

Premier bilan sur l'application en France de la loi relative aux droits voisins des agences et des éditeurs de presse - Audition de MM. Jean-Marie Cavada, président de l'Institute for digital fundamental rights (IDFR), ancien député européen, Fabrice Fries, président de l'Agence France-Presse (AFP), Alain Augé, président du Syndicat des éditeurs la presse magazine (SEPM), Jean-Pierre de Kerraoul, président de la commission juridique de l'Alliance de la presse d'information générale (APIG), Laurent Bérard-Quélin, président de la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS), Augustin Naepels, vice-président en charge des affaires institutionnelles du Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL), et Mme Florence Braka, directrice générale de la Fédération française des agences de presse (FFAP) – mercredi 14 avril 2021

Présidence de M. Laurent Lafon, président

M. Laurent Lafon, président. - Nous sommes heureux que les agences de presse et les principales familles d'éditeurs de presse aient accepté notre invitation afin de nous tenir informés du déroulement des négociations en cours, des difficultés rencontrées à cette occasion et des attentes que vous placez, les uns et les autres, dans ces discussions. Nous entendrons bien sûr Google et Facebook dans les prochaines semaines pour aborder ce sujet et bien d'autres.

La France a été le premier pays à porter cette réforme ambitieuse, qui se trouve scrutée par l'ensemble de nos partenaires. Bien entendu, les plateformes n'ont pas accueilli avec joie les dispositions de cette loi, qui réduisent le *value gap*, et Google a usé et use encore de manoeuvres dilatoires pour trouver des interprétations à son avantage. Les difficultés de la presse ont de plus été accrues par la crise de la covid, qui a accéléré la digitalisation des contenus et renforcé les plateformes. Des recours ont été déposés devant l'Autorité de la concurrence ; tout laisse à penser qu'ils permettront de rétablir une part de bonne foi dans les négociations.

C'est donc un sujet complexe, épineux mais essentiel que nous traitons ce matin. Je proposerai à Jean-Marie Cavada de s'exprimer en premier, afin de nous exposer les ambitions de la directive d'avril 2019 et de nous donner un premier bilan au niveau européen de son application. Je donnerai ensuite la parole à l'auteur et rapporteur de la proposition de loi, notre collègue David Assouline, pour nous rappeler la lettre mais aussi l'esprit de cette loi sur les droits voisins. Il pourra à cette occasion, s'il le souhaite, interroger Jean-Pierre de Kerraoul, représentant de l'alliance de la presse d'information générale, Fabrice Fries, président de l'Agence France-Presse, Alain Augé, président du syndicat des éditeurs de la presse magazine, Florence Braka, directrice générale de la Fédération française des agences de presse, Laurent Bérard-Quélin, président de la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée, et Augustin Naepels, vice-président du syndicat de la presse indépendante d'information en ligne, en charge de l'institutionnel. A l'issue de leurs interventions, je passerai la parole à l'ensemble des sénatrices et sénateurs.

M. Jean-Marie Cavada, président de l'Institute for Digital Fundamental Rights (IDFR). - Monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs, sénatrices et chers ex-collègues, car j'ai été journaliste, merci de votre invitation et de votre présence.

La construction de la directive droits d'auteur était l'aboutissement du travail d'une dizaine d'années. En effet, les Français étaient perçus, en Europe, comme les derniers défenseurs de ce qu'ils appelaient l'exception culturelle française. Notre travail de réunir des majorités pour faire voter des textes ne s'en trouvait pas facilité. Petit à petit, avec un certain nombre de nos collègues français, mais aussi italiens, belges, espagnols et parfois allemands, nous avons pu faire dominer l'idée selon laquelle le travail de création artistique d'une part, et de création journalistique d'autre part, supposait un investissement, et par conséquent méritait d'être traité comme une richesse. Ce travail a progressivement abouti. Ainsi, en 2016, la Commission a réfléchi à l'élaboration d'un texte de proposition de loi. Les deux co-législateurs que sont le Conseil des États membres d'une part, et le Parlement européen d'autre part, ont tenté de parvenir à un texte acceptable pour un maximum d'États membres et de groupes politiques. En 2019, le texte a été voté en commission des affaires juridiques, dont j'étais président. L'objectif était de trouver un affinage suffisamment représentatif des intérêts de la

création d'une part, et acceptable par les groupes politiques d'autre part. Ce fut le cas fin mars ou début avril 2019. Nous nous sommes présentés en plénière, et avons été battus, Google s'étant en effet livré à un travail de lobbying et de propagande « extravagant ». Ce travail ne s'est pas limité à ce que le bon usage permettait d'accepter, à savoir avoir recours à des cabinets de conseil, d'avocats ou des entreprises de lobbying. De nombreuses menaces se sont également fait jour. Mon ordinateur et celui du président du Parlement européen ont ainsi été détruits. Des méthodes de voyou ont été employées pour essayer d'empêcher la loi d'aboutir. Après avoir perdu, nous avons continué à négocier tout au long de l'été 2018 et avons abouti en septembre, en plénière, où la loi a été adoptée. La période de préparation et d'écriture des décrets d'application, qui se nomme trilogie dans les institutions européennes, s'est ensuite ouverte. Nous avons abouti à un vote très clair et favorable. La loi « droits d'auteur et droits voisins » a ainsi pu être publiée.

La France a profité de cette occasion pour faire transposer cette loi. Ceci présentait toutefois le risque d'affaiblir le consensus nécessaire pour une application dans les mêmes conditions partout en Europe. La loi est aujourd'hui loin d'être transposée de façon importante. Elle a donné lieu à de nombreux débats. Le législateur, après avoir consulté la totalité des professions concernées par l'appauvrissement de la presse, n'a pas su garder, dans la plupart des pays, l'unanimité. Cependant, si l'Australie seule est un petit marché, Google ne peut se passer du continent européen, avec ses 400 millions de consommateurs.

Nous sommes très heureux de nous être battus pour que cette loi aboutisse, mais elle n'est qu'un début. Si celui-ci devait être suivi de mesures plus amples pour renverser le rapport de force, non seulement sur la concurrence, mais également sur des droits fondamentaux, il serait nécessaire de reconstituer une unanimité afin que les deux camps puissent converser d'égal à égal. La puissance financière permet en l'occurrence aux Gafam d'envisager de passer par-dessus les règles des États. Un nouveau texte, le Digital Services Act (DSA), et pour la concurrence le Digital Market Act (DMA), est arrivé au niveau européen. Il s'agit d'un virage historique, mais il ne va pas suffisamment loin, et une nouvelle bataille devra s'engager, pour que des groupes dont la richesse financière est une véritable menace, comme nous l'avons vu avec l'Australie, s'assoient autour de la table et acceptent les lois du marché sur lequel ils souhaitent exploiter leurs produits. Tel n'est pas encore le cas. De ce point de vue, les disparités fiscales qui ont cours dans l'Union européenne ne permettent pas d'obtenir une négociation d'égal à égal. Le biais de la concurrence par lequel se sont battues les entreprises de presse était de mon point de vue tout à fait souhaitable. Il faut à présent aller plus loin. J'invite les entreprises de presse à ne pas oublier les entreprises qui les fournissent, à savoir les agences, ainsi que celles qui illustrent leurs produits, et à se regrouper pour une deuxième étape qui sera absolument indispensable. S'agissant des informations, la loi de 1881 a réglé le problème de la liberté d'expression et de la responsabilité d'expression. Nous savons qu'il s'agit de la direction vers laquelle nous orienter, mais de nouvelles batailles devront être engagées. L'institut que nous avons créé avec des juristes sera à vos côtés dans cette voie.

M. David Assouline. - Merci, monsieur le président, merci monsieur Cavada. Nous avons compris qu'il s'agissait d'un combat européen. Deux pays, l'Espagne et l'Allemagne, s'étaient risqués à un bras de fer mais n'ont pu tenir, face à la violence des rapports imposés par Google. L'attitude de ce type de plateforme est à ce point dominante qu'elle se permet une arrogance et des rapports de force très brutaux. Vous avez vous-même employé des termes sévères quant à leurs méthodes employées pour peser sur la démocratie.

Le Sénat a souhaité transposer rapidement le texte, en faisant deux paris. D'une part, l'objectif était d'encourager les autres pays à transposer également afin que le rapport de force s'établisse rapidement. D'autre part, dans la mesure où le législateur français a décidé d'un cadre, il était attendu des plateformes qu'elles s'associent à cet esprit. Enfin, le Sénat avait fait le pari de l'union de l'ensemble des acteurs bénéficiaires de cette loi, agences comme éditeurs, la réaction de Google en la matière ayant été anticipée. J'ai décidé d'engager ce combat, saisi d'abord par les agences de presse, qui souffraient de ce pillage. Avec des plateformes qui dominent la diffusion de l'information et de la communication en général, l'existence d'une presse professionnelle devient un enjeu démocratique majeur. Nous l'avons vu aux États-Unis. Si l'information peut supplanter tout ce qu'a constitué la presse comme apport au débat démocratique, qu'allons-nous construire ? Le fait de l'affirmer fortement aujourd'hui doit rappeler à ces plateformes qu'elles peuvent s'enrichir, mais pas au détriment des fondamentaux de l'avenir du monde.

M. Jean-Pierre de Kerraoul, président de l'Alliance de la presse d'information générale (APIG). - Monsieur le président, mesdames et messieurs les sénatrices et sénateurs, chers collègues, dans ce dossier des droits voisins, l'essentiel était et reste de faire exister un marché des contenus numériques. L'objectif est de rééquilibrer des rapports dont on sait qu'ils sont souvent terribles, entre les grands acteurs du numérique d'une part et les producteurs de contenus que nous sommes tous, agences ou éditeurs de presse, d'autre part. Le sort de ces contenus de presse et des entreprises qui les produisent est indissociable de la régulation du

marché numérique en général. Nous ne pouvons ainsi raisonner indépendamment de ce dernier chantier, qui a été ouvert par l'Union européenne. Au-delà, le DSA et le DMA sont en discussion. Une nouvelle donne mondiale est ainsi en cours de construction. Nous voyons ce qui s'est déroulé en Australie et ce qui se joue actuellement aux États-Unis, où un accord bipartisan vise à autoriser les éditeurs à négocier collectivement leur situation pendant une durée de quatre ans, ce qui est un événement majeur. Ce mouvement mondial peut nous donner quelque optimisme.

L'Alliance de la presse d'information générale (APIG) a signé un accord-cadre avec Google après 16 mois de négociations extrêmement dures, et après avoir été l'objet de menaces et de chantages au mois de septembre 2019. Cette période de 16 mois a été marquée par plusieurs procédures contentieuses, qui sont toujours en cours. Comme l'a indiqué Monsieur Cavada, il s'agit d'une première étape. Un long chemin nous attend à présent. Nous avons deux préoccupations majeures au cours de cette négociation. La première concernait la reconnaissance du droit voisin. Comme vous l'avez souligné, pour des acteurs de cette dimension, la simple application de la loi n'est pas une évidence. La proposition de rémunérer des contenus est en effet absolument étrangère au modèle économique d'un géant mondial tel que Google. Nous avons obtenu cette reconnaissance claire et officielle de la part de Google dans cet accord-cadre. Désormais, les rémunérations qui pourront être versées aux éditeurs ou agences de presse le seront en vertu d'un droit et non plus d'une générosité, d'une subvention ou d'un mécénat occasionnel. Nous avons privilégié le moyen terme et l'intérêt collectif au court terme et à la rentabilité immédiate. Notre seconde préoccupation avait trait à l'universalité. Le sénateur Assouline a souligné son souhait que l'ensemble des acteurs soit concerné par une négociation. De fait, Google a strictement refusé toute négociation globale, mais a accepté une négociation avec l'Alliance, pour l'ensemble de ses éditeurs. Nous avons ainsi obtenu que la totalité des éditeurs de presse quotidienne, nationale, régionale ou hebdomadaire régionale, quelle que soit leur dimension ou la puissance de leur marque, soit concernée par cet accord de la même façon. Ce principe d'universalité a ainsi été reconnu, et Google ne peut, en vertu de cet accord, faire son marché au sein de la presse d'information politique et générale. Dans cette négociation, nous avons deux points d'appui : la directive et la loi française. Nous avons notamment obtenu l'appui de l'Autorité de la concurrence, sans laquelle nous n'aurions pu aboutir. Ni la directive ni la loi ne peuvent contraindre à un accord. En effet, la directive interdit le vol de contenus, mais n'impose pas leur achat. La loi introduit pour nouveauté la nécessité de négocier avec la presse pour obtenir des contenus, mais pas l'obligation d'aboutir à cette négociation. Une brique correspondant à une procédure d'arbitrage permettant de s'extraire de toute situation de blocage reste donc manquante.

