

LEX GOOGLE POUR LES NULS

LE 24 OCTOBRE 2012 ANDRÉA FRADIN

Si les éditeurs de presse français n'ont pas encore déclaré officiellement la guerre à Google, le manège y ressemble. Faisons donc un point précis sur la situation, en envisageant les différents scénarios à l'aune du droit. En essayant d'éviter les coups latéraux.



Parole contre parole, troll contre troll. **La lutte entre certains éditeurs de presse français, Laurent Joffrin en tête, et Google**, autour d'un projet visant à faire payer ce dernier dès qu'il colle un lien vers des articles, a connu son lot de diatribes et d'envoies lyriques. "Censure", "menace" : au-delà des gros mots, difficile de toucher le fond. Rien ou trop peu a été dit sur les modalités d'un tel dispositif : concrètement, on fait comment ? Le point avec **Cédric Manara**, spécialiste des questions juridiques touchant à Internet et à la propriété intellectuelle.

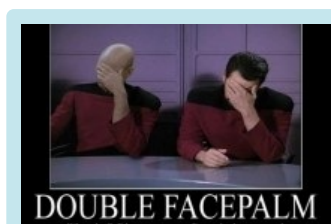
Et tu références-rences-rences le contenu qu'il te plaît

Premier constat, qui s'est imposé assez rapidement : en l'état, rien ne peut forcer Google à référencer un contenu, pour l'obliger dans un second temps à payer pour le faire.

Autrement dit, si le projet de loi des éditeurs de presse venait à s'imposer en France, le géant américain aurait toujours la possibilité de bifurquer : choisir d'arrêter de signaler dans ses services (Google Actu, moteur de recherche classique) les contenus qui l'obligeraient à payer en favorisant ceux en provenance des blogs, des forums, de l'étranger... Bref, tout ceux placés en dehors du radar de la loi. Et oui, c'est ballot, Internet n'est pas français, mais mondial.

L'absence d'un tel levier pourrait expliquer la faiblesse des argumentaires, qui titillent aujourd'hui avant tout la fibre morale de Google. "La multinationale américaine, qui se targue de remplir une tâche d'intérêt général grâce à son moteur de recherche, vient de démontrer qu'elle se soucie comme d'une guigne du droit à l'information", **proclamait par exemple le tribun Joffrin**, en fin de semaine dernière.

Une stratégie de la terre brûlée qui pourrait néanmoins s'avérer payante : si aucun outil juridique ne menace Google, son image d'orchestrateur sympa de la connaissance, savamment construite au fil des années, risque d'être écornée en France. On comprend mieux



DOUBLE FACEPALM

GOOGLE SE PAIE LA PRESSE

C'est la guerre ! Face au projet de loi de certains éditeurs de presse qui souhaitent faire payer

alors pourquoi Laurent Joffrin ou son acolyte Nathalie Collin, à la tête de l'association d'information politique et générale (IPG) qui a remis le texte aux ministères, **ont**

Google dès qu'il ...

choisi de mener l'affaire sur la place publique au lieu de jouer profil bas, comme il est normalement d'usage dans de telles opérations de lobbying. Quitte à exposer au grand jour la proximité des patrons de presse avec le pouvoir en place.

Mais l'image de Google ne sera pas seule déterminante. *"Le business va aussi la décider"*, poursuit le juriste.



Si Google estime qu'il y a un appauvrissement de ses services, et qu'il veut davantage que le contenu gratuit, ou si des gens quittent Google News par exemple, alors ils pourraient changer de politique. Et réindexer les contenus payants. On peut même imaginer qu'ils changent souvent de politique : un jour ils indexent, l'autre non, etc.



Admettons

Dans l'hypothèse où Google accepterait de se soumettre à un tel dispositif, une véritable machine à gaz verrait alors le jour. Avec son lot de questions. Et d'absurdités.

Dans son projet, la presse s'inspire des industries culturelles. A commencer par la création d'une extension du droit d'auteur, un droit *"voisin"*. Le problème, souligne Cédric Manara, c'est que ce nouveau droit, inventé à l'origine *"pour récompenser ceux qui soutiennent les créateurs"*, viendrait s'appliquer à des choses déjà protégées par le droit d'auteur. Une option qui fait bondir notre juriste.



