

NOUVELLES DE L'ENTREPRISE

Un accord afin de régler un différend qui dure depuis trop longtemps

20 Mar, 2024 · 6 mins de lecture

🔗 Partager



Sulina Connal

Managing Director, News and Publishing Partnerships

Google est la première et la seule plateforme à avoir signé des accords de licence significatifs au titre des droits voisins avec 280 éditeurs de presse français - couvrant plus de 450 publications - et versant plusieurs dizaines de millions d'euros par an. Malgré ces avancées, l'Autorité de la concurrence (ADLC) a prononcé aujourd'hui une sanction de 250 millions d'euros à l'encontre de Google pour la manière dont nous avons mené ces négociations. L'ADLC a également exigé des changements dans notre façon de négocier, que nous avons acceptés dans le cadre d'un accord conclu pour enfin clore ce dossier ouvert depuis trop longtemps.

Nous avons transigé car il est temps de tourner la page et, ainsi que le prouvent nos nombreux accords avec les éditeurs, nous souhaitons nous concentrer sur des approches pérennes afin de connecter les internautes avec des contenus de qualité et travailler de manière constructive avec les éditeurs français.

Mais il est également important de noter que nous considérons que le montant de l'amende est disproportionné au regard des manquements relevés par l'ADLC. Elle ne prend pas suffisamment en compte les efforts que nous avons déployés pour répondre aux diverses remarques - dans un environnement où il est très compliqué de définir une ligne de conduite lorsqu'on ne peut pas anticiper une direction précise.

Depuis l'entrée en vigueur de la loi, l'absence de mesures réglementaires claires, et les actions en justice successives ont complexifié les négociations avec les éditeurs, et nous empêchent de considérer sereinement nos investissements futurs dans le domaine de l'information en France. Le nombre de publications et de types de contenus concernés n'a cessé d'évoluer avec le temps, passant des publications d'information générale à des publications spécialisées dans le domaine nautique comme voilesetvoiliers.ouest-france.fr et lemarin.ouest-france.fr, ou encore aux sites de comparatifs tels que jeuxvideo.com ou des guides comme allocine.fr. Nous - et les autres acteurs du marché tenus d'appliquer la loi - avons besoin de plus de clarté sur qui nous rémunérons et pour quel contenu.

Notre méthodologie de négociations

Suite à la mise en œuvre en France de la directive européenne sur les droits voisins et, suite aux engagements pris devant l'ADLC, nous avons développé une méthodologie non-discriminatoire et transparente. Celle-ci prend en compte la fréquence d'affichage d'un site d'actualité et les revenus publicitaires générés sur les pages affichant aussi des aperçus de contenus d'actualité.

L'amende d'aujourd'hui reflète en partie un désaccord sur la valeur que Google tire des contenus d'actualité. Dans notre accord avec l'ADLC, nous nous sommes engagés à réviser la méthodologie pour le calcul des revenus indirects. Cependant, pour guider les futures discussions, nous allons analyser la valeur économique réelle des contenus d'actualité dans nos services.

L'amende soulève des points de procédure au cours des négociations ces deux dernières années, qui ont concerné une poignée d'éditeurs et de publications. Ces critiques visent la communication (certains documents ont été envoyés avec quelques jours de retard) et un seuil minimal de rémunération (que nous n'avons jamais appliqué). Nous avons pris des mesures concrètes pour répondre à ces critiques.

Quels contenus et quels éditeurs sont couverts ?

Le périmètre des éditeurs concernés par la loi est un élément fondamental pour la bonne conduite des négociations, or ce point n'est, à date, pas clair.

En effet, il existe en France une certification appelée IPG (Information Politique et Générale) que les éditeurs de presse obtiennent s'ils contribuent à "l'information politique et générale". La loi demande que nous prenions en compte ce statut lors de la conclusion d'accords. A la demande de l'ADLC, Google est allé bien au-delà et a conclu des accords avec des éditeurs non certifiés IPG, tels que programme-tv.net, voici.fr, ou journaldesfemmes.fr. En conséquence, près de la moitié des 15 rémunérations les plus importantes sont versées à des publications non-IPG - qui ne contribuent pas à "l'information politique et générale".

Enfin, il est important de noter qu'en acceptant cet accord, l'ADLC ne conteste pas la manière dont le contenu du web ouvert est utilisé pour améliorer des produits plus récents, comme ceux basés sur l'intelligence artificielle générative.

Cet usage est déjà couvert par l'exception de l'article 4 de la directive européenne sur le droit d'auteur et par le futur règlement européen sur l'intelligence artificielle - l'AI Act. Très rapidement après le lancement en France de notre expérimentation, Bard (appelé aujourd'hui Gemini), et en l'absence de

normes internationales ou de solution développée par les éditeurs, Google a proactivement introduit une nouvelle solution technique appelée [Google-Extended](#) pour permettre "l'Opt Out" de Gemini par les ayants droit, sans qu'il n'y ait d'impact sur leur référencement dans le moteur de recherche de Google. L'ADLC nous a demandé d'expliquer le fonctionnement de nos produits basés sur l'IA générative, et la manière dont "l'Opt Out" fonctionne.

Vers un environnement de négociation pérenne

Bien entendu, nous restons déterminés à appliquer la loi française. Notre objectif est de continuer à soutenir les éditeurs de presse en France, mais cela ne se fait pas sans difficultés. Tout au long de ces deux dernières années, nous avons été disposés à discuter des préoccupations soulevées par les éditeurs ou l'ADLC, et d'y répondre de manière constructive. C'est toujours le cas aujourd'hui.

Mais il est désormais temps de clarifier qui nous devons rémunérer, et comment, afin de mettre en place un cadre de négociation pérenne.

Settling a long-running, non-straightforward dispute in France

Google is the first and only platform to have signed a significant number of licensing agreements with 280 French news publishers under the European Copyright Directive (EUCD). These cover more than 450 of their publications - and pay publishers tens of millions of Euros a year. Despite this progress, the French Competition Authority (FCA) today imposed a 250 million Euro fine on Google for how we have conducted those negotiations. They also insisted on changes to how we negotiate, which we have agreed to as part of a settlement of a long running case.

We've settled because it's time to move on and, as our many agreements with publishers show, we want to focus on the larger goal of sustainable approaches to connecting people with quality content and on working constructively with French publishers.

But it's important to note that the fine is not proportionate to issues raised by the FCA. It also doesn't sufficiently take into account the efforts we have made to answer and resolve the concerns raised - in an environment where it's very hard to set a course because we can't predict which way the wind will blow next.

Since the law came into effect, a lack of clear regulatory guidance and repeated enforcement actions have made it hard to navigate negotiations with publishers, or plan how we invest in news in France in the future. The number of in-scope publications and content types has drifted too, from general news publications to specialist nautical publications like voilesetvoiliers.ouest-france.fr and lemarin.ouest-france.fr, as well as listings and comparison sites such as allocine.fr and jeuxvideo.com. We - and others - need more clarity on whom we are paying for what.

Negotiating methodology

Following the introduction of the French version of the European Union's Copyright Directive, and subsequent commitments made to the FCA, we developed a consistent and transparent methodology

to guide our negotiations. This reflects how often a news website is displayed and how much ad revenue is generated on pages that also display previews of news content.

Today's fine relates mostly to disagreement about how much value Google derives from news content. In our settlement with the FCA, we have committed to revising the methodology for calculating indirect revenue. To guide future negotiations, we will be taking steps to further analyze the true economic value of news content in our services.

The fine also relates to negotiation procedural issues over the last two years, raised by a handful of publishers and publications. Their criticisms included speed of communication (some documents were sent a few days late) and remuneration thresholds (which were ultimately not applied). We have taken concrete steps to respond to these criticisms.

What content and which publishers are covered?

Understanding which publishers are in scope of the law should be central to the discussions yet it hasn't been clear.

For example, there is a certification in France called IPG, which news publishers can obtain if they publish "political and general information". The law stipulates that we should take such status into account when making agreements. At the request of the FCA, Google has gone well beyond this, and has concluded agreements with non-IPG publishers, such as programme-tv.net, voici.fr and journaldesfemmes.fr. As a result, nearly half of the 15 largest agreements we have with French publishers are with non-IPG publications that don't produce "political and general information".

In accepting the settlement, the FCA does not challenge the way web content is used to improve newer products like generative AI, which is already addressed in Article 4 of the EU CD and the pending EU AI Act. Soon after the launch in France of our experiment, Bard (now called Gemini) - and in the absence of international standards or any solution developed by publishers - Google voluntarily introduced a new technical solution called [Google-Extended](#) to make it easier for rights holders to opt out of Gemini without impact on their presence in Search. The FCA asked us to explain to publishers how our generative AI products and opt-out work.

Towards a more sustainable business environment

Of course we remain committed to complying with the law and we hope to continue to support press publishers in France, but it is not straightforward to do so. Throughout the last few years, we have been willing to discuss concerns from publishers or the FCA and that is still the case today.

But it is now time for greater clarity on who and how we should be paying so that all parties can plan a course towards a more sustainable business environment.

PUBLIÉ DANS: