

AFFAIRES N°19/0074F, 19/0078F ET 19/0080F – DROITS VOISINS

PROPOSITION D'ENGAGEMENTS D'ALPHABET INC, GOOGLE LLC, GOOGLE IRELAND LIMITED ET GOOGLE FRANCE

9 mai 2022

- (1) Les présents engagements sont proposés par Alphabet Inc., Google LLC, Google Ireland Limited et Google France, ou par toute filiale ou entreprise qui viendrait à leur être substituée pendant la durée des engagements (ci-après « **Google** »), sur le fondement des articles L. 464-2, I et R. 464-2 du Code de commerce.
- (2) Leur objectif est de répondre de manière pertinente, crédible et vérifiable aux préoccupations de concurrence exprimées par l'Autorité de la concurrence (l'« **Autorité** ») dans son évaluation préliminaire du 3 décembre 2021 (l'« **Evaluation préliminaire** »), rendue dans le cadre des affaires jointes n° 19/0074F, 19/0078F et 19/0080F.
- (3) Dans le respect de la décision n°20-MC-01 de l'Autorité du 9 avril 2020 (la « **Décision de mesures conservatoires** »), de l'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 8 octobre 2020, et de la décision n°21-D-17 de l'Autorité du 12 juillet 2021 (la « **Décision sur le respect des injonctions** »), les engagements proposés ci-après par Google visent à permettre à l'Autorité de mettre fin à la procédure susmentionnée par l'acceptation de ces engagements. Google s'engage à se désister de son appel en cours contre la Décision sur le respect des injonctions.

PROPOSITION D'ENGAGEMENTS DE GOOGLE

- (4) En application des articles L. 464-2, I et R. 464-2 du Code de commerce, Google s'engage à mettre en œuvre les mesures décrites dans la présente proposition d'engagements (les « **Engagements** »), qui, selon elle, constituent une réponse pertinente, crédible, proportionnée et vérifiable aux préoccupations de concurrence de l'Autorité.

1. **Engagements proposés par Google pour remédier aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité et clore la procédure au fond devant l'Autorité**

1.1 Introduction

- (5) L'objectif du présent document est d'offrir des Engagements qui auront pour effet de pérenniser et compléter les mesures conservatoires enjointes par l'Autorité dans sa Décision de mesures conservatoires, au-delà de leur durée d'application actuelle. La nomination d'un mandataire chargé de surveiller la bonne exécution des Engagements (le « **Mandataire** »), lequel pourra s'adjoindre les services d'un ou plusieurs experts (ci-après un/les « **Expert(s)** ») dans les conditions visées en *Annexe 3*, et la mise en place d'une procédure d'arbitrage pour déterminer les conditions tarifaires conformément aux modalités prévues à l'article L. 218-4 du Code de la propriété intellectuelle (« **CPI** ») en cas de désaccord persistant, permettront en outre de contribuer à atteindre l'objectif consistant à trouver des accords mutuellement acceptables et négociés de bonne foi.

1.2 Portée des Engagements

(6) Les Engagements ci-après s'appliquent à :

- (i) tout éditeur de presse au sens de l'article L. 218-1 du CPI, c'est-à-dire toute personne qui édite une publication de presse au sens de l'article L. 218-1, I du CPI ou un service de presse en ligne au sens de l'article 1, alinéa 2, de la loi n° 86-897 du 1 août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, auquel renvoie l'article L. 218-1 du CPI (ci-après une « **Publication de presse** »)

(ci-après un/des « **Éditeur(s) de presse** »),

ou

- (ii) toute agence de presse reconnue comme telle par un Arrêté publié au Journal Officiel à la suite d'un vote favorable de la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (**CPPAP**), conformément à l'article 1 de l'ordonnance n°45-2646 du 2 novembre 1945 portant réglementation des agences de presse

(ci-après une/des « **Agence(s) de presse** »),

dont l'autorisation est requise, par application de l'article L. 218-2 du CPI, avant toute reproduction ou communication au public de leur(s) contenu(s) protégé(s) (en ce compris, pour les Éditeurs de presse, les textes, photos et vidéos intégrés dans leurs Publications de presse et, pour les Agences de presse, les textes, photos et vidéos repris à l'identique par les Éditeurs de presse dans leurs Publications de Presse et ceux qu'ils mettent à la disposition du grand public, sous réserve des exceptions prévues à l'article L. 211-3-1 du CPI) (le(s) « **Contenu(s) protégé(s)** »).

- (7) En cas de désaccord entre Google et un éditeur ou une agence de presse sur la qualification d'Éditeur de presse ou d'Agence de presse, et/ou sur la question de savoir si le domaine d'un Éditeur de presse contient du Contenu protégé, Google et/ou l'éditeur ou agence de presse concerné(e) pourra/ont soumettre le désaccord au Mandataire, lequel s'adjoindra les services d'un expert en propriété intellectuelle, et émettra un avis dans un délai de dix (10) jours ouvrés à compter de sa consultation, sur la question de savoir si cet éditeur ou cette agence de presse et/ou son domaine peuvent être ainsi qualifiés (sous réserve de toute décision judiciaire ayant traité de ce point). Google s'engage à se conformer à l'avis du Mandataire. Les délais visés au Deuxième Engagement pour partager des informations, ainsi que la période de négociations de trois (3) mois visée au Quatrième Engagement, ne commenceront à courir qu'à compter du moment où le Mandataire aura déterminé si la publication de l'éditeur ou de l'agence de presse relève du champ d'application de l'article L. 218-1 du CPI et sous réserve de la réception d'une Demande Complète d'entrée en négociations telle définie au paragraphe 13 ci-après.
- (8) Les Éditeurs de presse, les Agences de presse et tout organisme de gestion collective ou association nommé(e) par les premiers afin de négocier en leur nom et pour leur compte (ci-après un/des « **Organisme(s) de gestion collective** ») sont ci-après désignés comme une/des « **Partie(s) Négociante(s)** ».
- (9) Conformément à l'article L. 211-4, V du CPI, un Contenu protégé publié après le 6 juin 2019 est protégé pendant deux ans à compter du 1er janvier de l'année civile suivant l'année de première publication de ce Contenu protégé.

