
Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse à la lumière de la directive 2019/790 : état des lieux et enjeux sous-jacents

Auteur : Hayen, Lena

Promoteur(s) : Vanbrabant, Bernard

Faculté : Faculté de Droit, de Science Politique et de Criminologie

Diplôme : Master en droit, à finalité spécialisée en droit économique et social

Année académique : 2023-2024

URI/URL : <http://hdl.handle.net/2268.2/19655>

Avertissement à l'attention des usagers :

Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.

Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.

**Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse à la lumière
de la directive 2019/790 : état des lieux et enjeux sous-
jacents**

Lena Hayen

Travail de fin d'études

Master en droit à finalité spécialisée en droit économique et social, mineure
gestion

Année académique 2023-2024

Promoteur : VANBRABANT Bernard

Lecteurs : GAUTIER Axel et GLORIEUX Dietger

Jury : CAPRASSE Olivier et GEORGES Frédéric

NIESSEN Wilfried et PICHAULT François

KEUTGEN Thomas

RESUME

La directive 2019/790 a été adoptée dans le contexte d'une transformation numérique caractérisée par l'apparition de nouveaux acteurs, tels que Google, sur le marché. Ces plateformes captent une part significative des revenus publicitaires traditionnellement perçus par les éditeurs de presse, sans pour autant leur offrir une compensation adéquate alors qu'ils investissent dans la création de contenu original. Cette situation a créé un *value gap* où la valeur générée par les contenus éditoriaux est capturée par des acteurs ne participant pas à leur création. Un des objectifs de la directive est donc de rééquilibrer cette dynamique en reconnaissant un droit voisin aux éditeurs de presse qui leur permettrait en principe d'exiger une rémunération équitable et d'avoir plus de contrôle sur l'utilisation et la distribution de leur contenu par les prestataires de services de la société de l'information.

Cette thèse analyse les implications juridiques et économiques du nouveau droit voisin des éditeurs de presse, introduit par l'article 15 de la directive 2019/790. La méthodologie adoptée pour cette recherche comprend une analyse détaillée de l'article 15 de la directive 2019/790 et de ses lacunes, une étude de différentes transpositions nationales et un examen des différents enjeux en lien avec ce nouveau droit voisin. Cette approche permet d'évaluer l'efficacité de la disposition en termes de restauration d'un environnement équitable pour les éditeurs et de mettre en lumière les défis liés à son application effective.

Les résultats montrent que, si la directive a le potentiel de modifier le paysage médiatique en faveur des éditeurs, sa mise en œuvre reste assez théorique et soulève plusieurs enjeux. D'une part, bien que la directive cherche initialement à protéger les intérêts économiques des éditeurs, il ressort de cette étude que son impact pourrait potentiellement se révéler préjudiciable sur le secteur, et ce, peu importe la réaction des prestataires de services de la société de l'information. En effet, cet article pourrait entraîner des répercussions similaires à celles observées en Espagne et entraîner une réduction de l'offre et du public sur le marché, ou alors il pourrait nuire à la pérennité du métier d'éditeur, en incitant les auteurs à devenir indépendants. D'autre part, un des enjeux majeurs révélés par l'analyse est la difficulté de balancer les intérêts des éditeurs avec ceux des utilisateurs finaux et des plateformes numériques. À ce titre, l'accès à l'information, la liberté d'expression et la protection des données à caractère personnel sont des aspects cruciaux à prendre en compte dans la recherche de cet équilibre.

En s'inscrivant dans l'ère du numérique, l'article 15 de la directive représente une avancée majeure sur le plan juridique. Cependant, ses implications économiques et sociétales soulèvent des questions quant à son efficacité.

