



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

Internet

Question écrite n° 32839

Texte de la question

M. Jérôme Lambert alerte Mme la ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi sur l'accord annoncé par l'entreprise Google le 12 juin 2008. Ce dernier prévoit que Google vende de l'espace publicitaire en ligne sur les pages de Yahoo. Cet accord, qui donne aux mains de deux acteurs plus de 90 % des parts du marché de la publicité sur Internet dans le monde va renforcer la position déjà ultra-dominante de Google. Il fait d'ailleurs l'objet de nombreuses craintes de la part des acteurs de ce marché car il entraînera une diminution de la concurrence et une hausse des prix pour les annonceurs, dont de nombreuses sociétés françaises de premier plan. À terme l'opération pourrait également se solder par une diminution des recettes pour les éditeurs sur la toile, au risque de réduire la diversité du contenu en ligne et d'amener les consommateurs à payer pour un contenu auquel ils accèdent aujourd'hui gratuitement. Cet accord crée donc une véritable menace pour toutes les entreprises, grandes et petites, qui devront, plus que jamais, se plier aux conditions de Google. À terme, ce sont les consommateurs qui seront pénalisés par ces restrictions de concurrence et de choix. Par ailleurs, le renforcement de sa position permettra à Google de réunir encore plus de données personnelles sur les internautes, menaçant ainsi le respect de la vie privée. Même s'il ne concerne aujourd'hui que l'Amérique du nord, ce projet est susceptible d'extensions ultérieures et, en outre, nombre d'entreprises françaises sont annonceurs dans cette région du monde. Enfin, le département de la justice américain doit décider à la fin du mois de septembre 2008 s'il ouvre une enquête approfondie. Alors que la question du financement du service public de la télévision est à l'ordre du jour, il est pour le moins inquiétant de voir s'opérer une telle opération de concentration de nature à peser lourdement sur le marché publicitaire dans son ensemble. En aggravant le déséquilibre des recettes publicitaires au détriment des annonceurs, éditeurs et acteurs de l'audiovisuel, une telle situation risque, *in fine*, d'avoir des conséquences majeures sur le pluralisme des médias. Pour toutes ces raisons, il lui demande quelles actions le Gouvernement entend mener dans l'immédiat pour évaluer et contrôler cet accord, en liaison avec la Commission européenne et en mettant à profit la présidence française du Conseil de l'Union.

Texte de la réponse

La coopération qui avait été envisagée entre les sociétés Google et Yahoo sur le marché de la publicité sur Internet concernait essentiellement le marché nord-américain (États-Unis et Canada). À la suite de l'annonce de cet accord, le Department of Justice américain avait ouvert une enquête afin d'en examiner les effets sous l'angle de la concurrence. Par ailleurs, la Commission européenne avait pour sa part indiqué qu'elle examinerait si cet accord pouvait avoir des répercussions sur le marché de l'Union européenne. Dans un communiqué de presse du 5 novembre 2008, le Department of Justice a annoncé que les deux entreprises avaient décidé de mettre fin à leur accord de coopération en matière publicitaire après qu'il les eut informées de son intention d'engager une procédure judiciaire afin d'empêcher sa mise en oeuvre.

Données clés

Auteur : [M. Jérôme Lambert](#)

Circonscription : Charente (3^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 32839

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : Économie, industrie et emploi

Ministère attributaire : Économie, industrie et emploi

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 14 octobre 2008, page 8724

Réponse publiée le : 3 mars 2009, page 2048