

Richard Gingras, Google News

«Google n'est pas la cause des problèmes financiers des éditeurs de journaux»

LES PHRASES CLÉS

«Google News n'est pas un support rentable pour nous.»

«L'addition finale se compterait en millions d'euros.»

«Ça n'a pas de sens de souhaiter être payé puisque nous apportons déjà une visibilité.»

INTERVIEW
ARNAUD MARTIN

Entre Google et la presse européenne, ce n'est toujours pas le grand amour. Depuis des mois, le célèbre moteur de recherche et les journaux s'opposent sur l'article 11 de la directive européenne concernant le droit d'auteur, votée en septembre dernier au Parlement européen. Celle-ci a pour ambition de permettre aux éditeurs d'exiger des droits voisins aux grandes plateformes comme Google et Facebook. En clair, ces dernières devraient payer les éditeurs pour pouvoir mettre sur leur réseau les titres et débuts d'articles de presse. Une idée qui forcément ne plaît pas vraiment à Google et surtout à Richard Gingras, le vice-président de Google News.

Vous expliquiez récemment au journal The Guardian que si l'article 11 de la loi passait, vous pourriez simplement arrêter Google News en Europe. Êtes-vous toujours de cet avis?

Notre position n'a effectivement pas changé. Je ne souhaite certainement pas que nous en arrivions à cette situation mais nous le ferons si c'est nécessaire. La plateforme Google News a été lancée peu de temps après les attentats du 11 septembre 2001 car nous considérions qu'il s'agissait d'un outil utile pour récupérer des informations. Mais d'un point de vue purement économique, Google News n'est pas un support vraiment rentable pour nous. Cela ne nous rapporte pas d'argent. Mais je ne m'avancerai pas davantage avant d'en savoir plus sur la mise en place concrète de la directive.

Avez-vous déjà estimé combien vous coûterait une telle mesure?

Nous menons pour le moment une expérience auprès d'un petit groupe d'utilisateurs en Europe pour comprendre l'impact qu'aurait la directive européenne. Mais nous n'avons pas encore fait les calculs. Pour le moment, les scénarios possibles sont encore trop nombreux pour faire des estimations réalistes. Mais l'addition finale se compterait en millions d'euros.

Comprenez-vous la position des éditeurs qui souhaitent être rémunérés lorsque leur travail est utilisé?

Google est déjà avantageux pour les éditeurs. Nous avons fermé Google News en Espagne, suite à la mise en place d'une législation comparable. L'audience des sites de presse du pays a alors diminué. Ça n'a pas de sens de souhaiter être payé puisque nous apportons déjà une visibilité. C'est comme si un chauffeur de taxi demandait à un restaurateur de le rémunérer car il lui a amené un client. Avant l'arrivée du numérique, que faisaient les journaux pour se faire connaître et attirer l'audience? Ils payaient des annonceurs, des espaces dans les librairies et pour être présents de manière bien visible dans les kiosques en rue. Aujourd'hui, Google leur permet de toucher un très large public gratuitement.

Iriez-vous jusqu'à dire que ce serait plutôt aux éditeurs de devoir payer pour être sur Google?

Je n'irai pas jusque-là. Mais j'ai déjà eu l'occasion d'en discuter avec des personnes n'ayant aucun rapport avec le monde de l'édition. Certains considèrent qu'il s'agirait d'une perspective logique d'un point de vue économique.

Google est souvent tenu en partie responsable de la perte de revenus issus la publicité. Qu'en pensez-vous?

Effectivement, la presse souffre d'une baisse de ses revenus issus de la publicité. Mais si les annonceurs sont moins nombreux, c'est à cause de la concurrence plus importante. Et cette concurrence, elle ne vient pas de nous mais d'une innovation appelée internet. Avant son arrivée, le journal était le lieu unique où trouver les critiques de cinéma, les petites annonces, les résultats sportifs... Les journaux étaient donc très intéressants pour les annonceurs. Mais pour tous ces aspects, il y a désormais des tas d'autres acteurs qui attirent aussi les annonceurs. Si vous voulez acheter une maison, vous allez la chercher sur un site spécialisé, pas dans votre journal. Google n'est pas la cause des problèmes financiers des éditeurs de journaux.

Depuis trois ans, Google a mis en place un soutien à la presse numérique à hauteur de 150 millions d'euros (le fonds DNI). Où en est-il aujourd'hui?

Nous sommes désormais au sixième et dernier appel à projet. Il vient de se clôturer début décembre. Les demandes devront encore être analysées par un jury composé de plusieurs experts dont forcément des spécialistes de chez Google mais aussi des académiciens. Les projets soutenus seront connus en mars. En trois ans, nous avons déjà soutenu plus de 500 projets.

Le fonds DNI ne soutient que les projets de journalisme en ligne, pourquoi?

L'objectif est de soutenir l'innovation dans le monde de la presse. Nous sommes persuadés qu'elle viendra du journalisme numérique et non du papier. Nous soute-

nons d'ailleurs beaucoup de projets de start-ups. Elles apportent une vision fraîche sur l'avenir du journalisme.

Le programme s'achèvera avec ces derniers projets. Envisagez-vous une autre initiative comparable?

Nous continuerons à investir dans l'innovation et le journalisme numérique mais peut-être d'une façon différente. Nous devons encore déterminer exactement de quelle manière. Cela dépendra aussi de l'évolution de la législation.



«Si les annonceurs sont moins nombreux, c'est à cause de la concurrence plus importante. Elle ne vient pas de nous mais d'une innovation appelée internet.»