

A S S E M B L É E N A T I O N A L E

X V ^e L É G I S L A T U R E

Compte rendu

Mission d'information sur l'application du droit voisin au bénéfice des agences, éditeurs et professionnels du secteur de la presse

- Audition du Groupement des éditeurs de contenus et de services en ligne (GESTE) : M. Bertrand Gié, président du GESTE et directeur délégué du pôle News du Figaro ; M. Jean-Philippe Siourd, directeur digital de CMI Media ; M. Emmanuel Alix, vice-président du GESTE, et directeur du pôle numérique de L'Équipe ; M. Antoine Daccord, vice-président du GESTE et directeur des contenus et du développement de Combat ; M. Valéry Gerfaud, trésorier du GESTE et directeur général Digital Innovation Technologie du groupe M6 ; Mme Laure de Lataillade, directrice générale du GESTE ; Mme Carole Boyer, juriste NTIC du GESTE 2
- Présences en réunion 8

Mercredi

22 septembre 2021

Séance de 15 heures

Compte rendu n° 8

SESSION EXTRAORDINAIRE DE 2020-2021

**Présidence de
Mme Virginie Duby-
Muller,
*Présidente***

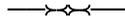


**MISSION D'INFORMATION SUR L'APPLICATION DU DROIT VOISIN
AU BÉNÉFICE DES AGENCES, ÉDITEURS
ET PROFESSIONNELS DU SECTEUR DE LA PRESSE**

Mercredi 22 septembre 2021

La séance est ouverte à quinze heures cinq.

(Présidence : Mme Virginie Duby-Muller)



La mission d'information auditionne le Groupement des éditeurs de contenus et de services en ligne (GESTE) : M. Bertrand Gié, président du GESTE et directeur délégué du pôle News du Figaro ; M. Jean-Philippe Siourd, directeur digital de CMI Media ; M. Emmanuel Alix, vice-président du GESTE, et directeur du pôle numérique de L'Équipe ; M. Antoine Daccord, vice-président du GESTE et directeur des contenus et du développement de Combat ; M. Valéry Gerfaud, trésorier du GESTE et directeur général Digital Innovation Technologie du groupe M6 ; Mme Laure de Lataillade, directrice générale du GESTE ; Mme Carole Boyer, juriste NTIC du GESTE.

Mme la présidente Virginie Duby-Muller. Cette audition s'inscrit dans le cadre de notre mission d'information sur l'application du droit voisin au bénéfice des agences, éditeurs et professionnels du secteur de la presse. La France a été le premier pays à transposer la directive européenne sur le droit d'auteur mais son application est difficile.

En préambule, je vous propose de présenter le GESTE. Vous pourrez également détailler quels sont pour vous les enjeux du droit voisin et nous dire si vous avez pu évaluer la perte de revenus engendrée par cette captation. Enfin, nous vous poserons des questions pour que vous puissiez préciser ou compléter vos propos.

M. Bertrand Gié, président du GESTE et directeur délégué du pôle News du Figaro. Le GESTE est la principale association d'éditeurs de contenus et de services numériques. Il regroupe 140 membres et constitue avant tout un lieu d'échange et de travail permettant à ses membres d'avoir un temps d'avance sur les débats d'actualité et, parfois, sur les positions législatives. Ce n'est pas une association de lobbying. Il adresse la thématique des contenus numériques de façon transversale et non verticale. Nos membres appartiennent à toutes les typologies d'éditeurs, ce sont des *pure players* mais aussi des entreprises de l'ancien monde des médias, la presse, la télévision, la radio, les podcasts, etc.

Nous sommes parfaitement en phase avec le constat et les considérants qui sont à l'origine de la loi. L'information de qualité a une valeur, elle contribue au débat public et est indispensable à notre démocratie et à la société. Produire une information de qualité coûte très cher et demande beaucoup d'investissements. Nos revenus publicitaires se sont étioyés au cours des dernières années au profit des grandes plateformes. Elles tirent profit de la valeur de nos contenus, sans les rémunérer.

