Google s'engage à rendre plus transparentes et plus prévisibles pour les annonceurs les règles appliquées par son service de publicité en ligne AdWords

Publié le 28 octobre 2010

Saisie d'une plainte de la société Navx, qui dénonçait des pratiques discriminatoires, l'Autorité de la concurrence a prononcé le 30 juin des mesures d'urgence à l'encontre de Google

La société Navx, qui commercialise uniquement par le biais d'Internet des bases de données de localisation des radars fixes et mobiles, utilisait le service de publicité en ligne de Google AdWords pour apparaître au travers de liens commerciaux adjacents aux résultats du moteur de recherche. Mais en novembre 2009, le compte AdWords de Navx a été suspendu par Google pour violation de sa politique en matière de dispositifs de contournement des contrôles routiers en France qui avait été modifiée dans un sens plus restrictif. Navx dénonçait cette rupture brutale de son contrat et un traitement discriminatoire à son égard.

Dans sa décision de mesures conservatoires (voir la décision 10-MC-01 et le communiqué de presse), l'Autorité avait reconnu que Google était, en principe, libre de définir sa politique de contenus AdWords, mais relevait qu'à ce stade de l'instruction, celle-ci avait, en pratique, été mise en œuvre dans des conditions non objectives, non transparentes et discriminatoires, au détriment des fournisseurs de bases de données radars et particulièrement de la société Navx.

Dans l'attente de sa décision au fond, elle avait donc enjoint à Google de rendre plus transparentes et prévisibles pour les annonceurs sa politique de contenus AdWords applicable aux dispositifs de contournement des contrôles routiers en France ainsi que les procédures de contrôle de cette politique. Elle avait, par ailleurs, imposé le rétablissement, dans les 5 jours, du compte AdWords de la société Navx, afin que cette dernière puisse diffuser à nouveau ses annonces publicitaires.

Dans le cadre de l'instruction au fond du dossier, Google a proposé des engagements destinés à apporter une solution durable aux difficultés concernant les dispositifs de contournement des contrôles routiers en France mises en évidence

A la suite de la décision d'urgence prononcée par l'Autorité en juin dernier, Google a rétabli le compte AdWords de la société Navx et proposé des engagements concernant le fonctionnement de son service AdWords. Ces propositions d'engagements ont été mises en ligne sur le site Internet de l'Autorité, afin de recueillir les observations des acteurs du secteur.

L'Autorité accepte et rend obligatoires les engagements de Google, qui, tels qu'améliorés par rapport aux propositions d'origine de l'entreprise, répondent aujourd'hui à ses préoccupations de concurrence

Google s'est engagée à rendre plus transparent et prévisible pour les annonceurs le fonctionnement de son service AdWords concernant les dispositifs de contournement des contrôles routiers en France :

- en spécifiant les dispositifs dont la publicité est autorisée ou interdite, s'agissant notamment des avertisseurs et des bases de données radars ;

- en précisant le champ d'application de l'interdiction et notamment, si celle-ci s'applique seulement aux contenus des annonces ou si elle s'étend aux pages de destination et de renvoi des annonceurs et à l'utilisation de mots-clés ;

- en mettant en place une procédure d'information et de notification ciblée des modifications de la politique de contenus AdWords (les changements plus restrictifs devant être annoncés en respectant un préavis de trois mois, sauf exceptions précisées par les engagements) ;

- en précisant la procédure pouvant mener à la suspension du compte de l'annonceur en cas de violation de la politique de contenus AdWords. Sauf exceptions, cette procédure prévoit au moins deux étapes, dont l'envoi d'un dernier avertissement formel informant l'annonceur de la violation qui lui est reprochée et du risque de suspension de son compte.

Pris pour une durée de trois ans, les engagements proposés offrent aux annonceurs concernés les garanties qui, selon l'analyse préléminaire de l'Autorité, faisaient défaut dans la mise en œuvre de la politique de contenus d'AdWords relative aux dispositifs de contrournement des contrôles routiers, tout en préservant la liberté de Google de définir sa politique de contenus.

L'Autorité les a donc rendus obligatoires à l'égard de Google, qui devra les respecter sous peine de sanctions, et a décidé de clore la procédure ouverte devant elle.

L'Autorité prend acte de la volonté de Google d'appliquer en principe les améliorations et clarifications ci-dessus à l'ensemble de ses politiques de contenus AdWords

Au-delà des engagements proposés pour clarifier, en France, sa politique de contenus en matière de dispositifs de contournement des contrôles routiers,

Google a indiqué à l'Autorité qu'en pratique, elle appliquera à tous les contenus admis sur le service AdWords (c'est-à-dire à tous les annonceurs utilisant le service AdWords) et dans tous les pays concernés par ce service, le principe des améliorations et clarifications apportées en application des engagements acceptés. L'Autorité de la concurrence prend acte de la volonté de Google d'apporter davantage de transparence et de prévisibilité aux annonceurs au-delà du cas individuel qui lui a été soumis : il s'agit d'un pas important vers un cadre plus transparent au niveau mondial.

DÉCISION 10-D-30 DU 28 OCTOBRE 2010

relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité sur Internet

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail