

# Les groupes médias tirent la sonnette d'alarme

■ Avec le règlement e-Privacy, les éditeurs privés craignent la mainmise des "Gafa" sur l'information en ligne.

C'est ce jeudi que le Parlement européen votera le projet de règlement e-Privacy (lire ci-dessous), un texte dont l'objectif théorique est de mieux protéger la vie privée du consommateur sur le Web. Et le moins que l'on puisse dire, c'est que ce vote provoque une levée de boucliers des éditeurs européens de contenus qui contestent l'efficacité de la mesure pour la protection des consommateurs, et qui relèvent les effets catastrophiques d'une telle réglementation sur l'avenir de l'économie européenne des contenus numériques.

Au cœur des craintes des éditeurs, un article en particulier de ce texte. Il est assez technique mais visiblement lourd de conséquences pour le "business model" à venir des éditeurs. Cet article régit l'utilisation des "cookies", ces petits fichiers qui permettent aux éditeurs de sites de mieux connaître l'historique, les habitudes de surf et donc le profil de leurs lecteurs, et ce, de façon anonyme. Un outil précieux utilisé à la fois pour proposer une offre éditoriale plus adaptée aux attentes du lectorat, en fonction de ses pôles d'intérêt, mais aussi une publicité davantage ciblée. Des "cookies" qui permettent aussi à l'internaute de voir ses identifiants sauvegardés par l'ordinateur.

Aujourd'hui, l'internaute doit accepter ou refuser ces "cookies" à chaque fois qu'il visite un site. Le projet de règlement voudrait revoir les règles actuelles de consentement: celui-ci ne se ferait

plus site par site mais en quelque sorte en "amont" du site, soit au niveau du navigateur lui-même (Google Chrome, Firefox, Android...). Concrètement, si le texte passe ce jeudi au Parlement européen, l'internaute devra définir ses préférences dans les paramètres de confidentialité: soit tout bloquer, tout accepter ou alors une solution intermédiaire. Un choix qui s'appliquera ensuite à tous les sites visités.

## Davantage de pouvoirs entre quelques mains

Et c'est donc là que les éditeurs voient rouge. "Comment espérer pouvoir développer un modèle économique vertueux pour les sites de contenus s'il n'était plus possible

de travailler avec des cookies pour gérer l'identification des surfeurs, la personnalisation des contenus et la segmentation des publicités", explique François le Hodey, administrateur délégué du groupe IPM ("La Libre", "La DH" ...).

"Cette approche est très malvenue car elle va donner encore davantage de pouvoirs et un contrôle énorme à certaines grandes entreprises technologiques privées qui captent déjà une grande partie du marché publicitaire au détriment des autres acteurs de l'écosystème du Web. Avec le risque de créer des gardiens d'Internet qui dicteront leur loi en concentrant entre leurs mains la gestion des données. En termes de droit de la concurrence, cela va donc déséquilibrer le marché de la publicité en ligne", explique Marie de Cordier, conseillère juridique à l'ENPA, la European Newspapers Publishers Association. Pour les éditeurs privés, les Gafa (Google, Facebook & Co) pourraient donc être les grands gagnants dans l'affaire. "Cela va casser le lien technique mais aussi de confiance entre l'internaute et les éditeurs présents sur le Web", ajoute encore notre interlocutrice.

Pour certains observateurs, si cette réforme voyait le jour, elle pourrait condamner à terme l'information gratuite et le pluralisme sur le Web au profit, demain, des seules offres payantes. "Aujourd'hui, la plupart des éditeurs reposent sur un modèle hybride avec des abonnés payants et une partie du site ouverte financée par la publicité. Ce système permet aux éditeurs de survivre. Si demain, 95% des internautes bloquent les cookies au niveau du navigateur, cela va mettre hors marché de nombreux éditeurs au profit de quelques grandes marques. Ce sera probablement la fin d'un accès gratuit à l'information et cela au détriment des consommateurs. Cette législation, si elle passe en l'état, va donc favoriser le 'tout payant' et relève donc d'une démarche élitiste", ajoute Marie de Cordier.

"Dans la mesure où cette mesure ne touchera pas les Google, Amazon, Facebook, l'Europe s'apprête à adopter une directive qui renforcera le pouvoir économique de ces acteurs américains, tout en affaiblissant les éditeurs européens, sans vraiment résoudre la question de la protection des consommateurs", conclut François le Hodey.

V.S.

# La droite requiert un nouveau vote sur la confidentialité des données

L'association européenne des consommateurs (BEUC) a peut-être crié victoire trop vite la semaine dernière, après le vote des eurodéputés sur la confidentialité des communications en ligne. Plusieurs groupes politiques de droite ont demandé à revoter sur le mandat de négociation du Parlement qui a été adopté par la commission parlementaire des libertés civiles.

La résolution parlementaire telle qu'adoptée le 19 octobre soutient les grandes lignes de la proposition de la Commission européenne, à savoir faire du consentement préalable la condition sine qua non à l'utilisation des données privées émanant des communications électroniques (échanges d'emails, appels téléphoniques, etc.). Mais elle va plus loin puisqu'elle suggère que les navigateurs soient paramétrés par défaut de la manière la plus favorable possible au respect de la vie privée (voir ci-dessus). Elle propose également d'interdire qu'un utilisateur ne se voie refuser l'accès à un site Internet ou à une application s'il n'avait pas accepté au préalable d'être tracé.

## Un rapport détricoté ?

Or ce rapport pourrait être complètement détricoté à la suite d'un nouveau vote, ce 26 octobre. Un dixième des députés ont activé, en début de semaine, une procédure extraordinaire en vue de solliciter l'avis de l'ensemble du Parlement européen (alors qu'en règle générale, le vote de la com-

mission parlementaire suffit) sur le mandat de négociation. Dans ces circonstances, soit l'Assemblée confirme le mandat de négociation jeudi, soit elle s'y oppose et requiert un nouveau vote, sur le contenu du rapport cette fois, à la plénière de la mi-novembre.

## Intense lobbying

Pour rappel, les groupes PPE (CDH/CD&V), ECR (N-VA), EFDD et ENF (Vlaams Belang) avaient voté contre le rapport lors du vote en commission parlementaire. D'après plusieurs sources, le président du PPE, l'Allemand Manfred Weber, aurait mouillé la chemise en demandant explicitement à ses députés de rejeter le rapport, le 19 octobre, suite aux critiques de l'industrie allemande. Des rumeurs que conteste le bureau du principal intéressé : "Les députés ont décidé tout seuls, sans intervention d'en haut", nous indique son bureau. Un nouveau vote sur le contenu à la session de novembre donnerait en outre l'occasion au groupe PPE de réintroduire sa marotte, une dérogation permettant aux entreprises de traiter dans les limites du cadre actuel – les données préalablement acquises, et ce, sans avoir besoin d'un nouveau consentement.

Les groupes politiques devaient se réunir dans la soirée du mercredi, pour arrêter leur position. Suite à nos différents entretiens, il semble qu'à ce stade, les groupes PPE et ECR, à l'origine de la demande de vote, ne disposent pas des soutiens suffisants.

Sophie Petitjean