

« Le droit d'auteur ne menace ni nos libertés ni Google »

PRESSE Pour Bernard Marchant, la directive « copyright » ne créera pas de big bang

► **Editeurs et plateformes numériques ne désarment pas face au texte européen.**
► **Pour le patron de Rossel, l'issue passe par des relations commerciales saines.**

ENTRETIEN

Rarement un texte européen avait autant agité les passions. Au terme de mois de négociations, le parcours de la directive européenne, qui vise à cadrer l'utilisation des contenus par les plateformes numériques, touche laborieusement à sa fin. Ce vendredi, la proposition de compromis proposée par la présidence roumaine a encore été rejetée par 11 pays, dont la Belgique.

Deux camps s'opposent : d'un côté les créateurs de contenus (singulièrement la presse), qui défendent la création d'un « droit voisin » qui leur permettrait de négocier une rétribution pour l'utilisation de leurs articles par les agrégateurs comme Google. De l'autre, ces plateformes, suivies par des associations de défense des libertés du web, qui s'y opposent. Menant une campagne de lobbying d'une rare intensité, elles tentent aussi de rallier les internautes à leur cause en leur présentant un monde sans vidéos sur YouTube, sans lien hypertexte ou sans résultats sur son moteur de recherche.

Ce jeudi, Richard Gringas, vice-président de Google News, réitérait à nos confrères de L'Echo tout le mal qu'il pense de ce texte. Pourquoi Google devrait-il rétribuer les éditeurs, dit-il en substance, puisque « Google leur permet de toucher un très large public gratuitement ». « Google n'est pas la cause des problèmes des éditeurs de journaux », ajoutait-il. « Mais avons-nous un jour affirmé cela ? », réagit quant à lui Bernard Marchant, patron du groupe

Rossel (Le Soir, Sudpresse).

Attendez-vous la directive « droits d'auteur » pour que Google règle le financement de la presse ?

Le rapport entre les éditeurs et Google n'est pas binaire. C'est un rapport de partenariat et de concurrence. Il faut arrêter de penser que les éditeurs de presse attendent que Google « subventionne » en quelque sorte la presse. La directive ne rentre absolument pas dans les business plans à long terme de nos entreprises.

De quoi parle-t-on : quand on édite la Coupe du monde, personne ne met en cause l'appartenance des droits de ces compétitions à la Fifa. Elle possède les droits et les images sont protégées. Pourquoi ce système existe pour ce type d'événements et pas pour les éditeurs qui publient de l'information ? Pourquoi, quand un restaurant diffuse de la musique, doit-il payer des droits d'auteur ? Pourquoi, quand YouTube le fait, n'y aurait-il pas de droits ? Disney ne partage pas ses contenus gratuitement et sans accord, Netflix non plus. Donc il s'agit bien d'un rééquilibrage du modèle économique.

Quelles seraient pour vous les conséquences d'une fermeture de Google News telle que Google menace de la faire ?

Google News représente 2 % des audiences chez Rossel. Et une partie des gens qui ne passeront plus par Google News viendront directement sur nos sites. Google News n'est pas un enjeu. Faire

croire que Google News existe pour faire plaisir aux éditeurs, c'est faire croire que Google est une agence philanthropique, ce qu'elle n'est pas.

Google propose un certain nombre de programmes de soutien à la presse, comme des aides au financement de développements numériques. Cela ne suffit pas ?

Générer des moyens à travers le financement de droits voisins de façon plus commerciale me

semble un modèle plus correct, plus en ligne avec le marché, que de la subvention. Celle-ci donne l'impression de créer un lien de

« Croire que Google News existe pour faire plaisir aux éditeurs, c'est croire que Google est une agence philanthropique »

dépendance. Il faut sortir de ce lien de dépendance et créer une relation commerciale et logique. Personne ne pense que l'équilibre entre les éditeurs de contenus et Google va à ce point changer à cause de la directive. Sinon, je vous assure que les cours de Bourse, au lendemain du vote, de toutes les sociétés éditrices seraient multipliés par 100, et celui de Google divisé par 100. Et je peux vous dire que ce ne sera pas le cas. C'est la preuve que nous entrerions dans un modèle basé sur une régulation logique de l'équilibre financier de l'écosystème digital.

Vous parlez avec Google ?

Il y a un dialogue permanent. Notre relation n'est pas seulement liée au moteur de recherche, mais aussi à la publicité, dont Google est un de nos fournisseurs d'outils de gestion. Des outils, par ailleurs, pour lesquels nous payons des droits. On caricature toujours la position des éditeurs en disant qu'ils sont « contre » les Gafas. Au contraire, nous avons un écosystème de valeur ajoutée plutôt complémentaire. Si les rapports de forces sont déséquilibrés, là, le pluralisme sera menacé. S'il n'y a aucune régulation entre les opérateurs de contenus et les plateformes, l'équilibre n'existera plus. Il ne

faut pas attendre que Google fixe les règles du jeu.

Les premiers types de contenus qui se sont développés sur le web, c'est l'information. La news a généré du trafic. Ce qui a permis à Google de créer son business model. Ce qui a permis aussi aux éditeurs de créer de l'audience. On pourrait qualifier cela de « win-win », à condition que l'on respecte l'échange de valorisation de cet écosystème. Et ce n'est pas le cas. Le fait que cette directive arrive tardivement crée cette pression sur Google parce que, évidemment, les enjeux sont plus importants aujourd'hui qu'il y a dix ou quinze ans.

Vous comprenez les divisions qui traversent le monde politique européen, y compris en Belgique, sur la question ?

D'un côté, le politique soutient généralement l'indépendance et la liberté de la presse. De l'autre, chez certains, il y a une mise en exergue idéologique de la liberté de l'information sur internet.

Comme si, demain, les éditeurs allaient limiter la liberté de l'information.

Notre modèle sur le numérique, on l'a construit il y a vingt ans, pas hier. Cela fait partie de nos activités. Je n'imagine pas un éditeur, demain, réduire de façon drastique la manière dont il gère sa relation au lecteur parce que cette loi serait votée. Si Google fermait son moteur de recherche aux contenus de presse, d'autres opérateurs viendraient. Mais ce n'est l'intérêt de personne. Il y aura des accords, j'en suis convaincu. Aujourd'hui, YouTube est partiellement payant. Le modèle même de Google évolue. Simplement, le rapport de force n'est pas équilibré, puisque l'on considère que tout ce que l'on produit appartient à la collectivité et n'a pas de valeur. Or, Google génère de la valeur à travers ces informations, personne n'est dupe. Faire croire que tout cela serait fini, c'est une leurre. Non, il n'y aura pas de big bang. ■

Propos recueillis par
PHILIPPE LALOUC

NÉGOCIATIONS

Le compromis est compromis...

C'est à la présidence roumaine de l'UE qu'appartient la lourde tâche de mettre tout le monde d'accord sur un texte proposé par la Commission, amendé par le Conseil et le Parlement européens. Pas simple. Deux articles fâchent. L'article 11, qui prévoit la création d'un droit voisin pour les éditeurs (et leur permet de négocier une rémunération pour l'usage de leurs contenus sur les plateformes). Et le point 13, qui oblige ces plateformes à filtrer en amont les contenus non couverts par un accord de licence. Certains craignent que ce « filtrage » n'engendre une sorte de « censure » du web. Ce vendredi, onze pays (dont la Belgique) se sont finalement opposés au compromis. Le texte n'est pas rejeté pour autant. En revanche, le trilogue (Commission, Parlement et Conseil réunis) prévu ce lundi, pour valider le mandat de négociation, a été annulé.

PH.L.