Nous attendons les décisions de l'Autorité de la concurrence, et espérons qu'elles faciliteront la négociation. Ces négociations entre les entreprises et Google sont aujourd'hui suspendues, dans l'attente de ces résultats. Les décisions de l'Autorité de la concurrence devront être intégrées dans les contrats signés entre les éditeurs et Google. Nous espérons que le DMA nous aidera également au niveau européen.

M. Fabrice Fries, président de l'agence France-Presse (AFP). - À notre sens, le bilan d'application qui est l'objet de cette table ronde est inexistant. 19 mois après le vote de la loi et 10 mois après les injonctions des autorités, l'AFP ne se voit toujours pas reconnaître le bénéfice des droits voisins par Google. Des réunions extrêmement nourries se sont déroulées avec Google. Nous avons essentiellement discuté d'un partenariat commercial, à l'image de ce qui était proposé aux éditeurs. Dans notre cas, en revanche, Google refuse d'intégrer dans ce partenariat la reconnaissance de tout droit voisin. Nous voyons dans ce partenariat commercial, qui n'est pas inintéressant, une tentative de nous faire oublier l'objet initial de la discussion, à savoir le droit voisin. La tentation de conclure ce partenariat existe, car nous ne voyons pas le terme de ces procédures, qui sont longues et coûteuses. Certains nous encouragent ainsi à conclure le partenariat. Trois figures me viennent alors à l'esprit : Jean-Marie Cavada, ainsi que ses partenaires du Parlement européen et des institutions qui ont œuvré pour la reconnaissance de ce droit, le sénateur Assouline, et Sammy Ketz, à l'AFP, qui a permis par sa tribune de réveiller les consciences lors du vote du Parlement européen.

J'ai entendu l'audition de la présidente de l'Autorité ici même, qui disait vouloir conclure avant la fin de l'année. Je me permets de souligner qu'un changement radical de méthode est à cet égard nécessaire. Un cadre contraignant doit ainsi être fixé pour une négociation de bonne foi, afin que nous évoquions le seul sujet d'importance : la reconnaissance de la valeur de nos contenus. Vous aviez redouté le front dispersé ; nous y sommes rapidement parvenus. Google a ainsi su diviser et laissé entendre que l'objet de la discussion n'était pas tant la valeur des contenus que le partage d'une enveloppe budgétaire préfixée, sous-entendant que les premiers signataires seraient les mieux servis. Cette situation regrettable explique que nous redoutions cette discussion, parce que nous ne sommes pas en situation de force.

M. Alain Augé, président du syndicat des éditeurs la presse magazine (SEPM). - Merci monsieur le président, merci mesdames et messieurs les sénatrices et sénateurs et merci monsieur Cavada, qui nous assure régulièrement de son soutien sur ce mouvement très important.

L'accord que l'APIG a signé avec Google est désolant. Il n'aboutit pas à la reconnaissance du droit voisin, mais à sa renonciation en échange de l'adhésion à un service, qui accentuera la discrimination entre les médias. S'agissant de l'universalité, l'APIG a fait fi du fait que l'ensemble de la presse devait négocier, y compris les agences.

Le SEPM a initié la procédure auprès de l'Autorité de la concurrence. Nous devons poursuivre cette bataille. Notre conseil d'administration a décidé à l'unanimité de continuer le contentieux. Nous ne sommes pas à un ou deux ans près, si l'enjeu est la domination des Gafam. L'AFP peut être assurée de notre entier engagement. Google doit accepter que l'ensemble de la presse soit rémunéré, comme le demande l'Autorité de la concurrence, sur la base de data claires, transparentes et éprouvées, de façon non discriminée et raisonnable. Selon Alfred Sauvy, peu importe qu'une personne soit riche ou pauvre ; dans le système économique, elle doit donner plus qu'elle ne reçoit. Google et Facebook assèchent quant à eux le sol qui les nourrit. Il est donc indispensable de corriger cet écosystème, pour éviter une rupture économique, mais aussi sociétale.

Nous sommes très engagés dans cette bataille auprès de l'Autorité de la concurrence. Les grands trusts américains savent que les autorités de la concurrence sont les seules capables de les réguler. Par ailleurs, nous devons arriver à une négociation de bonne foi. Pour cela, nous aurons certainement besoin d'une aide législative ou réglementaire sur deux sujets : d'abord une obligation de transporter l'information de façon égale, Google pouvant, avec Showcase, choisir quel média il exposera ou non, ensuite une obligation de trouver un système de mesure de la valeur, s'inspirant de l'audiovisuel et des systèmes de rémunération du cinéma français par les grandes chaînes de télévision, ce qui suppose de connaître le véritable chiffre d'affaires enregistré par Google en France.

Nous attendons d'une part que l'Autorité de la concurrence sanctionne Google pour l'évident irrespect des injonctions qui lui ont été faites, et d'autre part que s'ouvre une discussion avec un tiers, sous la double égide d'une rémunération de la création de presse dans son ensemble et d'une obligation de neutralité.

Mme Florence Braka, directrice générale de la Fédération française des agences de presse (FFAP). - Merci monsieur le président, mesdames et messieurs les sénateurs. Je commencerai par une citation : *«?Les agences de presse doivent avoir les moyens de poursuivre leurs missions et conserver leur rôle de référence pour toute la profession. Il est donc indispensable que leurs droits voisins, désormais reconnus au niveau européen et par la loi française, soient effectivement appliqués. Aucun acteur, quelle que soit sa taille ou sa nationalité, ne doit pouvoir s'affranchir des règles de partage équitable de la valeur qui garantissent les justes rémunérations à ceux qui produisent l'information.?»* Ce sont les propos de Mme la ministre Bachelot lors de la table ronde organisée par la FFAP le 30 septembre dernier, et qui s'inscrivent dans le sens de l'intervention de David Assouline, que je remercie pour son soutien inébranlable depuis 2016.

Les agences de presse jouent un rôle dans la diffusion des informations, qu'elles collectent et recoupent, puis font vérifier par leurs journalistes. Elles proposent une offre éditoriale fondée sur une déontologie rigoureuse et un journalisme fondé sur l'investigation et l'enquête, qui permettent de nourrir la réflexion du citoyen, d'où leur rôle démocratique. Elles s'adaptent aux besoins de leurs clients, les éditeurs, anticipent leurs demandes et innovent, avec des coûts conséquents. Elles contribuent également à la lutte contre les *fake news*, qui constitue un enjeu démocratique. Les agences de presse, de fait, structurent le marché. Plus de 80 % des photographies publiées sont obtenues par des agences de presse. Depuis 2012, nous assistons à un appauvrissement, mais surtout à une disparition de ces agences, car un quart d'entre elles en moyenne a disparu, et 35 % en photographie. Les agences de presse cèdent des droits limités aux éditeurs de presse, qui excluent l'exploitation par des tiers. Les agences savent que les éditeurs ont un intérêt au référencement par Google de leur contenu. Aussi, leur but n'est pas d'interdire la diffusion de ce contenu au plus grand nombre, mais d'obliger ceux qui reprennent cette information originale et en tirent un bénéfice financier direct ou indirect à participer au financement de cette information en payant pour son utilisation. Le principe posé par la loi relative aux droits voisins repose bien sur l'autorisation de l'agence de presse avant toute reproduction ou communication au public, totale ou partielle, de ces publications de presse, sous une forme numérique par un service de communication au public en ligne. L'intérêt de l'agence de presse et celui des éditeurs sont donc indissociablement liés, et la loi qui transpose la directive a pour but une juste rémunération des acteurs, par la protection de toute la chaîne de fabrication de l'information, de la collecte à la diffusion, pour éviter toute spoliation.

Dans son rapport, David Assouline tenait à préciser la notion de publication de presse et à conforter la situation des agences de presse s'agissant de la protection de leurs productions au titre du droit voisin. L'Autorité de la concurrence, dans sa décision portant «mesures conservatoires?» du 9 avril 2020, considérait que «les agences de presse s'inscrivent pleinement dans le champ d'application de la directive et de la loi relative aux droits voisins?». Cet aspect a été validé par la cour d'appel le 18 octobre 2020 : «la loi de 2019, interprétée à la lumière des considérants 54, 57 et 58 de la directive qu'elle transpose, confère aux éditeurs et agences de presse des droits voisins et droits d'auteur.» Les agences de presse disposent donc bien d'un droit voisin. Or, Google ne le reconnaît pas. En vertu de la décision du 9 avril 2020, nous avons entrepris des discussions avec Google dès le mois de juillet, après avoir recueilli 42 mandats auprès de nos adhérents et mis en place une charte assurant le respect des droits de la concurrence dans le cadre des négociations envisagées. Au terme de l'article 1^{er} de la décision, l'Autorité de la concurrence enjoint Google de négocier, notamment avec les agences de presse, de bonne foi, la rémunération due par Google pour toute reprise des contenus protégés sur ces services, conformément aux modalités prévues à l'article 218-4 du Code de la propriété intellectuelle, selon des critères transparents, objectifs et non discriminatoires. Le délai imparti pour la négociation était de trois mois. Dans une note que nous avons fait parvenir à l'Autorité de la concurrence en février dernier, nous avons relevé que Google avait fait preuve d'une mauvaise foi caractérisée. Aucun accord n'a été trouvé avec les agences de presse, et Google a refusé de négocier de bonne foi. Il a notamment refusé pendant près de quatre mois de communiquer des critères, usé de pratiques dilatoires et n'a pas respecté le calendrier imposé par la décision. S'agissant des critères finalement transmis, ils étaient discriminatoires à l'encontre des agences de presse, car non adaptés à leur activité, mais à celle des éditeurs de presse. Selon ces critères, Google n'aurait dû rémunérer les droits voisins que pour les personnes morales qui diffusent elles-mêmes des publications de presse. Or, seuls les éditeurs de presse effectuent une telle diffusion dans les faits. En détournant la définition de «publications de presse?», Google a *de facto* limité le périmètre de la négociation aux éditeurs de presse et a démontré dans les faits son opposition de principe à l'ouverture de la moindre négociation avec les agences de presse.

Nous considérons que Google s'est inscrit à l'encontre de la loi, alors que celle-ci est claire. Le seul but de Google est d'exclure sciemment les agences de presse du bénéfice des droits voisins pour son propre intérêt.

M. Laurent Bérard-Quélin, président de la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS). - Monsieur le président, mesdames les sénatrices, messieurs les sénateurs, merci de nous accueillir. Je représente la presse spécialisée professionnelle, c'est-à-dire la presse verticalisée, soit 450 éditeurs, 450 services de presse en ligne et près de 5 000 journalistes.

Le droit voisin est un droit légitime, à part entière, qui ne doit pas être confondu avec la taxation. La taxation des revenus des Gafam est un sujet indépendant. Nous parlons aujourd'hui d'un droit au partage de la valeur, créé à partir de l'exploitation de nos contenus.