Premier Engagement :

- (10) Google s'engage à négocier de bonne foi, avec les Parties Négociantes qui en feraient la demande, la rémunération due par Google à ces dernières pour toute reprise de Contenus protégés sur ses produits et services, conformément aux modalités prévues à l'article L. 218-4 du CPI et selon des critères

transparentes, objectifs et non discriminatoires. Pour toute demande de négociation effectuée avant la date d'entrée en vigueur des Engagements, ces négociations couvriront la période de reprise du Contenu protégé depuis le 24 octobre 2019 (en appliquant à cette période rétroactive la méthodologie de rémunération proposée par Google pour les Utilisations Existantes de Contenus protégés).

- (11) Sauf si les Parties Négociantes demandent le contraire, ces négociations ne porteront pas sur Google News Showcase ou d'autres nouveaux produits et services de Google qui n'existent pas à la date de leur Demande Complète d'entrée en négociations telle que définie au paragraphe 13 ci-après (les utilisations dans les produits et services objets de la négociation sont désignées ci-après par les « **Utilisations Existantes** »). Dans l'hypothèse où les négociations porteraient à la fois sur les Utilisations Existantes et sur Google Showcase et/ou de nouveaux types d'utilisations de Contenus Protégés, les négociations relatives aux Utilisations Existantes devront être conduites de manière indépendante et les Utilisations Existantes devront faire l'objet d'une rémunération distincte.
- (12) Cet Engagement impose que les négociations aboutissent effectivement à une proposition de rémunération de la part de Google. Le cas échéant, une telle proposition pourra conduire Google à proposer une rémunération nulle. L'offre de Google inclura une proposition de mise à jour du montant de la rémunération, au moins une fois par an au 1er février, sur la base des données communiquées par Google en application du Deuxième Engagement sur l'importance de son utilisation des Contenus protégés pendant l'année précédente et les revenus d'exploitation associés, ainsi qu'une régularisation finale du paiement au terme de l'accord, le cas échéant.
- (13) Toute demande d'entrée en négociations sera envoyée via le formulaire disponible en ligne à l'adresse <https://support.google.com/webmasters/answer/12272141> ou via tout autre canal de communication alternatif proposé par Google. Elle devra comprendre l'ensemble des informations listées en *Annexe 2* ainsi qu'un engagement de confidentialité signé conformément au modèle figurant en *Annexe 4*, pour être considérée comme complète (la « **Demande Complète d'entrée en négociations** »).
- (14) Ces négociations (en ce compris l'appréciation du caractère complet d'une demande d'entrée en négociations) interviendront sous la supervision d'un Mandataire, dont les missions sont décrites en *Annexe 3* ci-après.

Deuxième Engagement :

- (15) Google s'engage à communiquer aux Éditeurs de presse et Agences de presse les informations prévues à l'article L. 218-4 du CPI.
- (16) Dans un premier temps, Google s'engage à partager, avec les Parties Négociantes ayant formellement demandé à entrer en négociations, les éléments listés en *Annexe 1* dans un délai maximum de dix (10) jours ouvrés (pour les négociations individuelles) ou de quinze (15) jours ouvrés (pour les négociations avec un Organisme de gestion collective ou une association) suivant l'envoi de leur Demande Complète d'entrée en négociations.
- (17) Dans un second temps, le Mandataire, les Parties Négociantes et Google pourront s'adresser des demandes d'informations complémentaires, sur le fondement de l'article L. 218-4 du CPI. Google s'engage à communiquer les informations complémentaires sollicitées dans un délai de quinze (15) jours ouvrés à compter de la demande de la Partie Négociante ou de l'avis du Mandataire en cas de désaccord. En cas de désaccord entre Google et une Partie Négociante au sujet de la faisabilité technique ou de la pertinence de ces demandes d'informations complémentaires au regard de l'article L. 218-4 du CPI, chaque partie pourra soumettre le désaccord au Mandataire, qui pourra s'adjoindre les services d'un ou de plusieurs expert(s) et émettra un avis. Google s'engage à se conformer à l'avis du Mandataire en cas de désaccord.

- (18) Sans préjudice des données de l'*Annexe 1* qui seront communiquées aux Parties Négociantes, Google pourra demander que le Mandataire tienne compte de la confidentialité des informations complémentaires demandées. Dans une telle hypothèse, le Mandataire pourra proposer, le cas échéant :
- (i) qu'elles soient communiquées selon les modalités prévues au paragraphe 17, si les informations complémentaires demandées n'appellent pas de mesure particulière de protection ;
 - (ii) de mettre en place des procédures de confidentialité appropriées (telles qu'un accès restreint aux seuls conseils de la Partie Négociante, ou le partage d'une version expurgée des informations confidentielles), ou
 - (iii) lorsque ces données comportent des informations commerciales particulièrement sensibles ou confidentielles et sont de nature à lui permettre d'apprécier les offres de rémunération de Google dans un contexte plus global ou en lien avec les demandes d'informations complémentaires d'une Partie négociante, que celles-ci ne soient partagées qu'avec le Mandataire et les Experts. Les revenus publicitaires Search ads et Display ads de Google en France relèvent de cette catégorie.

Google s'engage à se conformer aux modalités proposées par le Mandataire.

- (19) Le Mandataire pourra proroger les délais prévus aux paragraphes 16 et 17 ci-dessus sur demande motivée.

