

Google et l'esprit des lois latino-européennes

Retour sur trois cas emblématiques : Belgique, Allemagne, France

Guillaume Sire

Maître de conférences en SIC

Institut Français de Presse / Université Paris 2

guillaume.sire@u-paris2.fr

Résumé

Le but de cet article est de décrire la façon dont la firme Google effectue son lobbying à plusieurs niveaux en Union Européenne, de manière à mettre les chances de son côté pour que les choses se déroulent au mieux pour elle, notamment en ce qui concerne le droit d'auteur dont peuvent se prévaloir les éditeurs dont le contenu est indexé par le moteur de recherche. Nous expliquons comment en Belgique la firme Google a réussi à ne pas tomber sous le coup d'une décision de justice à son encontre, puis comment en Allemagne elle a contourné une loi visant pourtant expressément à réguler son activité, et enfin en France comment elle a réussi à faire retirer un projet de loi qui ne lui convenait pas.

Mots-clé

Google ; moteurs de recherche ; web ; presse en ligne

Auteur

Guillaume Sire est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Institut Français de Presse, et chercheur au Centre d'analyse et de recherche interdisciplinaire sur les médias (CARISM). Ses travaux portent essentiellement sur les moteurs de recherche, le journalisme en ligne et les modèles économiques du web.

Adresse :

Centre d'Analyse et de Recherche Interdisciplinaire sur les Médias - Institut Français de Presse

5/7, avenue Vavin - 75006 PARIS

guillaume.sire@u-paris2.fr

Pour citer ce chapitre : Sire G. (2016), « Google et l'esprit des lois latino-européennes, Retour sur trois cas emblématiques : Belgique, Allemagne, France », *Annuaire français des relations internationales*.

Lorsqu'un internaute effectue une requête sur le moteur de recherche Google, celui-ci reprend le titre et les premiers mots des contenus en ligne pour générer une liste de liens classés par ordre de pertinence supposée. Cette liste apparaît sur une page qui appartient à Google, sans que les éditeurs aient été payés pour la portion de contenu reprise. Il s'agit d'un troc, donnant-donnant : l'éditeur reçoit du trafic en échange de quoi il laisse à Google la possibilité de reprendre le titre et les premiers mots du contenu qu'il a produit et mis en ligne. A tout moment, il peut demander à Google de ne pas référencer ses contenus, grâce à un « protocole d'exclusion » fonctionnant sur le principe du « opt-out »¹. Tant que l'éditeur n'y a pas recours, le moteur comprend qu'il a le droit de référencer les contenus sans contrepartie financière.

Malgré l'existence de ce protocole, l'activité du moteur Google est critiquée par de nombreux éditeurs dans le monde, car même s'il est leur partenaire, puisqu'il fournit aux internautes un service complémentaire, il est également le concurrent de tous ceux parmi eux qui financent leur activité sur le marché de la publicité. Les éditeurs ont du mal à s'y retrouver financièrement, c'est pourquoi il y en a parmi eux, en particulier les éditeurs de presse en ligne, qui se plaignent du fait que le troc ne soit pas équitable ; ils demandent à Google de les rémunérer pour la reprise de ce qu'ils ont produit. Les dirigeants de la firme américaine, de leur côté, refusent de payer en arguant que ce serait contraire au fonctionnement même d'Internet.

La jurisprudence concernant ce sujet n'est pas claire, étant donné notamment le caractère distribué du fonctionnement du moteur de recherche : le contenu en ligne sur les serveurs de l'éditeur est copié et indexé sur les serveurs de Google, puis la liste hypertexte est générée par le moteur et mise en mémoire tampon sur l'ordinateur de l'utilisateur. Dès lors, le contenu qui apparaît à l'écran lorsqu'un internaute utilise le moteur Google se trouve en quelque sorte dans au moins trois endroits à la fois et en même temps (serveur de l'éditeur, serveur du moteur, disque dur de l'utilisateur), dont chacun peut dépendre d'une juridiction différente.

Le droit étatsunien est plutôt favorable à Google comparé au droit européen². La firme essaye par conséquent de répartir ses actifs de manière à se prévaloir le plus souvent possible du droit de son pays d'origine. C'est ce qui explique en grande partie une stratégie de structuration « en silos »³ : la société mère reste en Californie et des satellites sont implantés partout ailleurs, tandis que les infrastructures, où sont copiés et indexés les documents, demeurent autant que possible aux Etats-Unis.