Par ailleurs, nous parlons essentiellement de la presse numérique. Cette exploitation numérique suppose d'adopter une vision qui n'est pas celle d'un journal consulté de façon transversale, mais d'un accès à l'information verticale, qui donne une visibilité à la diversité de la presse beaucoup plus importante. Se focaliser uniquement sur la presse d'information politique et générale, comme l'a fait Google, est dès lors un trompe-l'oeil qui affaiblit la mise en oeuvre de cette loi. L'union que M. le sénateur Assouline a appelée de ses vœux s'est créée, de fait, à Bruxelles, *via* le travail que nous avons conduit avec Monsieur Cavada. Nos deux organisations professionnelles, d'une part pour les quotidiens et d'autre part pour les magazines, ont travaillé ensemble. Lors de la transposition à l'Assemblée nationale, nous étions une fois encore tous ensemble. Malheureusement, la division est arrivée lorsque nous sommes arrivés au Sénat. Un premier amendement a été voté, qui avait pour objet de réserver l'accès aux droits voisins à la presse d'information politique et générale, qui correspondait à un axe de travail de Google, lequel a donc obtenu cet amendement. Lors de notre assemblée générale, à laquelle le ministre était invité, j'ai axé mon discours sur ce sujet. Le ministre nous a soutenus, avec M. Assouline, et nous avons obtenu un sous-amendement, qui a relativisé la référence à la presse d'information politique et générale en indiquant que la contribution à l'information politique et générale n'était qu'un des éléments d'évaluation de la rémunération. Malheureusement, cette mention d'information politique et générale a été le ferment de la division. Au sein de la presse d'information politique et générale, certains éditeurs ainsi que le président actuel de l'APIG étaient favorables à une négociation unie. Ils n'ont cependant pas été suivis, et la négociation s'est centrée sur l'APIG et Google, qui nous a écrit que nos contenus étaient substituables et qu'il était prêt à signer avec nous des licences à prix nul. Nous regrettons que l'accord signé reconnaisse la position de Google, qui consiste à proposer à la majorité

des éditeurs et des journalistes une rémunération à prix nul. Nous n'aurions pas connu cette situation en restant unis.

Nous parlons aujourd'hui d'un accord que nous ne connaissons pas, à l'exception des éditeurs de l'APIG et de l'Autorité de la concurrence. Une entreprise en position dominante, avec 95 % de parts de marché en ce qui concerne le moteur de recherche, et dont la responsabilité dans la diffusion de l'information auprès des citoyens est telle, ne peut signer des contrats qui ne sont pas transparents. La transparence des accords doit figurer dans la loi et être imposée. Dans le cas contraire, il n'est pas possible de constater une discrimination. Les perspectives de parts de marché publicitaires aux États-Unis de Facebook et Google représenteraient 70 % en 2025. Nous ne pouvons traiter ces opérateurs comme nous traiterions des opérateurs commerciaux classiques.

Par ailleurs, s'agissant de la rémunération dans le cadre de l'accord, celle-ci est de nature commerciale. Nous demandons pour notre part la rémunération d'un droit, et non d'une prestation. Nous ne savons pas quelle assurance l'éditeur a d'une rémunération s'il refuse de participer à Google Showcase. Par ailleurs, un contrat Google Showcase que je me suis procuré inclut « Subscribe with Google », c'est-à-dire la possibilité d'acquérir des abonnés *via* les plateformes de Google, ainsi qu'une licence globale de la totalité des droits à Google et ses filiales sur la totalité de ses produits. Il s'agit donc de signer un accord commercial, en contrepartie duquel la totalité des droits est abandonnée.

M. Augustin Naepels, vice-président du syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL). - Merci, monsieur le président, mesdames et messieurs les sénatrices et les sénateurs. Je représente ici la presse indépendante d'information en ligne, soit environ 200 éditeurs, dont un tiers reconnu d'information politique et générale, la moitié de presse professionnelle et la moitié de presse grand public. Je partage une grande partie des remarques de mes collègues MM. Augé et Bérard-Quélin sur l'application actuelle du droit voisin. Les accords, tels qu'ils ont été conclus, nous préoccupent beaucoup, à plusieurs titres. D'abord, s'agissant de la notion de distorsion de concurrence, ces accords sont réservés à une seule famille d'éditeurs, à savoir les éditeurs d'information politique et générale. Dans notre compréhension du texte voté par le Sénat et de la directive européenne, cette notion n'est pas prévue par la loi. Par ailleurs, comme plusieurs de mes collègues l'ont souligné, nous nous inquiétons du fait que ces accords semblent être conditionnés à l'utilisation d'un produit commercial de Google, Google Showcase qui, lorsqu'il est couplé à un autre produit, « Subscribe with Google », favorise la remontée dans les résultats de recherche des éditeurs utilisateurs de ces deux produits. Ceci conduirait un éditeur qui n'utilise pas ces produits à être bien moins référencé qu'un concurrent qui en serait client. Cette situation renforce la dépendance de l'écosystème de la presse à Google, alors que les voisins étaient censés garantir une meilleure indépendance de la presse vis-à-vis des plateformes. Nous sommes également très préoccupés par l'opacité de ces acteurs, qui sont en position dominante et ont un très fort poids sur la distribution numérique de la presse. Le fait de ne pas connaître les termes de l'accord et les conditions accordées est particulièrement inquiétant pour les éditeurs indépendants que je représente. Nous souhaitons que le régulateur se saisisse du caractère oligopolistique de la distribution de la presse en ligne. Il importe, par exemple dans les discussions en cours sur le DSA et le DMA, de se pencher sur la régulation de la distribution en ligne de la presse.

S'agissant de l'union de la presse, nous avons décidé de ne pas négocier directement avec Google sur le sujet des droits voisins, considérant que notre poids était trop faible. En revanche, nous aurions été favorables à une approche de société de gestion collective, qui aurait permis de négocier au nom de l'ensemble de la presse. Nous appelons véritablement de nos vœux une union.

