

Au nom d'une meilleure concurrence, l'Europe signale à Google la nécessité d'évolutions importantes

## Description

*A l'occasion du renouvellement de la Commission Européenne, la pression des parlementaires européens comme des États membres, notamment la France et l'Allemagne, s'est accentuée afin d'accroître l'enquête pour abus de position dominante à l'égard de Google. L'Europe doit aussi s'engager sur la fiscalité du numérique en même temps que se multiplient les initiatives nationales contre les géants du web, comme l'Espagne qui, après l'Allemagne, a instauré une taxe sur la reprise des liens des titres de presse par les agrégateurs d'information.*

Alors qu'on pouvait espérer un accord à l'amiable dans le cadre de l'enquête pour abus de position dominante ouverte par la Commission européenne en 2010 ([voir La REM n°30-31, p.18](#)), la volte-face de Joaquin Almunia, ancien commissaire européen à la concurrence, à la suite de pressions des États membres, notamment la France et l'Allemagne, a conduit à relancer l'enquête depuis septembre 2014, enquête qui revient à la nouvelle commissaire, Margrethe Vestager ([voir La REM n°32, p.19](#)). Cette dernière a immédiatement fait l'objet d'une forte pression de la part des parlementaires européens afin d'accroître le traitement de l'affaire Google, les principaux reproches concernant l'affichage dans des espaces dédiés de réponses fournies par les services spécialisés de Google en haut des pages de résultats du moteur de recherche. Les e-commerçants et les éditeurs de services spécialisés (comparateurs de prix, services de réservation) voient dans cette pratique une entorse à la concurrence. En effet, les services spécialisés de Google bénéficient d'une exposition privilégiée dans les pages de résultats que l'internaute consulte pour trouver la réponse la plus pertinente, et cela alors même que les services spécialisés de Google ne sont pas systématiquement les plus plébiscités par les internautes !

C'est pour parer à ces pratiques que les parlementaires européens ont voté, le 27 novembre 2014, une résolution (384 voix pour, 174 contre, 56 abstentions) de défense des droits des consommateurs qui réclame à la Commission européenne « de prendre en considération les propositions visant à dissocier les moteurs de recherche des autres services commerciaux comme une des solutions potentielles à long terme ». À l'évidence, une telle mesure mettrait fin à tout risque d'abus de position dominante, et elle conduirait au démantèlement de Google. Le Parlement européen n'ayant pas le droit d'être à l'origine d'une initiative législative, cette motion reste d'abord un vœu pieux ayant pour principal objectif d'obliger la commissaire européenne à la concurrence à relancer en urgence l'enquête contre Google, voire d'ouvrir une procédure contre Google, qui suivrait ici la même voie que Microsoft à la fin des années 1990 et au début des années 2000. Mais Google bénéficie encore d'un peu de répit : le 11 décembre 2014, Margrethe Vestager a annoncé avoir envoyé un questionnaire aux entreprises plaignantes afin de relancer

lâ€™enquête sur Google sur la base de constats actualisés.

Le même jour, une autre offensive est venue rappeler à la Commission européenne lâ€™urgence de la situation. La France et lâ€™Allemagne ont envoyé un courrier à la Commission européenne dans lequel elles proposent un «*cadre réglementaire approprié au niveau européen*» pour les «*plates-formes indispensables*», celles par lesquelles transitent les internautes, quâ€™il sâ€™agisse des moteurs de recherche, des systèmes mobiles, (système dâ€™exploitation/magasin dâ€™applications) ou encore des plates-formes de *e-commerce* et des services de communication, notamment les réseaux sociaux ce qui revient à encadrer les «*GAF*A» (Google, Apple, Facebook, Amazon). Le texte précise que «*ce cadre devrait sâ€™appliquer à toutes les entreprises offrant des biens et services aux citoyens de lâ€™Union européenne (EU), quâ€™elles soient établies dans un pays européen ou ailleurs*», une manière donc dâ€™inclure les plates-formes américaines de services en ligne dans le périmètre de la réglementation européenne du numérique. Pour y parvenir, les gouvernements français et allemand proposent une consultation des Etats membres dâ€™s 2015 et lâ€™introduction de ce cadre réglementaire, soit dans la législation européenne sur les communications électroniques, qui doit être révisée, soit dans la politique de concurrence, soit dans une nouvelle réglementation. Sâ€™ajoutera également à terme un volet lié à la protection des données personnelles et à leur exploitation publicitaire, lâ€™Europe étant également mobilisée sur le sujet depuis que le G29, qui regroupe les CNIL européennes, sâ€™est emparé de la question, après que Google a révisé en 2012 sa politique de confidentialité ([voir La REM n°26-27, p.7](#)).