En Europe, la jurisprudence est extrêmement floue, notamment parce que l'activité des moteurs de recherche « *entre mécaniquement en conflit avec le droit d'auteur* »⁴ en cela qu'elle porte atteinte « *tant au droit de reproduction qu'au droit de communication au public des titulaires d'un droit d'auteur* »⁵. Il se trouve en effet que les pays attachés à une tradition de droit d'auteur, latino-européens, sont en général moins cléments à l'égard des propriétaires de moteurs de recherche que les pays anglo-saxons attachés à du *copyright*⁶, mais que dans les deux cas il soit difficile de prévoir l'issue d'un procès si un éditeur exigeait d'être rétribué par

¹ Cf. Sire G. (2015), « Inclusion exclue : le code est un contrat léonin. Enquête sur la valeur technique et juridique du protocole robots.txt », *Réseaux*, n°189, p.187-214.

² Cf. Band J. (2008), « Google and fair use », *Journal of business and technology law*, vol.3, n°1, p.27.

³ Cf. Smyrniaos N. (2005), *L'industrie de l'éphémère. Emergence et consolidation de modèles diversifiés de production et de diffusion de l'information en ligne*, Thèse en Sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble 3, 615 p.

⁴ Cf. Manara C., (2011) « Le droit d'auteur contre l'accès à l'information mondiale ? Le cas des moteurs de recherche », *Revue Internationale de Droit Economique*, 2/t.XXV, p.147.

⁵ Cf. Strowel A. (2011), *Quand Google défie le droit. Plaidoyer pour un Internet transparent et de qualité*, Bruxelles, Larcier, 240 p, p. 69

⁶ Cf. Band, op. cit., p.27

Google pour les portions de son contenu qui ont été utilisées. De surcroît, il se trouve que lorsque la voie législative a été saisie, et que certains pays d'Europe continentale ont essayé de changer les lois pour pouvoir clarifier la jurisprudence, cela n'a pas fonctionné.

Nous analyserons ici certains tenants de cette controverse dans le but de comprendre comment Google peut chercher à dominer les rapports de force en Europe, aussi bien vis-à-vis du pouvoir exécutif que des pouvoirs judiciaire et législatif. Nous verrons comment en Belgique la firme a réussi à ne pas tomber sous le coup d'une décision de justice à son encontre, pourtant confirmée en appel. Nous verrons également comment en Allemagne elle a contourné une loi visant expressément à réguler son activité. Enfin, nous expliquerons comment en France elle a réussi à faire retirer un projet de loi qui ne lui convenait pas. Un retour sur ces trois cas nous permettra d'expliquer comment la firme Google effectue son lobbying à plusieurs niveaux dans les pays où elle opère, de manière à mettre les chances de son côté pour que les choses se déroulent au mieux pour elle.

A. La Belgique et le pouvoir judiciaire

17 éditeurs de presse belges se sont regroupés en 2006 au sein d'une même association appelée *Copiepresse* pour porter plainte contre Google qui reprenait selon eux une partie de leurs contenus illégalement sur son service Google Actualités (il s'agit d'un moteur de recherche et agrégateur spécialisé dans l'indexation des contenus relatifs à l'actualité), dès lors que c'était fait sans leur accord et qu'ils n'étaient pas rémunérés. La firme Google s'est défendue en se prévalant de la décision de justice qui lui avait donné raison dans un cas similaire l'opposant à *Blake A. Field* aux Etats-Unis. Mais finalement, Google a été condamnée en septembre 2006 par le Tribunal de première instance de Bruxelles à retirer de ses serveurs tous les articles ou morceaux d'articles, photographies et représentations graphiques appartenant aux éditeurs de *Copiepresse*, sous astreinte d'un million d'euros par jour de retard. Le 22 septembre 2006, la demande de Google de suspendre cette décision a été rejetée par le Juge des référés. La firme, parce qu'elle copiait le contenu des pages sur ses propres serveurs, a été explicitement considérée comme un « portail d'information » et non comme un simple moteur de recherche. Ses porte-parole ont argué en vain que le dispositif ne faisait que recopier le code des pages web et que, par conséquent, seul l'internaute qui affichait *effectivement* la liste de liens hypertextes sur son écran pouvait être considéré comme étant l'auteur de la reproduction⁷.

Google a également tenté de se prévaloir de l'exception de revue de presse prévue par le droit belge, selon laquelle une exception au droit d'auteur peut être faite dans le cas où les contenus repris aux éditeurs sont courts et qu'ils servent à la critique, la polémique, l'éducation ou le travail scientifique. Mais la justice belge a également rejeté cet argument en expliquant qu'aucune opinion n'était exprimée par l'algorithme.