ABSTRACT

Directive 2019/790 was adopted in the context of a digital transformation characterised by the emergence of new players, such as Google, on the market. These platforms are capturing a significant proportion of the advertising revenues traditionally received by press publishers, without offering them adequate compensation, despite the fact that they are investing in the creation of original content. This situation has created a value gap in which the value generated by editorial content is captured by players who are not involved in its creation. One of the aims of the directive is therefore to rebalance this dynamic by recognising a neighbouring right for press publishers, which would in principle enable them to demand fair remuneration and have greater control over the use and distribution of their content by information society service providers.

This thesis analyses the legal and economic implications of the new neighbouring right for press publishers, introduced by Article 15 of Directive 2019/790. The methodology adopted for this research includes a detailed analysis of Article 15 of Directive 2019/790 and its shortcomings, a study of different national transpositions and an examination of the various issues related to this new neighbouring right. This approach makes it possible to assess the effectiveness of the provision in terms of restoring a level playing field for publishers and to highlight the challenges associated with its effective application.

The results show that, while the directive has the potential to change the media landscape in favour of publishers, its implementation remains fairly theoretical and raises a number of issues. On the one hand, although the directive initially seeks to protect the economic interests of publishers, the study shows that its impact could potentially prove detrimental to the sector, regardless of the reaction of information society service providers. Indeed, this article could have repercussions similar to those observed in Spain, leading to a reduction in the supply and audience on the market, or it could harm the survival of the publishing profession by encouraging authors to become independent. On the other hand, one of the major issues revealed by the analysis is the difficulty of balancing the interests of publishers with those of end users and digital platforms. In this respect, access to information, freedom of expression and the protection of personal data are crucial aspects to be taken into account in the search for this balance.

Article 15 of the Directive represents a major legal advance for the digital age. However, its economic and societal implications raise questions about its effectiveness.

REMERCIEMENTS

À travers le labyrinthe qu'est la vie, j'ai été confrontée à de nombreux défis. À chaque tournant, j'ai fait des choix qui ont façonné la personne que je suis. Je dois cependant remercier certaines personnes qui m'ont permis durant ces dernières années de ne pas me perdre dans le dédale d'apprentissage qu'a été mon parcours académique.

Avant tout autre, je souhaite remercier Monsieur le Professeur Vanbrabant. En plus d'avoir été disponible, patient et de m'avoir prodigué de précieux conseils, son enseignement m'a fait découvrir une matière qui me passionne plus que tout autre aujourd'hui. Je lui serai à jamais reconnaissante d'avoir été un guide si précieux dans cette aventure intellectuelle.

Je tiens également à remercier sincèrement Monsieur Glorieux et Monsieur Gautier pour avoir accepté d'évaluer ce travail, pour leur aide et pour leurs commentaires constructifs.

Je tiens à exprimer ma plus profonde gratitude à Pierre-Édouard pour son soutien, sa compréhension et ses encouragements. Merci d'avoir parcouru tout ce chemin avec moi et j'espère que nous continuerons à avancer encore longtemps main dans la main.

Je me dois encore de remercier mes parents pour leurs encouragements, leur soutien et leur confiance en moi. Si j'ai l'honneur de rendre ce travail, c'est parce qu'ils m'ont donné toutes les ressources nécessaires pour poursuivre mes études et réaliser mes plus grands rêves. Merci, du fond du cœur, pour tout ce que vous êtes et tout ce que vous avez fait pour moi.

Je remercie finalement mes petites sœurs, Katrin et Eliane, pour m'avoir toujours remonté le moral. J'ai l'absolue certitude qu'un jour, elles me rendront fière à leur tour.

