendre des mesures supplémentaires, ce qui entraîne des surcoûts opérationnels comme par exemple en matière d'emballage ou pour s'adapter aux cadres spécifiques (ex. : les brosses à dents Y-Brush sont considérées comme des produits cosmétiques en Allemagne alors qu'elles relèvent d'une catégorie distincte en France, et donc d'une autre réglementation).

Le rapport propose également à la Commission d'adopter des mesures adéquates pour veiller à ce que les réglementations européennes existantes n'imposent pas de charges inutiles aux PME. En ce sens, il apparaît opportun d'améliorer l'accès à l'information, par exemple en sensibilisant les PME aux possibilités offertes par le réseau SOLVIT créé en 2002 pour venir en aide (gratuitement) aux personnes ou aux entreprises dont les droits transfrontaliers dans le Marché unique ne sont pas respectés par les autorités publiques, que ce soit au niveau local, régional ou national. Il serait également utile que les centres SOLVIT agissent de manière proactive sur les dossiers structurels et assurent une meilleure sensibilisation des PME quant à leur accompagnement proposé.

Un autre moyen de réduire les charges et de renforcer la numérisation des PME consiste à leur faciliter l'accès à des données, à leur utilisation et à leur transfert.

<p>1. Définir une vision audacieuse et ambitieuse pour le Marché unique</p>	<p>Adopter une stratégie qui replace clairement le Marché unique au premier plan du projet d'intégration de l'UE, de la transition écologique et du programme en matière d'innovation. Cette stratégie devrait suivre une approche holistique sur l'ensemble du parcours des entreprises et des consommateurs et intégrer la réglementation dans tous les secteurs du Marché unique.</p>
<p>2. Renforcer le réseau SOLVIT en désignant un médiateur du Marché unique dans chaque État membre de l'UE et faire en sorte que SOLVIT agisse de manière plus proactive sur les dossiers structurels et effectue un travail de sensibilisation</p>	<p>Désigner un médiateur du Marché unique (à la tête de SOLVIT ou en collaboration avec SOLVIT) dans chaque État membre en tant qu'organe national indépendant ayant accès à des voies de recours efficaces. Un réseau de médiateurs du Marché unique doit être mis en place sous l'égide de la Commission européenne afin de garantir une interprétation uniforme des règles de l'UE dans les États membres</p>
<p>3. Réaliser un test de flux de données sur toutes les réglementations européennes existantes et nouvelles</p>	<p>Réaliser un test de flux de données qui reconnaît le principe supérieur de protection des données dans l'UE, mais qui limite le risque de créer des charges injustifiées lors de l'application des règles de protection des données. Les entreprises ont ainsi la possibilité de contester légalement les décisions en matière de protection des données qui sont perçues comme disproportionnées.</p>

Garantir la conformité et simplifier les procédures administratives

Les directives européennes ne peuvent produire les effets escomptés que si elles sont transposées intégralement et correctement dans la législation nationale dans le délai imparti. De même, la sur-transposition crée une fragmentation réglementaire dans le Marché unique.

Le commerce sans entrave dans le Marché unique exige des réglementations moins nombreuses et affinées ainsi qu'une transposition complète, correcte et immédiate dans la législation nationale. On estime ainsi que la suppression des obstacles liés à la mise en œuvre incomplète des règles de l'UE dans tous les États membres résulterait en une augmentation continue du PIB français par habitant de 0,6 %, et l'augmentation de la production de biens et de services pourrait favoriser la création de 160 000 emplois par an.⁷ À cela s'ajouteraient les gains résultant de la suppression des réglementations additionnelles excessives.

Le rapport propose que la Commission prenne de nouvelles initiatives pour combler l'écart de conformité des réglementations existantes et utilise le Programme pour une meilleure réglementation (comme le test des PME et le concept « priorité aux PME », l'exigence de « maturité numérique » et le concept de non-récurrence dans les relations avec l'administration publique) pour s'assurer que les nouvelles réglementations de l'UE soient conçues de manière à être faciles à mettre en œuvre et pertinentes pour les PME (voir l'encadré ci-dessous).



Novoma fabrique des compléments alimentaires répondant à une multitude de besoins différents. Novoma a rencontré de nombreux obstacles et subi des retards liés à l'enregistrement de ses compléments alimentaires et à la préparation des documents nécessaires à leur introduction sur un nouveau marché (en Italie, en Espagne et en Allemagne). Mais la tâche peut s'avérer encore plus ardue lorsque plusieurs pays interprètent et appliquent différemment les réglementations de l'UE, ou lorsqu'il existe d'autres couches de réglementations nationales pour les compléments alimentaires. Les différences d'interprétation et d'application des réglementations, ainsi que l'accumulation de réglementations nationales renforcent l'incertitude, notamment dans le secteur des compléments alimentaires.

4. Enrichir le Semestre européen et y inclure des recommandations sur la manière d'harmoniser la mise en œuvre des réglementations de l'UE et de combler l'écart en matière de conformité

Inciter les États membres à appliquer correctement les règles de l'UE et à en assumer la responsabilité politique en intégrant les recommandations visant à combler l'écart de conformité et à harmoniser la mise en œuvre de la réglementation de l'UE dans le cadre du Semestre européen, régi par une combinaison de mécanismes de surveillance et de sanctions éventuelles.

5. Renforcer l'utilisation du Programme pour une meilleure réglementation en intégrant la mise en œuvre dès la conception des nouveaux règlements et en respectant systématiquement les exigences en matière d'analyse d'impact

Mettre davantage l'accent sur la mise en œuvre concrète et opérationnelle dans la conception de la nouvelle réglementation et mener les analyses d'impact nécessaires. Les analyses d'impact sont essentielles pour éviter que de nouvelles réglementations soient mal conçues et pour garantir que les nouvelles réglementations atteignent l'objectif politique, tout en reconnaissant les conséquences inattendues et/ou les compromis.

Supprimer les entraves réglementaires aux échanges pour créer un Marché unique vert et circulaire

Le plan national intégré énergie-climat (PNEC) de la France s'est engagé à réduire les émissions de gaz à effet de serre de 20 % d'ici à 2030 et de 50 % d'ici à 2050, 2012 étant l'année de référence. Ce faisant, la France prévoit de réduire sa consommation de combustibles fossiles primaires de 40 % d'ici à 2030, par rapport à l'année de référence 2012, et de faire en sorte que 33 % de la consommation énergétique finale provienne de sources d'énergie renouvelables. Les investissements supplémentaires nécessaires à la réalisation des objectifs en matière d'énergie et de climat sont estimés entre 25 et 40 milliards d'euros par an, dont une part importante sera consacrée à de nouvelles installations de production d'énergie renouvelable, comme des projets éoliens.⁸ Les obstacles au commerce des technologies climatiques rendent la transition écologique plus coûteuse pour des pays comme la France et risquent de la ralentir.

Avec cette étude, une feuille de route est proposée et décrit une approche itérative permettant de cartographier et de supprimer les obstacles réglementaires au commerce des biens et services climatiques au sein du Marché unique. En termes d'initiatives spécifiques, le rapport relaie la demande des PME consistant à concevoir le passeport numérique européen visant à faciliter leur participation à l'économie circulaire et à se conformer à la nouvelle réglementation de l'UE.

<p>6. Cartographier et supprimer les obstacles réglementaires au commerce des biens et services climatiques au sein du Marché unique</p>	<p>Cartographier et supprimer les obstacles réglementaires au commerce des biens et services climatiques au sein du Marché unique afin d'accélérer la décarbonation en structurant les signaux du marché, en encourageant l'innovation et en réduisant le prix des nouvelles technologies. Élaborer une feuille de route pour éliminer les principales entraves et surveiller sa mise en œuvre.</p>
<p>7. Concevoir le passeport numérique européen des produits de manière à ce qu'il soit plus facile pour les entreprises de développer des activités plus circulaires</p>	<p>Introduire un passeport numérique des produits s'inspirant des commentaires des parties prenantes, y compris les PME. Cela permettra de minimiser le risque que les charges et les coûts administratifs supportés par les entreprises réduisent leur capacité à développer leurs activités de manière circulaire et créent un manque de cohésion au sein du Marché unique.</p>

Utiliser les outils numériques pour réduire les coûts et créer des conditions favorisant la croissance

D'après l'expérience des PME françaises ayant participé à l'enquête, l'efficacité et l'efficience de la législation européenne sont souvent compromises par un degré élevé de complexité dans sa mise en application. Les PME françaises encouragent la Commission à utiliser des outils et des solutions numériques qui réduisent les coûts de collecte, de mise à jour et d'utilisation de l'information. A cet égard, un seul numéro de TVA et un guichet unique pour la TVA peuvent aider les entreprises (voir encadré ci-dessous) à gagner du temps et de l'argent lorsqu'elles doivent procéder à leur immatriculation dans d'autres États membres.



Tout au long de son expansion dans le Marché unique, **Y-Brush** n'a pas cessé de se heurter à des difficultés liées aux procédures de TVA. Par exemple, pour vendre ses produits en Allemagne, l'entreprise doit obtenir un numéro de TVA allemand, ce qui nécessite une procédure d'immatriculation entièrement réalisée en Allemagne. En outre, tous les trimestres, l'entreprise est tenue de fournir divers relevés et déclarations de TVA afin de conserver son numéro de TVA allemand. Le processus d'édition et de dépôt des déclarations de TVA dans plusieurs pays entraîne des coûts administratifs non négligeables et se révèle très chronophage.

L'étiquetage numérique peut également réduire les coûts des PME par exemple (voir encadré ci-dessous). En outre, il convient que la Commission veille à ce que l'élaboration de nouvelles directives européennes (en particulier en matière de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance - ESG) ne crée pas de nouvelles fragmentations dans les années à venir.



Novoma estime que les exigences nationales en matière d'étiquetage peuvent être sources de difficultés considérables lorsqu'il s'agit de vendre dans d'autres pays du Marché unique (en Italie, en Espagne et en Allemagne). Ce problème concerne plus particulièrement les étiquettes physiques, dont les informations doivent être modifiées, et qui doivent être imprimées séparément dans les langues locales des pays européens de destination. Avec une étiquette numérique, l'ajout et la mise à jour des informations sur les produits dans toutes les langues requises seraient beaucoup plus simples et moins coûteux. L'étiquetage numérique permettrait également à Novoma de gagner en flexibilité et de produire à plus grande échelle.



Bananair est une entreprise française spécialisée dans la fabrication d'articles pour la maison XXL, amusants et confortables, notamment des poufs, des coussins et des animaux en peluche. Bananair, comme bien d'autres PME, continue de rencontrer des difficultés avec les procédures de TVA. Il s'agit, entre autres, de la paperasserie, des exigences en matière de traduction et du temps consacré. En outre, Bananair a connu des retards dans les ventes et les livraisons en raison de la lenteur des procédures de TVA pour les échanges transfrontaliers. Cette situation se complique également du fait de l'obligation pour Bananair à avoir un numéro de TVA uniquement pour pouvoir stocker des produits dans certains pays. Un numéro d'identification unique pour la TVA dans l'UE et un guichet unique élargi pourraient simplifier ces obligations et réduire les coûts pour Bananair.

<p>8. Créer un guichet unique pour les systèmes de responsabilité élargie du producteur (REP) des États membres</p>	<p>Adopter une approche véritablement harmonisée de la REP, une solution centralisée et actualisée de guichet unique numérique pour la REP qui faciliterait l'immatriculation et la déclaration uniques de la REP dans tous les États membres au niveau du produit.</p>
<p>9. Créer un numéro de TVA unique et développer le guichet unique pour la TVA</p>	<p>Simplifier les procédures de TVA en créant un numéro d'identification unique au sein de l'UE et en développant le concept actuel de guichet unique pour la TVA afin de couvrir toutes les transactions de biens (y compris le placement des stocks et les reventes dans toute l'UE).</p>
<p>10. Reconnaître l'étiquetage numérique comme un véritable substitut à l'étiquetage physique</p>	<p>Donner aux fabricants la possibilité de choisir de commercialiser leur produit avec un étiquetage sous forme numérique ou physique, c'est-à-dire reconnaître les étiquettes numériques comme de véritables substituts aux étiquettes physiques dans tous les groupes de produits et dans tous les États membres.</p>
<p>11. Créer les conditions nécessaires au développement de modes de paiement transfrontaliers simples, rapides, fiables et peu coûteux, tant pour les paiements en euros que pour ceux en devises</p>	<p>Créer un cadre plus concurrentiel pour les paiements transfrontaliers afin de garantir que les citoyens de l'UE aient accès à un large panel de fournisseurs, qui opèrent tous dans un environnement ouvert et concurrentiel, y compris les prestataires financiers traditionnels, tels que les banques, les prestataires fintech et les opérateurs de plateforme.</p>

1 Paix et prospérité grâce au Marché unique

CONTEXTE	FAITS ET CHIFFRES CLÉS
<p>En 1993, le Marché unique a été créé pour renforcer la prospérité économique et la paix dans l'UE en favorisant la libre circulation des biens, des services, des capitaux et des personnes entre ses membres. La France était l'un des 12 premiers membres du Marché unique.</p> <p>La création du Marché unique a rendu nécessaires l'harmonisation de la législation et l'établissement de normes communes afin de veiller à ce que les entreprises nationales et étrangères répondent aux mêmes exigences. Cela favorise une concurrence loyale et équitable dans le cadre des activités au sein du Marché unique.</p> <p>La taille du Marché unique fait de l'UE un partenaire important pour la négociation d'accords commerciaux et donne à ses membres du poids pour œuvrer en faveur d'un avenir plus durable.</p>	<p>L'intégration du Marché unique entre 1995 et 2015 a permis d'augmenter de façon permanente le PIB par habitant de la France de 1,7 %, de créer 436 000 emplois et d'augmenter le pouvoir d'achat des citoyens de 670 euros.</p> <p>La normalisation et l'harmonisation réglementaire profitent particulièrement aux PME, dont 57 % des exportations totales sont destinées au Marché unique.</p> <p>Le présent rapport se concentre sur le Marché unique, mais il est extrêmement important que l'UE continue à tirer parti de ce dernier du point de vue extérieur également, en particulier pour négocier davantage d'accords commerciaux européens.</p>

Le Marché unique ouvre les portes de l'Europe aux entreprises et aux citoyens

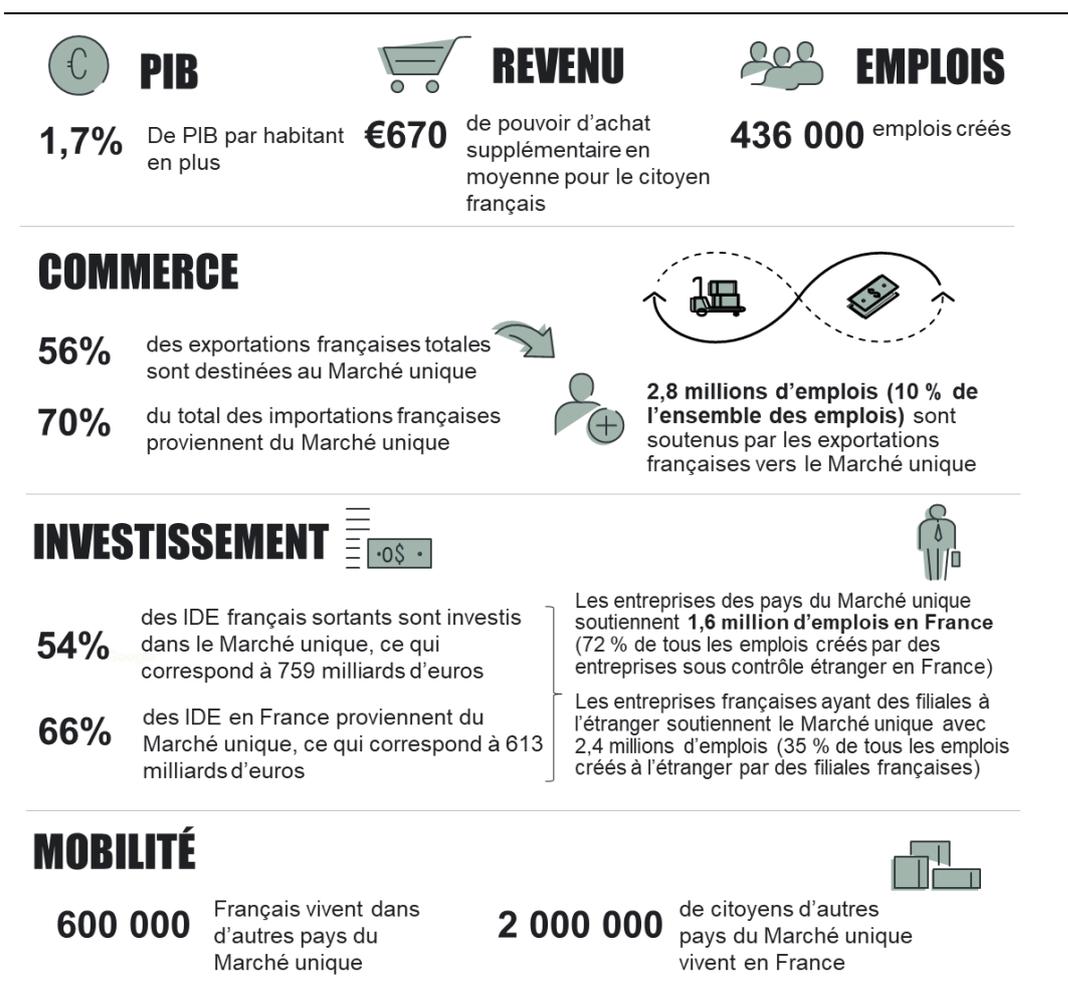
Le Marché unique a pour vocation de permettre aux biens, aux services, aux capitaux et aux personnes de circuler librement d'un pays à un autre en supprimant les réglementations frontalières, les droits de douane et les tarifs douaniers. Il se compose des 27 États membres de l'UE et des quatre États membres de l'AELE (l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège et, dans une certaine mesure, la Suisse). Le Marché unique est le plus grand marché négociant de biens et de services au monde⁹, et son importance sera amenée à croître si les ambitions de la Communauté politique européenne d'accepter de nouveaux membres dans l'UE se concrétisent.¹⁰

L'accès au Marché unique permet aux entreprises françaises de se spécialiser et d'exporter des biens et des services pour lesquels elles disposent d'un avantage comparatif. En outre, les consommateurs français peuvent bénéficier de l'accès à une variété de biens et de services importés à des prix inférieurs. L'intégration progressive du Marché unique entre 1995 et 2015 a augmenté de façon permanente le PIB par habitant en France de 1,7 %. De même, l'intégration du Marché unique a créé de manière permanente 436 000 emplois et augmenté le pouvoir d'achat moyen du citoyen français de 670 EUR, voir Figure 1.¹¹ Si l'on tient également compte de la poursuite de l'intégration depuis 2015, il est probable que les avantages économiques soient encore plus importants. Aujourd'hui, plus d'un emploi sur cinq en France dépend du commerce¹², et 10 % de tous les emplois en dépendent au sein du Marché unique.¹³

À ce jour, plus de 56 % des exportations françaises totales passent par le Marché unique et 70 % des importations du pays proviennent du Marché unique, ce qui confirme son importance pour de nombreux consommateurs et entreprises françaises, notamment les PME, lorsqu'il est question d'internationalisation.¹⁴

La libre circulation des capitaux a bénéficié à l'économie française dans son ensemble. Aujourd'hui, 66 % des investissements directs étrangers (IDE) en France proviennent de pays membres du Marché unique, ce qui correspond à un stock total d'IDE entrants de 613 milliards d'euros. De même, 54 % de l'ensemble des IDE sortants français sont investis dans des pays membres du Marché unique, sachant que les gros investissements français au Royaume-Uni ne comptent plus comme des IDE intra-UE depuis le Brexit.¹⁵ De même, la libre circulation des personnes a facilité la vie à l'étranger, et 600 000 Français vivent actuellement dans d'autres pays de l'UE, tandis que deux millions de citoyens de l'UE vivent en France.¹⁶

Figure 1 : Le Marché unique a créé des avantages permanents pour les travailleurs et les consommateurs français¹⁷



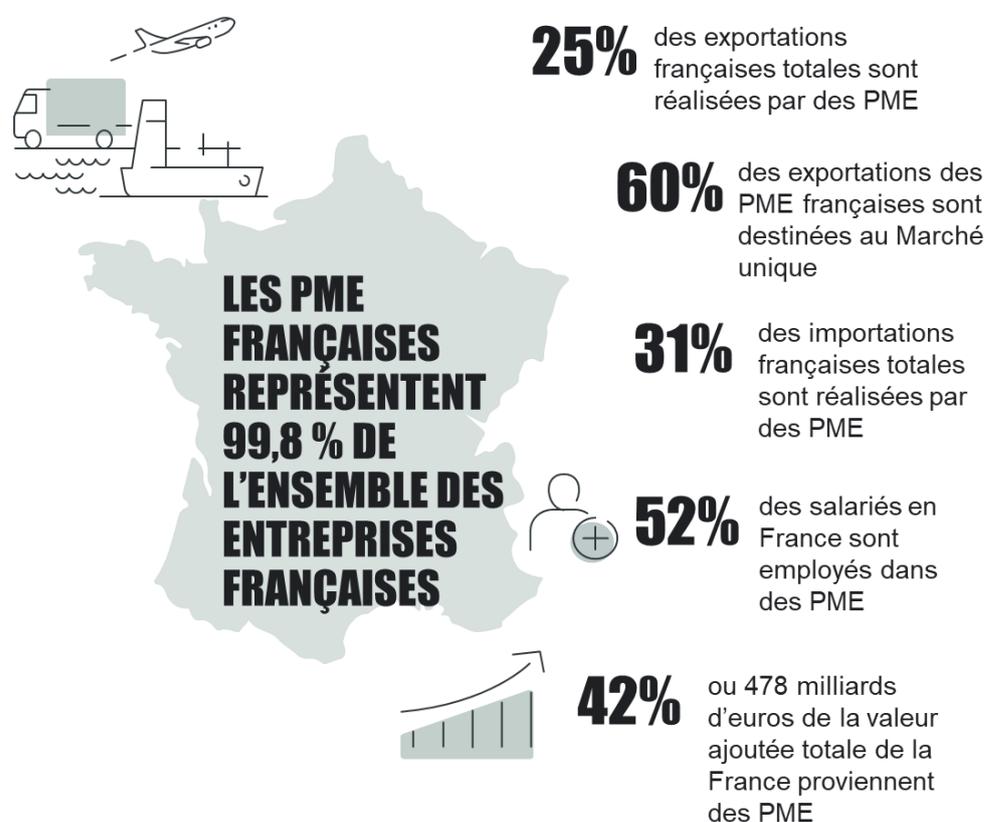
Le Marché unique est un tremplin qui permet aux PME de se développer

Les PME constituent l'épine dorsale de l'économie française : elles représentent 99,8 %¹⁸ de l'ensemble des entreprises, mais seulement 42 % du PIB du pays en 2022. Ces PME représentent 52 % des emplois du secteur privé français¹⁹ et sont (aux côtés des grandes entreprises) des moteurs essentiels de l'innovation, car elles apportent des solutions novatrices aux défis mondiaux, tels que la lutte contre le changement climatique.²⁰

Les PME disposent généralement de moins de ressources et de capitaux que les grandes entreprises. Les charges réglementaires et les exigences administratives disproportionnées leur sont d'autant plus difficiles à supporter. Les coûts associés à une réglementation fragmentée et à des procédures administratives excessives ne sont généralement pas liés au volume de leurs activités transfrontalières, et les PME ont ainsi tendance à utiliser une part plus importante de leurs ressources pour gérer les barrières commerciales.^{21,22}

La normalisation et l'harmonisation réglementaires à un niveau proportionné sont donc particulièrement bénéfiques pour les PME qui s'efforcent de se développer et de pénétrer de nouveaux marchés, de s'insérer dans les chaînes de valeur européennes et de renforcer leur compétitivité internationale.²³ Selon les données d'Eurostat pour l'année 2022, les PME représentent 25 % du total des exportations françaises et 60 % des exportations totales des PME sont destinées au Marché unique.²⁴

Figure 2 : Les PME françaises tirent profit de l'accès au Marché unique



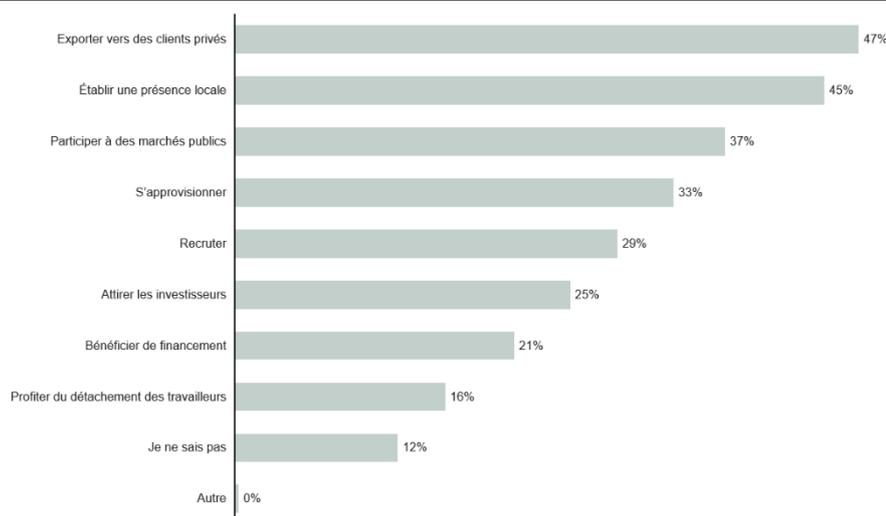
Remarque : La Commission européenne définit les PME comme des entreprises comptant moins de 250 employés.

Parmi les PME qui ont participé à l'enquête, 86 % déclarent que l'accès au Marché unique est important pour leur activité. 13 % des PME déclarent bénéficier dans une large mesure du Marché unique, tandis que 73 % estiment en bénéficier dans une certaine mesure (52 %) ou dans une moindre mesure (21 %), voir Figure 15 à l'Annexe 1.

Les PME ayant fait l'objet de l'enquête exportent principalement vers des entreprises privées et des particuliers (47 %) ou s'implantent localement (45 %) à partir d'autres entreprises du Marché unique (voir Figure 3). Elles prennent part également aux marchés publics (37 %) et participent à des activités d'approvisionnement (33 %).

Ce rapport vise à montrer que les décideurs politiques européens et la prochaine Commission peuvent aider les PME européennes à davantage se développer, à devenir compétitives au niveau mondial et à piloter l'innovation en continuant à simplifier, harmoniser et normaliser les réglementations de l'UE. Les 11 recommandations des autres chapitres sont des exemples spécifiques d'initiatives formulées par les PME françaises.

Figure 3 : Les PME françaises tirent profit de l'accès au Marché unique



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

Remarque : Réponse à la question : « Comment votre entreprise s'y prend-elle pour mener des activités commerciales dans le Marché unique ? », n=307. Les parts sont supérieures 100 % car les personnes interrogées peuvent choisir plusieurs réponses.

Le Marché unique, synonyme d'effet de levier et de visibilité à l'international

Le Marché unique n'a pas seulement stimulé la prospérité de la France en facilitant des interactions créatrices de valeur entre ses pays membres. La taille du Marché unique fait de l'UE un partenaire important pour la négociation d'accords commerciaux et donne à ses membres du poids pour œuvrer en faveur d'un avenir plus durable. Voici quelques exemples :



Gérer des crises sanitaires mondiales | La centralisation de la fourniture des vaccins au niveau de l'UE a donné aux États membres un pouvoir de négociation accru et un accès aux vaccins à plus grande échelle, dans les délais requis, avec de bonnes conditions de livraison et un panel diversifié de fournisseurs.^{25,26} Au total, l'UE s'est procuré jusqu'à 4,2 milliards de doses de vaccins contre le COVID-19 pour les citoyens de l'UE.²⁷



Donner un pouvoir économique aux sanctions de l'UE | Les sanctions sont un outil essentiel de la politique étrangère et de la sécurité commune de l'UE. La raison d'être de la plupart des régimes de sanctions est la tentative de modifier, par la pression économique, les choix stratégiques des acteurs étatiques et non étatiques. La taille du Marché unique permet d'exercer un effet de levier sur la pression économique imposée par les sanctions de l'UE, telles que celles imposées à la Russie.²⁸



Sécuriser l'accès au marché et diversifier les échanges | La taille du Marché unique fait de l'UE un partenaire attrayant et important pour les entreprises, et les États membres de l'UE n'auraient pas été en mesure de conclure seuls autant d'accords commerciaux dans des conditions aussi favorables.²⁹ Les entreprises françaises ont accès à 45 accords commerciaux avec 78 pays, dont les pays de l'AELE,^{30,31} et aucun partenaire commercial ne compte plus d'accords commerciaux que l'UE.³² Ces accords ont permis d'améliorer l'accès aux matières premières et aux intrants intermédiaires et d'en baisser les prix, tout en offrant un accès préférentiel aux principaux marchés d'exportation.



Définir des normes internationales | L'harmonisation des exigences réglementaires et des spécifications des biens et services qui franchissent les frontières au sein du Marché unique a ouvert la voie à l'élaboration d'une série de normes européennes. Dans un monde internationalisé, le fait d'être un précurseur en façonnant ou en définissant les normes peut offrir un puissant avantage avec la minimisation des coûts d'ajustement pour les entreprises de l'UE. Elles sont alors en mesure d'opérer sur les marchés d'exportation en appliquant les règles de leur marché d'origine.³³ Plusieurs normes européennes ont été adoptées au niveau international et les récents accords commerciaux de l'UE favorisent l'adoption des normes européennes au niveau mondial.³⁴

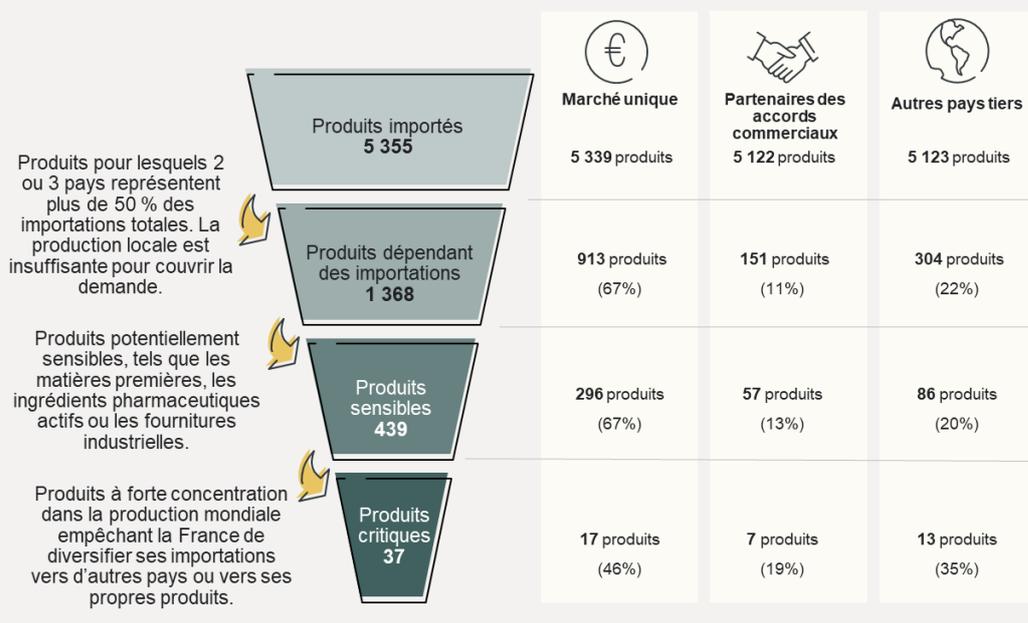


Trouver l'équilibre entre spécialisation et résilience | Le Marché unique permet aux États membres de se spécialiser et d'importer ce que d'autres savent mieux produire, voir Figure 4. La France importe actuellement 5 355 produits. Pour 1 368 d'entre eux, les importations sont concentrées dans deux ou trois pays, et la production et l'économie françaises dépendent de l'accès à ces pays et du maintien de bonnes relations politiques avec eux. La majeure partie de ces produits est importée auprès de partenaires dont le commerce est réglementé (913 produits sont importés au sein du Marché unique et 151 auprès de partenaires ayant conclu des accords commerciaux). Les 304 produits restants sont importés de pays tiers, et la négociation d'accords commerciaux avec ces pays peut aider les entreprises françaises à diversifier davantage leurs importations et à créer des chaînes d'approvisionnement mondiales plus résilientes.

Figure 4 : Le Marché unique a permis la spécialisation et a contribué à renforcer la résilience³⁵

La France importe 5 355 produits au total. En nous aidant d'une méthodologie développée par la Commission européenne, nous avons évalué la dépendance aux importations de la France d'après trois définitions différentes de cette dépendance:

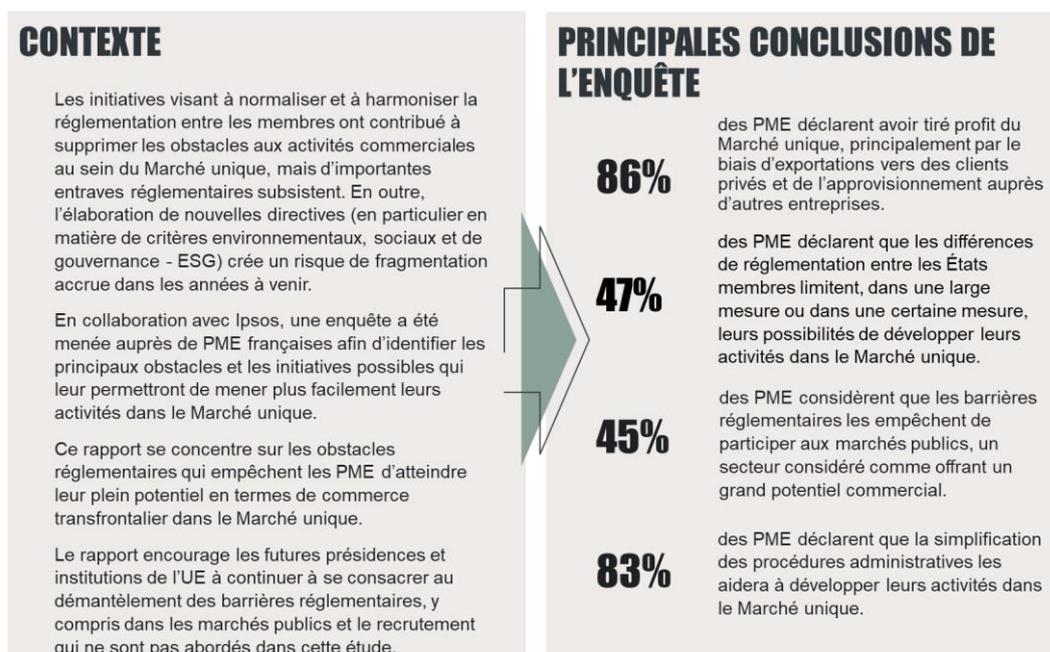
- **Produits dépendants des importations** | Pour les produits de ce groupe, les importations proviennent de 2 ou 3 pays et la production locale en France est insuffisante pour couvrir la demande totale. La forte concentration des importations peut exposer les importateurs français à des ruptures d'approvisionnement de la part du partenaire commercial (par exemple, en raison de problèmes logistiques et d'arrêts de production) et à des tensions géopolitiques autour du partenaire commercial.
- **Produits sensibles dépendant des importations** | Ce sous-groupe de produits dépendant des importations contient des produits particulièrement importants pour le bien-être des citoyens français (par exemple, des ingrédients pharmaceutiques) ou pour le maintien de la production (par exemple, des matières premières et des biens intermédiaires). La sensibilité de ces produits accroît l'exposition de l'économie française à un accès sécurisé à ces produits.
- **Produits critiques** | Ce sous-groupe de produits sensibles dépendant des importations contient des produits dont l'offre mondiale est très concentrée (dans 2 ou 3 pays). Cela signifie que la France partage sa dépendance aux importations avec tous les autres pays. En cas de rupture de l'approvisionnement, la France (comme tous les autres pays) n'a que très peu de possibilités de réorienter les importations vers d'autres pays.



Source : Implement Economics d'après le dataset BACI (Base pour l'Analyse du Commerce International).

Remarque : Le dataset BACI comprend les flux commerciaux bilatéraux au niveau des produits en 2019. Les produits correspondent à la nomenclature du système harmonisé (code à 6 chiffres).

