Autorité
de la concurrence

DROITS VOISINS

Google accepte un cadre de négociation avec les éditeurs et agences de presse

21 juin 2022

Proposition de loi sur les droits voisins

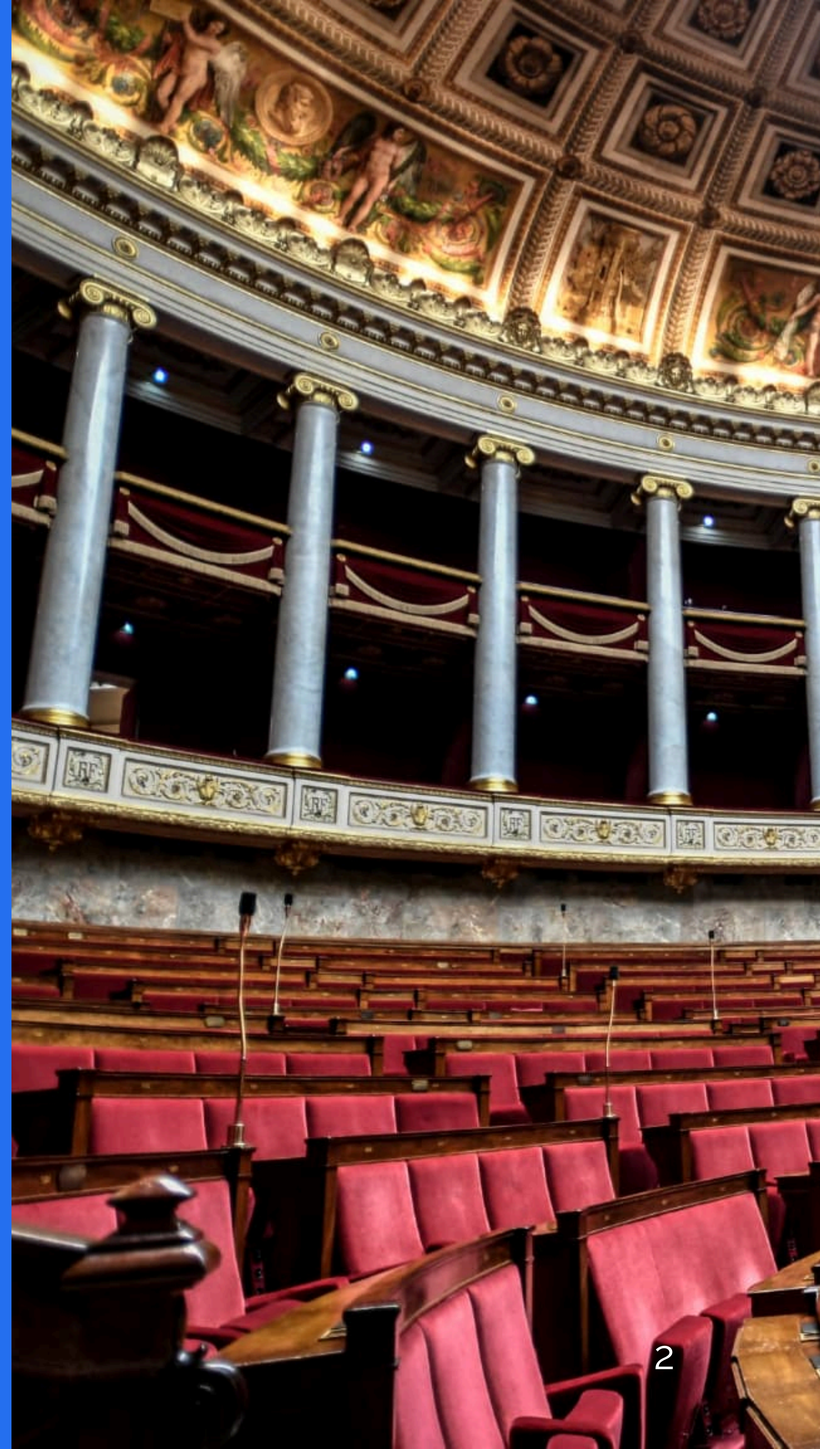
ASSEMBLÉE NATIONALE, 4 AVRIL 2018, exposé des motifs

”

La diffusion numérique de la presse a permis d'élargir son lectorat de façon spectaculaire. Elle augmente encore l'accessibilité du plus grand nombre à la connaissance et à l'information. Cette évolution technologique donne de nouveaux moyens à chacun d'exercer sa citoyenneté en esprit libre et éclairé.

Mais elle ne peut constituer de véritable progrès démocratique durable que si elle respecte l'indépendance et le pluralisme de la presse et garantit un journalisme de qualité.

Or, en l'absence de reconnaissance d'un principe de propriété des productions issues de leur travail, les éditeurs et les agences de presse ne peuvent aujourd'hui concéder des licences relatives à l'utilisation en ligne de leurs publications et ainsi amortir leurs investissements numériques.



Rappel des précédentes étapes

JUILLET 2019

Transposition de la directive sur le droit d'auteur et les droits voisins avec l'adoption de la loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences et des éditeurs de presse.