TABLE DES MATIERES

I. Introduction	1
II. Notions	3
III. Le droit d'auteur en Europe	4
A. Contexte	4
1. La naissance du nouveau droit voisin des éditeurs de presse	4
2. Le marché unique numérique et son plan	5
3. La stratégie européenne	6
a) Améliorer l'accès aux biens et services numériques dans toute l'Union européenne pour les consommateurs et les entreprises	6
b) Créer un environnement propice et des conditions de concurrence équitables pour le développement des réseaux et services numériques innovants	7
c) Maximiser le potentiel de croissance de l'économie numérique.	7
4. Conclusion	7
IV. L'adoption de l'article 15 de la directive 2019/790	9
A. Bref historique	9
B. Lobbying	9
1. Lobbying en faveur de la directive	10
2. Lobbying en défaveur de la directive	11
C. Ratio legis de l'article 15	13
D. Justification économique de l'article 15	14
1. L'ancien modèle d'affaires de la presse écrite	14
2. Le bouleversement de l'équilibre de la presse écrite	16
a) L'offre de contenu numérique	16
b) Les nouveaux contours du marché de l'information	17
c) Le modèle freemium	17
d) Quid du marché de la publicité ?	18
3. Défaillance du marché	20
a) Une concurrence imparfaite	21
b) Externalités négatives	25
c) Externalités positives	25
d) Des biens informationnels	28
E. Conclusion	29
V. Le droit voisin des éditeurs de presse : État des lieux	30
A. Rapport entre droits sui generis des éditeurs de presse et droits d'auteur	30
1. Droits d'auteur	30
a) Objet	30

b)	Conditions	30
c)	Durée	30
d)	Exceptions	31
e)	Législation	31
2.	Droits des éditeurs de presse	32
3.	Le rapport entre le nouveau droit voisin et les autres droits des éditeurs de presse	33
B.	Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse	33
1.	L'objet du droit voisin	34
C.	Le contenu du droit voisin	35
1.	Le titulaire du droit voisin	38
2.	Limite ratione materiae	38
3.	Limite ratione tempore	45
4.	Intérêt/opportunité	45
D.	Transposition de la directive en Europe	46
1.	Analyse du système français	49
2.	Analyse du système belge	51
3.	Analyse du système italien	54
4.	Analyse du système néerlandais	55
E.	Conclusion	57
VI.	<i>Les enjeux sous-jacents au droit voisin des éditeurs de presse</i>	58
A.	Lien entre droit de la propriété intellectuelle, concurrence et régulation	58
B.	Les conséquences pratiques du droit voisin des éditeurs de presse	60
a)	Analyse du système allemand	60
b)	Analyse du système espagnol	62
C.	Les enjeux économiques	64
1.	La première situation	64
a)	Un public réduit	64
b)	Une offre réduite	65
c)	Accroissement des barrières à l'entrée du secteur	66
2.	Deuxième situation	67
a)	Théorie du gâteau	68
b)	Adaptation stratégique	69
D.	Les enjeux juridiques	70
1.	Protection des données à caractère personnel	70
2.	Liberté d'expression	72
3.	Accès à l'information	73
4.	Quid de la propriété intellectuelle ?	74
VII.	<i>Conclusion</i>	76
VIII.	<i>Bibliographie</i>	79

I. Introduction

Au sein des locaux d'une petite rédaction, les claviers cliquent tandis que les journalistes sont plongés dans la rédaction de leurs articles de presse. Puis, lentement, un murmure d'excitation se propage dans la salle : un *snippet*, une petite portion de texte, suscite l'engouement sur les web. Les journalistes savent que ce *snippet* peut propulser leur article exclusif – fruit de longues heures de travail et d'investigation – et le faire devenir viral. Pourtant, lorsque l'éditeur de presse consulte les revenus générés par cette publication, il fait face à une grande désillusion. Quand bien même l'article a eu un impact considérable et s'est largement répandu sur le web, c'est avec amertume qu'il constate que les retombées financières générées par cette publication sont dérisoires, voire inexistantes.

Bien que cette anecdote soit fictive, elle reflète une réalité omniprésente pour les éditeurs de presse à la suite de l'avènement de l'ère numérique. En effet, nous pouvons distinguer un des défis majeurs auxquels sont actuellement confrontés les médias traditionnels : l'enjeu de la valorisation du contenu journalistique en ligne.