Enfin, il est nécessaire d'analyser les accords commerciaux conclus entre Google et un certain nombre de titres sur d'autres produits. *Via* « Subscribe with Google », Google peut par exemple financer des promotions pouvant apparaître comme des rémunérations déguisées.

M. Michel Laugier, rapporteur pour avis des crédits de la presse. - Je souhaite d'abord saluer l'ensemble des intervenants et les remercier pour la franchise de leurs propos. Je ne suis pas surpris des positions qui sont affichées. Nous sommes aujourd'hui dans une situation sanitaire complexe, et les moyens financiers que cette loi pourrait permettre d'obtenir sont particulièrement indispensables.

Une unanimité a été remportée au Sénat ainsi qu'à l'Assemblée. Je regrette que celle-ci se soit limitée aux hémicycles. Nous voyons que vous êtes divisés, et c'est ce qui fait la force des plateformes. J'attends aujourd'hui un front républicain de la part des agences et des éditeurs de presse. Je ne pense pas qu'il soit trop tard pour cela. Quelles que soient les négociations, Google a toujours accepté de payer. Il s'agit d'un pas.

Nous sommes à présent scrutés par le monde entier, et avons donné l'exemple. J'espère que nous continuerons de le faire.

Je souhaite en outre m'adresser aux éditeurs. Avez-vous pris contact avec vos collègues européens, notamment allemands ? Enfin, je souhaiterais demander à M. Cavada où en sont les autres pays dans la transposition de la directive.

M. David Assouline. - Vos interventions résument où nous en sommes. Il n'est pas vrai que l'accord avec la presse d'information générale est insignifiant. Google n'a pas notament la reconnaissance du droit voisin. Le texte le reconnaît quant à lui. Cependant, le montant reste humiliant. L'accepter serait une catastrophe pour tous. Je vais réfléchir, dès la première lecture au Sénat de la loi sur la protection de la production audiovisuelle numérique, au renforcement du contenu de notre loi qui n'a pas été compris ou a été contourné, en particulier par Google. Nous posons l'obligation de négocier, sans sanction associée. Les Australiens l'avaient quant à eux prévue. J'appelle le Gouvernement à entrer dans cette négociation, car il dispose d'autres moyens pour obliger des acteurs tels que Google à respecter la presse française. Cet acteur manque aujourd'hui dans le rapport de force.

M. Pierre Ouzoulias. - Je remercie vivement le président Cavada pour ses propos, car il place les enjeux de notre débat au niveau de la souveraineté nationale. Il me semble que c'est à ce niveau que ce problème doit être traité. L'enjeu est d'éviter que nous ne devenions une colonie numérique des Gafam. En perdant cette souveraineté numérique, nous perdons également notre souveraineté démocratique. La représentation nationale se trouverait privée de ce qui fait son essence, à savoir l'expression populaire, au profit de puissances supranationales non étatiques, qui sont aujourd'hui en capacité de contester la loi. Les Gafam contestent aujourd'hui une loi votée à l'unanimité par les deux chambres, et Google considère que le contrat lui est supérieur. Un principe de la République est ici mis en péril : la supériorité du droit et de la loi sur le contrat. Je ressens une forte humiliation, en tant que représentant de la Nation. Un défi nous est posé, que nous devons relever, car la souveraineté nationale est en jeu. Je suis tout à fait d'accord avec la proposition du sénateur Assouline ; nous devons nous saisir du prochain débat législatif contre l'avis du Gouvernement, pour ramener dans le débat public la question fondamentale de notre souveraineté numérique. Allons-nous accepter que Google foule une loi votée à l'unanimité par la représentation nationale ? Cet enjeu est déterminant. Je rappelle mon accord total avec l'expression du Président Retailleau, qui nous a mis en garde à plusieurs reprises, rappelant que nous ne devons pas devenir les colonies des Gafam.

M. Laurent Lafon, président. - Vous avez beaucoup parlé de Google, et non des autres Gafam. Où en êtes-vous des discussions avec Facebook ?

M. Jean-Marie Cavada. - Il ne s'agit que d'un premier pas, mais qui illustre une réussite due à des Français. Je parlais plus tôt de l'exception culturelle, que nous avons cultivée au Parlement européen pendant longtemps. Nous étions initialement minoritaires. Nos amis allemands n'étaient pas aussi ardents sur cette question. Ce premier pas a donc été réussi. Sur la question de la rémunération des contenus de presse et artistiques, la taxe des entreprises multinationales, et notamment numériques, est encore le fait de Français. Nous ne sommes à présent plus seuls. J'ai été très surpris que les États-Unis, dont les démocrates ont toujours soulevé la question tout en restant minoritaires, cherchent à approfondir, *via* l'administration Biden, la question de la concurrence. Une multitude de procès est en cours. Plus de 40 procureurs généraux d'une quarantaine d'États sont solidaires du *Department of Justice*. Une nouvelle attaque sérieuse de la commission fédérale de la concurrence est également à signaler. Les Américains abordent donc le problème par la question de la concurrence. Les conditions de rachat par Facebook de ses deux filiales, qui se sont caractérisées par un étouffement absolu de la concurrence, sont à l'étude.

Nous devons à présent penser à la seconde étape. A partir d'un certain seuil de parts de marché qu'il vous appartiendra de fixer, il conviendrait d'avancer la notion d'intérêt général, à partir de laquelle les régulations pourraient être durcies. Vous l'avez indiqué tout à l'heure ; lorsqu'un monopole de cette nature est exercé, les règles de bonne foi ne s'appliquent plus. Le continent européen doit prendre ce type de dispositions, et celles-ci sont toujours à l'initiative d'un État.

Enfin, il nous faudra aller vers la question de la gestion collective des intérêts de la production de contenus, tous confondus, plutôt que vers des accords individuels. La proposition DSA cherche quant à elle à légiférer sur les contenus. Il s'agit d'un virage historique indiscutable. Il est désormais nécessaire de monter en puissance. L'accord est un très bon premier pas, mais il nous faut à présent aborder la deuxième étape : la concurrence d'une part, et le contenu des services d'autre part.

