Digital Markets Act (DMA) — règlement (UE) 2022/1925

Mise à jour le 29/10/2026

1. Un règlement applicable, pas une proposition

Le Digital Markets Act est le règlement (UE) 2022/1925. Entré en vigueur le 1er novembre 2022, il est applicable depuis le 2 mai 2023. La Commission européenne désigne les entreprises exerçant une fonction de « contrôleur d'accès » (gatekeeper) pour des services de plateforme essentiels.

Il complète le droit de la concurrence de l'Union sans le remplacer. Ses obligations ne pèsent pas indistinctement sur toute PME exploitant un site internet.

2. À qui s'applique le DMA ?

Sont concernés les contrôleurs d'accès désignés par la Commission à l'issue de la procédure prévue par le règlement. Les critères portent notamment sur l'impact sur le marché intérieur, le rôle de passerelle entre entreprises utilisatrices et utilisateurs finaux et l'ancrage durable de cette position.

Les services essentiels peuvent comprendre les moteurs de recherche, réseaux sociaux, boutiques d'applications, systèmes d'exploitation et autres services listés dans le texte.

3. Obligations et interdictions principales

- Ne pas traiter de manière déloyale les entreprises utilisatrices ou favoriser indûment les propres produits du contrôleur d'accès dans les cas interdits.
- Garantir des possibilités de désinstallation, de changement de fournisseur, d'accès ou d'interopérabilité lorsque les articles concernés l'imposent.
- Respecter les règles encadrant le croisement des données personnelles entre services et la liberté de choix des utilisateurs.
- Prévoir des conditions d'accès aux données et aux outils nécessaires aux entreprises utilisatrices dans le cadre du règlement.

4. Contrôles et sanctions

La Commission européenne est l'autorité chargée de la mise en œuvre et de l'application du DMA. Des amendes pouvant aller jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires mondial total peuvent être prononcées ; en cas de récidive visée par le texte, le plafond peut atteindre 20 %.

Les mesures correctives et l'ouverture d'enquêtes dépendent du constat des manquements. Éviter de présenter toute décision ou sanction contre une plateforme comme une sanction « automatique ».

5. Cas pédagogique : application mobile

Une société commercialise une application via une boutique d'applications tenue par un contrôleur d'accès. Analyser les conditions de référencement, les restrictions relatives au paiement externe, la transparence des données et les règles d'orientation des clients, en identifiant les obligations DMA réellement applicables.

Distinguer DMA (marchés numériques), DSA (contenus et risques des services numériques), RGPD (données personnelles) et droit classique de la concurrence.

Sources institutionnelles

https://digital-markets-act.ec.europa.eu/about-dma_en

https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1925/oj