Troisième Engagement :

- (20) Google s'engage à maintenir, durant la période définie au paragraphe 22 ci-après, les modalités d'affichage mises en place à la date de la demande d'entrée en négociations, selon les paramètres retenus par les Éditeurs de presse concernés. S'agissant des Éditeurs de presse et Agences de presse n'ayant pas accordé à Google d'autorisation de reprise de leur Contenu protégé au 24 octobre 2019 ou à une date ultérieure, mais souhaitant entrer en négociation dans le cadre des Premier et Deuxième Engagements, Google s'engage à ne pas s'opposer à l'affichage de leurs Contenus protégés au sein de ses services selon les modalités choisies par ces Éditeurs de presse et Agences de presse durant la Période de négociations.
- (21) Google se conformera aux paramètres et modalités d'affichage maximum retenus par les Éditeurs de presse pour l'affichage de leur Contenu protégé, par le biais des outils et des autres méthodes que Google met à leur disposition (par exemple, le Centre pour les éditeurs (*Publisher Center*), les données structurées).
- (22) Le présent Engagement s'applique pour la durée de la Période de négociations définie au paragraphe 23 ci-après et, le cas échéant, pour la durée de la procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération, telles que définies par le Quatrième Engagement.

Quatrième Engagement :

Offre de rémunération

- (23) Google s'engage à conduire les négociations visées par les Premier et Deuxième Engagements dans un délai de trois (3) mois à partir de la date de réception de la Demande Complète d'entrée en négociations de la Partie Négociante (la « **Période de négociations** »).
- (24) Ces négociations impliquent que Google fasse, dans un délai de trois (3) mois à partir de la réception de la Demande Complète d'entrée en négociations, une proposition de rémunération dans les

conditions visées au Premier Engagement. Cette période de négociations de trois (3) mois peut être prolongée d'un commun accord.

Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération

- (25) Dans l'hypothèse où, à l'expiration de la Période de négociations, Google et une Partie Négociante ne parviendraient pas à un accord (le « **Différend** »), chacune des parties pourra (sans que Google puisse l'imposer à la Partie Négociante), dans un délai d'un mois à compter de l'expiration de la Période de négociations (ou toute autre période plus longue convenue entre Google et la Partie Négociante), demander à un tribunal arbitral de déterminer la rémunération (la « **Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération** »), sur la base des critères visés à l'article L. 218-4 du CPI, en ce compris l'importance de l'utilisation du Contenu protégé de la Partie Négociante sur les produits et services de Google, exprimée en prix par impression, sans préjudice de la méthodologie retenue par le tribunal arbitral pour déterminer une telle rémunération (la « **Rémunération** »).
- (26) La procédure arbitrale se limitera à la détermination de la Rémunération du Contenu protégé mis à disposition du public en France par Google.
- (27) L'offre de rémunération de Google pour l'utilisation de Contenus protégés de la Partie Négociante devra être au moins égale à la Rémunération fixée par le Tribunal Arbitral.

Procédure d'arbitrage

- (28) La procédure d'arbitrage sera conduite comme suit (sauf commun accord des parties de suivre une procédure d'arbitrage différente) :
- a. A la demande de la Partie Négociante, Google prendra à sa charge les honoraires des arbitres et les coûts de la procédure d'arbitrage visée aux points b à k ci-après, à l'exclusion des frais d'avocat de la Partie Négociante (sans préjudice, s'agissant des frais d'avocat, de l'article 38 du Règlement d'arbitrage de la Chambre de commerce internationale (la « **CCI** »)).
 - b. L'arbitrage sera soumis au Règlement d'arbitrage de la CCI.
 - c. Le premier tribunal arbitral sera constitué de trois arbitres, chacun d'eux ayant de l'expérience en matière de négociation de licences de propriété intellectuelle et de droit d'auteur. Chacune des parties désignera un arbitre, et le président sera choisi par les deux arbitres désignés par les parties sur une liste de noms proposés par les parties. A défaut d'accord dans les trente (30) jours calendaires, le président sera désigné par la Cour Internationale d'Arbitrage conformément au Règlement d'arbitrage de la CCI.
 - d. La langue de l'arbitrage sera le français.
 - e. Le tribunal arbitral appliquera le droit français au Différend.
 - f. Le siège de l'arbitrage sera à Paris.
 - g. Les informations et documents échangés entre Google et la Partie Négociante et avec le Mandataire et les Experts dans le cadre des négociations seront transmis au tribunal arbitral au début de la procédure d'arbitrage, sans préjudice de la possibilité pour le tribunal arbitral de demander la communication de documents complémentaires, et notamment des informations relatives aux offres faites par Google à d'autres Parties Négociantes, en application des dispositions des articles 1467 et 1506 du Code de procédure civile.
 - h. La procédure sera une procédure accélérée de six (6) mois, sauf commun accord des parties pour proroger ce délai. Le tribunal arbitral fixera un calendrier avec les parties pour lui

permettre de parvenir à une décision dans ce délai de six (6) mois (ou tout autre délai plus long fixé d'un commun accord entre les parties). Les parties à l'arbitrage consentent à l'utilisation d'emails pour l'échange des documents.