Nous sommes très heureux que la directive européenne sur le droit d'auteur ait été si rapidement transposée dans la loi française et mise en œuvre dès le 24 octobre 2019. Malheureusement, depuis deux ans, nous n'avons pas perçu un seul euro. Dans le même

temps, les écarts déjà abyssaux qui séparaient les éditeurs de contenus et les plateformes se sont encore accrus. Nous considérons que nous avons perdu beaucoup de temps et que nos positions sont encore plus fragiles. En effet, le temps joue en faveur des plateformes qui avancent très rapidement.

Nous nous sommes interrogés sur les raisons pour lesquelles nous avons autant de difficultés à faire appliquer cette loi. Certains diront que nous agissons en ordre dispersé, mais je ne suis pas certain que ce soit la bonne explication. Il est possible aussi que nous nous y prenions mal. Toutefois, nous sommes convaincus que nous n’y arrivons pas, tout simplement parce que les plateformes s’y refusent. Google et les autres font tout ce qu’ils peuvent pour retarder la mise en œuvre de la loi. Google a récemment fait appel de la décision de l’Autorité de la concurrence, alors que les négociations devaient reprendre. Il ne se presse pas pour y participer, sauf à y être contraint. Le temps est donc à l’avantage des GAFA.

Pour se soustraire à l’application de la loi ou pour gagner du temps, ils s’appuient sur un certain nombre de flous, peut-être de failles, qui nous aident beaucoup mais qui nous handicapent également. En effet, de nombreux éléments ne sont pas précisés : la loi ne mentionne aucun critère de calcul pour évaluer l’assiette, elle ne dit rien sur la manière de mesurer la valeur créée par l’utilisation de nos contenus, elle n’est pas contraignante, elle ne prévoit pas de sanction, d’astreinte, ni de mécanisme d’arbitrage. Nous avons pu constater que cette dernière disposition, inscrite dans la loi australienne, avait été fort utile dans la conduite de leurs négociations et leur avait permis d’éviter que la rémunération soit nulle. Par ailleurs, la loi n’impose pas d’obligation d’accès aux données et ne sanctionne pas les refus de transmission de ces informations qui sont pourtant fondamentales pour déterminer l’assiette.

Je souligne que notre objectif n’est pas de critiquer mais de comprendre pourquoi nous n’arrivons pas à faire appliquer cette loi que nous trouvons formidable, mais qui pourrait, sur certains points, être plus précise.

Nous n’avons pas non plus de référent auquel nous adresser pour nous émouvoir ou pour bénéficier d’un appui. Il n’existe pas d’organe de régulation qui pourrait fixer les prix en cas de désaccord entre les parties, comme dans l’univers des télécoms. Il manque également un délai pour parvenir à un accord, comme dans l’univers de la grande distribution qui bénéficie de délais légaux et de négociations annuelles. Enfin, la loi ne prévoit pas d’obligation de rémunération positive ni de médiateur pour relayer les désaccords, aider les petits éditeurs ou créer des mécanismes intermédiaires qui réduiraient les marges de manœuvre de Google ou de Facebook.

Nous considérons que cette loi ouvre des opportunités formidables, mais elle comporte également un certain nombre de failles dans la façon dont elle peut être mise en œuvre. Toutes ces failles, notamment l’absence de critères, permettent aux plateformes de gagner du temps. Or, le temps et la dispersion sont nos deux principaux handicaps vis-à-vis des plateformes. Il y a des centaines d’éditeurs en France, des milliers dans le monde et nous avons face à nous cinq sociétés. Nous ne sommes donc pas dans le même rapport de force. Il faut faire vite, le temps joue contre nous. Vous avez tous vu les bénéfices ahurissants de Google, qui a gagné 18,5 milliards de dollars au deuxième trimestre 2021, contre 7 l’année dernière.

Sur le marché de la publicité digitale, Facebook et Google annoncent chaque année des progressions à deux chiffres. En France, ils captent entre 80 et 85 % de la publicité numérique, qui est devenue le premier secteur d’investissement publicitaire, et la quasi-totalité de la croissance. Le temps est donc essentiel et les plateformes en gagnent beaucoup, peut-être parce que la loi n’est pas suffisamment contraignante ou ne prévoit pas de dispositions en cas de problème.