Google a tenté ensuite de se prévaloir de l'article 10 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme qui garantit la liberté d'expression. Mais la décision de justice relève que « *Copiepresse s'interroge, de façon pertinente, sur la question de savoir si on peut, en l'espèce parler d'exercice de son droit d'expression dans le cas de Google dans la mesure où le système mis en place par Google Actualités n'a rien d'humain, que Google n'emploie aucun rédacteur en chef en vue de la sélection des articles [...]* »⁸ On trouve ici un problème systématiquement posé aux juristes dès lors qu'il s'agit de s'intéresser aux moteurs de recherche dont l'activité peut être envisagée sous l'angle du droit des médias, en considérant que l'action manuelle des concepteurs du moteur aboutit à la production d'un énoncé, ou bien

⁷ Cf. Van Asbroeck B., Cock M. (2007), « Belgian newspapers v Google News: 2-0 », *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 2, n°7, p. 464

⁸ http://cedriclaurant.files.wordpress.com/2010/12/copiepresse_google-070213.pdf

sous l'angle du droit des infrastructures de transmission, en considérant que le moteur est une technologie neutre qui se contenterait de relayer l'information⁹, argument qui a eu la préférence de la justice belge.

Enfin, Google a tenté de se prévaloir de « l'accord tacite » en mettant en avant le fait qu'il soit possible à tout moment pour l'éditeur de désindexer ses contenus du moteur de recherche grâce au protocole d'exclusion. Mais la justice belge a statué que le droit d'auteur n'était pas en Europe un droit de ne pas être repris par un tiers, mais un droit qui interdisait à un tiers de reprendre un contenu sans l'autorisation *a priori* du propriétaire et de l'auteur du contenu en question¹⁰. Autrement dit, le fait qu'il soit possible pour un éditeur d'exclure ses documents du champ d'indexation du moteur ne pourrait pas suffire à décréter que l'éditeur est d'accord, dans le cas où il ne ferait rien, pour que ses documents y soient inclus.

Copiepresse a donc gagné le procès en première instance. L'Association Mondiale des Journaux a salué la décision belge en estimant par voie de communiqué que « les fournisseurs de contenu devraient avoir leur mot à dire sur la façon dont sont utilisées leurs productions »¹¹. Une *task force* a été mise en place à la suite du gain de cause de *Copiepresse* en première instance, regroupant plusieurs acteurs voyant là l'opportunité d'être entendus par les dirigeants de Google¹². Interrogé par l'AFP, le directeur du World Editors Forum (WEF, regroupant les rédacteurs en chef au sein de l'AMJ) Bertrand Pecquerie a expliqué : « *Tous les journaux reconnaissent qu'il y a bien un service rendu, l'objectif n'est pas de condamner Google mais d'établir un partenariat [...] C'est une prise de conscience. On est dans un combat Europe/Etats-Unis, cela pousse Google à négocier* »¹³. Quant à la Fédération nationale de la Presse Française (FNPF), elle est allée dans le même sens en estimant qu'il était « nécessaire que [ce jugement] fasse jurisprudence dans l'ensemble de l'Union européenne »¹⁴.

Après cinq années, la décision du tribunal de première instance fut confirmée en appel par la Neuvième Chambre belge le 5 mai 2011. Celle-ci estima que même si l'affaire concernait des actes commis dans plusieurs pays, c'était le droit belge qui devait s'appliquer, cela car la Belgique était « la plus concernée ». La Cour d'Appel confirma qu'une partie du contenu, même infime, ne pouvait être reprise sans enfreindre le droit d'auteur. L'utilisation par Google des contenus empêchait selon elle les éditeurs d'en faire un usage normal, notamment lorsque des documents payants (les archives) étaient disponibles gratuitement via les serveurs de Google. Google a eu beau se défendre en expliquant que les internautes étaient les véritables auteurs de ces reproductions, la Cour d'Appel conserva la même ligne que le Tribunal de première instance. Enfin, la Cour souligna que les droits moraux de l'auteur en matière d'intégrité et de paternité étaient violés : « *Le service Google Actualités enfreint le droit de paternité parce que le nom des auteurs ne figure pas dans les résultats. Le droit d'intégrité a quant à lui été enfreint dans la mesure où seuls des extraits sont reproduits et le travail est modifié. La Cour a statué que même dans la mesure où un internaute sait, ou devrait savoir, que ce qu'il ou elle voit est seulement un extrait et qu'il est possible de le lire*

⁹ Cf. Grimmelmann J. (2014), *Speech Engines*, *Minnesota Law Review*, vol. 98, n°3, p. 868-952.