- i. L'arbitrage sera conduit en toute confidentialité, et tant la procédure que la décision arbitrale seront confidentielles. Chacune des parties doit préserver la confidentialité de la décision arbitrale et des documents confidentiels soumis par l'autre partie au cours de la procédure d'arbitrage, à moins que ces documents ne soient utilisés dans le cadre de la procédure de réexamen de la décision du premier tribunal arbitral, ou que la divulgation soit requise par la loi ou conformément à une ordonnance d'un tribunal, d'une cour ou d'une autorité administrative.
- j. La décision du premier tribunal arbitral pourra être réexaminée *de novo*, de manière non suspensive, sur le droit et sur les faits, conformément à la procédure décrite ci-après :
 - i. Chacune des parties pourra solliciter le réexamen de la décision du premier tribunal arbitral auprès d'un second tribunal arbitral dans un délai de trente (30) jours calendaires à compter de la notification du projet de décision aux parties, et la décision du premier tribunal arbitral ne sera signée et, ne deviendra une sentence finale, que si aucune demande de réexamen n'est soumise dans le délai précité.
 - ii. Google s'engage à se conformer au projet de décision du premier tribunal arbitral jusqu'à ce que le second tribunal arbitral rende sa sentence.
 - iii. Sauf commun accord contraire des parties, le deuxième tribunal arbitral sera désigné et fonctionnera selon les mêmes règles et procédures que le premier tribunal arbitral, décrites aux points (b) à (i) ci-dessus. Aucun membre du premier tribunal arbitral ne pourra être désigné comme membre du second tribunal arbitral ni être impliqué, de quelque manière, dans la procédure de réexamen.
 - iv. Les parties conviennent que le deuxième tribunal arbitral aura toute autorité pour réexaminer les questions tranchées par le premier tribunal arbitral. Cependant, les parties peuvent convenir de limiter les questions susceptibles d'être soumises au réexamen.
 - v. Le réexamen sera considéré comme une procédure d'arbitrage distincte. Le siège de l'arbitrage se situera dans la même juridiction que celui du premier arbitrage.
 - vi. La sentence arbitrale du second tribunal arbitral sera finale, s'imposera aux parties et prévaudra sur la décision du premier tribunal arbitral.
- k. Toute règle procédurale gouvernant la procédure arbitrale et non détaillée ci-dessus sera, dans chaque cas, décidée par le tribunal arbitral, conformément aux règles procédurales applicables du tribunal arbitral concerné.

Cinquième Engagement :

- (29) Google s'engage à ce que l'existence et l'issue des négociations prévues par les Premier et Deuxième Engagements n'affectent ni l'indexation, ni le classement, ni la présentation des Contenus protégés repris par Google sur ses produits et services.
- (30) Cet Engagement ne fait pas obstacle aux améliorations et innovations des produits et services de Google, sous réserve qu'elles n'entraînent, directement ou indirectement, aucune conséquence préjudiciable aux intérêts des titulaires de droits voisins concernés par les négociations en cours avec la Partie Négociante prévues par les Premier et Deuxième Engagements, du fait ou en liaison avec ces

négociations. Cet Engagement n'empêchera pas Google, sous la supervision du Mandataire, de prendre des mesures pour cesser d'indexer, de référencer ou d'afficher le Contenu protégé des Éditeurs de presse ou des Agences de presse qui ne respectent pas les conditions ou les règles qui s'appliquent à leur participation aux produits et services de Google (par exemple, les règles relatives aux contenus pour Google Actualités, les Consignes aux webmasters de Google Search (*Google Search Webmaster Guidelines*) ou les conditions d'utilisation de Google), ou qui enfreignent un accord nécessaire à la participation au produit ou service concerné.

- (31) Le présent Engagement s'applique pour la durée de la Période de négociations et, le cas échéant, de la procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération avec la Partie Négociante concernée.

Sixième Engagement :

- (32) Google s'engage à prendre les mesures nécessaires pour que les négociations prévues par les Premier et Deuxième Engagements n'affectent pas les autres relations économiques qui existeraient entre Google et les Éditeurs de presse ou Agences de presse.
- (33) Sans préjudice de la possibilité pour Google de créer, modifier ou cesser d'offrir des produits ou services en général, cet Engagement signifie que tout montant de rémunération versé aux Parties Négociantes pour leurs droits voisins au titre des Utilisations Existantes de leurs Contenus Protégés doit être négocié par Google indépendamment de tout autre accord commercial (en ce compris Google News Showcase) entre Google et les Éditeurs de presse ou Agences de presse, que ces derniers soient ou non parties aux négociations.
- (34) Le présent Engagement s'applique pour la durée de la Période de négociations et, le cas échéant, de la procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération avec la Partie Négociante concernée.

Septième Engagement :

- (35) Les Éditeurs de presse et Agences de presse qui ont, avant la Décision d'Engagements de l'Autorité (telle que définie au paragraphe 38 ci-après), (a) déjà conclu un accord avec Google pour la rémunération des Utilisations Existantes de leurs Contenus protégés sur les produits et services de Google, ou (b) déjà reçu une telle offre, ou (c) le droit de recevoir une telle offre en vertu d'un accord-cadre conclu entre Google et une association mandatée pour négocier pour leur compte, pourront présenter une nouvelle Demande Complète d'entrée en négociations, et bénéficier des dispositions visées aux présents Engagements. La mise en œuvre du présent Engagement se fera sans frais liés à la résiliation ou à l'amendement de leur accord, le cas échéant et la rémunération convenue en vertu de leurs accords préexistants continuera de s'appliquer jusqu'à la date de cet amendement ou de cette résiliation, sans préjudice d'une réévaluation éventuelle au titre de la nouvelle offre.

2. Désignation d'un Mandataire chargé de surveiller la bonne exécution des Engagements

- (36) L'Autorité désignera un Mandataire indépendant qui sera chargé de surveiller le respect par Google des Engagements.
- (37) La procédure de désignation de ce Mandataire, les règles de Conflits d'intérêts, ses Missions, sa Rémunération, l'Engagement de coopération de Google et les règles relatives à la Durée, au remplacement, au congé et au renouvellement du mandat du Mandataire sont détaillées en *Annexe 3*.

3. Mise en œuvre et durée des Engagements

- (38) Les Engagements seront mis en œuvre par Google à compter de la date de notification de la décision de l'Autorité rendant obligatoires les Engagements de Google (la « **Décision d'Engagements** ») et

resteront en vigueur pour une durée de cinq ans, renouvelable une fois par l'Autorité aux termes d'une décision motivée par une nouvelle analyse concurrentielle.

- (39) En application du paragraphe 46(a) du Communiqué de procédure de l'Autorité du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence, Google sera en droit de soumettre à l'Autorité une demande de révision ou de résiliation des Engagements avant leur terme si l'un des faits sur lesquels la Décision d'Engagements repose subit un changement important.