Avec l'essor de l'ère numérique et des nouvelles technologies numériques, le paysage de la presse écrite a connu de profondes modifications. La convergence numérique a modifié sa manière de produire, de distribuer et d'accéder à du contenu créatif. En quelques années, des acteurs très puissants se sont imposés sur un marché nouveau : celui de la presse en ligne. Ainsi, des médias sociaux (Facebook) ou des moteurs de recherche (Google), qui n'existent que depuis peu, exercent déjà une influence considérable dans la diffusion et la consommation d'informations en ligne.

C'est ainsi, dans le paysage médiatique contemporain, où l'information se diffuse à une vitesse vertigineuse et où ces nouveaux acteurs agissent comme des carrefours d'échange, que l'article 15 de la directive 2019/790¹ a été adopté. C'est une disposition législative ambitieuse, qui introduit un nouveau droit voisin pour les éditeurs de presse. Son objectif est de rétablir l'équilibre entre ces services d'agrégation de contenus informationnels en ligne et les éditeurs de presse en offrant une protection juridique accrue à ces derniers.

L'objectif de ce travail est d'explorer en profondeur ce nouveau droit voisin, autant d'un point de vue juridique qu'économique. Cette analyse se fera à travers l'étude du contexte ayant mené à l'adoption de la directive 2019/790, un état des lieux juridique de ce que contient l'article 15 et des transpositions auxquelles il a donné lieu.

Cependant, comme nous le verrons, la mise en œuvre de ce nouveau droit voisin soulève un ensemble de défis, à la fois juridiques et économiques. En effet, trouver le juste équilibre entre la protection des droits des éditeurs de presse, la viabilité financière de ces entreprises, l'innovation, la concurrence sur Internet en plus de la préservation de la diversité numérique et journalistique est d'une difficulté remarquable. La gestion efficace de ce nouveau droit voisin appelle à une compréhension non seulement de sa dimension juridique,

¹ Directive 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE, J.O.U.E., L 130, 17 mai 2019, art. 15.

mais aussi de ses implications économiques pour les éditeurs de presse et les plateformes numériques. Ainsi, nous étudierons notamment l'impact que pourrait avoir le respect de cette disposition – ou son non-respect – sur le plan économique.

II. Notions

Avant de continuer nos développements, nous allons rapidement nous pencher sur quelques notions essentielles afin de pouvoir cerner notre sujet.

Premièrement, il faut savoir qu'un service de la société de l'information recouvre « tout service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services »². Nous analyserons cette définition plus en détail dans la suite de nos développements. À ce stade, gardons à l'esprit que Google - et en particulier, le service d'information d'actualités Google News qu'il propose- même fourni « à titre gratuit », est un fournisseur de services de la société de l'information.

Google, à ce titre, mérite quelques développements supplémentaires.

Google Actualités (ou Google News) est un service proposé par Google qui fournit aux utilisateurs des hyperliens, parfois accompagnés d'images miniatures et d'extraits d'articles d'actualité qui sont disponibles sur le web³.

Google Search, quant à lui, est également un service proposé par Google et peut être décrit comme un moteur de recherche sur internet. Son fonctionnement « repose sur le principe d'une gigantesque base de données, alimentée et constamment mise à jour par un robot. Le robot analyse le web et indexe les pages trouvées, passant d'une page à l'autre en suivant les liens contenus dans chacune des pages. »⁴. Il utilise des algorithmes pour produire des résultats de recherche, pertinents compte tenu de ce qu'a entré l'utilisateur dans la barre de recherche, et renvoie à cet index. Les résultats de la recherche sont affichés sous forme de *snippets* (voy. Figure 1 ci-dessous)⁵.