Nous considérons qu'il faudrait préciser la loi, peut-être compléter les dispositions actuelles. Nous ne sommes pas des spécialistes mais nous serions ravis de vous accompagner et de travailler avec vous. L'essentiel est de trouver le moyen de rémunérer effectivement les éditeurs.

M. Valéry Gerfaud, trésorier du GESTE et directeur général Digital Innovation Technologie du groupe M6. Entre 2011 et 2014, la totalité des comparateurs de prix ont disparu. Cette industrie a été rayée de la carte par *Google Shopping*. Google a été condamné en 2017 à 2,5 milliards d'euros d'amende au niveau européen et les propriétaires de ces comparateurs de prix sont toujours en procès et lui demandent des dizaines voire des centaines de millions d'euros d'indemnités. Pour autant, nous sommes en 2021, les comparateurs de prix ne vont pas être recréés et les indemnités que Google pourrait être amené à verser arriveront beaucoup trop tard.

Cet exemple illustre la question du temps. Il montre aussi que nous devons parvenir à mettre un terme aux méthodes des plateformes. Sur les droits voisins comme dans d'autres domaines, par exemple l'application du RGPD, les GAFA n'ont pas mis en place les règles demandées par la CNIL, en arguant que ce n'étaient les directives de la CNIL française qui s'imposaient à eux. Dans le même temps, tous les éditeurs se sont efforcés d'appliquer ces mêmes règles qui ont eu un impact très fort sur leur activité.

Nous n'avons pas réussi à casser cette méthode de passage en force qui s'est déjà appliquée sur le droit voisin. Puisque la définition du périmètre éligible au droit voisin n'est pas claire, Google a décidé que le périmètre était limité aux titres de presse écrite d'information générale et politique (IPG). Nous avons mis beaucoup de temps à expliquer à Google que ce n'était pas à lui de définir ce périmètre. Google considérait par exemple que le site d'information *rtl.fr* n'était pas un site de presse. C'est pourtant un site IPG, mais la plateforme refusait de le reconnaître comme éligible aux droits voisins, en mettant en avant qu'elle disposait d'une enveloppe pour la presse écrite et qu'elle ne voulait pas que ces sommes soient dispersées sur d'autres acteurs.

Nous avons collectivement l'occasion de remettre en cause cette technique de passage en force en assurant l'application ferme de cette loi. Quand ce passage en force devient un peu trop voyant, Google arrose le secteur en distribuant des subventions, comme il l'a fait avec le fonds *news innovation*. Parallèlement, si nous engageons des démarches juridiques, le temps joue contre nous, les procédures engagées en 2017 n'ayant toujours pas fait l'objet d'un jugement.

L'amende infligée par l'Autorité de la concurrence et dont le montant est considérable est efficace, mais elle le serait encore plus si elle était mise sous séquestre. Même pour des acteurs de taille mondiale, 500 millions d'euros n'est pas une somme négligeable. Nous sommes des acteurs français face à des acteurs mondiaux et les décisions se prennent, pour Google, à Mountain View. Pour arriver à faire bouger des organisations de cette envergure, le stimulus doit être suffisant pour que le siège s'interroge.

Nous avons l'opportunité, grâce à l'initiative française sur les droits voisins, de profiter de ce point de bascule qui embarque bien d'autres chantiers. Aujourd'hui, un acteur comme Apple prend des décisions qui peuvent sceller le sort d'une industrie, par exemple en changeant le mode de recueil du consentement sur ses téléphones. Il faut absolument que les acteurs de taille mondiale aient peur de recourir à ce type de passage en force.

M. Jean-Philippe Siourd, directeur digital de CMI Media. La comparaison avec les comparateurs de prix est assez judicieuse mais je suis un peu plus alarmiste sur le facteur temps. Nous sommes en effet dans une situation d'urgence car nous parlons du marché

de l'information. Nous nous devons de produire une information de qualité, impartiale, pluraliste. C'est l'un des piliers de notre démocratie. Nous ne parlons pas de comparateurs de prix dont la disparition n'a de conséquences que mercantiles.

Nous nous interrogeons sur le versement effectif de l'amende de 500 millions d'euros infligée par l'Autorité de la concurrence et sur les possibilités de redistribution. Nous avons conscience que ce ne sont pas les mêmes caisses, mais son montant marque l'importance du préjudice porté à tous les acteurs du secteur qui ont besoin de moyens pour défendre la liberté d'expression et le pluralisme.