2 Les PME demandent une simplification de la réglementation et une numérisation accrue



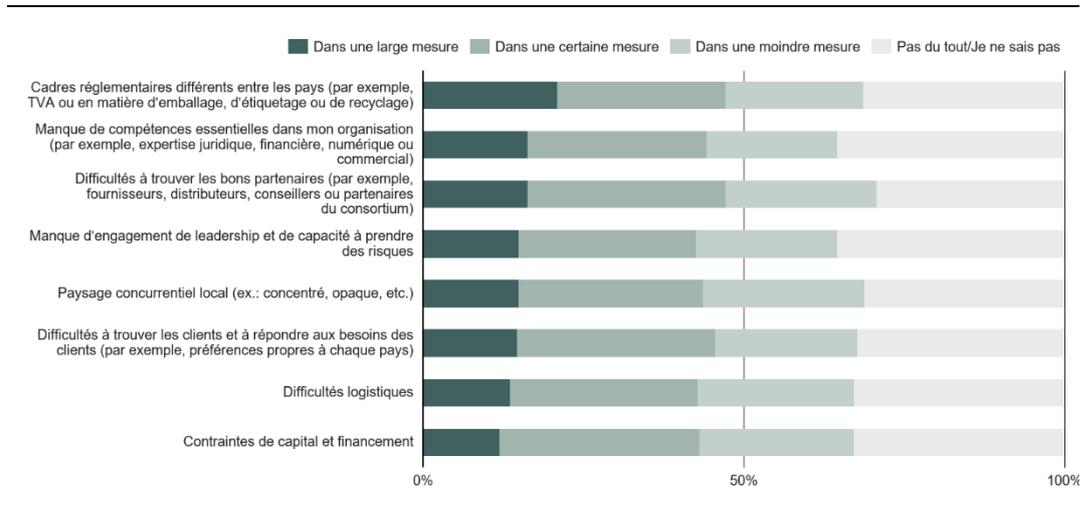
Les PME françaises demandent une harmonisation et une simplification de la réglementation

Le marché unique a considérablement progressé dans la suppression des obstacles à la libre circulation des services, des capitaux et des personnes à travers les frontières. Les PME françaises qui ont participé à l'enquête confirment que le Marché unique leur procure des avantages. Il persiste, malgré tout, un potentiel de simplification et d'harmonisation de la réglementation.

86 % des PME exportatrices déclarent avoir bénéficié du Marché unique, principalement en exportant vers des clients privés (entreprises et particuliers) et en s'implantant localement (voir Figure 3 et Figure 15 à l'Annexe 1). Les PME potentiellement exportatrices estiment qu'elles pourraient tirer profit du Marché unique. 35 % des PME voient un potentiel d'augmentation de leurs exportations vers des clients privés, 33 % un potentiel de participation à des marchés publics, 30 % un potentiel d'implantation locale dans d'autres États membres, et 28 % un potentiel de recrutement de travailleurs (voir Figure 16 à l'Annexe 1).

Les différences de réglementation entre les États membres sont considérées comme l'un des obstacles les plus pénalisants pour les PME françaises. 21 % des PME déclarent que la fragmentation réglementaire constitue un obstacle qui limite dans une large mesure leur champ d'action dans le Marché unique (47 % déclarent qu'il s'agit d'un obstacle critique dans une mesure plus ou moins grande), voir Figure 5. Les difficultés à trouver les bons partenaires, le manque de compétences essentielles au sein de l'organisation ainsi que d'autres obstacles traditionnels à l'exportation, qui sont généralement traités au niveau national, par le biais de diverses activités de promotion et d'accélération des exportations, constituent des barrières presque aussi importantes que les différences de réglementation.³⁶

Figure 5 : Les principaux obstacles aux activités commerciales dans le Marché unique

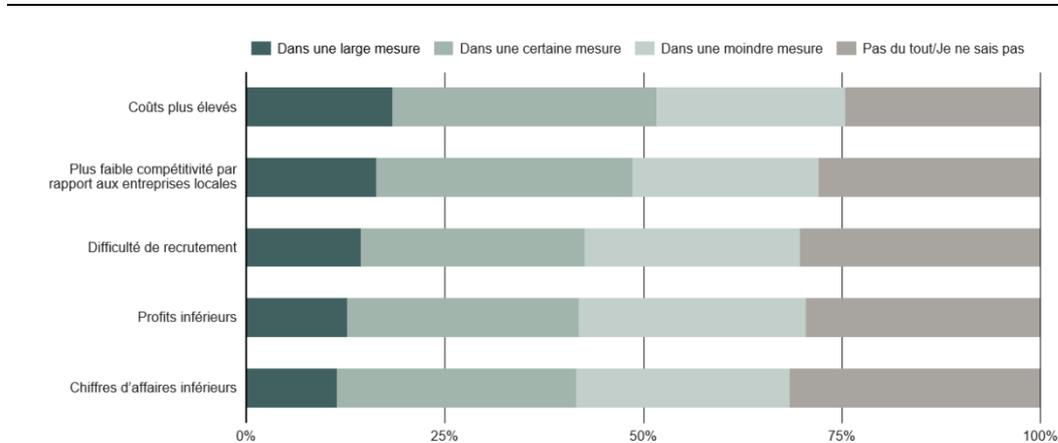


Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

Remarque : Réponse à la question : « Quels sont, selon vous, les principaux obstacles aux activités commerciales au sein du Marché unique ? », n=369.

Les PME estiment que les obstacles réglementaires augmentent, dans une large mesure ou dans une certaine mesure, leurs coûts (52 %), érodent leur compétitivité par rapport aux entreprises locales (49 %) et, par conséquent, réduisent leur contribution à l'emploi (43 %), voir Figure 5.

Figure 6 : Conséquences des obstacles réglementaires pour les PME exportatrices



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

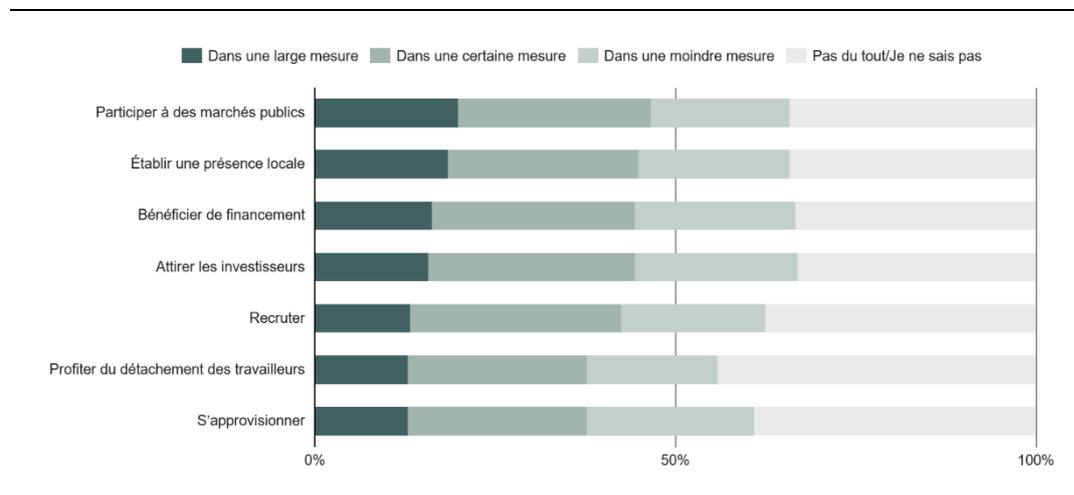
Remarque : Réponse à la question : « Quelles implications ont pour votre entreprise les barrières réglementaires qui freinent les échanges au sein du Marché unique ? », n=298.

En raison des barrières réglementaires et de leurs conséquences, l'économie française manque des opportunités d'octroyer plus d'avantages pour les travailleurs grâce à une création d'emplois plus importante, à des emplois mieux rémunérés et à une meilleure sécurité de l'emploi. En outre, les consommateurs pourraient bénéficier de la réduction des barrières réglementaires se traduisant par des prix plus bas, une innovation accrue en matière de produits et des délais de livraison plus courts.

45 % des PME estiment que les obstacles réglementaires les empêchent de participer aux marchés publics, voir Figure 6. Il s'agit également d'un domaine dans lequel les PME exportatrices potentielles envisagent de grandes possibilités de développement de leurs activités au sein du Marché unique (voir Figure 16 à l'Annexe 1). La participation active aux marchés publics transfrontaliers est un moyen pour les PME d'améliorer leur efficacité opérationnelle : la participation aux marchés publics permet non seulement d'optimiser les coûts, mais offre également aux PME la possibilité d'accéder à de nouveaux marchés, de favoriser l'innovation et d'établir des partenariats stratégiques.

En outre, 44 % des PME estiment que les barrières réglementaires les empêchent de s'implanter localement dans d'autres pays membres du Marché unique. Les barrières réglementaires limitent également les possibilités de recevoir des financements et d'attirer des investisseurs.

Figure 7 : Les obstacles réglementaires freinent les activités des PME dans le Marché unique



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

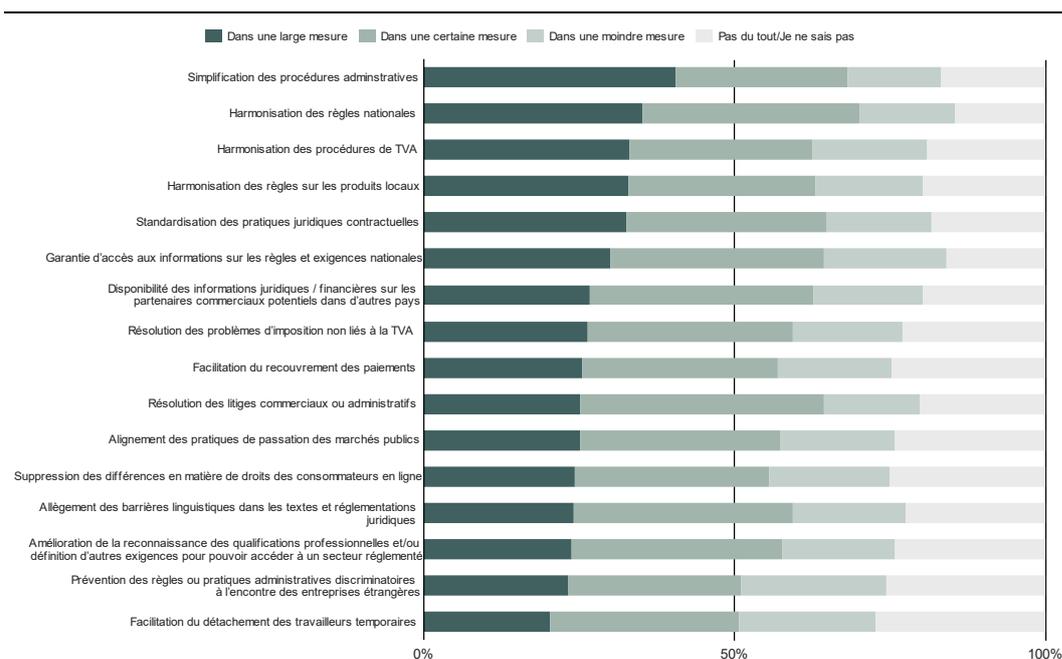
Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les obstacles réglementaires freinent-ils les activités de votre entreprise dans le Marché unique ? », n=303.

Les PME identifient plusieurs initiatives politiques susceptibles de contribuer à la réduction des obstacles réglementaires.³⁷ 83 % des PME réclament la simplification des procédures administratives, dont 43 % déclarent que cette initiative les aiderait dans une large mesure à intensifier leurs échanges via le Marché unique. L'appel à la simplification rejoint plusieurs recommandations formulées dans le présent rapport, telles que l'adoption d'une stratégie ambitieuse pour le Marché unique (recommandation n° 1), un test de flux de données (recommandation n° 3), un passeport numérique européen des produits orientés vers les entreprises (recommandation n° 7) et la reconnaissance de l'étiquetage numérique (recommandation n° 10). Dans le détail, les PME françaises accueillent favorablement les initiatives suivantes :

- **Harmoniser les procédures de TVA** | Cet appel à l'action de la part des PME françaises est directement lié à la recommandation formulée dans ce rapport, laquelle vise à créer un identifiant unique de TVA et étendre le guichet unique de TVA (recommandation n° 9).

- Harmoniser les règles nationales en matière de produits et services |**
 L'amélioration du Semestre européen (recommandation n° 4) et la suppression des obstacles au commerce et aux biens et services climatiques (recommandation n° 6) visent à harmoniser la mise en œuvre de la réglementation de l'UE et à réduire la fragmentation réglementaire entre les membres du Marché unique. En outre, la recommandation consistant à renforcer l'utilisation du Programme pour une meilleure réglementation (recommandation n° 5) ambitionne de faciliter la mise en œuvre de la nouvelle réglementation et donc prévenir une nouvelle fragmentation réglementaire à l'avenir.
- Accès sécurisé aux informations sur les règles et exigences nationales |**
 Les recommandations formulées dans ce rapport visent à renforcer SOLVIT (recommandation n° 2) et à créer un guichet unique pour les systèmes de responsabilité élargie du producteur (REP) des États membres (recommandation n° 8) et visent à rendre l'information plus accessible pour les PME françaises.
- Améliorer le recouvrement des paiements |** La recommandation visant à créer les conditions nécessaires au développement de paiements transfrontaliers faciles, rapides, fiables et peu coûteux (recommandation n° 11) entend également faciliter le recouvrement des paiements.

Figure 8 : Les initiatives politiques peuvent aider les entreprises à développer leurs échanges dans le Marché unique



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

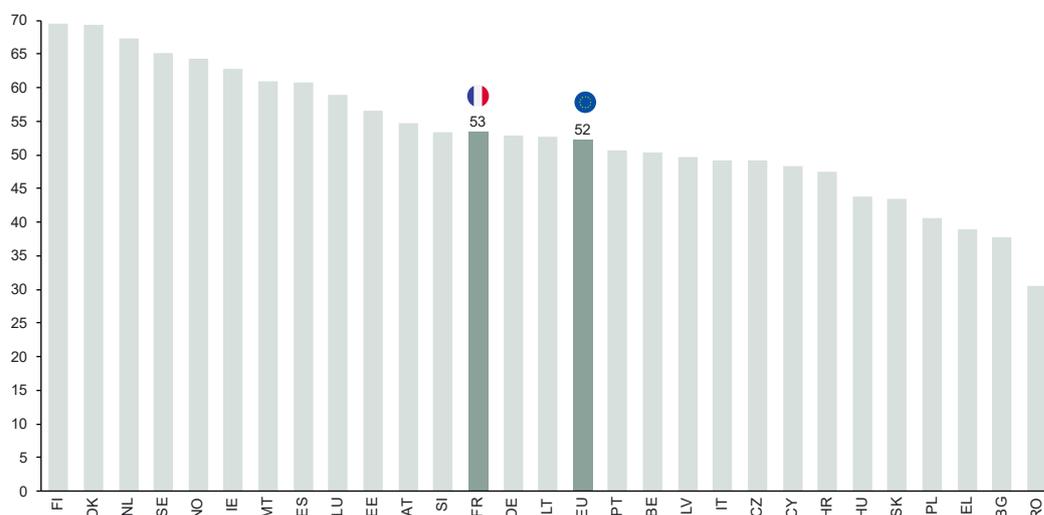
Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les initiatives politiques suivantes aideraient-elles votre entreprise à développer ses activités au sein du Marché unique ? », n=352.

L'accroissement de la numérisation peut aider les PME à améliorer leurs exportations

Dans le paysage mondial actuel, qui évolue rapidement, la numérisation joue un rôle essentiel dans la stimulation de la croissance, la création d'emplois et la contribution à un avenir durable grâce à son impact positif sur les objectifs environnementaux.³⁸ En adoptant les technologies numériques, les PME sont mieux à même d'évoluer sur les marchés internationaux, de rationaliser leurs opérations et de renforcer leurs capacités d'exportation.

Dans l'indice 2022 de l'économie et de la société numériques (DESI), la France se situe au-dessus de la moyenne de l'UE (53 contre 52) et suit de près les leaders européens du numérique, voir Figure 9.³⁹

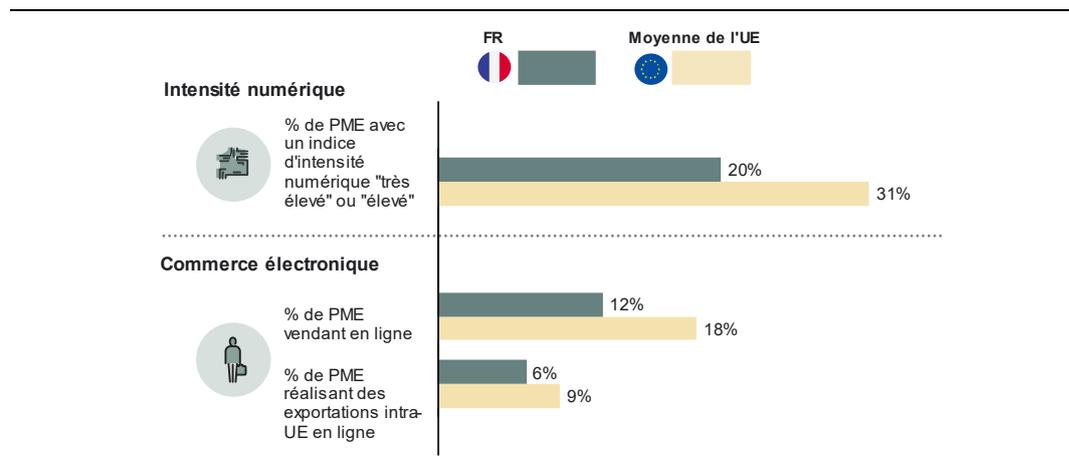
Figure 9 : La performance numérique de la France est supérieure à la moyenne de l'UE



Source : Implement Economics d'après les données de 2022 de la Commission européenne.
Remarque : le score DESI est calculé comme la moyenne pondérée de quatre dimensions différentes : Services publics numériques, Intégration de la technologie numérique, Connectivité et Capital humain. Les dimensions sont d'égale importance et ont donc le même poids dans le calcul. Les indicateurs de chaque dimension sont pondérés en fonction de leur importance.

Mesurées par l'indice d'intensité numérique (DII), les PME françaises se situent en revanche en dessous de la moyenne de l'UE (20 % des PME françaises ont un DII très élevé ou élevé, contre une moyenne de 31 % pour l'UE), voir Figure 10. Par rapport aux autres PME de l'UE, les PME françaises semblent également moins avancées en termes d'engagement dans les ventes en ligne, avec un score de 12 % pour la vente en ligne (alors que la moyenne de l'UE est de 18 %) et 6 % des PME françaises réalisent des exportations intra-UE en ligne (la moyenne de l'UE se situant à 9 %).

Figure 10 : Les PME françaises sont en retard par rapport aux PME de l'UE dans l'utilisation des outils numériques⁴⁰



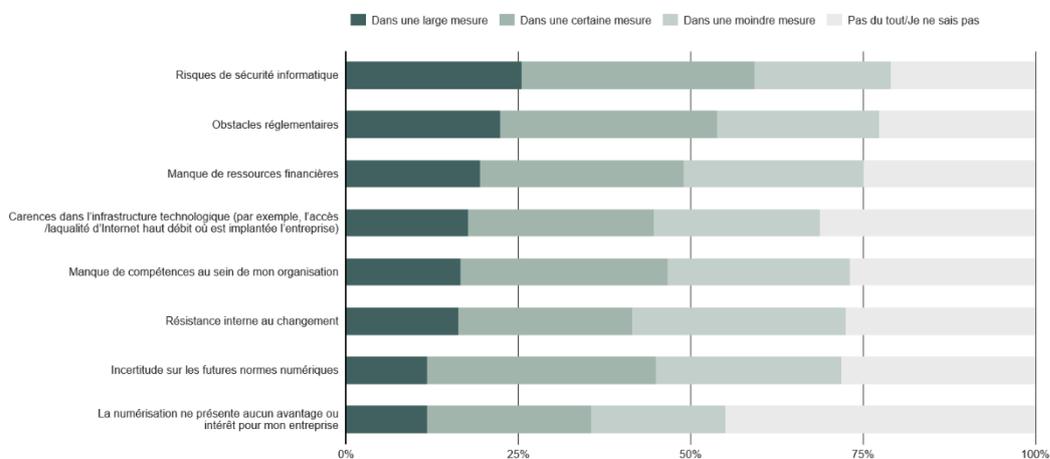
Source : Implement Economics d'après les données de la Commission européenne sur la mise en œuvre des outils numériques.