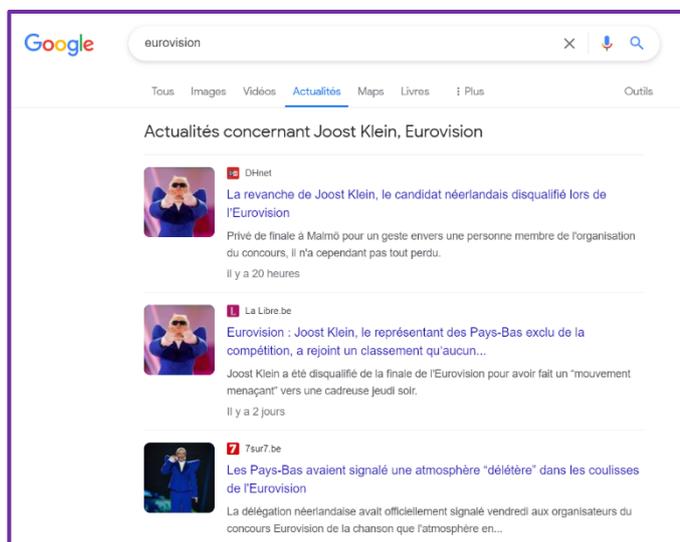


Figure 1 : exemple de snippet effectué avec une recherche Google

² C. C., affaire 7922.

³ *Ibidem*.

⁴ L. AZOULAY, « Comment fonctionne le moteur de recherche Google ? », *ADIMEO*, le 5 août 2019, disponible sur <https://www.adimeo.com/blog/comment-fonctionne-le-moteur-de-recherche-google>.

⁵ C. C., affaire 7922.

III. Le droit d’auteur en Europe

A. Contexte

Avant tout, il est important de revenir sur le caractère fondamental du droit d’auteur au sein de la politique de l’Union européenne : un des principes fondateurs de cette dernière est la liberté de circulation des produits et des services⁶. Les œuvres intellectuelles et les créations protégées par le droit d’auteur font partie intégrante de cette liberté, et le manque d’harmonisation entre les États membres pourrait constituer un obstacle à celle-ci⁷.

1. *La naissance du nouveau droit voisin des éditeurs de presse*

Le développement de la société de l’information est un objectif essentiel pour l’Union européenne⁸. Cependant, avec le développement de l’Internet, l’enjeu est devenu des plus complexes : de nouveaux modèles économiques et modes de diffusion d’œuvres et de créations ont remplacé ceux que l’on connaissait jusqu’alors⁹. À titre d’illustration, la presse était autrefois essentiellement écrite et diffusée via des supports physiques papiers. À présent, nombre de ces journaux proposent leurs publications sous forme numérique.

Au cours de cette évolution, d’importantes plateformes de partage de contenus informationnels (comme Google ou Facebook) ont par ailleurs vu le jour. Ce sont notamment ces acteurs nouveaux qui, depuis quelques années, publient et diffusent l’information. Ces plateformes nouvelles ont rapidement pris une ampleur très importante. Si bien que durant ces dernières années nous avons pu constater qu’un déséquilibre notoire dans la négociation avec de telles plateformes s’était installé¹⁰. Les contenus de presse sont agrégés, traités et analysés par celles-ci. Le problème réside dans le fait que ces nouveaux acteurs peuvent tirer profit de ces contenus, créés et produits par les éditeurs, sans y avoir investi et sans rémunérer les éditeurs. Cette pratique est d’ailleurs connue sous le nom de *value gap*¹¹.

Pour cette raison, la Commission européenne a déposé en septembre 2016, dans le cadre de sa stratégie pour un marché unique numérique, une proposition de directive visant à moderniser et compléter les règles, devenues désuètes, sur le droit d’auteur¹².

⁶ COMMISSION EUROPENNE, « Bâtir l’avenir numérique de l’Europe. La législation de l’UE sur le droit d’auteur », 11 mars 2024, disponible sur <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/copyright>.

⁷ *Ibidem*.

⁸ SPF économie, 22 novembre 2022, stratégie pour un marché numérique européen, consulté le 20/02/2024 à l’adresse <https://economie.fgov.be/fr/themes/line/strategie-pour-un-marche>.