Lorsque nous avons élaboré le RGPD, nous avons reçu des sénateurs et députés du Congrès américain, démocrates comme républicains. Nous leur avons expliqué que l'information n'était pas un bien comme un

autre, mais le sang qui irrigue la démocratie. Si des comportements qui vont à l'encontre de l'intérêt général y sont injectés, la démocratie s'en trouverait menacée.

M. Jean-Raymond Hugonet. - Le droit d'auteur est un patrimoine français pour la presse comme pour la musique. C'est ce qui est combattu par l'option anglo-saxonne, à savoir les royalties, qui sont plus simples à manier mais piétinent le droit et la propriété morale.

Mme Florence Braka. - En ce qui concerne la concurrence, nous attendons avec impatience la décision de l'Autorité de la concurrence. Nous estimons que nous parviendrons certainement à nos fins en nous attaquant à l'argent de ces Gafam. Une sanction pécuniaire forte de l'Autorité de la concurrence pourrait les faire réfléchir.

En tant que fédération, nous n'avons pas engagé de discussion avec les autres plateformes, considérant qu'une condamnation de Google s'appliquerait également aux autres.

Concernant l'audiovisuel, l'exception culturelle française est très efficace. La production indépendante bénéficie ainsi d'une protection, avec des investissements de la part des diffuseurs et, demain, des plateformes. L'information est un bien tout aussi important que la culture. Une analogie pourrait ainsi être imaginée. Le projet de loi audiovisuel pourrait permettre de faire coïncider ces objectifs.

Enfin, s'agissant des organismes de gestion collective (OGC), l'article 12 de la directive sur les licences collectives étendues ne fait pas partie de l'ordonnance sur la transposition de la directive. L'article 10 *quater* de la loi LCAP permettait aux photographes d'être rémunérés par les moteurs de recherche. Cette disposition n'est pas effective aujourd'hui, du fait d'une obligation de gestion collective. La transposition de cet article 12 permettrait de contourner cette situation et de rendre le droit d'auteur effectif pour les photographes, ainsi que de permettre aux éditeurs et agences de presse de bénéficier de licences de gestion collective étendues pour traiter avec les Gafam.

M. Fabrice Fries. - Nous avons évoqué la division des acteurs. Sa source me semble être la posture mentale de certains, qui a consisté à raisonner en termes d'enveloppe budgétaire. Très tôt, Google a présenté une somme, qu'il a entrepris de répartir en choisissant ses cibles. L'esprit de la directive et de la loi consistait à déterminer de concert cette enveloppe. Vous appelez de vos vœux un front républicain, mais j'é mets quelques doutes. Une grande partie des acteurs ont en effet déjà signé.

Vous avez en outre posé la question de la situation des autres pays européens. La France était très observée. Malheureusement, de nombreux pays tirent les mauvaises leçons de la situation. Les agences ne sont pas du tout confortées par les textes de transposition en Italie et en Allemagne, en raison de cette même approche budgétaire.

Enfin, le sénateur Assouline a souligné le poids du politique. J'ai étudié avec attention le cas australien ; j'adresse mes félicitations à l'ensemble de la classe politique australienne, qui s'est montrée unie devant des menaces de boycott. Un poids politique doit donc être insufflé dans cette négociation.

M. Laurent Bérard-Quélin. - Vous votez certes la loi, mais Google en détermine le périmètre et l'évaluation. Je vous citerai un exemple de négociation dans laquelle nous avons été unis. Le Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) est une société de gestion collective, avec laquelle nous avons développé la rémunération pour l'utilisation de nos contenus dans les panoramas de presse, notamment professionnelle. Nous nous sommes tous assis autour de la table, et avons face à nous des annonceurs, qui n'entendaient pas nous payer pour nos contenus puisqu'ils annonçaient déjà dans nos pages. Nous avons distingué la négociation commerciale sur la publicité d'un droit qui nous était jusqu'à présent volé. Aujourd'hui, ceci représente 20 millions d'euros par an, soit le double de la somme négociée dans le contrat sur les droits voisins signé avec l'APIG. Le marché est évalué à 200 millions d'euros environ.

Je souhaite en outre insister à nouveau sur la nécessaire transparence des contrats. Il existe un consensus quant au fait que les algorithmes détenus et utilisés par ces plateformes doivent devenir transparents, au moins en partie. Il en va de même pour les contrats.

S'agissant de la gestion collective, nous devons réfléchir à son caractère obligatoire, qui permettrait de séparer le commercial de l'application du droit, mais aussi de contourner le problème des ententes. En l'absence de gestion collective, les gros acteurs bénéficient de l'opération. Les premiers à avoir signé, dans tous les pays, sont les plus gros éditeurs, qui ne sont pas toujours détenus par des entreprises dont il s'agit de la principale activité.

Enfin, du point de vue de la négociation avec Facebook, je ne vois pas comment le droit voisin pourrait s'y appliquer, contrairement à l'article 17, à savoir la possibilité pour les plateformes de signer des licences avec des détenteurs de droit, pour permettre à leurs utilisateurs de mettre en ligne des contenus protégés sur la plateforme. Dans le cadre des futures législations, j'attire votre attention sur la prise en considération de la nécessaire union de l'ensemble des éditeurs et journalistes. Ne créez pas dans les textes un point de division qui sera exploité par les personnes avec lesquelles nous allons négocier.

M. Alain Augé. - Je m'associe aux propos tenus dans cette enceinte. J'appelle solennellement l'APIG à renoncer à son accord avec Google et à se réunir avec les agences de presse, le SPIIL, la FNPS et le SEPM afin de former un front unique de négociateurs. L'APIG porterait une responsabilité politique qui la dépasse. Jean-Marie Cavada l'a indiqué ; la France est observée. Il est nécessaire de faire face à sa responsabilité et à cette question d'intérêt général, dont nos grands quotidiens doivent absolument se saisir.