NOVEMBRE 2019

L'Autorité est saisie de plusieurs plaintes de la part notamment du Syndicat des éditeurs de la presse magazine, de l'Alliance de la presse d'information générale et de l'Agence France Presse à l'encontre de Google.

AVRIL 2020

L'Autorité prononce des injonctions dans le cadre des mesures d'urgence à l'encontre de Google.

JUILLET 2021

L'Autorité sanctionne Google à hauteur de 500 millions d'euros pour le non-respect de ces injonctions et prononce des astreintes et poursuit l'instruction au fond.

DÉCEMBRE 2021

Google propose une première version d'engagements, qui ont été soumis à un test de marché.

AVRIL 2022

Séance devant le collège / discussion avec Google pour améliorer ces engagement (4 versions successives).

MAI 2022

Offre finale substantiellement améliorée.

Rappel des pratiques dénoncées

Le prononcé des injonctions (mesures d'urgence)

L'Autorité a constaté le 9 avril 2020 (Décision 20-MC-01) que Google est susceptible d'avoir abusé de sa position dominante en imposant des conditions de transaction inéquitables aux éditeurs et agences de presse pour la reprise de leurs contenus de presse sur ses services.

Ces pratiques ont causé une atteinte grave et immédiate au secteur de la presse. L'Autorité a prononcé, à titre conservatoire, des injonctions en vue d'enjoindre Google à négocier de bonne foi avec les éditeurs et agences de presse.

→ **Google devait conduire les négociations dans un délai de 3 mois à partir de la demande d'ouverture de négociation émanant d'un éditeur de presse ou d'une agence de presse**

- Cette injonction impose que les négociations aboutissent effectivement à une proposition de rémunération de la part de Google
- Cette négociation devra aussi couvrir, de façon rétroactive, la période commençant dès l'entrée en vigueur de la loi sur les droits voisins, soit le 24 octobre 2019

→ **Ni l'indexation, ni le classement, ni la présentation des contenus protégés repris par Google sur ses services ne devaient en particulier être affectés par les négociations**

Rappel des pratiques dénoncées

Le non-respect des injonctions

Le 12 juillet 2021, l'Autorité a constaté (décision 21-D-17) que Google avait été en mesure de faire échec aux négociations avec les éditeurs et agences de presse et n'avait pas respecté les mesures d'urgence prononcées à son encontre en avril 2020.

Dans le cadre, une sanction de 500 millions d'euros a été prononcée.

→ **Orientation systématique des négociations vers la conclusion d'un contrat de licence global, dont l'objet portait principalement sur un nouveau service, « Showcase »**
- les éditeurs et agences de presse ont été privés de leur capacité de négocier une rémunération spécifique pour les utilisations actuelles de leurs contenus protégés

→ **Réduction significative du champ d'application de la Loi sur les droits voisins**
- refus de négocier avec les éditeurs de presse ne disposant pas d'une certification « Information Politique et Générale » (ou « IPG »)
- refus du principe d'une rémunération des agence de presse pour la reprise de leurs contenus

→ **Conception excessivement restrictive de la notion de revenus tirés de l'affichage de contenus de presse**
- prise en compte uniquement des revenus publicitaires issus de la consultation des pages de Google Search, à l'exclusion de ceux tirés d'autres services
- refus de prendre en compte les revenus dits indirects résultant de l'attractivité apportée à Google par l'affichage de contenus protégés

Les préoccupations de concurrence

1

Google pourrait avoir imposé aux éditeurs et agences de presse des **conditions de transaction inéquitables**, constitutives d'un abus de position dominante au sens du droit de la concurrence de l'Union européenne (article 102 a) du TFUE), en refusant de négocier et de rémunérer l'affichage de contenus de presse protégés sur les services existants de Google au titre des droits voisins.

2

En imposant une rémunération nulle pour tous les éditeurs et agences de presse lors de l'entrée en vigueur de la Loi sur les droits voisins, indépendamment d'un examen de leurs situations respectives, Google est susceptible d'avoir traité de façon identique des acteurs économiques placés dans des situations différentes en-dehors de toute justification objective, et, partant, d'avoir mis en œuvre une **pratique discriminatoire**, constitutive d'un abus de position dominante au sens des articles L. 420-2 du code de commerce et 102 c) du TFUE.

3

Google pourrait avoir abusé de sa position dominante pour **contourner la loi sur les droits voisins**, notamment en utilisant la possibilité laissée aux éditeurs et agences de presse de consentir des licences gratuites pour imposer systématiquement un principe de non-rémunération pour l'affichage des contenus protégés sur ses services, sans aucune possibilité de négociation et en refusant de communiquer les informations nécessaires à la détermination de la rémunération.

Les engagements de Google 1/3

Champ d'application

→ Extension du champ d'application des engagements **à tous les éditeurs** visés par l'article L. 218-1 du code de propriété intellectuelle (« CPI »), qu'ils disposent ou non d'une certification IPG.

→ **Reconnaissance** de manière non équivoque **de la titularité de droits voisins aux agences de presse** dont les contenus sont intégrés dans des publications d'éditeurs tiers.

