

# L'Europe face aux enjeux de l'économie numérique de l'information

**Regard** Il faut comprendre les nouveaux concepts concurrentiels de l'économie numérique et moderniser notre droit pour permettre à chaque acteur de percevoir la juste valeur de sa contribution.

**FRANÇOIS LE HOËY**  
CEO IPM Group  
et membre du  
Comité Exécutif  
ENPA.

La Commission européenne, sous l'impulsion du commissaire Oettinger, vient d'adopter un projet de directive en vue de moderniser le droit d'auteur. Ce projet va être maintenant débattu au Parlement européen. Il s'agit là enfin d'une initiative positive en vue de mettre en place progressivement un cadre juridique qui soit adapté à la nouvelle économie Internet de l'information.

La révolution numérique, qui change fondamentalement tous les pans de l'économie, impliquera des évolutions dans la plupart des cadres juridiques, que ce soit en matière de propriété intellectuelle, de concurrence, de fiscalité ou de relations de travail et le monde politique national et européen ne doit pas se laisser dépasser par cette révolution. Il doit se mobiliser pour l'accompagner en adaptant les règles, afin de faire de ces nouvelles opportunités de croissance un "win win" pour tous les acteurs qui créent de la valeur ajoutée.

## D'où provient l'argent

Tout comme, dans les années soixante, l'introduction des règles de propriété industrielle ont permis le développement d'une économie basée sur la recherche et la protection de ses résultats, permettant la formidable croissance des industries technologiques (pharmaceutiques, logicielles...), il faut comprendre les nouveaux concepts concurrentiels de l'économie numérique et moderniser notre droit pour permettre à chaque acteur de percevoir la juste valeur de sa contribution.

En matière de presse, c'est d'autant plus important que les notions de démocratie, de liberté de la presse et de système économique sont intrinsèquement liées. Qui en effet cherche et traite

l'information ? Qui paye ceux qui font ce métier ? Qu'est-ce qui promeut la qualité de l'information ?

D'où provient l'argent qui finance la diffusion de l'information ? Voilà les questions fondamentales !

En Belgique, 70 % des journalistes (hors secteur public) travaillent pour des journaux quotidiens et leurs déclinaisons Internet, ce sont donc les entreprises d'édition qui sont leur employeur. Ces entreprises d'édition trouvent leurs ressources via ce que les lecteurs acceptent de payer pour acheter leur journal imprimé ou leur abonnement Internet, et via ce que les annonceurs publicitaires allouent comme ressources pour leur communication.

C'est donc grâce à l'existence de cet écosystème que la liberté d'entreprendre peut s'exprimer dans les métiers de la presse en commercialisant l'information et la publicité en vue de générer les ressources permettant de rémunérer les équipes de journalistes et toute l'infrastructure technologique, marketing, commerciale et de gestion associée à ce type d'activité.

Les entreprises de presse gèrent des marques dans lesquelles les lecteurs ont confiance. Les éditeurs et les rédactions savent qu'elles doivent délivrer chaque jour un travail de qualité pour mériter cette confiance. C'est grâce aux règles de déontologie, aux moyens financiers et humains mis en place par les éditeurs, à l'expertise et aux talents des journalistes, et à cette responsabilité collective dans la durée vis-à-vis des lecteurs, que la qualité de l'information est là.

La révolution numérique nous apporte des possibilités exceptionnelles,

mais force est de constater qu'à ce jour elle génère un déséquilibre abyssal entre ceux qui contrôlent les technologies et ceux qui produisent les con-

tenus. Or, un tel déséquilibre n'est pas la conséquence de la libre concurrence, il est la conséquence d'un système juridique !

## Ni équitable, ni durable !

Prenons l'exemple d'une équipe de journalistes d'investigation que nous allouons à une enquête, le jour où nous publions dans nos journaux et sites Internet les résultats de ce travail, en moins d'une trentaine de minutes, les principales informations seront reprises dans les moteurs de recherche, partagées sur les réseaux sociaux, plagiées sur d'autres sites, commentées sur Twitter... Et donc, la valeur économique de ce travail sera captée par d'autres opérateurs dont le modèle économique est basé sur la gratuité des contenus auprès des lecteurs en vue d'optimiser les audiences afin de les vendre aux annonceurs publicitaires.

Un tel modèle n'est ni efficient, ni équitable, ni intelligent, ni durable !

Il faut bien prendre la mesure des conséquences systémiques d'un modèle économique par rapport à un autre. Un modèle qui ne permettrait pas de gagner sa vie en traitant l'information aurait pour conséquence de laisser les métiers de l'information soit aux services publics (pas visés ci-après), soit à ceux qui le font pour instrumentaliser l'information, soit à ceux qui le font gratuitement.

Si le but n'est en effet pas de générer des revenus commerciaux à partir de la vente de l'information, ce qui peut justifier le fait de payer des producteurs d'information, c'est la recherche d'un impact dans l'opinion publique qui soit conforme à ses propres objectifs. C'est le cas par exemple du site d'un groupe de pression, d'une société de produits de consommation, d'une association militante, ou encore, pour prendre un cas extrême, de pays qui utilisent l'information comme outil de propagande en politique internationale. A cet égard, l'activisme médiatique de la Russie au cours des dernières élections américaines constitue une menace dont

toutes les démocraties doivent prendre la mesure. Le "Washington Post" et le Foreign Policy Research Institute ont mis en exergue la diffusion de ces fausses informations via des milliers de sites et robots pour dénigrer la candidate Clinton et éroder la confiance dans les institutions.

Pour ce qui est des créateurs de contenus via les blogs et réseaux sociaux, on y trouve le meilleur et le pire, et l'enjeu est de savoir qui va identifier les fausses informations et les combattre. On l'a vu à l'occasion du débat sur le Brexit, lors de la campagne électorale américaine, sur les questions du djihadisme, les vraies et fausses informations se côtoient en permanence, et il arrive trop souvent que les moteurs de recherche et réseaux sociaux contribuent à la diffusion de celles-ci. C'est même pire, des revenus publicitaires sont générés sur les pages de ces fausses informations !

A l'avenir, nous n'aurons pas besoin de moins d'informations, nous aurons besoin de plus d'informations, et absolument de bonnes informations pour gérer politiquement et socialement nos sociétés de plus en plus sophistiquées.

Le journalisme professionnel est le complément indispensable au bon fonctionnement de nos démocraties et économies, il apporte une valeur ajoutée clé qu'un système économique correctement structuré doit pouvoir rémunérer à sa juste valeur. Le challenge de la profession et des dirigeants politiques est de comprendre à temps les nouveaux concepts de l'économie numérique, afin d'apporter les bonnes réponses juridiques à son encaissement.

**A l'avenir, nous aurons besoin de plus d'informations et absolument de bonnes informations, pour gérer politiquement et socialement nos sociétés de plus en plus sophistiquées.**