¹⁰ Van Asbroeck et Cock, op. cit., p. 466

¹¹ <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/200609/19/01-13640-google-news-les-editeurs-de-presse-rassures.php>

¹² <http://www.linformaticien.com/actualites/id/592/les-editeurs-de-presse-reclament-la-remuneration-du-contenu-de-leurs-articles-diffuses-sur-les-moteurs-de-recherche.aspx>

¹³ <http://technaute.cyberpresse.ca/nouvelles/internet/200609/19/01-13640-google-news-les-editeurs-de-presse-rassures.php>

¹⁴ Ibid.

dans son intégralité en cliquant sur l'hyperlien, cela n'implique pas que l'auteur ait consenti à ce qu'un extrait de son travail puisse être publié »¹⁵.

Le cas belge est emblématique car il illustre les points communs et les différences entre les transpositions de la directive européenne et le droit américain, entre le droit d'auteur et le *copyright*. Mais ce qui a suivi la décision de la Cour d'Appel s'avère plus intéressant encore.

Google a procédé à l'éviction des sites de *Copiepresse* de l'index des moteurs Google.be, Google.com, Google Actualités Belgique, mais aussi d'autres sites comme Google.fr et Google.it. Cette désindexation systématique fut perçue par les éditeurs du collectif *Copiepresse* comme une « application mesquine » de la décision de justice. « Ils l'ont fait pour nous punir » par la Secrétaire Générale de *Copiepresse* Margaret Boribon¹⁶. Selon les éditeurs, la mesure concernait essentiellement Google Actualités et n'aurait pas dû être étendue à l'ensemble de la galaxie des moteurs de Google. A cette critique, Google a répondu que le dispositif Google Actualités (le moteur spécialisé) était intégré au dispositif Google Search (le moteur généraliste) depuis avril 2011, et que par conséquent l'indexation sur l'un des deux dispositifs était fonction de l'indexation sur l'autre. Ainsi, selon les porte-parole de la firme, appliquer la décision de justice revenait à désindexer les sites de *Copiepresse* de l'ensemble du dispositif. Google a explicitement demandé à ce que les éditeurs de *Copiepresse*, s'ils voulaient que les contenus soient réindexés, renoncent à réclamer l'astreinte de 25 000 dollars par effraction constatée et lui assurent que de nouvelles poursuites n'auraient plus lieu. C'est ce qu'ont effectivement fait les éditeurs, sans commenter leur décision. Les porte-parole de Google ont, quant à eux, commenté cette affaire en disant : « *Nous sommes ravis que Copiepresse nous ait donné aujourd'hui l'assurance de pouvoir inclure à nouveau leurs sites dans notre index de recherche Google sans devoir appliquer les pénalités ordonnées par la justice. Nous allons donc procéder à la ré-indexation de ceux-ci le plus rapidement possible. Nous n'avons jamais eu la volonté d'exclure les sites de notre index mais nous étions tenus de respecter le jugement du tribunal, à moins que Copiepresse n'intervienne. Nous demeurons ouverts pour travailler en collaboration avec les membres de Copiepresse à l'avenir »¹⁷.*

Nous constatons ici que les problèmes juridiques liés au droit d'auteur sont inscrits dans un tissu de rapports de forces socio-économiques qui dépasse largement le domaine de compétence d'une juridiction nationale. Même si Google a perdu son procès, la firme a réussi à annuler les effets concrets d'une décision de justice, étant donné les intérêts des éditeurs à être indexés sur ses moteurs. Certes, *Copiepresse* et la justice belge ont pu exercer des pressions sur Google à un moment donné, mais, finalement, la firme a repris le dessus. Elle a réussi à passer outre une décision de justice confirmée en seconde instance étant donné la puissance prescriptrice de sa technologie.