⁹ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, « Convergence numérique et évolution du modèle d’affaires de la presse écrite en Fédération Wallonie-Bruxelles », *La Presse.be*, avril 2022, disponible sur https://www.lapresse.be/wp-content/uploads/2022/05/Etude_Convergence_numrique_presse_crite-Professeurs_Belleflamme_Gautier_Wauthy.pdf.

¹⁰ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op. cit.*, p.9.

¹¹ P. MOURON, « L’Autorité de la concurrence au secours du droit voisin des éditeurs et agences de presse », *la revue européenne des médias et du numérique (La rem)*, le 28 août 2020, p. 4.

¹² Proposition de directive du parlement européen et du conseil sur le droit d’auteur dans le marché unique numérique, 14 septembre 2016, COM/2016/0593 final, 2016/0280 (COD).

2. Le marché unique numérique et son plan

Aussi connu sous le nom de marché intérieur de l'Union européenne, le marché unique vise à assurer la libre circulation des biens, des personnes, des services et des capitaux au sein d'un même espace économique¹³. Ce marché unique, auparavant dénommé marché commun, est l'« espace sans frontières intérieures dans lequel la libre circulation des biens, des personnes, des services et des capitaux est assurée »¹⁴. Il relie les 27 États membres de l'Union européenne, les 3 États membres de l'espace économique européen et partiellement la Suisse par le biais d'accords bilatéraux. Le traité de Rome de 1957¹⁵ mentionne déjà l'existence de ces libertés mais le marché unique européen n'est officiellement créé que le 1er janvier 1993 pour 12 pays de l'UE¹⁶. La réalisation du marché intérieur est nécessairement corrélée à l'établissement de règles de concurrence communes, à un début d'harmonisation fiscale, à une politique de cohésion réduisant les disparités entre régions et à un rapprochement des législations nationales, notamment dans le secteur qui fera l'objet de cette analyse, le numérique¹⁷.

En 2015, l'Union souhaite établir un marché unique numérique. Ce dernier constituera d'ailleurs une priorité pour la Commission Juncker¹⁸. En effet, le président de la Commission appelle à « avoir le courage de briser les barrières nationales en matière de réglementation des télécommunications, de droit d'auteur et de protection des données, ainsi qu'en matière de gestion des ondes radio et d'application du droit de la concurrence »¹⁹. À cette époque, l'objectif de la Commission est de rassembler les 28 marchés nationaux et de faire face à la domination américaine sur le web (qui perdure encore à ce jour)²⁰.

¹³ N. DROSS, *Fiches de Politiques économiques européennes : rappels de cours et exercices corrigés - Fiche 4. Le marché intérieur*, Paris, Ellipses, 2020, p. 23 à 32.

¹⁴ J. DE BONO, B. MARTINELLO et C. RATCLIFF, « le marché intérieur : principes généraux », *Fiches thématiques sur l'Union européenne*, Parlement européen, novembre 2023, disponible sur <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/33/le-marche-interieur-principes-generaux>.

¹⁵ Traité de Rome, signé à Rome le 25 mars 1957, approuvé par la loi du 30 novembre 1957, M.B., 1^{er} janvier 1958, art. 2.

¹⁶ CONSEIL DE L'UNION EUROPEENNE, *30e anniversaire du marché unique de l'UE*, 18 avril 2024, disponible sur <https://www.consilium.europa.eu/fr/infographics/30-years-of-the-eu-single-market/#:~:text=Le%20march%C3%A9%20unique%20europ%C3%A9en%20a,30e%20anniversaire%20en%202023>.

¹⁷ J. DANIEL, G. VALE, mis à jour par V. LEQUEUX, « le marché unique de l'Union européenne », *toute l'europe.eu*, consulté le 2 mars 2024 à l'adresse <https://www.touteurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/le-marche-unique/>

¹⁸ E. BASSOT et W. HILLER, « les dix priorités de la Commission Juncker - état d'avancement à l'automne 2018 », étude menée par le service de recherche du Parlement européen (EPRS), septembre 2018 (PE 625.176).

