Un premier pas pour les éditeurs de presse

L'Autorité de la concurrence saisie, en novembre dernier, par plusieurs syndicats d'éditeurs de presse et par l'AFP, des pratiques imposées par Google pour déjouer la loi du 24 juillet 2019 sur leur droit voisin tout juste institué, vient de rendre sa décision. Elle estime que ces pratiques sont « susceptibles de constituer un abus de position dominante » et portent « une atteinte grave et immédiate » à l'économie de la presse. Elle enjoint en conséquence à Google de négocier, de bonne foi, avec les éditeurs et agences de presse la rémunération qui leur est due, et ce, depuis l'entrée en vigueur de la loi, le 24 octobre dernier.

Elle constate que cette position dominante est constituée par un part du marché français de l'ordre de 90 %, que l'abus qui en est fait a consisté à imposer des conditions de transaction inéquitables, en l'occurrence un principe de rémunération nulle. Cela aboutit, pour l'Autorité, à « un contournement de la loi », en ce que les éditeurs et agences de presse n'ont pu qu'accepter (« *sous réserves des recours…* ») d'accorder à Google une licence gratuite, la menace de dégradation de l'affichage pour chacun d'eux sur la toile n'étant pas supportable économiquement.

L'Autorité considère également que l'abus de position dominante a consisté, de la part de Google, à imposer cette absence de rémunération à tous les éditeurs sans même examiner leur situation respective et les contenus protégés correspondants, à l'aune des critères pourtant très précis, posés par la loi sur le droit voisin. Elle donne donc trois mois pour que les négociations aboutissent à une proposition de rémunération effective, avant qu'elle ne rende sa décision au fond, tout en donnant injonction à Google de lui fournir des rapports mensuels sur les conditions dont la firme se conforme à la décision, et dans l'intervalle de ne modifier en rien ni le classement, ni la présentation des contenus protégés qu'il indexe.

Cette première décision doit évidemment être saluée. C'est en effet une obligation de résultat qui est imposée à Google. La question qui se pose à présent pour les éditeurs et agences de presse est celle des conditions de l'engagement de la négociation. Celle-ci doit-elle aboutir à un contrat collectif, ou bien Google va-t-il réussir à briser cette unité en engageant des négociations individuelles ? À terme, un contrat collectif n'entraînerait-il pas nécessairement la gestion collective des droits qui en découlent, même si la loi ne l'impose pas en la matière ? Plus fondamentalement se pose la question de savoir si l'Autorité de la concurrence a vocation à se saisir de ce contentieux contractuel de droit privé, et à l'arbitrer ensuite.
Autant d'interrogations dont on va suivre le dénouement avec beaucoup d'intérêt. En tout état, c'est un grand pas qui est ainsi fait par une autorité publique nationale pour contrecarrer le diktat des GAFA, qu'il faut approuver.

Auteur(s) :

Basile Ader - Avocat au Barreau de Paris