B. L'Allemagne et le pouvoir législatif

En août 2012, le gouvernement allemand rendit public un projet de loi surnommé aussitôt « Lex Google » par les observateurs, dont l'objet principal était de prévoir que les moteurs de recherche et les agrégateurs devraient désormais rémunérer les éditeurs des contenus qu'ils citaient¹⁸. La controverse fut tout de suite houleuse. Tandis que les grands

¹⁵ Cf. Sookman B. (2011), « Is Google News Legal ? », *Blog de Barry Sookman*, disponible ici : <http://www.barrysookman.com/2011/05/17/is-google-news-legal/>

¹⁶ <http://www.out-law.com/page-7427>

¹⁷ <http://www.journaldunet.com/solutions/moteur-referencement/google-desindexe-copiepresse-le-soir-et-la-libre-belgique-0711.shtml>

¹⁸ De nouvelles sections 87f, 87g and 87h étaient proposées pour le *German Copyright Act*.

groupes de presse allemands, comme *Axel Springer* et *Bertelsmann*, se félicitaient, le syndicat professionnel allemand des technologies de l'information et de la communication (*Bitkom*) jugea que le gouvernement envoyait un mauvais signal à l'ensemble du secteur du numérique, tout en pointant des imprécisions quant aux services concernés par la loi¹⁹.

Dans l'espoir que le Bundestag invaliderait le projet lors du vote qui aurait lieu fin novembre 2012, Google mit en ligne sur la page d'accueil de Google Search en Allemagne, un lien visant à faire adhérer les internautes à sa cause. Ce lien disait : « *Toi aussi tu veux trouver à l'avenir ce que tu cherches ? Défends ton réseau !* » L'internaute accédait, après avoir cliqué, à une page sur laquelle le projet de loi était présenté brièvement, après quoi Google avançait les arguments suivants :

- Il n'y pas de publicité sur Google Actualités,
- Chaque éditeur décide s'il veut être référencé par Google Actualités ou non,
- En 2003, la cour constitutionnelle [allemande] a permis aux moteurs de recherche d'afficher des extraits d'articles.

Cette même page exhortait les internautes allemands à se rallier à la cause de Google en faisant pression sur leurs députés dans le but de faire avorter le projet de loi. Ainsi, une carte interactive de l'Allemagne fut mise en ligne, sur laquelle les internautes pouvaient trouver les prénom, nom, coordonnées (adresse postale, mail, fax, téléphone) de chaque député allemand, pour chaque circonscription. Google demandait ainsi aux internautes de contacter les députés pour les inciter à voter non au projet de loi.

Carte interactive du lobbying contre la loi allemande *Lex Google*



Les grands groupes de presse, membres de la fédération des éditeurs de journaux et de l'association des éditeurs de magazines, ont aussitôt accusé Google d'abus de position dominante et de « *propagande haineuse* »²⁰. L'initiative a également été très mal perçue par certains députés. Par exemple, pour Günther Krings et Ansgar Heveling, la campagne de Google constituait une tentative visant à « *mobiliser les utilisateurs pour faire du lobbying pour ses propres intérêts, au nom de la liberté sur Internet [...]* »²¹.

Dénonçant l'impérialisme de Google, une partie de la presse allemande a vivement critiqué la firme. Ainsi, par exemple, selon le quotidien conservateur *Frankfurter Allgemeine Zeitung* : « Google nous a enfin dit ce qu'il est. Google c'est nous. Nous avons les questions, Google livre les réponses. Nous fournissons les données que Google transforme en argent. -

¹⁹ http://www.bitkom.org/de/themen/55269_73263.aspx

²⁰ <http://www.arretsimages.net/vite.php?id=14785>

²¹ <http://www.lefigaro.fr/medias/2012/11/29/20004-20121129ARTFIG00703-presse-l-allemande-se-defend-face-a-l-offensive-de-google.php>

Google appelle cela la liberté, mais pour nous, c'est le capitalisme de la Silicon Valley, dans lequel une entreprise mondiale fait passer son intérêt commercial pour un droit fondamental de l'utilisateur. »²²

Malgré le dispositif de lobbying intensif mis en place, Google ne reçut pas le soutien escompté de la part des internautes qui demeurèrent plutôt indifférents à ses appels²³, et la loi fut votée à la majorité au Bundestag et entra en vigueur en août 2013. Cependant, à partir de cette date, plutôt que de payer les éditeurs comme Google aurait dû le faire si la firme n'avait rien changé au fonctionnement du moteur, Google décida de changer les dispositions de son service Google Actualités et d'une modalité « opt-out » à une modalité « opt-in ». Les éditeurs devaient ainsi avertir Google qu'ils souhaitaient que leurs documents intègre son index et qu'ils étaient prêts, pour cela, à accepter les conditions de la firme, notamment celle qui stipulait qu'il n'y aurait aucun paiement. Les associations d'éditeurs allemands prétendirent que cette solution n'était que temporaire, le temps de trouver un moyen de faire payer Google, mais, à l'automne 2015, rien n'avait changé, et Google ne payait toujours pas les éditeurs allemands. Ainsi, la loi, même si elle était passée, n'avait pas eu l'effet escompté. La jurisprudence demeurait floue, et Google continuait à indexer les contenus des principaux éditeurs de presse en ligne.