Fait à Paris, le 9 mai 2022

Pour les sociétés ALPHABET INC., GOOGLE LLC, GOOGLE IRELAND LIMITED et GOOGLE FRANCE



Florence Ninane
Allen & Overy LLP
Avocat à la Cour

Annexe 1 : Liste des informations devant être communiquées par Google aux Parties Négociantes en vertu du paragraphe 16 des Engagements

Google s'engage à revoir avec le Mandataire, une fois par an, et le cas échéant amender, la liste des informations visées dans la présente Annexe 1.

L'emploi des termes « en France » ci-après s'apprécie sur la base de la localisation de l'utilisateur (GPS, adresse IP ou autre) s'agissant des recherches, impressions et clics, et sur la base des données comptables s'agissant des revenus.

Données relatives à l'utilisation en France des Contenus protégés¹

Google Search

1. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Search (onglets « Tous », « Actualités », « Images » et « Vidéos ») du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) (pour toutes les requêtes) par mois pour les douze derniers mois précédant la date de la demande d'entrée en négociations :
 - a. en nombres absolus ;
 - b. en pourcentage du nombre total d'impressions en France d'Éditeurs de presse certifiés par la CPPAP (la « Liste ») – une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et
 - c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Search, en France.
2. Part estimée des requêtes en lien avec l'actualité sur le nombre total de requêtes sur Google Search en France.

Google Actualités

3. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Actualités du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) par mois pour les douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations :
 - a. en nombres absolus ;
 - b. en pourcentage du nombre total d'impressions en France d'Éditeurs de presse certifiés par la CPPAP (la « Liste ») – une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et
 - c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Actualités, en France.

Google Discover

4. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Discover du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) par mois pour les douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations :
 - a. en nombres absolus ;
 - b. en pourcentage du nombre total d'impressions d'Éditeurs de presse certifiés par la CPPAP (la « Liste ») – une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et
 - c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Discover, en France.

¹ Google pourra être amenée à adapter le point de départ du délai de douze mois pour s'aligner sur ses communications financières trimestrielles.

Données relatives aux revenus de Google² en France

« Revenus directs sur Google Search »

5. Revenus publicitaires générés en France sur Google Search associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de l'ensemble des Éditeurs de presse (pour toutes les requêtes) au cours des douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations.
6. Revenus publicitaires générés en France sur Google Search associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de la Partie Négociante concernée (pour toutes les requêtes) au cours des douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations.

« Revenus publicitaires Google Search additionnels et indirects »

7. Revenus publicitaires sur Google Search générés en France par des recherches qui suivent celle ayant conduit à l'affichage de Contenu(s) protégé(s) dans le cadre d'une même visite d'utilisateur (de manière réursive pour six recherches ultérieures, sous réserve qu'il y ait un tel nombre de recherches ultérieures).
8. Estimation de la valeur des Contenus protégés sur Discover en France, par exemple par référence à des marchés européens comparables sur lesquels Discover génère des revenus publicitaires³.
9. Estimation de la valeur des Contenus protégés sur Google News en France, par exemple à partir de la valeur estimée des Contenus Protégés pour Discover.
10. Informations concernant le type de données collectées en France par Google, les hypothèses dans lesquelles ces données sont collectées et l'utilisation de ces données par Google lorsque des Contenus protégés sont affichés sur les produits et services de Google.
11. Informations concernant la façon dont les algorithmes de Google Search fonctionnent et conduisent à afficher en France des Contenus protégés en réponse à une requête sur Google Search.

« Revenus de Google en tant qu'intermédiaire de publicité en ligne »

12. Revenus bruts mensuels des publicités programmatiques (dites « Display Ads ») servies par Google en France sur le site web de l'Éditeur de presse ou l'Agence de presse concerné(e) au cours des douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations.
13. Revenus nets perçus par Google à partir des revenus bruts mentionnés au point 12 (c'est-à-dire, les revenus nets de Google après déduction des paiements contractuellement dus à l'Éditeur de presse ou Agence de presse concerné(e)).
14. La part des revenus nets mentionnés au point 13 générée suite à une redirection de l'utilisateur du moteur de recherche de Google vers le site web de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e).

² Google pourra être amenée à adapter le point de départ du délai de douze mois pour s'aligner sur ses communications financières trimestrielles.

³ Google ne partagera qu'avec le Mandataire le calcul d'extrapolation détaillé, dans la mesure où celui-ci contient des informations confidentielles et commercialement sensibles concernant les revenus publicitaires que Google génère dans d'autres juridictions.

Annexe 2 : Liste des informations devant être communiquées par les Parties Négociantes à Google en vertu du paragraphe 13 des Engagements

Google s'engage à revoir avec le Mandataire, une fois par an, et le cas échéant amender, la liste des informations visées dans la présente Annexe 2.

- Type de Partie Négociante (agence de presse / éditeur de presse / organisme de gestion collective)
- Nom et coordonnées de la Partie Négociante
- Site(s) web (URL) de la ou des publication(s) de presse pour laquelle/lesquelles la Partie Négociante souhaite entrer en négociations
- Pour les associations ou les Organismes de gestion collective, une liste de leurs membres leur ayant donné un mandat de négociation pour négocier pour leur compte avec Google
- Une copie signée de l'accord de confidentialité mis à disposition par Google, conformément au modèle figurant en *Annexe 4*
- Balises Méta (IPTC) régulièrement utilisées par la Partie Négociante (ou ses membres), si applicable

Annexe 3 : Désignation et missions du Mandataire

1. Procédure de désignation du Mandataire

- (1) Dans les trente jours ouvrés suivant la notification formelle de la Décision d'Engagements, Google proposera à l'Autorité, pour approbation, le nom de trois personnes physiques ou morales parmi lesquelles elle propose de désigner un Mandataire. La proposition comprendra un projet de mandat habilitant le Mandataire à accomplir ses missions décrites au paragraphe 3 ci-après, ainsi que le plan de travail du Mandataire pour accomplir ces missions.
- (2) La proposition comprendra également les modalités de rémunération du Mandataire.

