

EUROPA NECESITA UN MERCADO ÚNICO DIGITAL

POR ÍÑIGO MÉNDEZ DE VIGO Y ALEXANDER STUBB

«La creación de un mercado único digital es vital para el crecimiento y el empleo en la UE. Se estima que tiene un potencial que podría superar el 4% del PIB de la UE en el año 2020»

El Consejo europeo que comienza hoy debería sentar las bases de la recuperación económica de Europa. Existe un amplio consenso sobre los tres pilares en que los que se deben de apoyar las políticas de actuación de la Unión Europea: estabilidad, crecimiento y competitividad. Los gobiernos europeos no sólo tienen que equilibrar sus finanzas de manera sostenible sino que también han de aumentar su competitividad y hallar nuevas fórmulas de crecimiento. Aunque cada Estado miembro debe hacer las necesarias reformas internas también hay mucho que hacer a nivel europeo.

En los años noventa, gracias al establecimiento de un estándar común para la red GSM, la UE se encontraba en el campo de las telecomunicaciones diez años por delante de los americanos. Durante la gran revolución de la telefonía móvil las empresas europeas lideraron el mercado mundial. Sin embargo, el mundo ha avanzado en otras direcciones y ahora el motor de la sociedad digital se encuentra en los contenidos de internet, los servicios y las aplicaciones electrónicas. Ahora las tornas han cambiado y son los Estados Unidos quienes se encuentran diez años por delante de nosotros.

Y es que en este campo la innovación juega un papel esencial. A nuestro juicio, la razón fundamental del atraso europeo radica en que Europa carece de un mercado único digital. En la UE conviven veintisiete mercados digitales diferentes y la mayor parte de la actividad *online* no traspasa las fronteras nacionales.

La creación de un mercado único digital es vital para el crecimiento y el empleo en la UE. Se estima que tiene un potencial que podría superar el 4% del PIB de la UE en el año 2020, lo que representaría aproximadamente unos 500.000 millones de euros.

Por ello, hay que hacer un gran esfuerzo a nivel europeo para erradicar los obstáculos que entorpecen el comercio transfronterizo. Las empresas europeas que pretenden vender servicios digitales más allá de sus fronteras, ya sean juegos, contenidos o aplicaciones, se enfrentan siempre a un exceso de burocracia. Tienen que lidiar con complejas normas de derechos de autor, leyes fiscales, y estructuras que requieren armarse de una legión de abogados y consultores. Un buen ejemplo de cuanto decimos es el servicio de reproducción de música «Spotify» que, cuatro años después de su lanzamiento en la UE, tan

sólo está disponible en diez Estados miembros. Estas trabas aún son mayores para las pequeñas y medianas empresas.

Igualmente, es necesario modernizar el régimen europeo de derechos de autor y desarrollar un amplio mercado de licencias transfronterizas a través de soluciones pragmáticas que eliminen los obstáculos del mercado. Tales esfuerzos deberían incluir proyectos piloto como el establecimiento de un sistema europeo compatible de derechos de autor.

Dado que aún no se dan las condiciones para disponer de un verdadero régimen de derechos de autor de la UE, el mercado interior debería desarrollarse apoyándose en mecanismos alternativos. Para ofrecer mayor seguridad jurídica se podría recurrir a las normas sobre el derecho aplicable y el reconocimiento mutuo. A largo plazo, el objetivo no es otro que la armonización de los derechos de autor.

Otra traba fundamental es la distinta fiscalidad que en cada Estado miembro se impone por copia privada (recargos especiales en la compra de medios de grabación). Esta es la principal causa de fragmentación del mercado de productos y servicios digitales. Además, los sistemas impositivos sobre copias privadas influyen negativamente en la evolución del mercado de licencias.

La legislación actual de la UE considera la fiscalidad sobre copias privadas basada en los dispositivos como una estructura transitoria que se estableció en su día para un entorno analógico. Ha llegado el momento de analizar seriamente si no la deberíamos sustituir, por ejemplo, mediante el uso de licencias. La normativa de la UE debería ser más acorde a un entorno digital.

Por todo ello proponemos que las conclusiones del Consejo Europeo que comienza hoy incluyan el objetivo del establecimiento de un mercado único digital para el año 2015. Dicho mercado debería apoyarse en medidas destinadas a desarrollar aún más el comercio transfronterizo *online*, facilitando la facturación electrónica y promoviendo el uso transfronterizo de la identificación electrónica. También es necesario impulsar la demanda de Internet de alta velocidad, modernizar el régimen europeo de derechos de autor y facilitar las licencias, sin obviar por ello la diversidad cultural y dotando a su vez de un alto nivel de protección a los derechos de propiedad intelectual. El desarrollo y la puesta en marcha de estos objetivos constituye, en nuestra opinión, el camino a seguir para dinamizar la economía europea y la apuesta más segura para ganar la batalla de la innovación.

ÍÑIGO MÉNDEZ DE VIGO Y ALEXANDER STUBB,
SECRETARIO DE ESTADO PARA LA UNIÓN EUROPEA Y
MINISTRO DE ASUNTOS EUROPEOS Y COMERCIO
EXTERIOR DE FINLANDIA, RESPECTIVAMENTE