Remarque : l'indice d'intensité numérique mesure l'utilisation de différentes technologies par les entreprises et reflète le degré de numérisation des entreprises. Les points de données ne concernent que les PME, définies comme des entreprises employant 10 à 249 employés.

85 % des PME françaises qui ont participé à l'enquête pensent qu'une utilisation accrue des outils numériques peut les aider à vendre davantage sur le Marché unique, et 19 % pensent même que cela peut stimuler leurs exportations dans une large mesure (voir Figure 23 à l'Annexe 1).

De nombreux facteurs empêchent les PME françaises d'adopter davantage d'outils numériques, voir Figure 11. Les PME citent les problèmes de sécurité informatique (26 %) et les obstacles réglementaires (22 %) comme les deux principaux facteurs qui les empêchent dans une large mesure d'adopter davantage d'outils numériques. En outre, le manque de ressources financières, les déficiences de l'infrastructure technologique et le manque de compétences au sein de l'organisation entravent, dans une moindre mesure, l'adoption d'outils numériques.

Figure 11 : De nombreux facteurs empêchent les PME françaises d'adopter davantage d'outils numériques

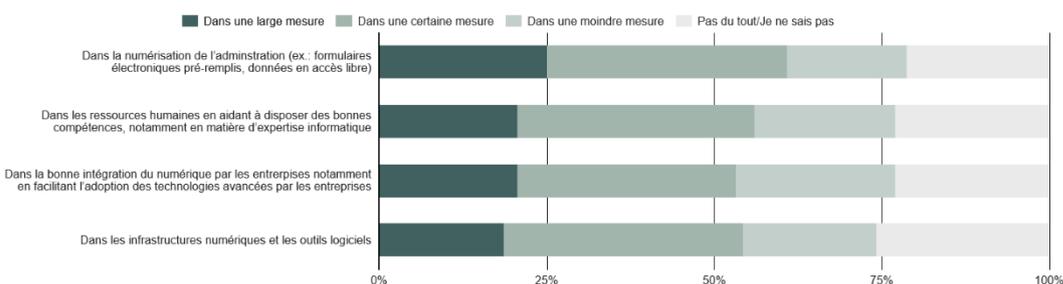


Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les facteurs suivants empêchent-ils votre entreprise d'adopter davantage d'outils numériques ? », n=349. Les déficiences de l'infrastructure technologique comprennent, par exemple, l'accès ou la qualité de l'accès Internet à haut débit dans la municipalité où l'entreprise est implantée.

Les PME estiment qu'il existe plusieurs domaines dans lesquels les décideurs politiques peuvent contribuer à accélérer la numérisation, voir Figure 12. 61 % des PME déclarent que des services publics plus numériques les aideraient à devenir elles-mêmes plus numériques, et 56 % d'entre elles mentionnent le besoin d'accompagnement pour répondre au défi du capital humain, par exemple par un meilleur accès à une main-d'œuvre qualifiée et aux spécialistes des technologies de l'information et de la communication. De même, 54 % des PME soulignent qu'une meilleure intégration des technologies numériques par les entreprises et une amélioration de l'infrastructure numérique les aideraient à devenir plus numériques.

Figure 12 : Les décideurs politiques peuvent aider les PME à devenir plus numériques dans plusieurs domaines



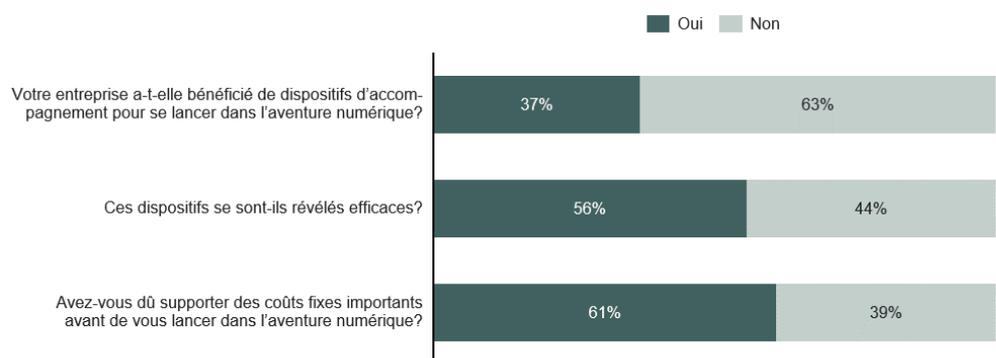
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

Remarque : Réponse à la question : « Parmi les domaines suivants, dans lesquels les décideurs politiques peuvent-ils aider votre entreprise à devenir plus numérique ? », n=349.

Les programmes d'aide gouvernementaux peuvent également jouer un rôle crucial en aidant les PME à se lancer dans la numérisation ou à l'accélérer. 37 % des PME ont bénéficié de programmes d'aide visant à faciliter leur transformation numérique. Parmi celles qui ont reçu une aide, 56 % se sont déclarées satisfaites de l'efficacité de ces programmes dans l'amélioration de leurs opérations commerciales.

Toutefois, l'enquête a également mis en évidence une difficulté majeure à laquelle sont confrontées les PME dans leur parcours vers la numérisation : plus de 60 % des PME interrogées ont déclaré avoir dû allouer d'importantes ressources financières avant de pouvoir adopter les technologies numériques et moderniser leurs opérations. Ce poids financier met en évidence un obstacle majeur qui empêche les PME d'exploiter pleinement les avantages de la numérisation, malgré l'existence de programmes d'aide.

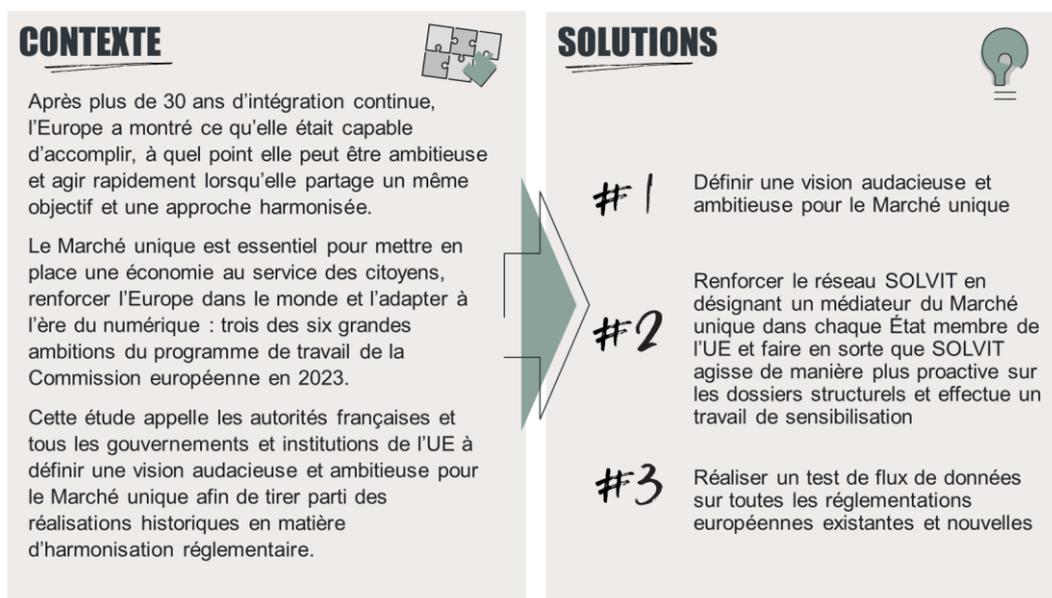
Figure 13 : Les programmes d'aide ont permis aux PME françaises d'intensifier leur numérisation



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises (voir l'Annexe 1 pour plus de détails).

Remarque : Réponse à la question : « Votre entreprise a-t-elle bénéficié d'un programme d'aide à la numérisation ? » (n=293) et « Avez-vous dû couvrir des coûts fixes importants avant d'intensifier votre numérisation ? » (n=351).

3 Définir une vision audacieuse et ambitieuse pour le Marché unique



#1 Définir une vision audacieuse et ambitieuse pour le Marché unique

Garantir les quatre libertés du Marché unique nécessite et justifie un examen et une mise à jour continus de la réglementation de l'UE. Le Marché unique ne sera jamais un produit fini, mais doit au contraire s'adapter aux évolutions technologiques, à la situation économique et géopolitique mondiale et aux principaux enjeux sociétaux. Il est important que la Commission européenne se montre ambitieuse et visionnaire lorsqu'elle s'emploie à soutenir la compétitivité à long terme de l'UE.

La vision à long terme de la compétitivité montre dans quelle mesure l'UE peut s'appuyer sur ses points forts et faire plus que se contenter de combler le fossé de la croissance et de l'innovation. Un cadre européen prospectif, bien défini et coordonné favorisera l'émergence d'entreprises prospères, capables de rivaliser sur le marché mondial, d'offrir des emplois attrayants et de fixer des normes internationales.⁴¹

Commission européenne (2023). Compétitivité de l'UE au-delà de 2030.

Pour y parvenir, la Commission européenne doit adopter une stratégie qui replace clairement le Marché unique au premier plan du projet d'intégration de l'UE. La stratégie du Marché unique devrait suivre une approche holistique de l'ensemble du parcours des entreprises et des consommateurs afin de garantir que les réglementations ne limitent pas inutilement les échanges au sein du Marché unique. La stratégie du Marché unique devrait être soutenue par les dirigeants politiques et intégrer la réglementation dans tous les secteurs économiques et les modes de fonctionnement des entreprises.

L'adoption d'une stratégie ambitieuse du Marché unique peut réduire la complexité et la disparité des exigences réglementaires qui augmentent les coûts supportés par les PME (voir l'encadré ci-dessous), comme le décrit l'analyse de rentabilité ci-dessous.

LES EXIGENCES RÉGLEMENTAIRES COMPLEXES ET DIVERGENTES FONT GRIMPER LES COÛTS

Y-Brush fabrique des brosses à dents électriques en forme de Y à vibration sonore. Ces brosses à dents innovantes nettoient les dents en profondeur en 10 secondes. Basée à Lyon, l'entreprise est présente dans tout le Marché unique européen. Environ 50 % des ventes d'Y-brush proviennent des exportations, principalement vers l'Allemagne, la Belgique, l'Italie, ainsi que la Hongrie et les Pays-Bas.



Appel à l'action

Y-Brush, qui opère au sein du Marché unique européen, fait face à d'importants obstacles bureaucratiques et réglementaires, en lien avec la spécificité de sa gamme de produits. Les interprétations nationales diffèrent souvent, ce qui est source d'incertitude. Par exemple, alors que les brosses à dents Y-Brush sont considérées comme des produits cosmétiques en Allemagne, elles relèvent d'une catégorie distincte en France, faisant l'objet de réglementations différentes.

De même, les exigences en matière d'emballage représentent un véritable défi sur le marché européen. Pour se conformer aux réglementations européennes et nationales complexes, Y-Brush doit prendre des mesures supplémentaires, ce qui entraîne des surcoûts opérationnels.

« Notre collaboration avec un revendeur allemand a fait apparaître de nombreuses réglementations imprévues, ce qui a entraîné d'importantes dépenses de mise en conformité. Malgré les hypothèses initiales à propos de notre conformité, nous avons découvert des divergences en raison de règles européennes différentes d'un pays à l'autre ».

Benjamin Cohen, PDG et cofondateur de Y-Brush



Potentiel

Le patchwork actuel de directives, de règlements et de lois nationales augmente les coûts de transaction pour les entreprises, et ces coûts sont souvent disproportionnés pour des PME, telles que Y-Brush. La simplification et l'harmonisation de la réglementation ainsi que l'introduction de normes communes réduiront les coûts, ce qui profitera aux entreprises publiques et privées.

#2 Renforcer le réseau SOLVIT en désignant un médiateur du Marché unique dans chaque État membre de l'UE et faire en sorte que SOLVIT agisse de manière plus proactive sur les dossiers structurels et effectue un travail de sensibilisation

SOLVIT est un réseau de résolution de problèmes créé en 2002 pour venir en aide (gratuitement) aux personnes ou aux entreprises dont les droits transfrontaliers dans le Marché unique ne sont pas respectés par les autorités publiques, que ce soit au niveau local, régional ou national.

SOLVIT repose sur la coopération entre les États membres et opère sous l'égide de la Commission européenne. Il vise à proposer une alternative plus rapide et informelle à l'engagement d'une procédure judiciaire, au dépôt d'une plainte formelle auprès de la Commission ou au lancement d'une pétition. Il existe des centres SOLVIT dans tous les États membres de l'UE, ainsi qu'en Islande, au Liechtenstein et en Norvège.

L'observation du dispositif dans les différents pays montre que les entreprises européennes ne sont pas suffisamment informées des possibilités offertes par SOLVIT et que, même lorsqu'elles le sont, elles ont rarement recours à SOLVIT et ne lui font souvent pas suffisamment confiance en tant que partenaire compétent dans la recherche d'une solution.⁴² Ces conclusions sont également corroborées par les entretiens menés avec des PME françaises dans le cadre de cette étude. Il est également possible d'améliorer la fonctionnalité de SOLVIT dans plusieurs pays :

- **Garantir l'effectif et les qualifications** | Il y a un manque de personnel qualifié pour traiter les dossiers et un taux de rotation du personnel excessif dans plusieurs centres SOLVIT.⁴³
- **Résoudre les problèmes structurels** | SOLVIT est, dans de nombreux cas, une source d'information précieuse, mais sous-exploitée s'agissant des problèmes plus structurels.
- **Identifier les incertitudes réglementaires** | SOLVIT est principalement utilisé pour signaler les cas de mauvaise application des règles du Marché unique, mais les PME françaises demandent des initiatives plus proactives pour lever l'incertitude réglementaire qui découle de réglementations contradictoires et/ou qui se chevauchent.⁴⁴

Le rapport propose de désigner un médiateur du Marché unique dans chaque État membre de l'UE (à la tête de SOLVIT ou en collaboration avec SOLVIT) afin de garantir l'application correcte des règles de l'UE. Il suggère également d'engager SOLVIT à agir de manière plus proactive sur les dossiers structurels et à effectuer un travail de sensibilisation, par exemple par le biais de tables rondes organisées avec les associations nationales d'entreprises. Enfin, SOLVIT devrait être une plateforme numérique permettant de signaler les réglementations qui se contredisent ou se chevauchent et de lever les incertitudes sur les réglementations.⁴⁵

#3 Réaliser un test de flux de données sur toutes les réglementations européennes existantes et nouvelles

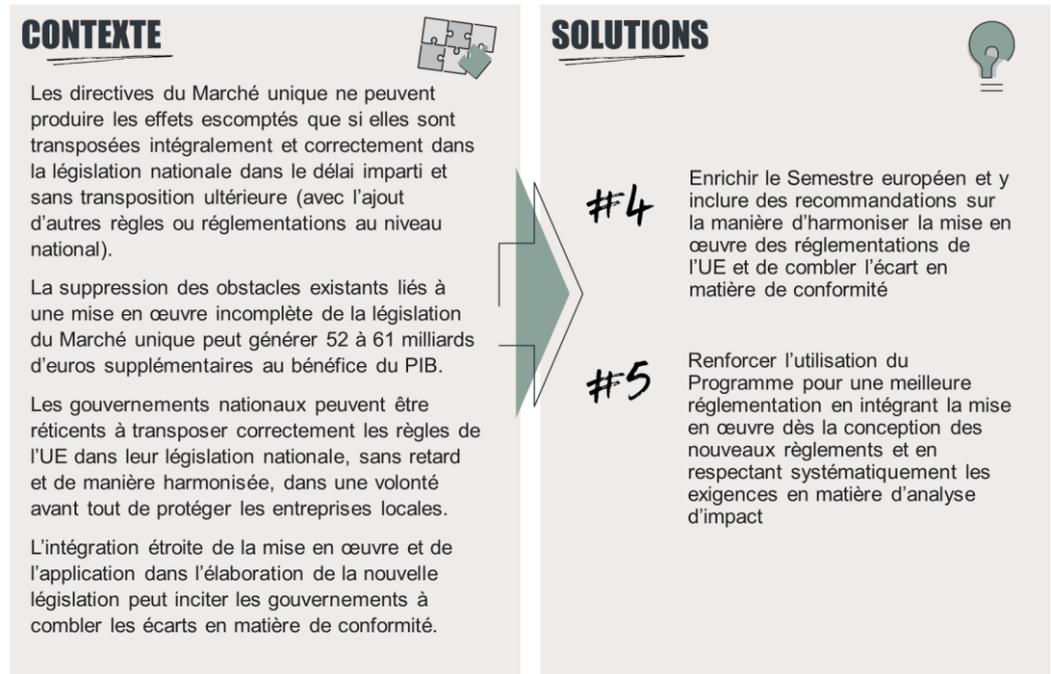
Comme indiqué au Chapitre 2, la numérisation est un moteur essentiel de la productivité et de la croissance économique future.⁴⁶ Les flux de données, c'est-à-dire la possibilité pour les entreprises d'accéder à des données, de les utiliser et de les transférer, sont une condition préalable à la numérisation. Les technologies et solutions numériques permettent également d'accélérer la transition écologique dans l'ensemble de l'économie et de la société.⁴⁷

Pour ces raisons, il est important de supprimer les obstacles injustifiés et disproportionnés aux flux de données dans le Marché unique, comme la Commission européenne a tenté de le faire, par exemple, dans le cadre de la réglementation sur la libre circulation des données.⁴⁸ Plusieurs obstacles à la circulation des données persistent et sont souvent associés à des règles visant à protéger la vie privée (protection des données personnelles).⁴⁹ Il s'agit d'un intérêt légitime de protection régi par le statut de l'UE sur les droits fondamentaux ayant de fait une valeur constitutionnelle dans l'UE.

Tout en reconnaissant l'intérêt supérieur de la protection de la vie privée, le rapport conseille à la Commission européenne de présenter une proposition visant à promouvoir les flux de données dans la mesure du possible. La proposition vise à présenter un « test de flux des données » destiné à supprimer les obstacles injustifiés et avec comme postulat de départ que les obstacles visant à protéger la vie privée doivent être conçus de manière à restreindre le moins possible les flux de données.