Approbation ou rejet par l'Autorité

- (3) L'Autorité aura toute discrétion pour approuver ou rejeter le Mandataire proposé, et pour approuver le mandat proposé. Si l'Autorité n'approuve qu'un seul nom, Google désignera la personne physique ou morale concernée comme Mandataire, conformément aux termes du mandat approuvé par l'Autorité. Si plusieurs noms sont approuvés, Google sera libre de choisir le Mandataire à désigner parmi les noms approuvés.
- (4) Le Mandataire commencera à travailler dans les cinq jours ouvrés suivant l'approbation par l'Autorité du projet de mandat.

Nouvelle proposition de Google

- (5) Si tous les Mandataires proposés sont rejetés par l'Autorité, Google soumettra à l'Autorité les noms d'au moins deux autres personnes physiques ou morales dans un délai de vingt-et-un jours ouvrés à compter de la date à laquelle elle est informée du rejet de l'Autorité.

Mandataire désigné par l'Autorité

- (6) Dans l'éventualité où tous les Mandataires proposés dans cette nouvelle proposition seraient rejetés par l'Autorité, l'Autorité désignera elle-même, après consultation de Google, un ou plusieurs Mandataire(s) que Google nommera selon les termes du mandat approuvé par l'Autorité.

2. Conflits d'intérêts

- (7) Toute relation existant actuellement entre le Mandataire et Google sera décrite dans le projet de mandat qui sera soumis à l'Autorité. Sur cette base, le Mandataire confirmera qu'à compter de la date de la signature du mandat, il n'est sujet à aucun conflit d'intérêts affectant son impartialité et sa capacité à remplir de manière indépendante ses missions conformément au mandat (ci-après le « **Conflit d'intérêts** »).
- (8) Si le Mandataire est informé d'un Conflit d'intérêts dans lequel il est impliqué, il s'engage à résoudre ce Conflit d'intérêts immédiatement. Si le Conflit d'intérêts ne peut être résolu dans un délai raisonnable, le Mandataire en informera immédiatement l'Autorité. De la même manière, si Google est informée de l'existence d'un Conflit d'intérêts du Mandataire, elle en informera l'Autorité sans délai.
- (9) Par ailleurs, le Mandataire s'engage à mettre en place les mesures nécessaires pour garantir son indépendance et celle de ses employés.
- (10) Pour la durée du mandat et pour une période d'un an à compter de la fin du mandat, le Mandataire s'engage à ne pas fournir à Google de prestation de services de toute nature, et notamment de conseil, et plus généralement s'engage à n'accepter aucun emploi, fonction ou mandat social au sein de Google.

3. Missions du Mandataire

(11) Le Mandataire aura les missions suivantes :

- (i) vérifier la mise en œuvre complète des Engagements par Google ;
- (ii) organiser une réunion mensuelle (ou dans un délai plus court si et lorsque cela est jugé nécessaire par le Mandataire ou Google) avec Google (virtuellement ou en présentiel) pour discuter de l'état des négociations et de toute difficulté rencontrée ;
- (iii) échanger (virtuellement ou en présentiel), à leur demande, avec les Parties Négociantes qui sont désireuses de ou ont déjà formellement demandé à entrer en négociations avec Google, de l'état des négociations et de toute difficulté rencontrée ;
- (iv) échanger (virtuellement ou en présentiel) avec Google, sans délai, chaque fois que le Mandataire a des doutes sur le respect par Google des Engagements ;
- (v) informer l'Autorité sans délai si Google ne respecte pas les Engagements ;
- (vi) communiquer à l'Autorité un rapport trimestriel sur le respect par Google des Engagements ;
- (vii) fournir, à la demande de l'Autorité, toute explication concernant le respect par Google des Engagements ; et
- (viii) envoyer à Google une version non confidentielle de ses rapports à l'Autorité mentionnés aux points (v), (vi) et (vii).

(12) Le Mandataire soumettra à l'Autorité toutes difficultés rencontrées dans l'exécution de ses missions, notamment en cas de difficultés ou divergences d'opinion sur l'interprétation à donner aux Engagements.

(13) Les rapports préparés par le Mandataire dans le cadre de l'exécution de ses missions seront confidentiels et ne devront pas être partagés avec des tiers. Le Mandataire produira des versions non-confidentielles de ces rapports, qui seront communiquées à Google et aux Parties Négociantes.

(14) Dans l'accomplissement de ses missions, le Mandataire pourra s'adjoindre les services d'un ou de plusieurs expert(s) techniques, financiers ou spécialisés en propriété intellectuelle (le(s) « **Expert(s)** »), après en avoir informé Google et les Parties Négociantes. Les Experts seront indépendants et libres de tout conflit d'intérêt à l'égard de Google et des Parties Négociantes. Google et les Parties Négociantes auront la possibilité d'être entendues par tout Expert nommé par le Mandataire.

(15) Le Mandataire préparera des versions non-confidentielles des conclusions et constatations de ces Experts, qui seront partagées avec Google et les Parties Négociantes, qui auront chacune la possibilité de discuter de ces conclusions et constatations avec le Mandataire. En cas de nomination de tels Experts, le Mandataire et les Experts seront tenus à une stricte obligation de confidentialité concernant l'accomplissement de leurs missions vis-à-vis des tiers.

(16) Dans l'hypothèse où une procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération aurait été engagée par Google ou une Partie Négociante, les conclusions du tribunal arbitral s'imposeront au Mandataire comme aux Experts.