Il est en outre nécessaire de dépasser l'opposition public/privé qui a épuisé le XX^e siècle, afin d'arriver à la notion novatrice de l'intérêt général. L'idée de l'utilisation de la loi audiovisuelle et de la transposition de ce droit d'exception culturelle vers le droit de l'information paraît tout à fait positive.

Nous sommes en lien permanent avec la Sacem et le CFC. Nous appelons de nos vœux la formation d'un organisme de gestion collective dédié à cette collecte du droit voisin et à sa répartition.

Enfin, plusieurs questions se posent : le refus de payer le droit voisin, l'exposition par le moteur de recherche qui devient ouvertement inégalitaire en fonction des rapports commerciaux de Google avec les acteurs, l'importance croissante de l'outil « Subscribe », qui induit lui-même des discriminations, et enfin la publicité. Google et Facebook, qui représentent 70 % de la publicité, captent 110 % de la croissance publicitaire année après année. Pour éviter tout étouffement de la diversité et de l'exception culturelle et maintenir le droit à l'information, nous devons continuer de nous battre. Nous demandons à la profession de retrouver cette union sacrée, et espérons que l'Autorité de la concurrence imposera à Google une véritable négociation. Selon Google, le trafic publicitaire induit par l'activité au périmètre SEPM représentait trois fois le périmètre APIG. Nous voyons donc que Google entend sous-payer l'APIG, et ne pas payer le SEPM, le SPIIL et les agences de presse.

M. Augustin Naepels. - Nous nous inscrivons pleinement dans l'objectif d'une négociation collective *via* un organisme de gestion collective, qui nous paraît être le plus à même d'aboutir à des accords transparents, évitant le biais de l'entente. Nous appelons tous les syndicats de presse et d'agences de presse à se rassembler dans cette démarche. Nous avons observé avec intérêt la situation australienne et le soutien inattendu de Microsoft aux autorités australiennes dans leur bras de fer avec Facebook, preuve que le front des Gafam peut se fissurer lorsque leurs positions concurrentielles diffèrent. La concurrence entre ces mêmes plateformes peut être utilisée par le législateur européen.

Enfin, je suis en faveur d'un examen attentif des produits de gestion d'abonnement lancés par Google, et qui représentent un enjeu majeur, l'abonnement devenant une ressource stratégique pour la presse en ligne, notamment généraliste. Il nous paraît extrêmement dangereux que se développe un produit dominant qui proposerait à ses utilisateurs des conditions commerciales dépendant davantage d'un poids politique perçu par Google que de réalités commerciales, et dont l'utilisation favoriserait certains acteurs en termes de résultats de recherche. Il s'agit d'un enjeu majeur.

M. Jean-Pierre de Kerraoul. - Un grand merci à Jean-Marie Cavada pour ses actions et ses propos, auxquels nous souscrivons absolument.

Si nous souhaitons joindre nos forces, nous devons éviter les procès ou caricatures et retrouver un ton plus mesuré. L'Alliance n'a jamais contesté le droit voisin au profit des autres forces de presse. L'information politique et générale n'est qu'un critère de répartition. Toutes les formes de presse sont concernées par le droit voisin.

Par ailleurs, si un éditeur, au titre de l'accord-cadre que nous avons signé, n'était pas intéressé par Showcase, il n'aurait aucune obligation d'y souscrire. Dans ce cas, une négociation directe serait conduite entre cet éditeur et Google afin de négocier le droit voisin. Cet accord, en outre, n'évoque que le droit voisin. Il n'y est pas question de « Subscribe with Google ».

Comme plusieurs sénateurs l'ont rappelé, la situation de la presse est aujourd'hui très difficile, notamment du fait de la crise sanitaire. La force de Google ne réside pas dans les éventuelles divisions entre différentes formes de presse, mais dans sa puissance financière et dans notre faiblesse. La disproportion des moyens est

telle que certaines formes de presse, les quotidiens en particulier, n'ont pas la possibilité d'attendre de meilleures conditions de négociation. Un certain nombre d'éditeurs, en France et en Europe, ont été conduits à prendre des décisions individuelles du fait de ces difficultés.

En Europe, à l'heure actuelle, seule la France a transposé la directive. Je remercie le Sénat et l'Assemblée nationale d'avoir été capables de créer cette loi en très peu de temps. En conséquence, Google essaie dans de nombreux pays d'obtenir des accords commerciaux individuels avec certains groupes ou éditeurs, qui ne sont pas nécessairement les principaux.

Mes collègues ont souhaité qu'un Français, en l'espèce moi-même, préside l'Association européenne des éditeurs de presse. Nous travaillons en très bonne intelligence avec nos collègues de la presse magazine. L'Association des éditeurs de magazines et celle des quotidiens ont la même équipe. Ce bon fonctionnement au niveau européen pourrait tout à fait se retrouver au niveau de la France.

Le premier accord que nous avons conclu a une durée de trois ans. Nous commencerons donc à le renégocier dans deux ans. Les accords individuels, qui ne sont pas encore signés, vaudront pour deux ans. Il s'agit donc de décisions de court terme. Si nous obtenons un appui fort à la suite des décisions de l'Autorité de la concurrence, nous pourrions améliorer cet accord. Rien n'interdit alors d'aborder à nouveau le sujet ensemble. Nous avons depuis quelques semaines des échanges avec l'AFP pour déterminer si nos positions peuvent se coordonner. L'Alliance est toujours prête à échanger avec ses confrères sur toutes ces questions fondamentales pour notre avenir. Au-delà de nos entreprises, nous nous battons pour le respect de la souveraineté nationale et la création d'une souveraineté européenne, qui est la condition du respect d'une souveraineté nationale. Nous devons continuer d'être le flux sanguin de la démocratie.

M. Laurent Lafon, président. - Merci à chacun d'entre vous d'être intervenu ce matin. Le Sénat a été très actif sur ce sujet, par l'intermédiaire de David Assouline, qui a porté cette loi et dont nous avons à coeur de suivre l'évolution.

Ce point de l'ordre du jour a fait l'objet d'une captation vidéo qui est disponible [en ligne sur le site du Sénat](#).