C. La France et le pouvoir exécutif

Fin 2012, inspirés par l'exemple allemand dont ils ignoraient encore l'issue, des éditeurs de presse français — rassemblés via L'Association de la presse d'information politique et générale (IPG), le Syndicat de la presse quotidienne nationale et le Syndicat des éditeurs de la presse magazine — demandèrent au gouvernement de Jean-Marc Ayrault de créer une loi comparable à celle qui existait déjà en France dans l'industrie de la musique, laquelle conduirait, grâce à une révision du Code de la propriété intellectuelle (L. 218), à la création d'un droit voisin au droit d'auteur. Les moteurs de recherche et les agrégateurs de flux RSS se retrouveraient obligés de rémunérer ceux dont le contenu est repris sur leurs dispositifs. L'IPG mentionnait explicitement dans son projet le cas allemand comme un exemple à suivre.

Le projet de loi rédigés par les éditeurs, auquel nous avons eu accès, indique que les éditeurs ne peuvent pas s'opposer à ce que des liens hypertextes soient faits vers leurs contenus mais que, lorsque c'est le cas, une « rémunération équitable peut être versée », et en particulier *« lorsque le lien est utilisé par un prestataire d'un service de référencement ou l'exploitant d'un moteur de recherche »*. D'autre part, le projet précise : *« il est indifférent que le service soit offert à titre onéreux ou à titre gratuit »*. Ainsi, même si Google ne tire pas directement de revenus de la liste de liens, la firme aurait dû, si la loi avait été votée et appliquée en l'état, rétribuer les éditeurs. *« De même, précisait le projet, il est également indifférent que ces prestataires ou exploitants aient eu ou non un rôle actif, notamment d'éditeur leur conférant une connaissance et un contrôle des liens. Il suffit que les liens hypertextes visent manifestement le public français. »* Ces précisions sont apportées pour se prémunir du caractère automatisé du moteur et de l'absence de contrôle de la part des employés de Google. Enfin, le projet de loi stipulait qu'*« afin que la rémunération équitable soit raisonnablement cantonnée, elle n'est due que lorsque les liens sont l'objet unique d'un service ou, en cas d'une offre plurale de services, lorsque le service qui propose des liens occupe une place importante et substantielle »*. Dans le cas où le projet aurait effectivement

²²<http://www.lefigaro.fr/medias/2012/11/29/20004-20121129ARTFIG00703-presse-l-allemande-se-defend-face-a-l-offensive-de-google.php> (dernière visite le 21 août 2013)

²³ Par exemple : <http://www.lefigaro.fr/medias/2012/11/29/20004-20121129ARTFIG00703-presse-l-allemande-se-defend-face-a-l-offensive-de-google.php> (dernière visite le 21 août 2013)

modifié le Code de la Propriété Intellectuelle selon ses termes initiaux, la rémunération des éditeurs aurait été calculée sous le contrôle d'une société de perception et de répartition agréée par le Ministère de la culture.

« Nous ne sommes pas en capacité de négocier seuls face à ce géant, expliquait Nathalie Collin, présidente de l'IPG, après avoir remis le projet de loi au gouvernement. Dès lors, nous avons préféré trouver une solution juridique en élaborant ce projet de loi et nous avons recherché le soutien des pouvoirs publics. [...] Nous voulons que cette rémunération soit indexée sur la croissance du marché de la publicité sur les moteurs de recherche qui croît d'environ 7 %, alors que dans le même temps la publicité par bannière baisse de 6 %. »²⁴

Google a menacé, en envoyant plusieurs courriers aux cabinets ministériels français, de déréférencer l'ensemble des éditeurs de presse qui soutiendraient le projet. Selon la firme, le projet de loi mettait « en cause son existence même » et limitait « l'accès à l'information » : Selon un porte-parole de Google, « en soumettant le référencement à rémunération et en punissant le défaut de versement de celle-ci de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende, (le texte de loi) ne ferait que multiplier les conflits et ralentir Internet. Nous pensons qu'une loi telle que celles proposées en France et en Allemagne serait très dommageable pour Internet. Ce n'est pas un secret, cela fait maintenant trois ans que nous le disons publiquement »²⁵.

