

La liberté de la presse passe par une meilleure protection

● Le basculement vers le numérique est un enjeu majeur pour la presse traditionnelle.

● Mais le cadre légal n'est aujourd'hui pas adapté face aux nouveaux acteurs de l'Internet.

● Alors, que faire au niveau national mais aussi européen? Éléments de réponse.

La presse traditionnelle fait face à un enjeu majeur sous l'effet d'un basculement vers le numérique. Pour autant, elle n'a nulle envie de rendre les armes face aux mains avides des agrégateurs ou relayeurs de contenus, "scrapers", moteurs de recherche et Gafa (acronyme des géants de l'Internet: Google, Apple, Facebook et Amazon) de ce monde.

L'association européenne des éditeurs de journaux (ENPA) organisait ce mardi une conférence-débat en partenariat avec "La Libre" sur le thème "La liberté de la presse dans un monde numérique: la valeur du droit d'auteur".

Carlo Perrone, président de l'ENPA, soulignait combien ces deux concepts – liberté de la presse et copyright – étaient liés. "La liberté de la presse est impossible sans une réglementation claire qui puisse garantir la qualité et la crédibilité de la presse." Tous les intervenants de la soirée abondaient dans le même sens. Laurent Joffrin, directeur de la rédaction de "Libération", pointait les risques pour "la fiabilité et la richesse de l'information, qui restent un métier en soi".

Dix milliards d'euros sur quatre ans

"Il faut adapter le cadre légal pour mieux équilibrer les investissements consentis en technologie et en contenu", soulignait François le Hodey, CEO d'IPM ("La Libre", "DH"...). "Sans cela, les rédactions seront réduites d'au moins 50% dans les années à venir. Or, sans journalistes professionnels, c'est la qualité et la véracité de l'information qui est en danger."

A l'heure du numérique, la presse se cherche encore un modèle économique viable. L'habitude du tout-gratuit, du côté des lecteurs et la multiplication des canaux qui s'offrent aux annonceurs ont de lourdes conséquences pour la rentabilité des journaux et magazines. Ceux qui captent le mieux les revenus publicitaires sont les agrégateurs et les plates-formes en li-

gne... qui ne paient rien pour la production et la réutilisation des contenus.

Les chiffres sont éloquentes. Les revenus du numérique ne compensent en rien la chute de revenus du papier. Ainsi, PWC estime à 10 milliards d'euros pour la presse européenne le déficit net sur quatre ans. Et la tendance s'accélère...

Google, Facebook, agrégateurs, éditeurs d'applications, outils de "scraping"... Face à ces acteurs qui se servent librement, parfois sans autorisation, toujours sans contrepartie, comment la presse peut-elle réagir?

Dans un premier temps, les éditeurs ou leurs associations ont tenté de parler avec Google (essentiel-

lement). Sans être entendus ou même pris en considération. Vinrent ensuite des initiatives ponctuelles au niveau de certains pays: Belgique, France, Allemagne, Espagne. Sans plus d'effet, face à la puissance de "persuasion" ou de menace de rétorsion de Google (lire par ailleurs).

L'Europe a dès lors repris le flambeau, afin de mettre plus de poids dans la balance. Non pas en jouant une carte qui serait à nouveau assimilée à une "taxe Google" mais en agissant sur le droit des éditeurs à réclamer des droits d'auteur et des droits voisins.

Légitimer sans brider

Aux yeux des éditeurs, établir un cadre réglementaire a le mérite d'être un argument de poids dans leurs négociations avec les agrégateurs et éditeurs de moteurs de recherche ou

"Il y a un risque pour la fiabilité et la richesse de l'information, qui restent un métier en soi."

LAURENT JOFFRIN
Directeur de la rédaction de "Libération".

"Il faut investir dans un journalisme de qualité et d'investigation, plus que jamais."

GÜNTHER OETTINGER
Commissaire européen à l'Economie numérique.

d'applicatifs et créera de la stabilité pour imaginer de nouveaux canaux, partenariats et modèles financiers.

“Une protection forte de notre propriété intellectuelle est nécessaire, tout comme elle a été reconnue dans le monde de la musique ou l'audiovisuel, soulignait Carlo Perrone. On n'imagine pas qu'un film puisse être copié sans droit pour produire un spot publicitaire ou qu'une musique soit utilisée à des fins commerciales. Ceux qui produisent les films en sont propriétaires. La même chose vaut pour les éditeurs et leurs contenus.”