(17) Google communiquera au Mandataire, et à l'Expert le cas échéant, tout document raisonnablement nécessaire à l'accomplissement de ses missions, en ce compris :

- toutes les données partagées par Google avec les Parties Négociantes ;
- toutes les offres de rémunération faites par Google aux Parties Négociantes ;
- toutes les contre-propositions faites à Google par les Parties Négociantes ;
- tous les contrats conclus entre Google et les Parties Négociantes.

(18) Le Mandataire et le(s) Expert(s) peuvent également demander à Google de leur fournir tous documents, informations et explications nécessaires à l'accomplissement de leurs missions, et lorsque cela est nécessaire, mandater un auditeur indépendant en vue de la certification des données financières communiquées par Google.

4. Rémunération du Mandataire

(19) Le Mandataire (ainsi que tout Expert désigné par le Mandataire) percevra une rémunération, qui sera convenue avec Google, pour l'accomplissement de ses missions. La rémunération du Mandataire ne doit entraver ni la bonne exécution de son mandat ni son indépendance.

(20) Le Mandataire (ainsi que tout Expert désigné par le Mandataire) aura également droit, sur présentation de justificatifs, au remboursement de tous frais raisonnablement encourus dans l'accomplissement de ses missions.

5. Engagement de coopération de Google

(21) Google s'engage à coopérer pleinement avec le Mandataire (ainsi que tout Expert désigné par le Mandataire), afin de permettre à ce dernier d'accomplir ses missions.

6. Durée, remplacement, congé et renouvellement du mandat du Mandataire

(22) Le Mandataire exercera ses missions jusqu'à l'expiration de la durée des Engagements.

(23) En cas d'empêchement permanent du Mandataire dans l'accomplissement de ses missions pour quelque raison que ce soit, y compris en cas de Conflit d'intérêts ou en cas de faute dans l'accomplissement de ses missions :

(a) l'Autorité peut, après avoir entendu le Mandataire, exiger que Google remplace le Mandataire ; ou

(b) Google peut, avec l'approbation préalable de l'Autorité, remplacer le Mandataire concerné.

(24) Google peut révoquer le Mandataire avec l'approbation préalable de l'Autorité. Google s'engage dans un tel cas à proposer un nouveau Mandataire à l'Autorité selon la procédure décrite au point 1 ci-dessus, dans un délai de quinze jours ouvrés. Le Mandataire peut être tenu de poursuivre ses missions jusqu'à ce qu'un nouveau Mandataire, à qui le Mandataire révoqué aura transféré toutes les informations et tous les documents pertinents, entre en fonction.

(25) Hormis les cas de révocation décrits ci-dessus, le Mandataire ne pourra cesser d'agir en tant que mandataire qu'après que l'Autorité l'aura déchargé de ses fonctions (i) à l'expiration de la durée des Engagements ou (ii) pour tout autre motif valable, y compris en cas de Conflit d'intérêts.

Annexe 4 : Accord de confidentialité

ACCORD DE CONFIDENTIALITÉ

Cet accord de confidentialité (l'« **Accord de confidentialité** ») est conclu entre Google LLC, en son nom et pour son compte et au nom et pour le compte des sociétés Google Ireland Limited et Google France (ci-après ensemble « **Google** ») et [EDITEUR/AGENCE DE PRESSE/ORGANISME DE GESTION COLLECTIVE] (l'« **Éditeur** »). Cet Accord de confidentialité entre en vigueur à la date de la première des deux signatures ci-après (la « **Date d'entrée en vigueur** »).

ATTENDU QUE la France a transposé, dans le Code de la propriété intellectuelle (CPI), l'article 15 de la Directive 2019/790 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique, par la Loi n°2019-775 du 24 juillet 2019 (ci-après, la « **Loi** »), qui est entrée en vigueur le 24 octobre 2019,

ATTENDU QUE le nouvel article L. 218-2 du CPI accorde aux éditeurs et agences de presse, tels que définis à l'article L. 218-1 du CPI (collectivement, les « **Éditeurs de presse** »), un droit exclusif d'autoriser ou d'interdire la reproduction et la communication au public totale ou partielle des publications de presse sous une forme numérique (ci-après, le « **Contenu protégé** »), par un service de communication au public en ligne. Ce faisant, la Loi a expressément exclu de ce nouveau droit l'utilisation d'hyperliens et « *de mots isolés ou de très courts extraits d'une publication de presse* » (article L. 211-3-1 du CPI),

ATTENDU QUE Google a reçu une demande formelle de la part de l'Éditeur afin d'entrer en négociations concernant les conditions d'utilisation et d'affichage de ses contenus protégés (les « **Négociations** »),

ATTENDU QUE, dans ce contexte, les parties mettront certaines informations à disposition pour être discutées et revues, et mèneront les Négociations avec pour intention que i) les informations partagées durant, et ii) l'ensemble des éléments de, ces Négociations, resteront confidentielles, ne seront utilisées que pour les Négociations et pour évaluer et, potentiellement, conclure un accord commercial (collectivement, l'« **Objectif** »), et ne doivent être divulguées à aucune autre partie, sauf pour permettre à Google de se conformer à son obligation de faire des rapports à l'Autorité de la concurrence ou dans la mesure autorisée en vertu du présent Accord de confidentialité.

AINSI, les parties ont convenu ce qui suit :

1. Définitions.

- a. « **Affiliée** » désigne une entité qui, directement ou indirectement, contrôle, est contrôlée par ou est sous contrôle commun avec, une partie.
- b. « **Information Confidentielle** » désigne une information qu'une partie (ou une société Affiliée) divulgue à l'autre partie dans le cadre du présent Accord de confidentialité, quelle que soit la manière dont cette information est divulguée (à savoir, de manière écrite, numérique, électronique ou orale) et qui est revêtue de la mention ou indiquée comme « confidentiel(le) » ou serait normalement considérée comme une information confidentielle eu égard aux circonstances. Cette définition n'inclut pas les informations élaborées de manière indépendante par le destinataire, qui lui sont remises légitimement par un tiers sans obligation de confidentialité ou qui deviennent publiques sans faute de la part du destinataire.