C'est la création d'un droit qui protège les sociétés de presse. Même si elles publient trois ou quatre lignes sur n'importe quelle actualité, elles sont de fait protégées. Non pas pour leur contenu, mais en leur qualité d'organisme de presse. C'est la création d'un droit équivalent au système de l'Ancien régime, la création d'un privilège. Pourquoi protéger un organisme de presse plutôt que d'autres contenus ? C'est un problème. Et si c'est ça la politique actuelle à l'heure du débat sur la propriété intellectuelle à l'heure du numérique, alors ce n'est pas bon signe.



Avec un tel dispositif, Internet se verrait donc administrer une bonne dose de verticalité : les articles produits par des organismes de presse reconnus bénéficieraient d'une valeur différente de celle des autres contenus, libres. Mieux, seul le haut du panier de la presse bénéficierait pleinement de ce nouveau droit.

Car pour traiter avec Google et collecter les sommes associées aux articles signalés par le géant américain, une société de gestion collective verrait aussi le jour.

A en croire **le projet de loi de l'IPG, révélé par Télérama**, les éditeurs de presse seraient favorables à *"une rémunération équitable forfaitaire"*, *"calculée en prenant en considération des enquêtes et des sondages, notamment sur le comportement des internautes à l'égard de ces liens."* *"Par exemple, ils peuvent dire que le taux de clic devrait valoir telle somme par rapport à tel usage"*, complète Cédric Manara. Et d'ajouter :



La boîte noire de ce dispositif, c'est la répartition. En l'état, cet enjeu est noyé dans le projet. Or on connaît les travers des sociétés de répartition déjà existantes, dans lesquelles le traitement est inégalitaire.



La clé de cette répartition serait à chercher du côté de la composition du conseil d'administration de la société. *“Cela consistera à donner un pouvoir à ceux qui auront trusté les mécanismes de la société de gestion”.*

Faut-il encore que le rêve des éditeurs de presse de l'IPG s'accomplisse. Et sur ce point, c'est pas gagné. Si Aurélie Filippetti semble y être favorable, du côté de Bercy en revanche, on semble beaucoup moins chaud. *“C'est une des pistes étudiées”*, nous indiquent-on là bas. *“On ne trouvera pas la solution en deux jours”*. La prudence serait donc de nouveau de miser sur ce dossier qui a déjà fait la preuve de son explosivité. Que reste-t-il alors aux éditeurs de presse ?



L'un des scénarios serait de viser Google sur le terrain économique. Une option qui serait sérieusement envisagée du côté du ministère du redressement productif. Interrogé par *Owni*, ce dernier s'est abstenu de tout commentaire. Le principe est simple : **saisir l'Autorité de la concurrence pour abus de position dominante**. L'issue elle, est bien moins certaine.

“Google est une plate-forme, elle ne produit pas d'articles donc on pourrait conclure qu'elle ne cause pas de tort aux éditeurs de presse, songe Cédric Manara. Ceci étant dit, il est possible de sanctionner une entreprise qui utiliserait sa position sur un marché A pour agir sur un marché B. Mais là encore, Google n'est pas sur le marché de la presse et ne devrait pas y venir...”

David contre Goliath

L'équation est d'autant plus difficile à résoudre qu'il n'y a aucun précédent du genre en France. L'Autorité ira sans doute étudier les autres cas de figure, en Belgique ou encore **au Brésil**, où les éditeurs de presse se sont également frottés à Google News.

Si ce dernier mettait ses menaces à exécution, en déréférençant les articles français, les journaux pourraient aussi choisir de s'attaquer seuls au colosse du web devant un tribunal de commerce. Au motif que l'action de Google fait baisser leur chiffre d'affaires. Mais là encore, difficile de savoir l'impact réel des services.

Dans un article dénonçant le *“flou”* de cette guerre d'un nouveau genre, **Arrêt sur images** écrit que la *“la bataille*



**COPIEPRESSE VS
GOOGLE: DE L'INDEX AU
MAJEUR**

**La décision de Google de
désindexer les médias
belges francophones a
provoqué un vif débat sur la
relation entre la ...**

des chiffres est ouverte. Dans un **papier consacré au sujet**, *Lemonde.fr* affirme que seulement 5% de son trafic provient d'une recherche Google, **Lenouvelobs.com déclare une fourchette comprise entre 20 et 25%**, avec environ 50% pour *LePlus*, la partie participative du site. Quant au *figaro.fr*, le premier site d'information français, il refuse de communiquer le moindre pourcentage. Il ne fait pas toujours bon afficher sa dépendance à Google", conclue le site d'informations, qui estime quant à lui que 27% de ses visites le mois dernier provient des moteurs de recherche, "dont plus de 90% en provenance de Google."

Reste l'option d'une attaque pour violation de droits d'auteur. C'est l'option **prise en 2005** par l'Agence France Presse (AFP), ou en 2007 **par la société Copie presse, en Belgique**. Des actions qui se sont finies par un accord commercial, dont il est difficile de connaître les termes. "On peut imaginer des accords sans contrepartie financière, ou même que les journaux paient pour avoir une bonne place sur Google, explique Cédric Manara. Beaucoup paient pour avoir des adwords¹, on pourrait penser qu'ils paient directement pour être bien référencés !"

Reste un problème, de taille : Google est un véritable ogre juridique. Capable de faire durer les bras de fer devant les différents tribunaux. Et de porter les affaires devant les instances européennes. Difficile donc pour les rédactions d'aller affronter Goliath, seules avec leurs petits poings. Mieux vaut se tourner vers un autre géant : l'Etat français.

Illustrations par Loguy pour *Owini* (-)

1. système publicitaire de Google, ndlr [↗]

DARKLINUX

le 24 octobre 2012 - 14:51 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



J ' espère que Google va marché sur la tête de Laurent Joffrin et de toute la clique , voir mieux , rachète tous les hebdomadaires français et les revende pour trois fois rien

VOUS AIMEZ



4

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

YEKAN

le 24 octobre 2012 - 17:03 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Si ils ne veulent pas apparaitre dans les résultats de Google Actualités, c'est l'affaire de 5 minutes, une modifications du robots.txt et hop c'est réglé, c'est d'ailleurs ce qu'a récemment fait la presse brésilienne : <http://www.numerama.com/magazine/24070-la-presse-bresilienne-dit-au-revoir-a-google-news.html>

VOUS AIMEZ



5

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

THIERRY

le 25 octobre 2012 - 9:11 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Mais si, ils veulent bien. Ils veulent juste en retirer de l'argent.

VOUS AIMEZ



5

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

GBRLMRN

le 24 octobre 2012 - 17:12 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Peut-on imaginer qu'à terme, les futurs bénéficiaires d'un éventuel sur-référencement gagnent avant tout de la visibilité aux dépens des blogs et autres pure-player indépendants ?

Parce que dans beaucoup de scenarii évoqués, c'est finalement l'équilibre de visibilité entre "presse syndiquée" et les "enfants du Web" qui va s'en retrouver bouleverser...

VOUS AIMEZ



6

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

POIGNANT

le 24 octobre 2012 - 20:33 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Google contre une bande de zouaves excités... BREF on sait qui va sortir gagnant de cette comédie :-).

VOUS AIMEZ



6

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

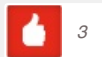
ZIMMERMANN

le 25 octobre 2012 - 11:56 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



je suis désolé, mais je n'ai pas lu l'essentiel dans ce papier. En effet, "gou gueule" France génère 1,4 milliards d'Euros (chiffre 2011) de recettes publicitaires. Autant que TF1 pour avoir un ordre d'idée. Et 0 Euros versés à l'État français, car il sont basés au Luxembourg..... c'est là que le bât blesse à mon sens.....

VOUS AIMEZ



3

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

DUDE76

le 26 octobre 2012 - 2:08 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Tout à fait, et ce sont 2 problèmes distincts (que certains essaient d'amalgamer ?).
Mais si nos dirigeants saisissent cette [i]nuance[/i] et se détournent de la taxation des liens au profit d'une re-nationalisation pour imposition du chiffre d'affaire de Google, cette pauvre presse n'en tirera toujours aucune perfusion...*

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

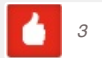
BOB

le 25 octobre 2012 - 11:58 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Est-ce que Laurent Mouchard rémunère toutes les personnes cités ou interviewée dans les articles qu'il publie ? Lorsqu'il reprend une information d'un torchon concurrent, rémunère-t-il les auteurs ? Lorsqu'il pompe des articles sur le net comme dans une bibliothèque, fait-il une petite donation ? Gageons que ce qu'il préconise pour les autres, il ne se l'applique pas à lui-même. Après tout, il n'en est plus à une contradiction près...

VOUS AIMEZ



3

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

B. MAJOUR

le 25 octobre 2012 - 13:51 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



A montrer les dents, Google risque de se retrouver confronter à ceci :

<http://www.pcinpact.com/news/74696-au-bresil-journaux-preferent-ne-pas-etre-references-dans-google-news.htm?vc=1>

Les journaux brésiliens (90 %) sont sortis du référencement Google et n'ont perdu que 5 % d'internautes.

Les dents de Google sont donc des menaces à 5 %.

Par contre, sa véritable image ressort... Agressif, menaçant et quelques peu aux abois (chute de son action et en perte de vitesse face à d'autres entreprises comme Facebook, Twitter).

Ça ne doit pas aller bien fort dans la maison Google pour qu'ils en soient à ces extrémités-là.

*Bien cordialement
B. Majour*

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

CORRECTOR

le 27 octobre 2012 - 23:27  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK 

"Le principe est simple : saisir l'Autorité de la concurrence pour abus de position dominante. "

Il faudrait être capable d'expliquer en quoi Google abuse... j'ai vu cette affirmation mainte fois répétée, mais jamais étayée.

"les journaux pourraient aussi choisir de s'attaquer seuls au colosse du web devant un tribunal de commerce. Au motif que l'action de Google fait baisser leur chiffre d'affaires"

Ce qui n'est pas du tout un motif légal!



Sinon n'importe quel magasin peut attaquer n'importe quel concurrent en lui reprochant de lui faire de la concurrence. Complètement délirant!

VOUS AIMEZ  1

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

ASSELIN

le 28 octobre 2012 - 8:45  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK 

"si aucun outil juridique ne menace Google, son image d'orchestrateur sympa de la connaissance, savamment construite au fil des années, risque d'être écornée en France"


Pas nécessairement. C'est le périmètre même de la notion de contenu référencable qui serait touché. L'IPG et la presse européenne sont en train de créer un tout nouveau type de contenu sur Internet, en privatisant un espace qui jusqu'à présent était en libre circulation, et qui deviendrait de fait payant, donc privé. De nombreuses sources de "connaissance" sur le web sont privées, mais actuellement c'est à leur diffuseur d'assurer leur sécurité technique.

VOUS AIMEZ  1

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

CORRECTOR

le 28 octobre 2012 - 9:19  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK 

Privatiser, mais à quel point? Est-ce qu'on aurait le droit de faire un lien vers un article sans demander une autorisation en trois exemplaires?

Comment est-ce que les moteurs de recherche feraient la distinction entre site d'un journal (indispensable auxiliaire de la démocratie) dissertant sur les seins royaux, et un vulgaire site de bavardage bavassant sur la censure sur le net ou les droits civiques en général?

VOUS AIMEZ  0

VOUS N'AIMEZ PAS  0

LUI RÉPONDRE

4 pings

La Lex Google pour les nuls | neottia nidus-avis le 24 octobre 2012 - 15:28

[...] on owni.fr Share this: Twitter Facebook J'aime ceci: J'aime Soyez le premier à aimer [...]

I Have A Dream : une loi pour le domaine public en France !! :: S.I.Lex :: le 27 octobre 2012 - 13:29

[...] objets reçoivent une protection. Nous risquons d'en avoir un triste exemple en France si la fameuse Lex Google est adoptée qui créerait un nouveau droit voisin au profit des éditeurs de [...]

Vers un droit des moteurs de recherche le 29 octobre 2012 - 12:04

[...] confrontations en confrontations, on observe donc aujourd'hui cette entreprise structurer et fédérer progressivement contre [...]

Une taxe Google... pour les transports ! » revue du web, Just another weblog le 16 novembre 2012 - 16:15

[...] la montée au créneau des éditeurs de presse contre le méchant Google qui fait plein de profits au nez et à la barbe [...]