Mme la présidente Virginie Duby-Muller. Cette amende est effectivement historique mais le caractère suspensif de l'appel l'amoindrit. Nous avons eu l'occasion d'échanger avec d'autres acteurs sur une mise sous séquestre et c'est un sujet sur lequel cette mission d'information va réfléchir.

M. Laurent Garcia, rapporteur. Avez-vous, ou certains de vos adhérents, poursuivi ou entamé des contacts avec Google depuis la décision de l'Autorité de la concurrence ?

M. Bernard Gié. Le GESTE n'est pas directement représenté dans les négociations. Certains de nos membres appartiennent à des syndicats engagés dans la procédure devant l'Autorité de la concurrence, comme le SEPM ou l'APIG dont font partie L'Équipe et Le Figaro. D'autres ne sont pas représentés, comme nos membres issus de l'audiovisuel. Je crois que le SEPM a repris les discussions et que l'APIG devrait le faire rapidement.

M. Emmanuel Alix. Les discussions ont repris avec les trois entités qui ont saisi l'Autorité de la concurrence, c'est-à-dire le SEPM, l'APIG et l'AFP puisque Google disposait d'un délai de deux mois pour les relancer. Aucune discussion n'est ouverte avec les autres éditeurs. Par ailleurs, nous parlons beaucoup de Facebook et de Google mais aucun échange sur les droits voisins n'a eu lieu avec les autres plateformes. L'Autorité de la concurrence a pris une formidable décision mais elle ne concerne que les trois plaignants.

M. Valéry Gerfaud. Le groupe M6 ne fait pas partie des plaignants et s'inscrit dans un processus de négociation amiable. Depuis le début de l'année, j'ai pris contact avec les plateformes qui m'ont répondu qu'elles reviendraient vers moi quand elles auraient défini des modes de calcul. Je considère que c'est une manière de ne pas répondre à la question et nous pourrions estimer que le seul moyen de faire avancer les négociations est de déposer un recours auprès de l'Autorité de concurrence. Mais cette démarche juridique contraignante nous coûterait du temps et de l'argent.

À ce jour, la décision de l'Autorité de la concurrence n'a donc pas eu d'impact direct sur les éditeurs qui ne font pas partie des trois plaignants.

M. Laurent Garcia, rapporteur. Nous constatons que les Gafa jouent la montre. Avez-vous déterminé des critères pour évaluer les sommes que perdent vos adhérents ? Au-delà du séquestre, avez-vous d'autres suggestions de modification de la loi ?

M. Valéry Gerfaud. Il est très compliqué de déterminer les sommes que nous voulons obtenir car les plateformes ne nous communiquent pas la valeur créée à l'aide de nos contenus. L'Autorité de la concurrence leur a demandé de fournir ces informations pour que les éditeurs puissent préparer les négociations en toute transparence. Pour l'instant, le GESTE ne dispose d'aucune évaluation précise du partage de valeur légitime, dans l'attente de données qui ne se résument pas au trafic. Dès que nous aurons obtenu ces informations, nous serons en mesure, avec l'aide d'économistes, de faire des propositions.

M. Bertrand Gié. Quand vous achetez un kilo d'oranges, c'est le marchand et le marché qui fixent le prix, ce n'est pas le client. Or, aujourd'hui, ce sont les plateformes qui déterminent leurs conditions.

Google et Facebook veulent imposer un modèle mondial, y compris dans la réponse qu'ils apportent à une problématique qui est pour l'instant française, avec *Google Showcase* et *Facebook News*. Nous considérons que la rémunération d'un droit ne se traite pas, comme le fait Google, avec une part d'enveloppe mondiale qui serait dédiée à la France. Nous devons inverser ce rapport.

Nous manquons de transparence pour définir la taille du gâteau à partager, la loi n'imposant aucune obligation de communication de données sur les composantes du chiffre d'affaires des plateformes. Nous sommes soumis au bon vouloir des plateformes et nous manquons de données pour faire nos propres analyses. Nous pouvons aussi essayer de partir du marché global, comme peut le faire la SACEM, pour déterminer, de manière imprécise, la part du chiffre d'affaires réalisé grâce à certains contenus et en réclamer un pourcentage.