Un tel test obligerait le législateur et le régulateur (tant au niveau de l'UE qu'au niveau national) à prendre systématiquement en compte la libre circulation des données lors de l'application des règles de protection des données (par exemple, en élaborant de nouvelles exigences, en adoptant des lignes directrices ou des décisions dans des cas particuliers). Les entreprises auraient ainsi la possibilité de contester légalement les décisions en matière de protection des données identifiées comme disproportionnées. Ainsi, le test reconnaîtrait le caractère supérieur du principe de protection des données dans l'UE mais limiterait le risque d'excès qui seraient préjudiciables aux flux de données, à l'innovation et à la transition écologique. La suppression des obstacles injustifiés aux flux des données permettra de réduire les coûts administratifs supportés par les entreprises européennes, ce qui est l'une des principales entraves à l'exercice d'une activité dans le Marché unique selon les PME françaises.

4 Garantir la conformité et simplifier les procédures administratives



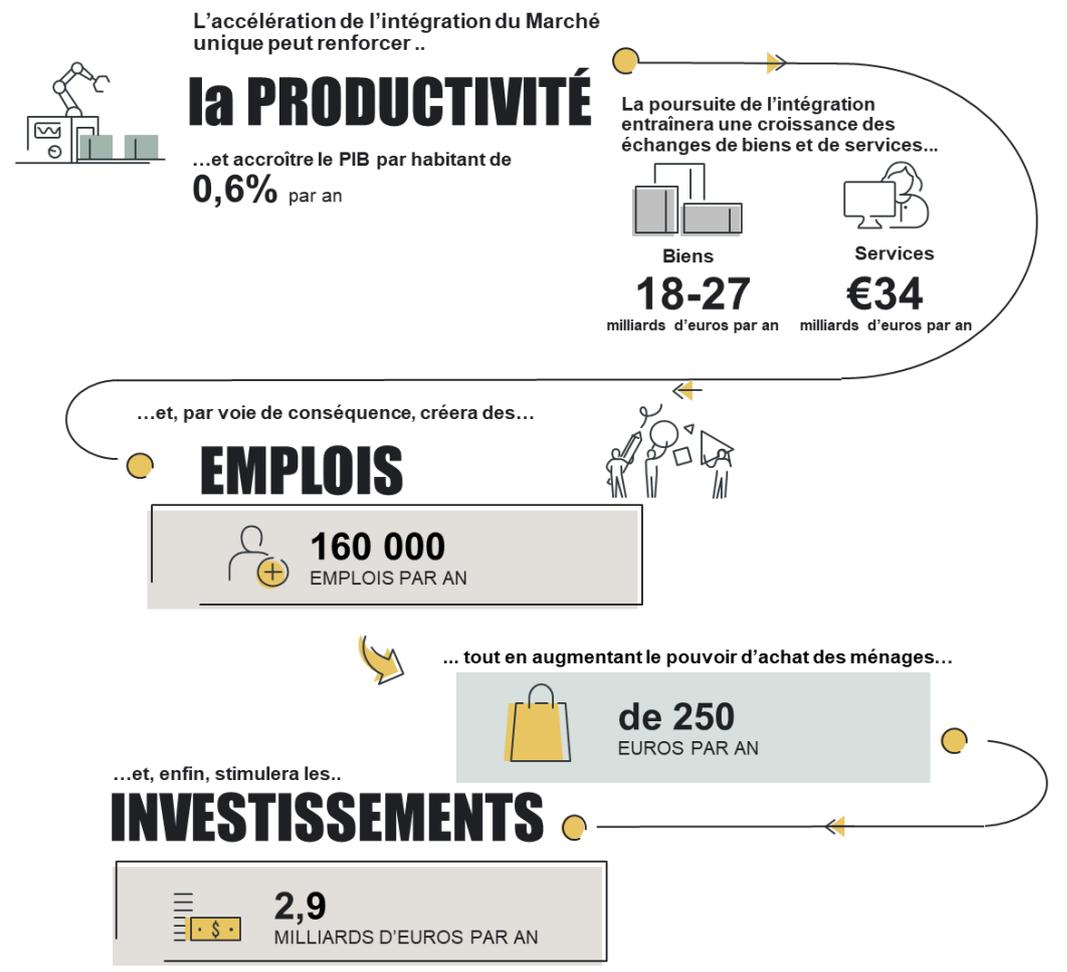
#4 Enrichir le Semestre européen et y inclure des recommandations sur la manière d'harmoniser la mise en œuvre des réglementations de l'UE et de combler l'écart en matière de conformité

La suppression des obstacles existants liés à une mise en œuvre incomplète des règles de l'UE sur le Marché unique devrait générer d'importants avantages économiques à l'échelle de l'UE.⁵⁰ La Commission européenne estime un gain de 520 à 600 milliards d'euros au PIB de l'UE chaque année (une augmentation permanente du niveau des revenus de l'UE).⁵¹

On peut faire l'hypothèse de répercussions dans des proportions similaires en France. Si les avantages pour la France correspondent à la contribution de la France au total des échanges intra-UE, le PIB par habitant pourrait augmenter de 0,6 %, et les secteurs des biens et des services ajouteraient en permanence 52 à 61 milliards d'euros au PIB français chaque année (18 à 27 milliards d'euros et 34 milliards d'euros pour les biens et les services, respectivement⁵²). En outre, l'augmentation de la production de biens et de services devrait permettre la création de 161 000 emplois par an. Les bénéficiaires s'étendraient aux ménages français, dont le revenu devrait augmenter de façon permanente de 250 euros par an. Enfin, les investissements augmenteraient de 2,9 milliards d'euros (voir Figure 14).⁵³

Compte tenu de la part actuelle des échanges commerciaux de la France au sein du Marché unique et du potentiel commercial identifié par les PME qui ont participé à l'enquête, les avantages d'un accès facilité au marché pour les entreprises françaises seraient vraisemblablement importants.

Figure 14 : Avantages potentiels pour la France de la suppression des obstacles dans le Marché unique



La persistance de l'écart de conformité sape la confiance des entreprises dans le bon fonctionnement du Marché unique. Elle envoie également comme signal clair aux différents gouvernements que le non-respect des règles n'a que peu de conséquences. Le rapport propose donc des recommandations sur la réduction des écarts de conformité et l'harmonisation de la mise en œuvre de la réglementation de l'UE dans le cadre du Semestre européen. Le Semestre européen présente l'intérêt d'être régi par une combinaison de droit contraignant et de droit souple, grâce à un ensemble de mécanismes de surveillance et de sanctions possibles, qui peuvent être utilisés pour inciter les gouvernements à combler les écarts en matière de conformité.

La solution proposée s'attaquera à plusieurs des obstacles réglementaires qui empêchent actuellement les PME françaises de développer leurs activités via le Marché unique (voir l'encadré ci-dessous).

LE MANQUE DE NORMALISATION DANS LES RÉGLEMENTATIONS NATIONALES ET EUROPÉENNES EST SOURCE D'INCERTITUDE

Fondée en 2012, Novoma est une entreprise spécialisée dans la fabrication de compléments alimentaires répondant à une multitude de besoins différents. Les principaux marchés de l'entreprise sont la France, l'Italie et l'Espagne. Novoma vend également en Allemagne, mais la concurrence y est très féroce.



Appel à l'action

Formellement, les compléments alimentaires sont réglementés en tant qu'aliments dans l'UE et sont régis par diverses lois et réglementations. Novoma a rencontré de nombreux obstacles et subi des retards liés à l'enregistrement de ses compléments alimentaires et à la préparation des documents nécessaires à leur introduction sur un nouveau marché (en Italie, en Espagne et en Allemagne). Mais la tâche peut s'avérer encore plus ardue lorsque plusieurs pays interprètent et appliquent différemment les réglementations de l'UE, ou lorsqu'il existe d'autres couches de réglementations nationales pour les compléments alimentaires. Les entreprises doivent alors s'adapter aux variations pour garantir la conformité dans chaque marché.

Les coûts associés à la documentation détaillée peuvent être très élevés, en particulier pour les PME.

« Chaque pays a ses propres exigences en matière de compléments alimentaires. Difficile de faire le tri parmi ces exigences qui peuvent constituer des obstacles importants lors de l'entrée sur un nouveau marché ».

Lucas Pinos, fondateur de Novoma



Potentiel

Les différences d'interprétation et d'application des réglementations, ainsi que l'accumulation de réglementations nationales renforcent l'incertitude, notamment dans le secteur des compléments alimentaires. Cela allonge également le délai pour se déployer vers de nouveaux marchés. Pour Novoma, les obstacles réglementaires représentent à eux seuls un délai estimé à 6 mois.

La simplification et la normalisation des réglementations sont essentielles pour combler les écarts en matière de conformité au sein du Marché unique. Elles sont nécessaires pour réduire les coûts d'entrée et les risques associés à l'expansion des PME.

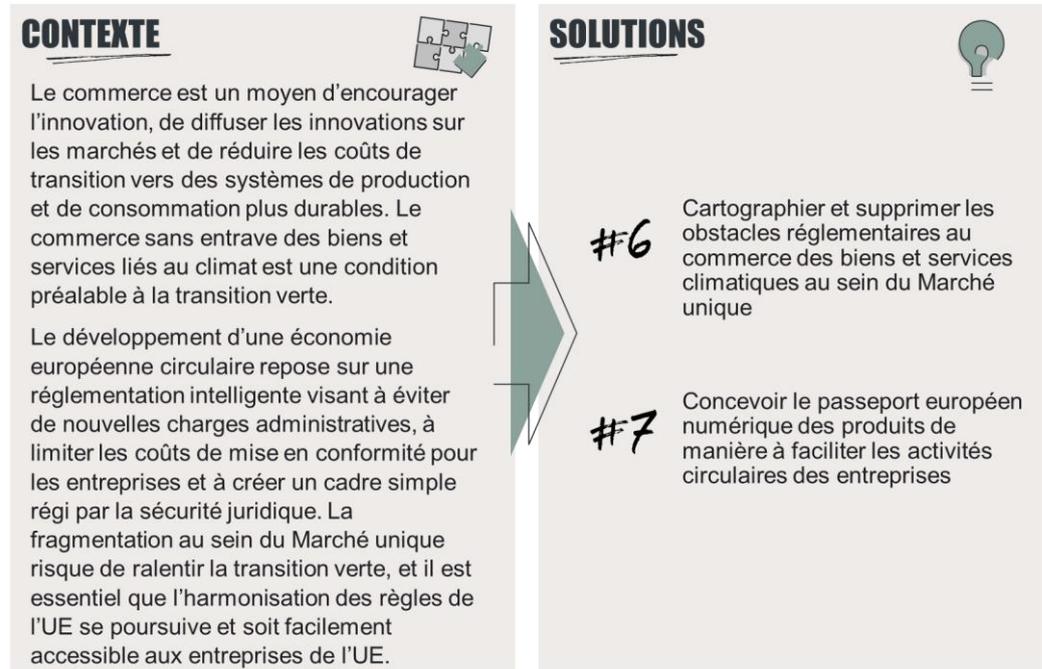
#5 Renforcer l'utilisation du Programme pour une meilleure réglementation en intégrant la mise en œuvre dès la conception des nouveaux règlements et en respectant systématiquement les exigences en matière d'analyse d'impact

Une législation de qualité est une condition préalable pour atteindre les objectifs politiques de l'UE de la manière la plus simple et la plus efficace possible. En outre, une législation de qualité permet d'éviter l'excès de réglementations et de charges administratives pour les citoyens, les administrations et les entreprises (en particulier les PME). Enfin, une législation de qualité vise avant tout à faciliter sa transposition et son application pratique.

La persistance de l'écart de conformité et l'importance des coûts administratifs signalés par les entreprises exerçant des activités transfrontalières dans le Marché unique montrent qu'il est possible d'en faire davantage pour concevoir une législation européenne qui réduise efficacement la complexité et les coûts administratifs liés à l'exercice d'une activité dans le Marché unique. Le Programme pour une meilleure réglementation, dont les analyses d'impact constituent un élément clé, permet à la Commission de concevoir, d'élaborer et de soutenir la mise en œuvre de politiques de grande qualité.⁵⁴

Le rapport recommande à la Commission européenne d'intensifier le recours au Programme pour une meilleure réglementation en maintenant l'exigence d'analyse d'impact et en accordant plus d'importance à la prise en considération de la mise en œuvre dans la conception de la réglementation. La solution proposée contribuera à réduire un certain nombre des barrières réglementaires existantes signalées par les PME, le risque d'apparition de nouvelles entraves administratives et d'impacts négatifs inattendus à l'avenir.

5 Supprimer les entraves réglementaires aux échanges pour créer un Marché unique vert et circulaire



#6 Cartographier et supprimer les obstacles réglementaires au commerce des biens et services climatiques au sein du Marché unique

La transition vers un nouveau système de production et de consommation décarboné exige que les technologies et les services climatiques soient disponibles et complètement déployés. Il s'agit d'encourager l'innovation et réduire le coût de l'adoption des nouvelles technologies avec l'ambition de résoudre et supprimer les obstacles réglementaires au commerce des biens et services climatiques au sein du Marché unique afin d'accélérer la décarbonation en Europe en structurant les signaux du marché. Un Marché unique pleinement intégré pour les biens et services climatiques renforcera également la compétitivité internationale des producteurs de l'UE.

Le plan national intégré énergie-climat (PNEC) de la France s'est engagé à réduire les émissions de gaz à effet de serre de 20 % d'ici à 2030 et de 50 % d'ici à 2050, 2012 étant l'année de référence. Ce faisant, la France prévoit de réduire sa consommation de combustibles fossiles primaires de 40 % d'ici à 2030, par rapport à l'année de référence 2012, et de faire en sorte que 33 % de la consommation énergétique finale provienne de sources d'énergie renouvelables. Les investissements supplémentaires nécessaires à la réalisation des objectifs en matière d'énergie et de climat sont estimés entre 25 et 40 milliards d'euros par an, dont une part importante sera consacrée à de nouvelles installations de production d'énergie renouvelable, comme des projets éoliens.

Les entraves réglementaires constituent des obstacles importants au commerce mondial des biens climatiques (jusqu'à 10 fois plus que les droits de douane⁵⁵), les trois principales entraves étant celles de nature technique et liées au commerce (principalement les normes, les réglementations techniques et les exigences en matière d'étiquetage, ainsi que les procédures d'évaluation de la conformité, les essais et la certification des produits), les exigences en matière de contenu local et les difficultés liées aux marchés publics.

Les obstacles réglementaires entravent également la libre circulation des biens et services climatiques au sein du Marché unique. L'industrie éolienne, par exemple, est confrontée à une réglementation complexe, contradictoire et fragmentée qui érode sa compétitivité sur la scène mondiale.⁵⁶ Alors que l'énergie éolienne devrait représenter 43 % de l'électricité européenne d'ici à 2030, les obstacles réglementaires rendent la transition écologique excessivement coûteuse et pèsent lourdement sur les budgets publics.⁵⁷

Il est difficile de donner une définition exacte des biens et services climatiques, et la complexité du problème risque de freiner les progrès, voire d'empêcher le démantèlement des barrières réglementaires au commerce au sein du Marché unique. Le rapport propose donc de mettre en place un processus dans lequel la Commission européenne appliquera une approche « pas à pas » dans l'harmonisation réglementaire en procédant aux trois étapes suivantes :

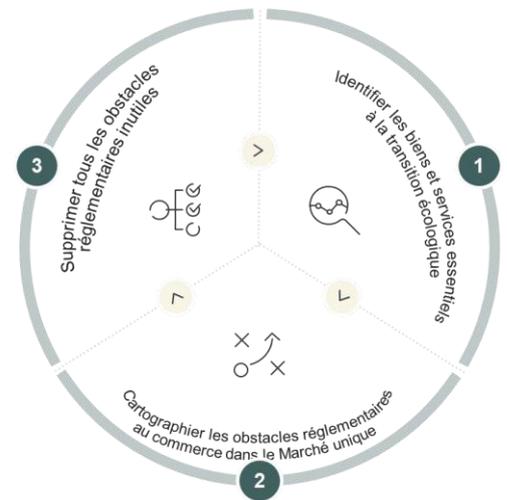
- **Étape 1** | Définir une liste des biens et services climatiques. Une liste préliminaire est proposée dans l'analyse approfondie des obstacles au commerce des biens et services climatiques dans le Marché unique, et pourrait servir de point de départ aux travaux.⁵⁸ Il pourrait s'agir d'une liste minimale de biens et services climatiques généralement considérés comme essentiels à la transition écologique.
- **Étape 2** | Cartographier les obstacles réglementaires qui entravent le libre-échange transfrontalier des biens et services climatiques définis au sein du Marché unique. Il convient que la cartographie soit exhaustive et couvre l'ensemble du parcours de l'entreprise et du consommateur. La cartographie doit également couvrir toutes les sources d'obstacles réglementaires, telles que le manque de conformité avec la réglementation de l'UE, la fragmentation dans la mise en œuvre nationale de la réglementation de l'UE, les droits de propriété intellectuelle, l'accès inégal aux marchés publics, entre autres.
- **Étape 3** | Prendre des mesures audacieuses pour supprimer les obstacles réglementaires inutiles ou injustifiés au commerce des biens et services climatiques qui entravent la transition écologique, tant au niveau européen que national.

Le processus itératif est illustré dans la figure ci-dessous. Ces trois étapes doivent être répétées pour élargir la liste des biens et services climatiques.

Feuille de route pour accélérer la décarbonation par le commerce

Le rapport propose d'adopter une approche progressive pour supprimer les obstacles réglementaires inutiles au commerce des biens et services climatiques dans le Marché unique.

- Mener à bien le processus en trois étapes pour établir une liste de biens et services climatiques essentiels à la transition écologique et supprimer les obstacles réglementaires inutilement restrictifs au sein du Marché unique.
- Allonger la liste au fur et à mesure de l'apparition de nouvelles solutions climatiques innovantes et répéter le processus en trois étapes.
- Veiller en permanence à ce que les nouvelles réglementations ne créent pas de fragmentation dans le Marché unique des biens et services climatiques.