→ **Les éditeurs et agences de presse qui ont déjà conclu un accord ou sont en cours de négociation pourront bénéficier des dispositions des engagements**, sans frais de résiliation ou d'amendement éventuels de leur accord.

Négociation de bonne foi

Google s'engage à négocier de bonne foi, avec les agences et éditeurs de presse qui en feraient la demande, la rémunération due pour toute reprise de contenus protégés sur ses services, conformément aux modalités prévues par l'article L.218-4 du CPI et selon des **critères transparents, objectifs et non discriminatoires.**

Google s'engage expressément à mener des **négociations distinctes et indépendantes**, d'une part, sur le service Showcase ou tout autre nouveau service de Google et, d'autre part, sur les utilisations existantes de contenus protégés.

Les engagements de Google 2/3

Transmission des informations prévues à l'article 218-4 du CPI

Google s'engage à communiquer aux éditeurs de presse et agences de presse les informations permettant une **évaluation transparente de ses revenus directs et indirects** liés à l'affichage de leurs contenus protégés.

Les engagements prévoient :

- → Un **socle d'informations minimales** transmis systématiquement dans un délai de 10 jours ouvrés en cas de négociations individuelles et de 15 jours ouvrés en cas de négociations collectives
- → Des **informations complémentaires demandées par les éditeurs et agences de presse** et communiquées, dans un délai de 15 jours ouvrés, sous le contrôle d'un mandataire indépendant. Le mandataire pourra émettre un avis, contraignant pour Google, sur la faisabilité technique ou la pertinence de ces demandes. Il prévoira le cas échéant des mesures destinées à préserver leur confidentialité
- → Une **mise à jour annuelle** du socle d'informations minimales

Ce socle inclut notamment le nombre d'impressions et taux de clics du contenu protégé sur Google Search, Google Actualités et Google Discover, des données relatives aux revenus de Google en France directs, indirects et en tant qu'intermédiaire de la publicité en ligne.

Les données les plus sensibles (comme les revenus publicitaires Search ads et Display ads de Google en France) ne seront partagées qu'avec le mandataire et ses experts.

Les engagements de Google 3/3

Neutralité des négociations

Google s'engage à prendre les mesures nécessaires pour que les négociations n'affectent pas :

→ L'indexation, le classement et la présentation des contenus protégés

→ Les autres relations économiques qui existeraient entre Google et les éditeurs de presse et agences de presse

Procédure d'arbitrage en cas de difficultés

Google s'engage, dans les trois mois suivant le début des négociations, à faire une proposition de rémunération.

A l'issue de cette période de négociation, si aucun accord n'est trouvé, les parties négociantes auront la possibilité de saisir un tribunal arbitral chargé de déterminer le montant de la rémunération.

Les honoraires des arbitres seront pris en charge par Google si les éditeurs et agences de presse en expriment la demande.

Suivi des engagements par un mandataire indépendant agréé

Un mandataire indépendant agréé par l'Autorité

- S'assurera de la mise en œuvre des engagements pris
- supervisera le déroulement des négociations
- Jouera un rôle actif dans les règlement des éventuels points de désaccord des parties
- Adressera des rapports à l'Autorité sur la manière dont Google se conforme à ses engagements

Il pourra s'adjoindre, le cas échéant, les services d'un expert technique, financier ou spécialisé en propriété intellectuelle.

Google s'engage à se conformer aux avis et propositions du mandataire.

Google s'engage enfin à se désister de son recours contre la décision de non-respect des injonctions.

Exemples d'évolutions de la proposition d'engagements 1/2

Proposition initiale du 9 décembre 2021		Proposition finale du 9 mai 2022
• Application des engagements uniquement aux éditeurs certifiés « SPEL » (service de presse en ligne) par la CPPAP • Pas d'engagement spécifique concernant les agences de presse s'agissant de leurs contenus repris sur des sites tiers	**Périmètre des acteurs concernés**	• Application des engagements à l'ensemble des titulaires de droits voisins conformément au CPI • Reconnaissance explicite de la titularité par les agences de droits voisins sur les contenus repris à l'identique par des sites internet tiers
Les accords déjà conclus ne bénéficient pas des engagements	**Application aux accords déjà conclus**	Les éditeurs et agences de presse ayant déjà conclu un accord avec Google peuvent solliciter une révision sans frais de ce dernier afin de bénéficier des acquis des engagements

Exemples d'évolutions de la proposition d'engagements 2/2

Proposition initiale du 9 décembre 2021		Proposition finale du 9 mai 2022
Liste d'informations « socle » restreinte et non évolutive dans le temps	**Transmission d'informations**	Liste d'informations « socle » élargie, en particulier s'agissant des revenus indirects, et évolutive sur une base annuelle
Absence de caractère liant du résultat de l'arbitrage pour Google	**Mécanisme d'arbitrage**	Google est tenu par le résultat de l'arbitrage
Recours pendant devant la cour d'appel de Paris contre la décision 21-D-17	**Recours**	Désistement du recours contre la décision 21-D-17 (non-respect des injonctions)