

Pour l'Autorité de la concurrence, Google est en position dominante sur le marché de la publicité liée aux moteurs de recherche

Saisie par le ministre de l'Économie au sujet du fonctionnement de la concurrence dans le secteur de la publicité en ligne, l'Autorité de la concurrence a, le 14 décembre 2010, rendu son avis. Elle estime que la publicité liée aux recherches constitue un marché spécifique et non substituable à d'autres formes de communication, sur lequel de nombreux éléments convergent pour démontrer que Google détient une position dominante. Elle estime en outre que le droit de la concurrence peut mettre des bornes aux agissements de Google et répondre aux enjeux concurrentiels soulignés par les acteurs, sans qu'il soit nécessaire de mettre en place une régulation d'ensemble du secteur. La presse est très concernée par cet avis, car elle est à la fois cliente, partenaire, concurrente et potentiellement fournisseur de Google. À ce titre, l'Autorité recommande de transposer les obligations de transparence de la loi Sapin au secteur de la publicité en ligne. De même, les éditeurs de presse, qui dénoncent une forme de parasitisme économique de la part de Google via l'agrégateur Google Actualités doivent pouvoir demander et obtenir d'en être exclus, sans pour autant être déréférencés du moteur de recherche, estime l'Autorité qui se félicite en outre des initiatives prises par les acteurs du secteur pour mutualiser leurs moyens et favoriser l'émergence de kiosques numériques payants.