Droit voisin des éditeurs de presse : l’Autorité de la concurrence soumet les propositions d’engagements de Google à un test de marché

Dans le prolongement de la procédure d’urgence ayant conduit à l’adoption de mesures conservatoires en avril 2020, l’Autorité de la concurrence a poursuivi l’instruction au fond du dossier relatif aux conditions de mise en œuvre par Google de la loi du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences et des éditeurs de presse. Dans le cadre de cet examen, les services d’instruction ont estimé que Google était susceptible d’avoir abusé de sa position dominante sur le marché des services de recherche généraliste en imposant des conditions de transaction inéquitables et discriminatoires aux éditeurs et agences de presse, et en contournant la loi sur les droits voisins. Sur ce fondement, les services d’instruction ont exprimé des préoccupations de concurrence, lesquelles ont été adressées à Google.

En réponse à ces préoccupations de concurrence, Google a souhaité proposer plusieurs engagements.

Ainsi :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 code de la propriété intellectuelle et selon des critères transparents, objectifs et non discriminatoires.Google s’engage à communiquer aux éditeurs de presse et agences de presse les informations prévues par l’article L.218-4 du code de la propriété intellectuelle et permettant une évaluation transparente de la rémunération proposée par Google.Google s’engage, dans les trois mois suivant le début des négociations, à faire une proposition de rémunération.Dans l’hypothèse où les parties ne parviendraient pas à un accord, les parties négociantes auront la possibilité de saisir un tribunal arbitral chargé de déterminer le montant de la rémunération. Google s’engage à prendre en charge les honoraires des arbitres et de la procédure d’arbitrage en première instance.Google s’engage à prendre les mesures nécessaires pour que les négociations n’affectent ni l’indexation, ni le classement, ni la présentation des contenus protégés.Google s’engage à prendre les mesures nécessaires pour que les négociations n’affectent pas les autres relations économiques qui existeraient entre Google et les éditeurs de presse et agences de presse.Un mandataire indépendant agréé par l’Autorité s’assurera de la mise en œuvre des engagements pris et pourra s’adjoindre, le cas échéant, les services d’un expert technique, financier ou spécialisé en propriété intellectuelle.Les engagements s’appliqueront pour une durée de 5 ans.L’Autorité a annoncé, le 15 décembre 2021, soumettre ces propositions d’engagements à un test de marché. Les tiers intéressés, éditeurs et agence de presse, sont en conséquence invités à faire part de leurs observations jusqu’au 31 janvier 2022. À l’issue de cette consultation, l’Autorité tiendra une séance au cours de laquelle elle entendra l’ensemble des parties à la procédure et au terme de laquelle elle décidera si les engagements proposés par Google répondent aux préoccupations de concurrence.