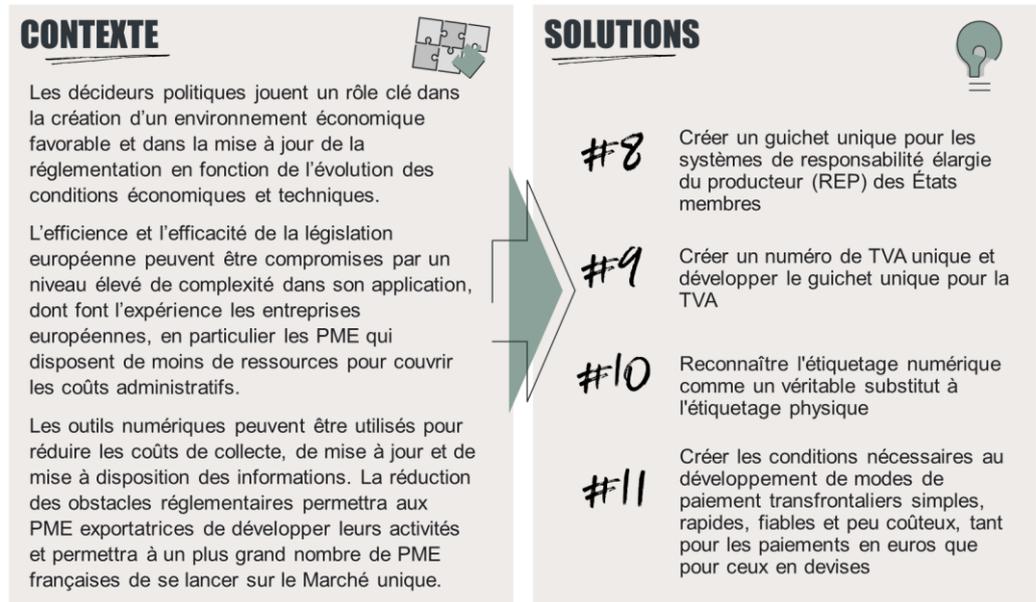
#7 Concevoir le passeport numérique européen des produits de manière à ce qu'il soit plus facile pour les entreprises de développer des activités plus circulaires

Le passeport numérique des produits (Digital Product Passport, DPP) est une proposition clé du règlement sur l'écoconception des produits durables (Ecodesign for Sustainable Product Regulation, ESPR), qui vise à rassembler des informations sur un produit tout au long de la chaîne de valeur afin de fournir une connaissance globale des matériaux et des produits ainsi que de leur impact sur l'environnement. En outre, la législation sectorielle sur les produits cherche à étendre cette approche afin d'améliorer l'affichage des informations relatives à la conformité des produits.

Un DPP bien conçu peut rendre disponibles sous forme numérique d'importantes informations spécifiques à un produit, ce qui les rend plus accessibles aux acteurs de la chaîne de valeur. En tant que tel, il peut également constituer un outil puissant pour les entreprises dans leur effort de décarbonation. Toutefois, s'il n'est pas conçu avec soin et en tenant compte des avis des parties prenantes, notamment des PME, le DPP risque d'entraîner des charges administratives et des coûts élevés pour les entreprises, ce qui limitera son potentiel et créera un manque de cohésion au sein du Marché unique. C'est pourquoi le rapport recommande que le DPP soit conçu avec les caractéristiques suivantes :

- Seules les informations obligatoires sur les produits doivent être requises, compte tenu de la complexité et le temps nécessaire à la collecte d'informations détaillées tout au long de la chaîne de valeur.
- Dans un souci d'efficacité, les données requises doivent être alignées sur les bases de données et les systèmes existants afin de ne pas créer de silos ou de doublement des tâches.
- Les droits de propriété intellectuelle doivent être protégés. Cela nécessite un nouvel examen des données qui sont absolument pertinentes pour atteindre les objectifs (essentiellement en exigeant uniquement des données qu'il « faut connaître » et non qu'il « est bon de connaître »).

6 Utiliser les outils numériques pour réduire les coûts et créer des conditions favorables à la croissance



#8 Créer un guichet unique pour les systèmes de responsabilité élargie du producteur (REP) des États membres

La responsabilité élargie des producteurs (REP) est un outil de la politique environnementale de l'UE qui attribue aux producteurs (lors de la mise sur le marché de leurs produits) la responsabilité de la collecte, du tri et du traitement des produits après la consommation. Les systèmes de REP varient considérablement dans l'UE, à la fois entre les États membres et entre les différentes catégories de produits au sein des États membres. Dans l'Union européenne, il existe plus de 81 réglementations différentes en matière de REP (emballages, DEEE - déchets d'équipements électroniques et électriques, plastiques à usage unique) auxquelles il convient de se conformer.⁵⁹

Des systèmes de REP harmonisés peuvent contribuer à renforcer l'économie circulaire au sein du Marché unique, pour que les entreprises agissent de manière écoresponsable tout en réduisant leurs coûts inutiles et les charges bureaucratiques qui pèsent sur elles.

Le rapport recommande la mise en place d'un mécanisme européen global pour gérer la REP : une solution de guichet unique numérique pour la REP qui faciliterait l'immatriculation et la déclaration uniques de la REP dans tous les États membres. Ce guichet unique servirait également de portail d'information centralisé et actualisé sur les exigences en matière de REP dans tous les États membres.

Une telle solution devrait simplifier considérablement les démarches administratives, aussi bien pour les producteurs que pour les autorités. Cette solution devrait permettre de rendre la REP plus efficace économiquement pour les producteurs français qui doivent se conformer aux réglementations pour tous les produits vendus dans un État membre donné, tout en réduisant les obstacles réglementaires au commerce (et donc en augmentant les échanges) au sein du Marché unique et en renforçant les activités circulaires.

#9 Créer un numéro de TVA unique et développer le guichet unique pour la TVA

Actuellement, une PME a besoin en moyenne de 13 documents pour mener à bien une procédure d'immatriculation à la TVA, de 100 jours pour obtenir un numéro de TVA, d'environ 8 000 euros par pays et par an en coûts de mise en conformité. Elle doit, en outre, soumettre jusqu'à 60 déclarations de TVA par pays et par an.⁶⁰ En 2022, la Commission européenne a proposé une série de mesures visant à moderniser le système de TVA de l'UE et à le rendre plus efficace pour les entreprises et plus résistant à la fraude en adoptant et en promouvant la numérisation (la proposition sur la TVA à l'ère du numérique). Malgré les simplifications introduites par le système européen de guichet unique de TVA, les PME (voir encadrés ci-dessous) continuent de rencontrer des difficultés avec les procédures de TVA.

LES EXIGENCES EN MATIÈRE DE TVA RENDENT DIFFICILE LA VENTE DANS PLUSIEURS PAYS



Appel à l'action

Y-Brush, le fabricant de brosses à dents électriques en forme de Y, constate que, malgré les simplifications introduites par le système européen de guichet unique de TVA, les procédures de TVA de l'UE posent encore de nombreux problèmes. Par exemple, pour vendre ses produits en Allemagne, l'entreprise doit obtenir un numéro de TVA allemand, ce qui nécessite une procédure d'immatriculation entièrement réalisée en Allemagne. En outre, tous les trimestres, l'entreprise est tenue de fournir divers relevés et déclarations de TVA afin de conserver son numéro de TVA allemand. Le processus d'édition et de dépôt des déclarations de TVA dans plusieurs pays entraîne des coûts administratifs non négligeables et se révèle très chronophage.

« Rien qu'en Allemagne, nous engageons 4 000 euros de dépenses annuelles pour l'immatriculation à la TVA, la réglementation et d'autres frais, une charge que l'on retrouve à des degrés divers dans d'autres pays également. »

Benjamin Cohen, PDG et cofondateur de Y-Brush



Potentiel

La création d'un numéro d'identification unique pour la TVA dans l'UE et l'extension du guichet unique pour la TVA pour couvrir toutes les transactions de biens permettraient aux PME, à l'instar de Y-Brush, de se conformer aux obligations en matière de TVA en utilisant un numéro d'immatriculation unique, valable dans l'ensemble du Marché unique. Cela permettrait de réduire la complexité et les coûts liés à l'immatriculation à la TVA.

LES EXIGENCES EN MATIÈRE DE TVA POSENT DES PROBLÈMES AUX PME QUI VENDENT À L'ÉTRANGER

Bananair est une entreprise française spécialisée dans la conception et la fabrication d'articles pour la maison XXL, amusants et confortables, notamment des poufs, des coussins et des animaux en peluche. Basée à Paris, l'entreprise est présente dans tout le Marché unique européen. Environ 50 % des ventes de Bananair proviennent des exportations, principalement vers l'Italie, l'Allemagne et la Belgique.



Appel à l'action

Malgré les simplifications introduites par le système européen de guichet unique de TVA, Bananair, comme bien d'autres PME, continue de rencontrer des difficultés avec les procédures de TVA. Il s'agit, entre autres, de la paperasserie, des exigences en matière de traduction et du temps consacré. En outre, Bananair a connu des retards dans les ventes et les livraisons en raison de la lenteur des procédures de TVA pour les échanges transfrontaliers. Cette situation se complique également du fait de l'obligation pour Bananair à avoir un numéro de TVA uniquement pour pouvoir stocker des produits dans certains pays. Le processus de édition et de dépôt des déclarations de TVA dans plusieurs pays entraîne des coûts administratifs non négligeables et se révèle très chronophage.

« La complexité, les coûts et les difficultés liés aux procédures de TVA dans différents pays ont considérablement entravé notre développement et notre croissance. En plus des processus chronophages, y compris la sollicitation de services de traduction indépendants, nous dépensons environ 1 500 euros par trimestre pour les questions liées à la TVA ».

Julian Vaysse, PDG et cofondateur de Bananair



Potentiel

La création d'un numéro d'identification unique pour la TVA dans l'UE et l'extension du guichet unique pour la TVA pour couvrir toutes les transactions de biens permettraient aux PME, à l'instar de Bananair, de se conformer aux obligations en matière de TVA en utilisant un numéro d'immatriculation unique, valable dans l'ensemble du Marché unique. Cela permettrait de réduire la complexité et les coûts liés à l'immatriculation à la TVA.

Le rapport recommande à la Commission européenne d'adopter sans délai la proposition « La TVA à l'ère du numérique », afin de créer un numéro de TVA unique dans l'UE et d'étendre le concept de guichet unique de la TVA à toutes les transactions de biens (y compris le placement de stocks et les reventes dans toute l'UE). Cette simplification permettra aux PME de se conformer à leurs obligations en matière de TVA en utilisant un seul numéro d'immatriculation, ce qui réduira les coûts et la complexité, et contribuera à stimuler la croissance. L'allègement des procédures de TVA est l'une des initiatives politiques qui, selon les PME françaises, leur seraient les plus bénéfiques pour développer leurs activités dans le Marché unique.

Outre le bénéfice tiré par les PME de la réduction des charges administratives et d'un meilleur accès au Marché unique européen, les autorités fiscales bénéficieront également d'un numéro de TVA unique, la réduction de la complexité contribuant à un plus grand respect des règles.⁶¹ Du point de vue des finances publiques nationales, la simplification est susceptible d'entraîner une augmentation des échanges, se traduisant par des recettes de TVA supplémentaires et un marché plus compétitif au sein de l'UE. Enfin, les clients bénéficieront d'un plus grand choix, de prix plus compétitifs et d'une meilleure expérience d'achat en ligne.

#10 Reconnaître l'étiquetage numérique comme un véritable substitut à l'étiquetage physique

Pour commercialiser leurs produits sur le marché de l'UE, les producteurs sont tenus d'y faire figurer toute une série d'informations relatives à la conformité et au respect des normes, tant au niveau de l'UE qu'à celui des États membres. La diversité des exigences en matière d'étiquetage représente un coût élevé en termes de ressources et de tâches administratives pour les producteurs, en particulier pour les PME qui vendent en moindres quantités. En outre, l'UE a encore exclusivement recours au marquage physique des produits et/ou de leur emballage, alors que les propositions législatives de l'Union ont jusqu'à présent maintenu la communication numérique sur les étiquettes des produits en complément des étiquettes physiques.

L'étiquetage numérique (par exemple au moyen d'un QR code sur l'étiquette physique) peut répondre à la demande croissante de transparence sur les produits achetés. Il peut transmettre davantage d'informations aux consommateurs, au-delà de ce que permettent les étiquettes physiques. Par exemple, dans la réglementation européenne sur les dispositifs médicaux, des normes sont déjà en place pour prescrire la manière dont un dispositif doit être étiqueté afin que l'utilisateur comprenne que des informations et des instructions supplémentaires sont disponibles en ligne.

Les étiquettes numériques présentent également l'avantage d'être faciles à mettre à jour et à lire (en raison de l'absence de contraintes de taille ou d'espace) et de pouvoir être fournies dans toutes les langues officielles pour un produit spécifique, à un coût bien moindre et avec une plus grande facilité pour les producteurs que les étiquettes physiques.⁶² Les informations rédigées sur les produits peuvent rapidement devenir obsolètes à mesure que les technologies progressent, que les législations changent, que l'économie devient de plus en plus circulaire et que le commerce s'étend à d'autres régions. L'étiquetage numérique constitue une option plus souple, plus efficace et plus évolutive pour relever ce défi. L'étiquetage numérique, en tant qu'alternative à l'étiquetage physique, peut faciliter les échanges transfrontaliers au sein du Marché unique en supprimant les obstacles inutiles entre les États membres dont les exigences linguistiques sont différentes.

Le rapport salue le rôle pionnier à l'échelle mondiale de la Commission européenne dans l'introduction de solutions d'étiquetage numérique significatives. L'adoption d'outils numériques, tels que le passeport numérique des produits accessible via un QR code (ou un autre support de données équivalent), offre un potentiel considérable pour communiquer aux utilisateurs des informations sur les dangers, la durabilité et la sécurité ainsi que des instructions d'utilisation dans toutes les langues de l'UE, de manière bien visible et facilement actualisable. Cette transition vers des solutions numériques devrait également être complétée par une réduction des informations sur l'emballage/l'étiquette physique, ce qui simplifierait l'affichage des informations destinées aux consommateurs et relative au produit.

Le rapport recommande ainsi que la Commission européenne donne aux fabricants la possibilité de choisir de commercialiser leur produit avec des étiquettes sous forme numérique ou physique, c'est-à-dire que les étiquettes numériques soient reconnues comme de véritables substituts aux étiquettes physiques dans tous les groupes de produits et dans tous les États membres. Cette démarche devrait s'appuyer sur la dynamique et les enseignements déjà tirés des propositions d'étiquetage numérique de la réglementation sur les produits chimiques.⁶³ Le rapport recommande également que l'étiquetage physique ne contienne que le minimum d'informations essentielles.

L'ÉTIQUETAGE NUMÉRIQUE POURRAIT FACILITER L'ENTRÉE DANS DE NOUVEAUX PAYS EUROPÉENS



Appel à l'action

Novoma, l'entreprise française spécialisée dans la fabrication de compléments alimentaires, estime que les exigences nationales en matière d'étiquetage peuvent être sources de difficultés considérables lorsqu'il s'agit de vendre à d'autres pays du Marché unique (à savoir l'Italie, l'Espagne et l'Allemagne). Ce problème concerne plus particulièrement les étiquettes physiques, dont les informations doivent être modifiées, et qui doivent être imprimées séparément dans les langues locales des pays européens de destination. Lorsqu'une PME s'implante dans un nouveau pays, l'obligation de produire des étiquettes conformes aux exigences nationales peut s'avérer risquée et coûteuse.



Potentiel

La diversité des exigences nationales que Novoma observe sur le marché européen, y compris en matière d'étiquetage, rend l'entrée dans de nouveaux pays plus difficile.

Avec une étiquette numérique, l'ajout et la mise à jour des informations sur les produits dans toutes les langues requises seraient beaucoup plus simples et moins coûteux. L'étiquetage numérique éviterait également aux entreprises d'avoir à adapter leur emballage physique à certains marchés, ce qui leur permettrait de gagner en flexibilité et de produire à plus grande échelle.

« L'utilisation d'une étiquette numérique comme deuxième forme d'étiquette (en plus de l'étiquetage français) serait beaucoup plus facile à gérer. »

Lucas Pinos, fondateur de Novoma

#11 Créer les conditions nécessaires au développement de modes de paiement transfrontaliers simples, rapides, fiables et peu coûteux, tant pour les paiements en euros que pour ceux en devises

Comme le montre clairement l'enquête, les PME françaises estiment qu'il est essentiel pour le fonctionnement du Marché unique que les modes de paiement transfrontaliers soient abordables et faciles à utiliser pour les entreprises et les consommateurs. La Commission européenne a déjà présenté une proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil concernant la lutte contre le retard de paiement dans les transactions commerciales.

Le rapport recommande à l'UE de concevoir un cadre législatif favorable, ouvert et compétitif pour faciliter des paiements transfrontaliers peu coûteux, simples, sûrs et fiables. Les régulateurs devraient éviter de restreindre l'accès à des solutions transfrontalières fluides. Il s'agit à la place de soutenir des dispositifs incitatifs appropriés favorisant un écosystème compétitif pour permettre aux consommateurs de prendre des décisions en connaissance de cause, tout en réduisant le coût des paiements pour les commerçants.

Un cadre plus concurrentiel pour les paiements transfrontaliers garantirait que les citoyens de l'UE aient accès à un large panel de fournisseurs, qui opèrent tous dans un cadre ouvert et concurrentiel, y compris les prestataires financiers traditionnels, tels que les banques, les prestataires fintech et les opérateurs de plateforme. L'UE devrait également orienter les développements réglementaires relatifs aux paiements instantanés et aux monnaies numériques des banques centrales dans une voie permettant de poursuivre la modernisation des services financiers transfrontaliers, de fixer des normes rigoureuses au niveau international et de garantir la compétitivité de l'UE.

Annexe 1 Description de l'enquête sur les PME

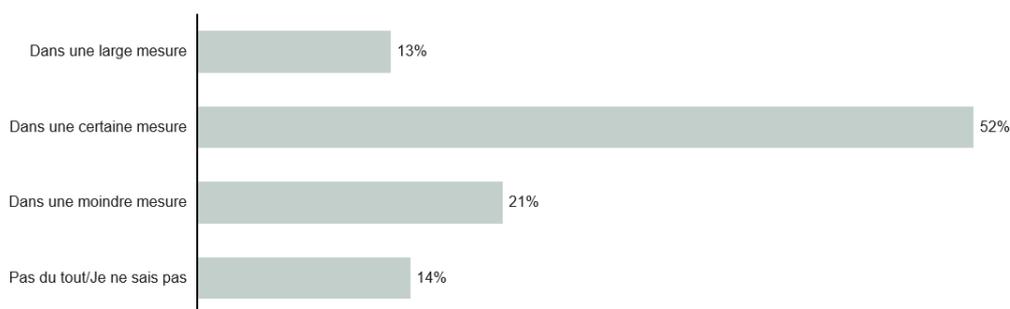
Pour identifier les principaux obstacles et les pistes possibles pour opérer sur le Marché unique, nous avons réalisé une enquête en étroite collaboration avec Ipsos. Le groupe cible de l'enquête était des PME qui exportent (PME exportatrices) ou qui aimeraient exporter via le Marché unique (PME exportatrices potentielles).

Selon les données d'Eurostat, environ 46 900 PME françaises sont actuellement exportatrices (soit environ 2 % du nombre total de PME). 58 % des PME exportatrices françaises comptent moins de 10 salariés et 42 % ont plus de 10 salariés. Ce dernier groupe de grandes PME représente une part importante des exportations totales des PME.

Au total, 386 PME françaises ont participé à l'enquête ; 325 d'entre elles sont exportatrices (84 %). Parmi ces PME exportatrices, 7 % comptent moins de 10 salariés. Cela signifie que les petites PME exportatrices sont sous-représentées par rapport à la population des PME exportatrices. Toutefois, cela signifie également que les PME exportatrices les plus grandes sont très bien représentées et que les implications pour une grande partie des exportations des PME sont couvertes par l'enquête. La plupart des entreprises interrogées exercent leurs activités dans les secteurs de la « Production » (13 %) et des « Autres activités de service » (13 %).