Parallèlement à lâ€™enquête sur Google, la Commission européenne est également sollicitée pour «*réguler*» le numérique dans le domaine de la fiscalité, les GAFAs sâ€™étant, comme beaucoup dâ€™autres, spécialisés dans lâ€™optimisation fiscale. Enfin, la fiscalité fleurit en Europe afin de cibler précisément Google, notamment depuis que lâ€™Allemagne a mis en place sa fameuse «*Lex Google*» qui oblige les agrégateurs dâ€™information à rémunérer les titres de presse pour les articles en ligne quâ€™ils référencent ([voir La REM n°25, p.5](#)).

En Espagne, à lâ€™occasion de la révision de la loi sur la propriété intellectuelle, une «*taxe Google*» a été votée le 28 octobre 2014, applicable au 1er janvier 2015. Le «*Canon AEDE*», câ€™est-à-dire la *taxe Asociaci3n de Editores de Diarios Espa1oles*, rend automatique le paiement dâ€™une redevance pour la reprise de liens et de courts extraits de textes renvoyant à des articles de titres de presse en ligne. Autant dire que le Canon AEDE reprend lâ€™esprit de la loi allemande, mais en rendant systématique le paiement, les montants dus nâ€™étant toutefois pas précisés. Cette automaticité du paiement cherche à éviter tout contournement par Google de lâ€™esprit de la loi, comme câ€™est le cas en Allemagne, où<sup>1</sup> les éditeurs demandant une rémunération sont dâ€™office, tels certains titres du groupe Springer depuis le 23 octobre 2014. Or, après une chute de 40 % du trafic sur certains des sites de ses titres, le groupe Springer a préféré revenir dans Google dâ€™s le 5 novembre 2014, mais sans demander de rémunération.

A lâ€™inverse, la loi espagnole interdit à Google de faire signer aux éditeurs souhaitant être référencés dans Google News un renoncement à rémunération. Mais les moteurs de recherche nâ€™accepteront jamais de payer pour référencer, puisquâ€™ils ambitionnent de référencer lâ€™intégralité de lâ€™information en ligne, et non seulement celle qui mérite dâ€™être

consultée. La loi espagnole a donc été dénoncée par ses critiques comme une entrave au développement de l'internet. En effet, elle a eu pour conséquence la fermeture de Google News (Google Noticias) en Espagne le 16 décembre 2014, deux semaines avant son entrée en application de la loi. Pour Richard Gingras, le responsable de Google News, « cette nouvelle législation oblige tout média espagnol à faire payer, qu'il le veuille ou non, des services comme Google Noticias pour montrer le fragment le plus infime de ses publications. Etant donné que Google Noticias est un service qui ne génère pas de revenus nous ne montrons pas de publicité sur le site internet » cette nouvelle approche n'est tout simplement pas viable ». L'Espagne se prive ainsi de Google News, lancé dans 70 pays dans le monde depuis 2002, et les titres de presse espagnols vont disparaître également des versions étrangères de Google News en espagnol, par exemple en Argentine ou au Mexique, au moment même où la presse compte sur son internationalisation grâce au numérique pour rentabiliser son offre d'information en ligne ! Reste que l'effet de la fermeture de Google Noticias devrait être mineur pour la presse espagnole, les articles restant référencés dans le moteur de recherche, qui redirigeait dix fois plus d'internautes que l'agrégateur d'information.

En Italie, les éditeurs, réunis dans la FIEG (Fédération des éditeurs de presse italiens), ont milité également en faveur de la création d'une taxe Google inspirée des lois allemande ou espagnole. En effet, ces derniers profitent de la fronde anti-Google qui sévit en Italie sur la question fiscale pour demander une taxe permettant de les financer. La FIEG a ainsi saisi le tribunal administratif de Rome fin novembre 2014 pour obliger Google à publier les revenus publicitaires qu'il réalise en Italie, un moyen de rappeler sa position dominante sur la recherche en ligne et sur le marché publicitaire, pour exiger ensuite une compensation. Mais la FIEG n'a pas réussi à imposer ses vues, le gouvernement de Matteo Renzi, et son ministre de la culture, Dario Franceschini, étant favorables à l'adoption d'une réponse européenne.

Sources :

- « En Italie, la presse veut renforcer la pression sur Google », Pierre de Gasquet, *Les Echos*, 24 novembre 2014.
- « Google affronte la défiance croissante de l'Europe contre son hégémonie », Renaud Honoré, *Les Echos*, 26 novembre 2014.
- « L'Europe se mobilise contre la toute-puissance de Google », Lucie Ronfaut, *Le Figaro*, 27 novembre 2014.
- « Europe : le plan de Paris et Berlin pour encadrer Google », Renaud Honoré, *Les Echos*, 28 novembre 2014.
- « Paris et Berlin s'allient pour faire pression sur le Web américain », Lucie Ronfaut, *Le Figaro*, 29 novembre 2014.
- « La fermeture de Google News en Espagne ravive le débat avec les éditeurs de presse », Gaëlle Lucas, *Les Echos*, 12 décembre 2014.
- « Google décide de fermer son service d'actualité en Espagne », Mathieu de Taillac, *Le Figaro*, 12 décembre 2014.

## Categorie

### 1. Droit

**date création**

27 mai 2015

**Auteur**

alexandrejoux