2. Confidentialité.

- a. Une partie (la « **Partie divulgatrice** ») peut, au cours des Négociations, divulguer des Informations Confidentielles à l'autre partie (la « **Partie destinataire** »).
- b. La Partie destinataire ne peut utiliser les Informations Confidentielles qu'afin d'atteindre l'Objectif. La Partie destinataire doit faire preuve d'un degré de diligence raisonnable pour protéger les Informations Confidentielles et empêcher toute utilisation ou divulgation non autorisée de celles-ci. La Partie destinataire peut partager les Informations confidentielles avec ses employés, dirigeants,

agents ou prestataires (les « **Délégués** ») qui ont besoin d'en avoir connaissance pour atteindre l'Objectif. Chaque partie veillera à ce que chacun de ses Délégués soit informé de la nature confidentielle des Informations Confidentielles, respecte l'obligation de les garder confidentielles et se conforme aux termes du présent Accord de confidentialité comme s'il y était partie. Chaque partie reconnaît qu'elle sera responsable de toute violation du présent Accord de confidentialité par l'un de ses Délégués. En outre, Google pourra divulguer les Informations Confidentielles de l'Éditeur à l'Autorité de la concurrence dans le cadre de l'exécution de ses obligations de lui faire des rapports. Chaque partie pourra divulguer les Informations Confidentielles de l'autre partie à l'Autorité de la concurrence, à tout mandataire nommé par celle-ci, ou à tout tribunal arbitral dans la mesure nécessaire au regard de l'Objectif et sous réserve de donner un préavis raisonnable à l'autre partie.

- c. Une partie peut divulguer des Informations Confidentielles lorsqu'elle y est contrainte par la loi et sous réserve de donner un préavis raisonnable à l'autre partie, sauf si un tribunal ordonne que l'autre partie ne soit pas informée.

3. Durée et Expiration.

- a. Cet Accord de confidentialité entre en vigueur à la Date d'entrée en vigueur et restera en vigueur jusqu'à l'issue des Négociations. Les stipulations de cet Accord de confidentialité resteront en vigueur après son terme en ce qui concerne les Informations Confidentielles qui seraient divulguées avant son terme.
- b. Sauf accord écrit contraire des parties, l'obligation de la Partie bénéficiaire de protéger les Informations Confidentielles expire cinq ans après leur divulgation.

4. Recours. Les parties conviennent que la violation du présent Accord de confidentialité par la Partie bénéficiaire peut causer à la Partie divulgatrice un préjudice substantiel et irréparable, et reconnaissent qu'une réparation pécuniaire peut être insuffisante en cas de divulgation ou d'utilisation non autorisée d'Informations Confidentielles. Sans renoncer à aucun droit ou recours et outre tout autre recours dont une partie peut bénéficier en vertu du droit applicable, une partie peut demander une exécution forcée ou toute autre mesure d'injonction.

5. Défense et Indemnisation.

- a. Obligations. Sous réserve de la Sous-section 5(c) (Conditions), chaque partie indemniserà l'autre partie et ses sociétés Affiliées contre (a) tout montant transactionnel à la charge de la partie indemnisée approuvé par la partie qui indemnise, et (b) tous dommages et intérêts accordés par un jugement définitif contre la partie indemnisée par un tribunal compétent, dans le cadre de toute procédure judiciaire initiée par un tiers du fait de la violation, par la partie qui indemnise, de cet Accord de confidentialité.
- b. Exclusions. La présente Section 5 ne s'appliquera pas si l'allégation sous-jacente découle de la violation du présent Accord de confidentialité par la partie indemnisée.
- c. Conditions. La Section 5(a) (Obligations) s'applique sous réserve que la partie indemnisée : (a) informe rapidement et par écrit la partie qui indemnise de toute allégation ayant précédé la procédure judiciaire, et (b) confère à la partie qui indemnise le contrôle exclusif de la portion indemnisée de la procédure judiciaire, sous réserve du droit, pour la partie indemnisée, d'approuver l'avocat de la défense, cette approbation ne pouvant pas être refusée sans raison (mais pouvant être refusée ou retirée en cas de conflit d'intérêts).

6. Général.

- a. Le présent Accord de confidentialité n'impose aucune obligation de conclure un accord commercial.

- b. Aucune des parties n'acquière de droit de propriété intellectuelle en vertu du présent Accord de confidentialité, à l'exception des droits limités nécessaires à l'utilisation des Informations confidentielles afin d'atteindre l'Objectif.
- c. Le présent Accord de confidentialité ne crée aucune relation de mandant à mandataire ni partenariat. Aucune partie ne peut céder ni transférer le présent Accord de confidentialité sans l'accord préalable écrit de l'autre partie.
- d. Le présent Accord de confidentialité constitue l'intégralité de l'accord des parties sur ce sujet, et remplace tout autre accord antérieur ou contemporain. Toute modification doit être faite par écrit. Les parties peuvent signer cet Accord de confidentialité en plusieurs exemplaires qui, pris ensemble, constitueront un seul instrument. Le fait de ne pas appliquer l'une des stipulations du présent Accord de confidentialité ne constitue pas une renonciation.
- e. Le présent Accord de confidentialité est régi par le droit français, à l'exclusion des règles de conflit de loi. Les tribunaux de Paris, France, seront exclusivement compétents pour connaître de tout différend relatif à cet Accord de confidentialité.

Google LLC**Éditeur : [INSERER LE NOM]**

Signature : _____

Signature : _____

Nom écrit : _____

Nom écrit : _____

Fonction : _____

Fonction : _____

Adresse : 1600 Amphitheatre Parkway
Mountain View, California 94043Adresse : _____

Date : _____

Date : _____