

Données personnelles : la presse inquiète

VIE PRIVÉE Un projet de la Commission menacerait son modèle sur le net

Une trentaine d'éditeurs de presse européens réclament la révision d'un projet de règlement européen sur les données personnelles qui menacerait leur modèle économique sur internet, dans une lettre publiée lundi. Ce projet, appelé à remplacer l'actuelle directive « ePrivacy », permettrait à chaque internaute de décider dès sa première connexion du niveau de protection qu'il souhaite pour l'ensemble des sites qu'il visitera par la suite. Il ne déciderait donc qu'une seule fois d'accepter ou non les « cookies », ces fichiers invisibles qui se

greffent sur un ordinateur pour capter des données personnelles, et non site par site.

Ce projet « prive les éditeurs de presse de la capacité d'informer chacun des lecteurs sur les raisons pour lesquelles leur consentement est sollicité, d'expliquer les avantages de contenus journalistiques et marketing personnalisés, et de rappeler l'importance de l'abonnement et de la publicité dans le modèle économique d'une presse de qualité », regrettent les 33 éditeurs signataires.

« En privant les éditeurs de presse de proposer des publicités

ciblées à leurs lecteurs, ePrivacy (la nouvelle version, NDLR) favorise la réorientation des annonceurs publicitaires de la presse vers les plateformes numériques dominantes, et diminue donc l'investissement possible dans le journalisme de qualité », poursuit le texte.

En France, *Le Monde*, *Le Figaro*, *Les Echos*, *Libération*, *Le Parisien*, *La Croix*, *L'Equipe* et *L'Humanité*, font partie des signataires de cette lettre adressée au Parlement européen et au Conseil de l'UE. En Belgique, les éditeurs flamands comme *Mediahuis* (*De Standaard*, *Het*

Nieuwsblad...), *Persgroep* (*Het Laatste Nieuws*, *De Morgen*, *De Tijd...*) et *Sanoma* (*Gael*, *Flair...*) font également partie des signataires.

« La presse n'a jamais eu autant de lecteurs, grâce à ses développements numériques (...). Ces performances ne permettront l'émergence d'un modèle économique de la presse digitale qu'à la condition que les éditeurs puissent connaître leurs lecteurs et développer une relation directe avec eux », fait valoir le Syndicat français de la presse quotidienne nationale (SPQN) à l'initiative de cette action. (afp) ■