Lorsque Google a rendu publique cette menace de désindexation, les associations d'éditeurs se sont déclarées « stupéfaites » par la réaction de la firme, « qui n'hésite pas à s'ériger en censeur au mépris de sa mission d'intérêt général de référencement »²⁶. Elles ont estimé que la « tentative d'étouffer tout débat par la menace [était] clairement un déni de démocratie »²⁷. « Je suis un peu surprise par le ton de cette correspondance, qui s'apparente à une menace, a réagi auprès de l'AFP la ministre [de la Culture] Aurélie Filippetti²⁸. Ce n'est pas avec des menaces qu'on traite avec un gouvernement démocratiquement élu ». D'après la Ministre, « ce qui est indispensable, c'est qu'il y ait une forme de rétribution par les sites qui aujourd'hui tirent un profit réel de l'utilisation des contenus riches en information, en savoir faire, en matière grise. Il faut qu'ils participent au financement de l'information »²⁹.

Finalement, le vendredi 1^{er} février 2013, Google signa un accord avec la presse française sous le patronage de l'Etat, prévoyant le versement d'un fonds de 60 millions d'euros pour aider la presse d'information. L'accord mit un terme au projet de loi, et constituait un « pas de côté » pour les deux camps. Les entreprises concernées par l'accord sont les sites internet d'information générale, les quotidiens nationaux, la presse magazine et la presse quotidienne régionale. La presse de divertissement en est exclue. Chaque entreprise concernée doit déposer un dossier pour justifier de l'aide qu'elle recevra.

Le Président de la République, François Hollande, a parlé dans sa conférence de presse d'un « accord historique » et d'une « première mondiale ». Marc Schwartz, associé au cabinet Mazars, qui avait arbitré la négociation entre Google et l'IPG, indiqua quant à lui que le contenu de l'accord ne serait pas rendu public et expliqua que l'enjeu consistait à « réussir la rencontre entre deux mondes, l'un qui concerne la technologie (Google), l'autre qui

²⁴ <http://www.lefigaro.fr/medias/2012/10/28/20004-20121028ARTFIG00166-j-espere-que-google-a-des-propositions-concretes.php>

²⁵ <http://www.lefigaro.fr/hightech/2012/10/18/01007-20121018ARTFIG00718-google-menace-de-ne-plus-referencer-la-presse-francaise.php>

²⁶ *Ibid.*

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*

²⁹ <http://www.aqui.fr/societes/interview-aurelie-filippetti-laquo-l-avenir-de-la-presse-passe-par-le-numerique-raquo,7276.html>

concerne les contenus (la presse) et rappeler notamment que la presse apporte au web trois atouts essentiels : la fréquence, la crédibilité, et la qualité de ses contenus. »³⁰

Au sujet de l'accord, les avis sont partagés. Emmanuel Berretta, chroniqueur au *Point*, regrette qu'un mécanisme reproductible d'année en année n'ait pas été mis en place et s'étonne : « *Qu'est-ce que 60 millions d'euros pour une entreprise qui, rien qu'en France, récolte 1,5 milliard d'euros de revenus publicitaires par an ?* »³¹ Louis Dreyfus, Président du Directoire du journal *Le Monde*, estime pour sa part que même si l'accord est bénéfique, cela ne résoudra certainement pas la crise économique de la presse³². Certains éditeurs sont quant à eux furieux que la création d'un droit voisin, prévue par le projet de loi, n'ait finalement pas eu lieu. Le site *Numerama* parle quant à lui d'une « arnaque intellectuelle » et critique le caractère « obscur » et « privatisé » de l'accord, qui ne permet pas de savoir à qui et comment, à quelles conditions, le fonds sera redistribué : « *[L]à où une loi votée démocratiquement par le Parlement aurait nécessairement créé un dispositif ouvert à l'examen public, soumis à des règles de principe garantissant indépendance, équité et transparence dans la distribution des fonds, l'accord signé par Google est des plus opaques sur les clés de redistribution.* »³³

Le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (Spiil), qui s'était prononcé contre le projet création d'un droit voisin, a publié un communiqué pour dire que même si l'accord était scellé entre des partenaires privés, et pouvait à ce titre demeurer confidentiel, il serait préférable, étant donné l'implication du gouvernement, de le rendre public. Dans son communiqué, le Spiil expliquait : « *Il est question aujourd'hui d'une aide privée soutenue par les pouvoirs publics, d'un montant de 60 millions d'euros, soit exactement le montant de l'aide attribuée par l'Etat au développement de toute la presse numérique en trois ans, entre 2009 et 2011 (Fonds SPEL), et six fois l'aide qu'il a accordée en 2012 (10 millions € pour la section 2 du nouveau Fonds stratégique). Au même titre que les aides publiques, le fonctionnement de ce fonds soutenu par les pouvoirs publics doit être transparent : la composition de la commission d'attribution des aides doit être connue rapidement ; les critères d'attribution doivent être divulgués ; les projets financés, leur montant et les bénéficiaires doivent être rendus publics. La question du cumul par une catégorie restreinte de bénéficiaires d'aides publiques et d'aides privées concourant aux mêmes objectifs devra également être posée. Le Spiil sera particulièrement vigilant sur les fortes distorsions de concurrence que de tels mécanismes sont susceptibles de provoquer.* »³⁴