61 des répondants (16 %) n'exportent pas actuellement mais souhaiteraient commencer à exporter (exportateurs potentiels). Étant donné que nous ne disposons pas d'informations sur la part que représentent les exportateurs potentiels dans l'ensemble de la population des PME, il est difficile d'évaluer leur représentativité. Toutefois, la part de PME interrogées (16 %) est statistiquement représentative. D'après les réponses détaillées dans cette annexe, seules des différences mineures apparaissent entre les réponses des PME exportatrices et celles des PME exportatrices potentielles.

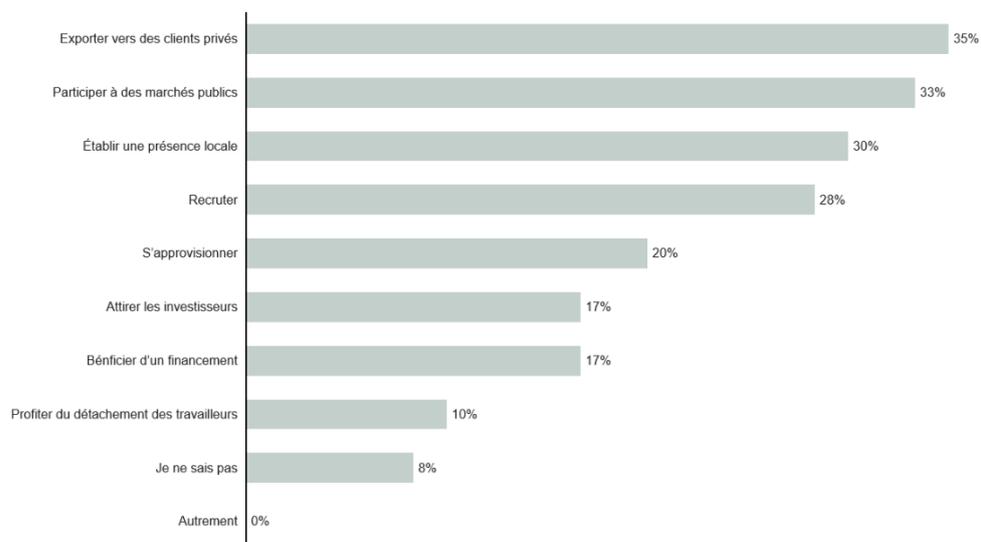
Figure 15 : Avantages de mener des activités commerciales dans le Marché unique, du point de vue des PME exportatrices



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.

Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure votre entreprise tire-t-elle profit du Marché unique ? », n=307.

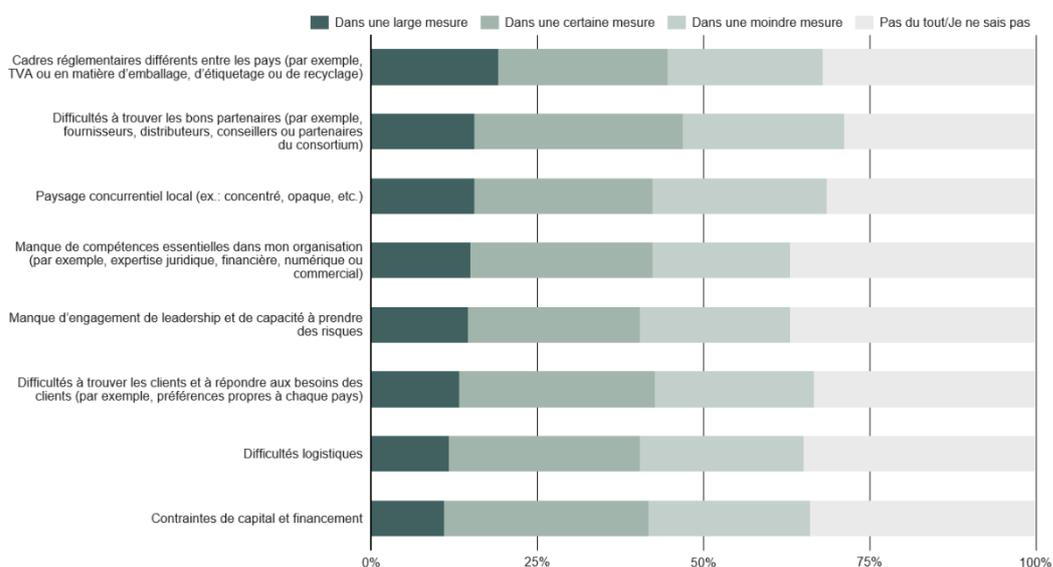
Figure 16 : Possibilités de développement des activités dans le Marché unique, du point de vue des PME exportatrices potentielles



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.

Remarque : Réponse à la question : « Où voyez-vous le plus grand potentiel de croissance de votre entreprise au sein du Marché unique ? », n=60.

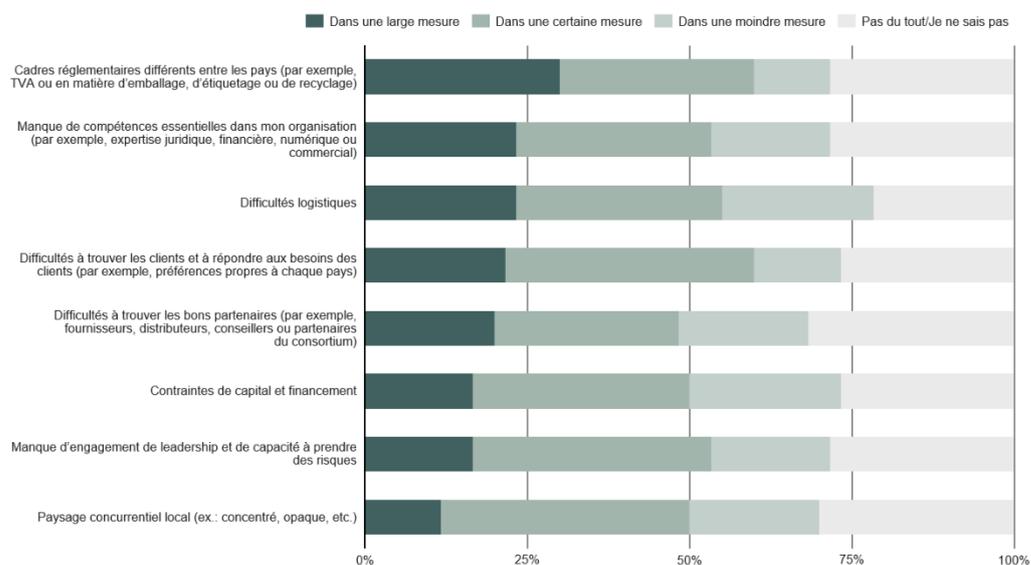
Figure 17 : Les principaux obstacles aux activités commerciales dans le Marché unique, du point de vue des PME exportatrices



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.

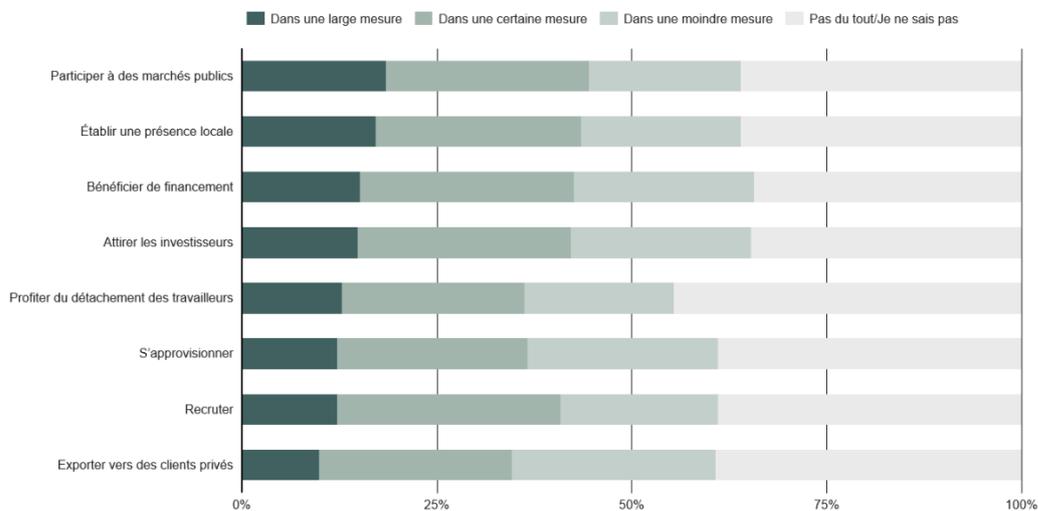
Remarque : Réponse à la question : « Quels sont, selon vous, les principaux obstacles aux activités commerciales au sein du Marché unique ? », n=309.

Figure 18 : Les principaux obstacles aux activités commerciales dans le Marché unique, du point de vue des PME exportatrices potentielles



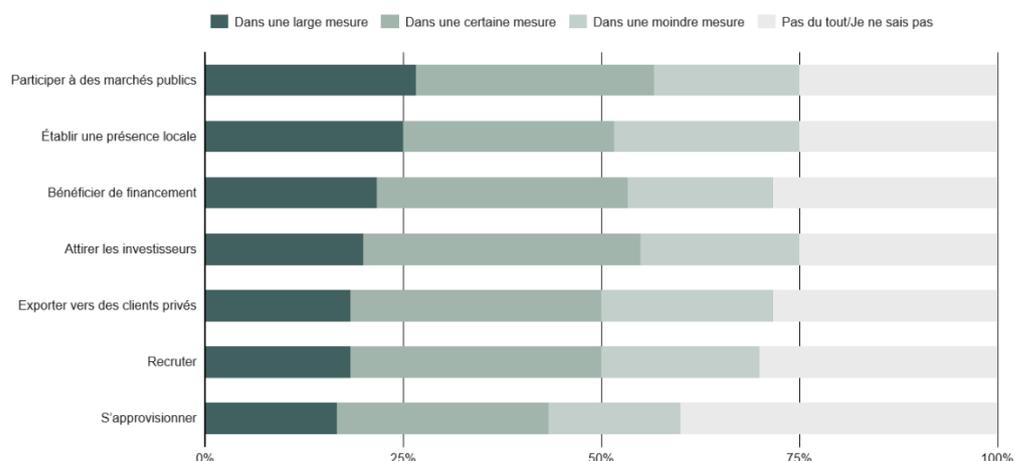
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Quels sont, selon vous, les principaux obstacles aux activités commerciales au sein du Marché unique ? », n=60.

Figure 19 : Dans quelle mesure les obstacles réglementaires freinent-ils les activités dans le Marché unique, du point de vue des PME exportatrices ?



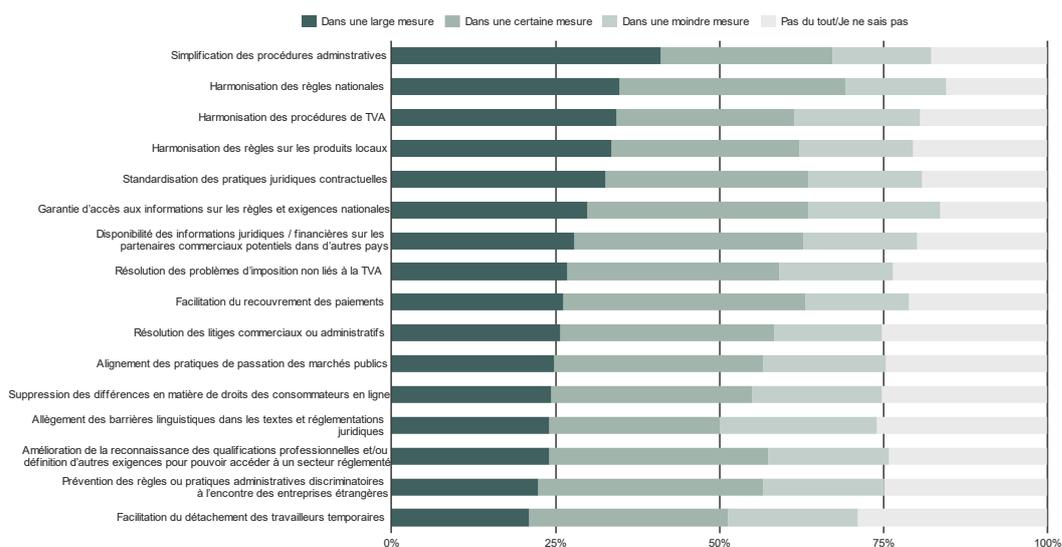
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les obstacles réglementaires freinent-ils les activités de votre entreprise dans le Marché unique ? », n=303.

Figure 20 : Dans quelle mesure les obstacles réglementaires freinent-ils les activités dans le Marché unique, du point de vue des PME exportatrices potentielles ?



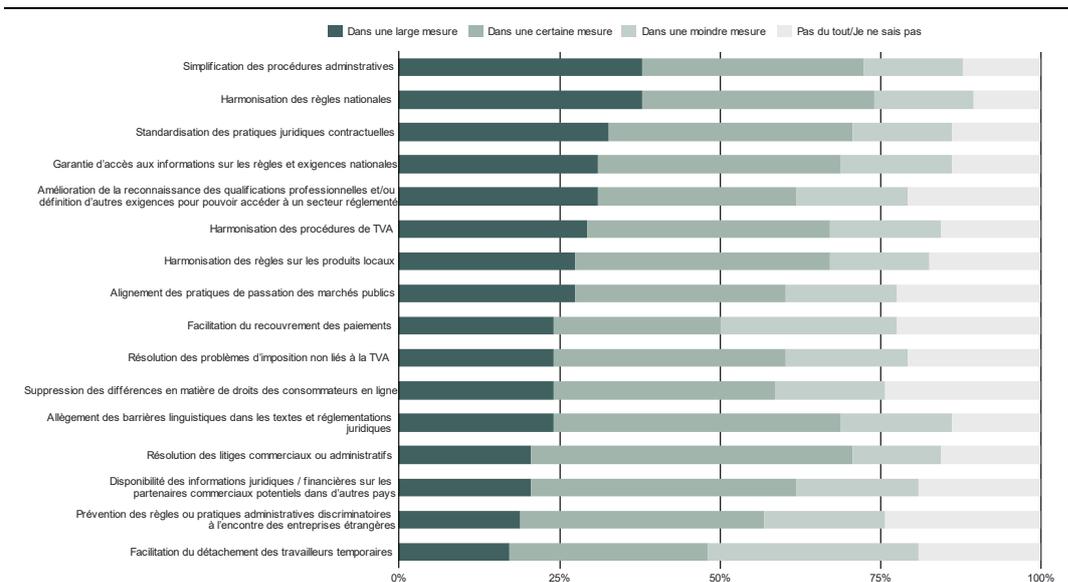
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les obstacles réglementaires freinent-ils les activités de votre entreprise dans le Marché unique ? », n=60.

Figure 21 : Les initiatives politiques qui peuvent aider les entreprises à développer leurs échanges dans le Marché unique, du point des PME exportatrices



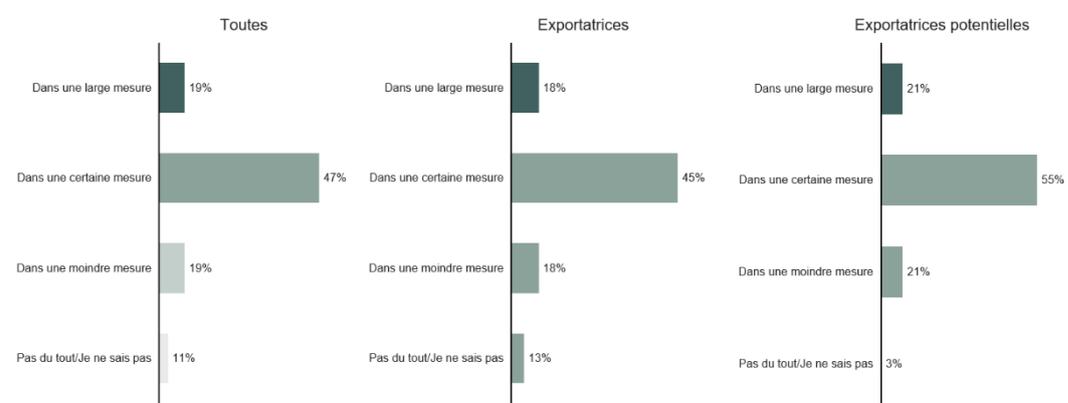
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les initiatives politiques suivantes aident-elles les PME à développer leurs activités dans le Marché unique ? », n=294.

Figure 22 : Les initiatives politiques qui peuvent aider les entreprises à développer leurs échanges dans le Marché unique, du point de vue des PME exportatrices potentielles



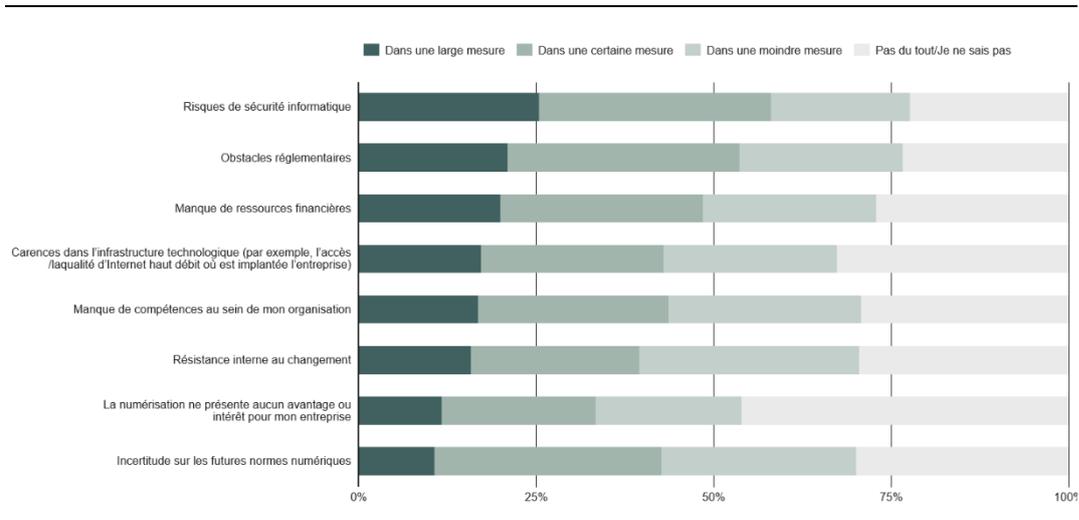
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les initiatives politiques suivantes aident-elles les PME à développer leurs activités dans le Marché unique ? », n=58.

Figure 23 : Les effets de l'utilisation des outils numériques sur la croissance dans les exportations dans le Marché unique



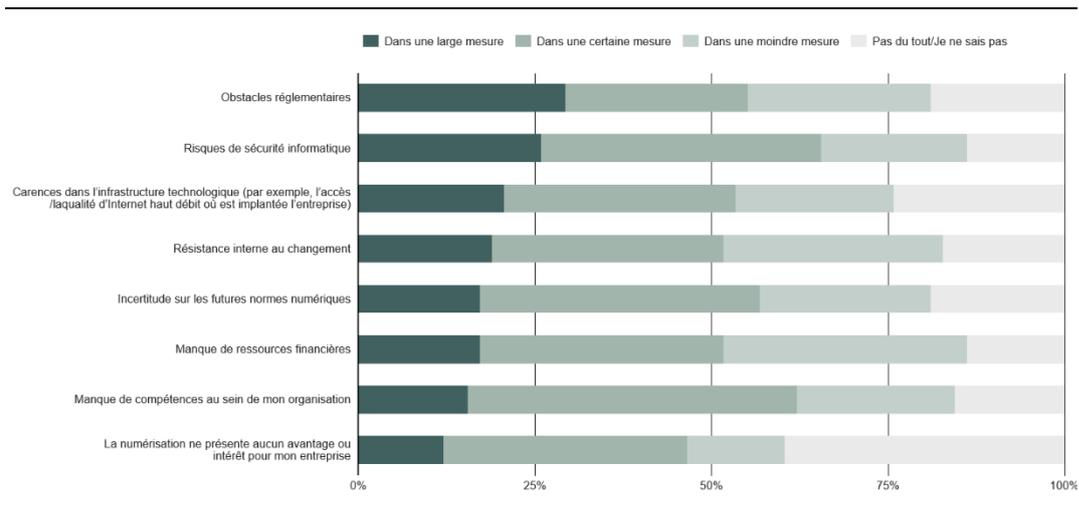
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure pensez-vous qu'une utilisation accrue des outils numériques aiderait votre entreprise à exporter davantage vers le Marché unique ? », n=351 (293 PME exportatrices et 58 PME exportatrices potentielles).

Figure 24 : L'expérience des PME sur la pertinence de la réglementation de l'UE à répondre à leurs besoins spécifiques



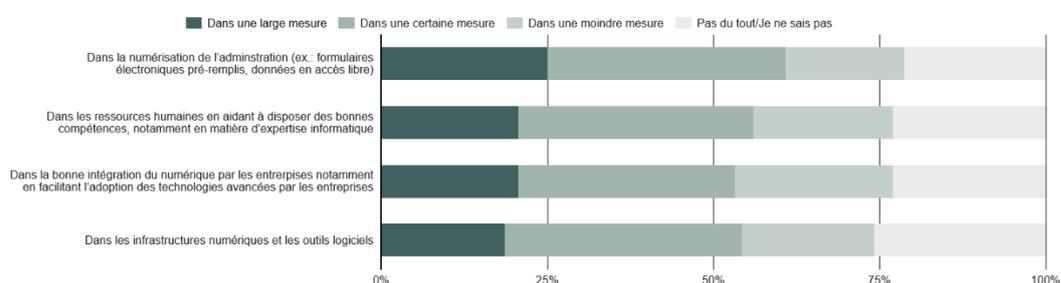
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les facteurs suivants empêchent-ils votre entreprise d'adopter davantage d'outils numériques ? », n=291.

Figure 25 : Les facteurs entravant l'adoption de davantage d'outils numériques, du point de vue des PME exportatrices potentielles



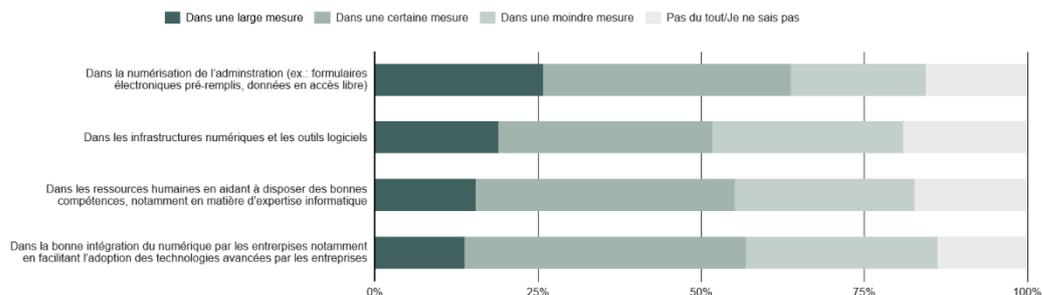
Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Dans quelle mesure les facteurs suivants empêchent-ils votre entreprise d'adopter davantage d'outils numériques ? », n=58.

Figure 26 : Les politiques susceptibles d'aider les entreprises à devenir plus numériques, du point de vue des PME exportatrices



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Parmi les domaines suivants, dans lesquels les décideurs politiques peuvent-ils aider votre entreprise à devenir plus numérique ? », n=291.

Figure 27 : Les politiques susceptibles d'aider les entreprises à devenir plus numériques, du point de vue des PME exportatrices potentielles



Source : Implement Economics d'après une enquête réalisée auprès de 386 PME françaises.
 Remarque : Réponse à la question : « Parmi les domaines suivants, dans lesquels les décideurs politiques peuvent-ils aider votre entreprise à devenir plus numérique ? », n=58.

Notes

- ¹ Implement Economics (2023). *Le Marché unique, un tremplin vers la croissance et la compétitivité des PME* ».
- ² Commission européenne (2023). *Compétitivité de l'UE au-delà de 2030 : se tourner vers l'avenir à l'occasion du 30e anniversaire du Marché unique*.
- ³ Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères en France (2023) - *Osez l'export ! Le monde comme horizon*.
- ⁴ Eurostat (2023). *Commerce par activité de la NACE Rév. 2 et classe de taille d'entreprise [EXT_TEC01]*. Remarque : les données ne sont disponibles que pour les exportations intra-UE. Le calcul ne tient donc pas compte des exportations vers la Norvège, le Liechtenstein et l'Islande.
- ⁵ <https://implementconsultinggroup.com/article/a-reboot-of-the-single-market>.
- ⁶ LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States (Le Marché unique de l'UE : impact sur les États membres)*. Les résultats de l'estimation quantifient la mesure selon laquelle les niveaux des variables de résultats étaient plus élevés en 2015 qu'ils ne l'auraient été en l'absence d'une intégration accrue du Marché unique.
- ⁷ Commission européenne (2020). *Un Marché unique qui œuvre en faveur des entreprises et des consommateurs*.
- ⁸ Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture (2020). *Plan national intégré énergie-climat de la France*.
- ⁹ OCDE (2022). *Commerce de biens et de services*.
- ¹⁰ Voir <https://www.epcsummit2023.md/president-maia-sandus-message-regards-organisation-epc-summit>.
- ¹¹ LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States (Le Marché unique de l'UE : impact sur les États membres)*.
- ¹² En France, 10 % des emplois dépendent des exportations intra-UE (Commission européenne (2018)). *EU export to the EU: Effects on employment and income (Exportation de l'UE vers l'UE : conséquences sur l'emploi et les revenus)* et 12 % dépendent des exportations extracommunautaires (Commission européenne (2021)) : *EU exports to the world: effects on employment (Exportations de l'UE vers le monde : conséquences sur l'emploi)*, d'après les dernières publications.
- ¹³ Commission européenne (2018). *EU export to the EU: Effects on employment and income (Exportations de l'UE vers l'UE : répercussions sur l'emploi et les revenus)*. En utilisant ici la part des emplois représentée par les exportations intra-UE, car il n'existe pas d'estimation pour le Marché unique.
- ¹⁴ OCDE (2023). *X - CCE par pays partenaire et classe de taille [TEC3_REV4]*.
- ¹⁵ OCDE (2023). *Statistiques d'IDE par zone de contrepartie et par activité économique - Synthèse [BMD4]*.
- ¹⁶ Eurostat (2023). *Population au 1er janvier par classe d'âge, sexe et pays de naissance [MIGR_POP3CTB]* et Eurostat (2023). *Citoyens de l'UE et de l'AELE ayant leur résidence habituelle dans un autre pays de l'UE / AELE au 1er janvier [MIGR_POP9CTZ]*. Aucun point de données n'existe pour Malte, Chypre et l'Estonie dans la dernière source, ce qui signifie que les Espagnols vivant dans ces pays ne sont pas comptabilisés.
- ¹⁷ Les sources de l'infographie sont les suivantes : Avantages globaux : LE Europe (2017). *The EU Single Market - Impact on Member States (Le Marché unique de l'UE - Impact sur les États membres)*, Commerce : Eurostat [TEC3_REV4], [LFSI_EMP_A] et WKO (2023). *30th Anniversary of the Single Market – An unfinished milestone of integration (30e anniversaire du Marché unique - Une étape inachevée de l'intégration)*, Investissement : Eurostat [FATS_OUT2_R2], [FATS_G1A_08], OCDE [Statistiques sur les IDE selon la définition de référence 4e édition (BMD4)] et enfin Mobilité : Eurostat [MIGR_POP3CTB], [MIGR_POP9CTZ]. Remarque : les emplois liés aux exportations intra-UE sont estimés en utilisant les données sur les exportations vers le Marché unique de WKO (2023) et l'hypothèse utilisée dans WKO (2023) selon laquelle chaque milliard exporté garantit environ 10 000 emplois.
- ¹⁸ Commission européenne (2023). 2023 SME country fact sheet (Fiche pays sur les PME 2023).
- ¹⁹ Commission européenne (2023). 2023 SME country fact sheet (Fiche pays sur les PME 2023).
- ²⁰ Commission européenne (2022). *Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (Marché intérieur, industrie, entrepreneuriat et PME)*.
- ²¹ OMC (2016). *Levelling the Trading Field for SMEs (Mettre les PME sur un pied d'égalité avec les autres acteurs du marché)*.
- ²² USITC (2019). *U.S. SME Exports: Trade-related Barriers Affecting Exports of U.S Small and Medium-sized Enterprises to the United Kingdom (Exportations des PME américaines : obstacles liés au commerce affectant les exportations des petites et moyennes entreprises américaines vers le Royaume-Uni)*.
- ²³ HBS (2018). *25 Years of the European Single Market (Le Marché unique européen fête ses 25 ans)*.
- ²⁴ Eurostat (2023). *Commerce par activité de la NACE Rév. 2 et classe de taille d'entreprise [EXT_TEC01]*. Remarque : les données ne sont disponibles que pour les exportations intra-UE. Le calcul ne tient donc pas compte des exportations vers la Norvège, le Liechtenstein et l'Islande.
- ²⁵ BEUC (2022). *Making the most of EU Advance Purchases of Medicines (Tirer le meilleur parti des achats anticipés de médicaments dans l'UE)*.

-
- ²⁶ Commission européenne (2022). *Questions et réponses sur les négociations concernant les vaccins*.
- ²⁷ Commission européenne (2022). *Safe COVID-19 Vaccines for Europeans (Des vaccins contre la COVID-19 sans danger pour les Européens)*.
- ²⁸ Conseil européen (2022). *Le point sur les sanctions de l'UE contre la Russie*.
- ²⁹ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World (L'effet Bruxelles : dans quelle mesure l'Union européenne dirige le monde)* (p. 71). Oxford Academic.
- ³⁰ Commission européenne (2022a). *Negotiations and Agreements (Négociations et accords)*.
- ³¹ OMC (2022). *Base de données des accords commerciaux régionaux*.
- ³² Commission européenne (2022). *Accords commerciaux de l'Union européenne : répondre aux besoins des entreprises européennes*.
- ³³ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World (L'effet Bruxelles : dans quelle mesure l'Union européenne dirige le monde)* (p. 23). Oxford Academic.
- ³⁴ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World (L'effet Bruxelles : dans quelle mesure l'Union européenne dirige le monde)* (p. 63). Oxford Academic.
- ³⁵ Commission européenne (2021). *Strategic Dependencies and Capacities (Dépendances et capacités stratégiques)*.
- ³⁶ Les catégories de réponses utilisées dans cette enquête proviennent d'une enquête commandée par Business Finland et menée par Implement Consulting Group, voir Implement Consulting Group (2022). *Impact study on economic growth (Étude d'impact sur la croissance économique)*.
- ³⁷ Les catégories de réponses utilisées dans les questions de cette enquête sont basées sur l'enquête auprès des entreprises d'Eurochambres (2020). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions (L'état du Marché unique : obstacles et solutions)*.
- ³⁸ Implement Consulting Group (2022). *Digital Decarbonisation – How the Digital Sector is Supporting Climate Action (Décarbonation numérique - Dans quelle mesure le secteur numérique soutient l'action en faveur du climat)*.
- ³⁹ Commission européenne (2021). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 – France (Indice de l'économie et de la société numériques (DESI) 2020 - France)* et Commission européenne (2023). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2022 – France (Indice de l'économie et de la société numériques (DESI) 2022 - France)*.
- ⁴⁰ Commission européenne (2022). *SME Performance Review 2021 – Graphs France (Examen des performances des PME 2021 - Graphiques France)*, Eurostat (2023). *Digital intensity by size class of enterprise (Intensité numérique par classe de taille d'entreprise) [ISOC_E_DII]*.
- ⁴¹ Commission européenne (2023). *Compétitivité de l'UE au-delà de 2030 : se tourner vers l'avenir à l'occasion du 30e anniversaire du Marché unique*.
- ⁴² Eurochambres (2019). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions (L'état du Marché unique : obstacles et solutions)*.
- ⁴³ Commission européenne (2020). *Single Market Scoreboard (Tableau de bord du Marché unique)*.
- ⁴⁴ Le principe du pays d'origine stipule que, lorsqu'une action ou un service est effectué dans un pays mais reçu dans un autre, la loi applicable est celle du pays où l'action ou le service est effectué. Le renforcement de ce principe garantit un régime réglementaire qui, soit assure une harmonisation totale du droit, soit applique efficacement les principes du pays d'origine sur la base d'une culture de la confiance entre les États membres et leurs administrations. Cela est nécessaire pour remédier à l'excès de mise en œuvre et à la sur-réglementation. Il convient que les autorités nationales respectent pleinement le principe de la reconnaissance mutuelle et cessent de restreindre l'accès au marché en vertu de règles nationales. Le respect de ce principe est important pour assurer la libre circulation des personnes et ouvrira la voie à une mise en œuvre complète de la Directive Services.
- ⁴⁵ De Streel et al. (2020). *The E-commerce Directive as the Cornerstone of the Internal Market, requested by the IMCO Committee (La directive sur le commerce électronique, pierre angulaire du marché intérieur, à la demande de la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs (IMCO))*.
- ⁴⁶ Commission européenne (2020). *Shaping the digital transformation in Europe (Façonner la transformation numérique en Europe)*.
- ⁴⁷ Implement Consulting Group (2022). *Digital Decarbonisation – How the Digital Sector is Supporting Climate Action (Décarbonation numérique - Dans quelle mesure le secteur numérique soutient-il l'action en faveur du climat ?)*, à la demande de Google.
- ⁴⁸ Voir EUR-Lex (2018). *Règlement (UE) 2018/1807 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 établissant un cadre applicable au libre flux des données à caractère non personnel dans l'Union européenne*.
- ⁴⁹ Kommerskollegium (2021). *Främja Dataöverföring och Datadelning genom ett Nytt Dataflödestest*.
- ⁵⁰ Service de recherche du Parlement européen (2014). *The Cost of Non-Europe in the Single Market (Le coût de la non-Europe dans le Marché unique)*.
- ⁵¹ Commission européenne (2020). *Un Marché unique qui œuvre en faveur des entreprises et des consommateurs*.

-
- ⁵² Les calculs sont basés sur la Commission européenne (2020). *Un Marché unique qui œuvre en faveur des entreprises et des consommateurs*. Nous avons appliqué la part de la France du total des échanges intra-UE pour obtenir une estimation au niveau national du potentiel de croissance des échanges de biens et de services en France, d'après Eurostat (2023). *Commerce par activité de la NACE Rév. 2 et classe de taille d'entreprise [EXT_TEC01]*.
- ⁵³ Calculs d'Implement Economics d'après LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States (Le Marché unique européen : impact sur les États membres)*, Commission européenne (2020). *Un Marché unique qui œuvre en faveur des entreprises et des consommateurs*, et Eurostat (2023). *Commerce par activité de la NACE Rév. 2 et classe de taille d'entreprise [EXT_TEC01]*.
- ⁵⁴ Commission européenne (2021). *Better Regulation' Toolbox 2021 (Programme pour une meilleure réglementation 2021)* (Ch.1).
- ⁵⁵ De Melo, J. et J-M Solleder (2019). *The Role of an Environmental Goods Agreement in the Quest to Improve the Regime Complex for Climate Change (Le rôle d'un accord sur les biens environnementaux dans la quête d'amélioration du régime complexe pour le changement climatique)*.
- ⁵⁶ Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market (Un Marché unique vert européen)*.
- ⁵⁷ Wind Europe (2022). *WindEurope Panel at COP27: Permitting, Permitting, Permitting (Panel WindEurope à la COP27 : rien ne peut avancer sans autorisation)*.
- ⁵⁸ Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market (Un Marché unique vert européen)*.
- ⁵⁹ Implement Consulting Group (2024). *Extended Producer Responsibility in the EU (La responsabilité élargie des producteurs dans l'UE)*.
- ⁶⁰ Commission européenne (2017). *Modernisation de la TVA dans le cadre du commerce électronique : questions et réponses*.
- ⁶¹ Commission européenne (2022). *La TVA à l'ère du numérique : Rapport final, volume 3 : Single Place of VAT Registration and Import One-Stop Shop (Lieu unique d'immatriculation à la TVA et guichet unique pour les importations)* (p. 41).
- ⁶² VVA (2018). *Study for the Introduction of an E-Labeling Scheme in Europe (Étude pour l'introduction d'un système d'étiquetage électronique en Europe)*. DigitalEurope.
- ⁶³ Commission européenne (2021). *Substances chimiques – simplification et numérisation des exigences en matière d'étiquetage*.

Qui sommes-nous?

Implement Economics est l'unité d'experts en économie d'Implement Consulting Group. Nos experts conseillent les décideurs des entreprises et des gouvernements dans les domaines de la réglementation, du commerce, de la numérisation, de la décarbonation et de la mondialisation.

L'équipe a mené plusieurs études sur le Marché unique et a remis une série de travaux à la Commission européenne et aux gouvernements d'Europe, d'Asie et des Amériques.

L'équipe fait appel à la modélisation économique, à l'analyse des données et à l'économétrie pour résoudre des problématiques qui en valent la peine.

Basé à Copenhague et disposant de bureaux à Aarhus, Stockholm, Malmö, Göteborg, Oslo, Zurich, Munich, Hambourg et Raleigh (NC), Implement Consulting Group emploie plus de 1 000 consultants qui travaillent pour des clients multinationaux sur des projets dans le monde entier.

Contact

Eva Rytter Sunesen
+45 2333 1833
evar@implement.dk

Nikolaj Tranholm-Mikkelsen
+45 5221 6461
nitm@implement.dk