Nous parlons beaucoup de Google, parce que c'est l'acteur le plus gros et celui avec lequel les discussions sont les plus avancées grâce à la décision de l'Autorité de la concurrence, mais il y a dix, quinze ou vingt acteurs dont nous ne parlons jamais et qui n'ont pas encore reçu de courrier recommandé. Nous pouvons nous interroger sur ce que serait aujourd'hui en France le chiffre d'affaires de Google s'il ne se nourrissait pas de nos contenus. Le moteur de recherche serait-il moins efficace ? Un autre moteur d'actualité, pourquoi pas *News moteur*, aurait-il été créé ? Google aurait-il plus de difficultés à qualifier le profil de ses utilisateurs, ce qu'il monnaie au quotidien ? Nous avons besoin de déterminer quelle est l'activité générée par Google grâce aux centaines de milliers de contenus indexés chaque jour pour mesurer la valeur créée et en réclamer un juste pourcentage. Dans l'audiovisuel, certains diffuseurs doivent affecter une partie de leur chiffre d'affaires à la production d'œuvres audiovisuelles.

M. Jean-Philippe Siourd. La principale difficulté à laquelle nous sommes confrontés est que Google détient l'ensemble des informations de trafic et de valorisation de ces trafics. Des tiers nous aidant à fixer les prix ou la mise en place de procédures d'arbitrage pourraient être des solutions. En effet, Google n'a aucun intérêt à nous donner des informations précises.

Mme la présidente Virginie Duby-Muller. Le SEPM, le SPIIL et la FNPS ont créé un organisme de gestion collective pour les négociations. Souhaitez-vous vous en rapprocher ?

M. Bertrand Gié. Si les négociations n'ont pas avancé, cela ne tient pas à la désorganisation des éditeurs. Pour autant, la démarche consistant à créer un OGC pour mutualiser ces négociations et essayer de rétablir un équilibre est intéressante et nous y sommes favorables. Notre conseil d'administration a reçu M. Jean-Marie Cavada qui nous a expliqué les grands principes de cet OGC. Toute bonne volonté est bienvenue, même si nous attendons d'en savoir un peu plus sur les dispositions statutaires et les formes de gouvernance pour décider de nous engager.

Mme la présidente Virginie Duby-Muller. Souhaitez-vous ajouter des éléments ?

M. Bertrand Gié. Comment pouvons-nous vous aider ? Nous avons évoqué le renforcement de la loi pour permettre une meilleure exécution. Nous disposons de juristes compétents et nous pouvons participer à des travaux.

Mme la présidente Virginie Duby-Muller. Vous pouvez nous adresser une contribution écrite sur les outils que nous pourrions mettre en œuvre d'un point de vue législatif pour renforcer la loi actuelle qui n'est pas efficace. Vous avez évoqué quelques pistes extrêmement intéressantes, notamment l'absence de référent, de médiateur ou d'organisme de régulation.

M. Bertrand Gié. Nous vous adresserons une contribution écrite.

M. Valéry Gerfaud. L'un des intérêts de l'OGC est de ne pas limiter les échanges aux GAFAs avec lesquels nous avons des contacts réguliers. Par ailleurs, au-delà des grands acteurs de la presse écrite, audiovisuelle et radiophonique qui sont membres du GESTE, la contribution des droits voisins aura autant d'importance, sinon plus, pour de nombreux petits éditeurs. L'OGC peut apporter cette capacité à gérer les grands nombres puisque plusieurs centaines ou même plusieurs milliers d'éditeurs sont concernés par les droits voisins.

Mme la présidente Virginie Duby-Muller. Nous attendons votre contribution écrite et nous vous remercions pour vos réponses très riches qui nourriront notre rapport.

La réunion se termine à quinze heures cinquante.



Membres présents ou excusés

Mission d'information sur l'application du droit voisin au bénéfice des agences, éditeurs et professionnels du secteur de la presse

Réunion du mercredi 22 septembre 2021 à 15 heures

Présents. - Mme Virginie Duby-Muller, M. Laurent Garcia