En Allemagne, l'Association des éditeurs de magazines (*Verband Deutscher Zeitschriftenverleger*) et l'Association des éditeurs de presse (*Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger*) ont déclaré que l'accord français n'était pas un modèle pour eux, cela notamment car ce n'était pas juste dès lors que d'autres moteurs/agrégateurs se livrant aux mêmes types d'action que Google ne seraient pas soumis au versement d'un fonds.

Quoi qu'il en soit, nous avons là l'exemple de la manière dont Google a fait annuler un projet de loi qui ne lui convenait pas en négociant directement avec le pouvoir exécutif, en faisant pression sur les éditeurs et en signant un chèque de soixante millions d'euros.

³⁰ <http://www.challenges.fr/media/20130203.CHA5842/comment-google-et-la-presse-ont-fini-par-s-entendre.html>

³¹ http://www.lepoint.fr/chroniqueurs-du-point/emmanuel-berretta/presse-google-s-en-sort-par-un-cheque-de-60-millions-d-euros-01-02-2013-1622962_52.php

³² http://www.lepoint.fr/chroniqueurs-du-point/emmanuel-berretta/louis-dreyfus-l-accord-avec-google-ne-sauvera-pas-la-presse-02-02-2013-1623139_52.php

³³ <http://www.numerama.com/magazine/24992-l-accord-google-presse-ou-l-arnaque-intellectuelle-du-gouvernement.html>

³⁴ <http://www.spiil.org/20130203/spiil-demande-l-accord-google-ipg-soit-rendu-public>

Conclusion

Dans une interview donnée le 15 avril 2012 au *Guardian*, Sergey Brin, co-fondateur et membre du conseil d'administration de Google, expliqua qu'il rêvait de posséder une baguette magique grâce à laquelle il pourrait ne plus être sujet à la loi³⁵. Les trois cas sur lesquels nous sommes revenus montrent en effet que la firme Google peut avoir un rapport conflictuel avec les lois des pays dans lesquels elle opère, et se débrouiller pour contourner ces lois, s'y soustraire ou les faire annuler.

Dès qu'elle est en conflit avec des éditeurs, Google a toujours recours au même moyen de pression qui consiste à menacer de ne plus indexer les contenus sur son moteur. Or, sur le web, ne pas être indexé sur Google, pour beaucoup d'éditeurs, c'est être invisible, inexistant. Lorsqu'une décision de justice condamne Google pour infraction au droit d'auteur, nous avons vu avec le cas belge qu'elle pouvait mettre ses menaces à exécution et faire en sorte que les éditeurs renoncent à toucher le montant des dommages et intérêts s'ils veulent réintégrer l'index. Quand un projet de loi ne lui convient pas, nous avons vu avec les cas allemands et français que Google peut mettre des stratégies de lobbying intensives pour le faire abroger. Si ces stratégies échouent, et que la loi est votée, comme ça a été le cas en Allemagne, Google peut contourner les effets supposés de cette loi en prévenant les éditeurs qu'ils devront désormais accepter explicitement les conditions fixées par elle s'ils veulent que leurs contenus soient indexés.

Une telle stratégie est rendue possible par la position hégémonique du moteur Google, qui a plus de 92% des parts de marché dans les pays d'Union Européenne³⁶. Cette position est problématique dans la mesure où on considère que Google est un filtre informationnel sur le web qui prescrit, qui rend visible, qui choisit, alors même que le propriétaire de ce filtre peut à tout moment décider de désindexer un contenu pour des raisons qu'il n'aurait même pas besoin d'exposer.

³⁵ <http://www.guardian.co.uk/technology/2012/apr/15/web-freedom-threat-google-brin> (dernière visite le 20 août 2013)

³⁶ AT Internet, 2014, *Baromètre des moteurs de recherche*, <http://www.atinternet.com/documents/barometre-des-moteurs-de-recherche-decembre-2014/>