

La résistance de Google au droit voisin des éditeurs

La France fut le premier pays à transposer la directive européenne¹, malgré le *lobbying* intense des grandes plateformes. Le droit voisin des éditeurs doit venir compenser financièrement la reproduction de leurs articles sur les moteurs de recherche et sur les réseaux sociaux sans contrepartie, alors qu'ils captent l'essentiel des ressources publicitaires, lesquelles sont indispensables à l'équilibre économique de la presse.

Mais la mise en place de ce droit s'est aussitôt opposée à des résistances, la plupart des plateformes entendant se soustraire à son règlement. Google, notamment, a tenté de passer avec chacun des éditeurs individuellement des accords aux termes desquels, peu ou prou, ils doivent renoncer au bénéfice de la loi s'ils veulent continuer de rester visibles sur son moteur de recherche. Cette visibilité est devenue, en effet, vitale pour les journaux à l'heure du tout numérique.

Il a fallu que, par le truchement de leurs syndicats, les éditeurs de presse saisissent l'Autorité de la concurrence pour faire entendre raison au moteur de recherche. C'est ainsi que cette dernière a rendu une première décision² qui a condamné Google à une amende de 500 millions d'euros, pour ne pas s'être conformé à ses injonctions lui imposant la neutralité, la bonne foi et la transparence dans ses négociations avec les éditeurs et agences de presse. L'Autorité de la concurrence a sanctionné Google d'une amende supplémentaire de 250 millions d'euros pour ne pas avoir conduit des négociations de bonne foi, sur la base de « critères transparents », ni « transmis aux éditeurs les informations nécessaires à l'évaluation de leurs rémunérations³ ».

La décision qui vient d'être rendue en procédure d'urgence par le Tribunal de commerce de Paris, le 13 novembre dernier, interdisant à Google, sous une astreinte de 900 000 € par jour, de « rendre invisibles » les articles des médias avec lesquels il a un différend sur la mise en œuvre des droits voisins, s'inscrit dans ce combat⁴.

La question que pose cette affaire est double. Elle est, d'une part, celle de l'application de bonne foi des négociations en cours, sans mesures de rétorsion intermédiaires par Google. Elle est, d'autre part, plus fondamentalement celle du bras de fer que la société américaine a engagé avec les autorités et la loi européennes. Il s'agit d'une question de souveraineté nationale et européenne, de ne pas voir l'Union et les États membres renoncer à leur devoir régalien de fixer la loi.

Or la loi a un objectif qui n'est pas mince en l'occurrence, celui de la survie d'une presse libre et pluraliste, dont le modèle économique reste viable. Ce qui suppose qu'elle puisse continuer de vendre ses articles en bénéficiant notamment des ressources publicitaires que leur consultation génère. Il faut, en effet, que les éditeurs puissent continuer de payer des journalistes professionnels qui sont les seuls gages du maintien de l'information à laquelle a droit le public dans une démocratie digne de ce nom. C'est une nouvelle version de l'affrontement millénaire entre la force et le droit.

Auteur(s) :

Basile Ader - Avocat au Barreau de Paris

Notes de bas de page :

1. Dir. (UE) 2019/790 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique.
2. Aut. conc. 12 juillet 2021, n° 21-D-17, LÈgipresse 2021. 395.
3. Aut. conc. 15 mars 2024, n° 24-D-03, LÈgipresse 2024. 206 ; ibid. 2024. 301, note V. Varet.
4. Google a soutenu vouloir mener une expérimentation : la suppression partielle, à partir du 14 novembre, des contenus de presse des pages de résultats pour certains utilisateurs dans plusieurs pays européens dont la France, afin de mesurer l'impact des contenus de publication de presse dans les résultats de recherche.