“Notre proposition de copyright, déclarait Günther Oettinger, commissaire à l'Economie numérique, lors de la conférence ENPA, est un outil nécessaire pour protéger la survie de la presse. Elle vise à moderniser et à harmoniser les règles en vigueur. Les citoyens et les consommateurs ont des droits et contribuent eux-mêmes à la démocratie en enrichissant l'info via les réseaux sociaux mais il faut stabiliser le champ d'action pour la presse. Il faut investir dans un journalisme de qualité et d'investigation, plus que jamais en ces temps que l'on qualifie de “post-vérité” [NdLR: il fait ici allusion notamment à la diffusion de fausses infos qui a pris une nouvelle am-

pleur ces derniers temps – aux Etats-Unis comme ailleurs]. *“Le droit d'auteur est une base, un cadre, pour récompenser les contenus créatifs. S'il devient de plus en plus difficile de monétiser des contenus honnêtes en ligne, la création en pâtira. S'il y a moins de diversité et de qualité, on ne pourra plus parler de liberté de la presse.”*

La proposition de texte européen doit encore franchir l'étape du vote (ou du rejet) par le Parlement européen, où le débat continue de faire rage et où les intérêts des différentes parties sont âprement défendus – y compris ceux des agrégateurs de contenus, des acteurs du genre Google ou Facebook. La consultation de toutes les parties prenantes devrait continuer jusqu'à la mi-2017.

Un long chemin

L'opposition initiale de certains parlementaires face à la proposition avait fait craindre une mise à la poubelle. Toutefois, les choses semblent évoluer vers une reconnaissance des droits des éditeurs et une analyse désormais centrée sur les points techniques.

Le clan des Gafa (pour le synthétiser ainsi) et l'industrie (tous les acteurs pouvant potentiellement se transformer en agrégateurs de contenus) continueront de faire de la résistance.

“L'industrie n'est pas heureuse de voir arriver cette loi, estime Dietmar Wolff (BDZV, association d'éditeurs allemands). Mais elle sous-estime la valeur que les journaux représentent pour ses activités, en lui fournissant une information riche sur le marché, jour après jour.”

Une fois le cadre réglementaire en place, le chemin sera encore long pour les éditeurs. Il leur restera à négocier avec les réutilisateurs de contenus. Pour faire le poids et faire plier les Google et autres, ils devront idéalement faire front commun. Ce qui est loin d'être gagné d'avance. On l'a vu en Allemagne et en Espagne, il y a des “dissidents”...

Brigitte Doucet

Bras de fer

La bataille des arguments

Droit d'auteur. La proposition de protection du droit d'auteur couvre les extraits de contenus référencés par les agrégateurs ou les moteurs de recherche. Y compris les titres, les “accroches” ou “snippets”, les premiers mots d'un article... Avec obligation pour les plates-formes réutilisatrices de déployer des outils d'identification de contenus. Contrairement à ce que disent certains opposants, la proposition de texte ne remet pas en cause l'usage de l'hyperlien. Du moins s'il est utilisé à titre personnel, non lucratif, par l'internaute. Par contre, l'utilisation systématique, monétisée, de contenus ne leur appartenant pas par des agrégateurs, scrapers, moteurs de recherche... enfreint le droit des éditeurs à protéger leur modèle économique. *“Toutes les exceptions, ayant notamment trait aux citations, illustrations, recherche et copie privée, demeurent d'application”,* précise l'ENPA. Certains disent aussi craindre que les petits éditeurs perdent en visibilité si les agrégateurs leur ferment la porte en guise de rétorsion générale contre la presse. Du côté de l'ENPA, on parle plutôt de nouvelle opportunité pour que chacun, quelle que soit sa taille, soit davantage pris en compte par les new players.

Le cadre légal est parfois vu comme un frein pour les start-ups qui imaginent des outils ou services s'alimentant auprès des contenus des éditeurs.

“Faux, rétorque Dietmar Wolff, président de la BDZV, association d'éditeurs allemands. La collaboration entre éditeurs et sociétés innovantes demeure notre but. Ce n'est ni la presse ni la loi qui empêchent les start-ups de percer. Leur vrai concurrent, c'est plutôt les Gafa... C'est déjà le cas.” **BD**

Et ailleurs en Europe ?

Des tentatives avortées

Législations. En Allemagne, les éditeurs de presse ont le droit exclusif d'autoriser la mise à disposition des contenus de presse à l'exception des mots, des très courts extraits et des hyperliens. Sont visés : les moteurs de recherches et les agrégateurs de contenus.

Cela n'a guère impressionné Google qui campe sur son exigence d'utilisation gratuite. Les deux parties (l'association des éditeurs et Google) continuent de s'affronter par avocats interposés. En Espagne, la loi prévoit un droit de rémunération (que les éditeurs ne peuvent abdiquer) mais autorise l'utilisation libre de courts fragments d'articles par les agrégateurs.

Dans les faits, la loi ne semble guère être mise en application. Là aussi Google est passé en force, décidant purement et simplement d'arrêter son service Google News. Par ailleurs, plusieurs services d'agrégation ont fermé boutique (certains estimant que la loi en avait été la cause). La perception des rémunérations est donc quasi en cale sèche...

En France, une tentative d'instauration d'un droit voisin a provoqué l'ire de Google. Le différend a été réglé “à l'amiable”. Certains y voient plutôt l'effet de la toute-puissance du “big business” : un fonds d’“aide à la presse en ligne” a été créé... largement financé par Google. *“En échange, les éditeurs ont fait taire leurs prétentions”,* estime Dietmar Wolff. **BD**