¹⁹ J.-C. Juncker., « Un nouvel élan pour l'Europe : Mon programme pour l'Emploi, la Croissance, l'Équité et le Changement démocratique », *orientations politiques pour la prochaine Commission européenne, discours d'ouverture de la session plénière du Parlement européen*, Strasbourg, 15 juillet 2012, p.5.

²⁰ *Ibidem*.

Le plan de 2015 est constitué de 16 initiatives et est sous-tendu par les 3 piliers mis en place par la stratégie européenne²¹.

3. La stratégie européenne

En 2015, la stratégie pour un marché unique numérique a approfondi la stratégie numérique pour l'Europe de 2010 en établissant 3 piliers. Le premier vise à améliorer l'accès aux biens et services numériques, le second à favoriser le développement des réseaux et les services numériques innovants et le dernier à accroître le potentiel de croissance de l'économie numérique²².

a) Améliorer l'accès aux biens et services numériques dans toute l'Union européenne pour les consommateurs et les entreprises

Ce pilier se résume à développer le commerce sur Internet, que ce soit au niveau de l'offre de contenus numériques ou de la vente de biens en ligne.

La Commission met déjà en avant en 2015 que, bien que le commerce en ligne se développe, les opportunités qu'il offre ne sont que peu exploitées : « seuls 12 % des entreprises établies dans l'Union vendent leurs produits en ligne à des consommateurs résidant dans d'autres pays de l'UE, alors que trois fois autant (37 %) le font à l'intérieur de leurs frontières. De même, seuls 15 % des consommateurs achètent en ligne dans un autre pays de l'UE, tandis qu'ils sont environ trois fois plus nombreux (44 %) à le faire dans leur propre pays »²³.

Par l'intermédiaire de ce pilier, la Commission veut donc renforcer la confiance des internautes à acheter en ligne et recherche une certaine harmonisation dans le domaine du droit des contrats de consommation. Elle veut d'une part encourager les ressortissants européens à consommer sur internet ailleurs que dans leur pays respectif (elle permet par exemple aux consommateurs de bénéficier d'un renversement de la charge de la preuve en cas de produit défectueux et met en place des droits clairs et précis pour les contenus numériques) et, d'autre part, donner la chance aux entreprises de développer leur commerce en ligne à l'étranger (à travers la sécurité juridique, un environnement favorable et une réduction de coût)²⁴.

²¹ Communication de la Commission au parlement européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions - Stratégie pour un marché unique numérique en Europe, COM(2015), 192 final, 6 mai 2015, p. 23 à 24.

²² *Ibidem*.

²³ COMMISSION EUROPENNE, « La Commission propose de moderniser les règles applicables aux contrats de ventes en ligne afin de promouvoir l'accès aux contenus numérique », *communiqué de presse*, 9 décembre 2015, disponible sur https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_15_6264

²⁴ *Ibidem*.

b) Créer un environnement propice et des conditions de concurrence équitables pour le développement des réseaux et services numériques innovants

À travers ce pilier, la Commission cherche à créer un environnement juridique et technologique propice à l'innovation au sein de l'Union européenne. Cela se traduit essentiellement par l'amélioration de la régulation et des conditions de concurrence pour les sociétés du web, par des incitations à investir dans l'innovation et la mise en place de critères communs pour l'assignation de fréquences radioélectriques²⁵.

c) Maximiser le potentiel de croissance de l'économie numérique.

Ce pilier a pour objectif de faciliter l'usage d'Internet au quotidien et de généraliser l'utilisation du web. Cette stratégie se traduit par la définition de normes communes pour améliorer les services d'administration en ligne et le passage au numérique du secteur privé (hors Technologies de l'Information et de la Communication)²⁶. Elle se traduit aussi, et c'est ce qui nous intéresse le plus dans le cadre de notre exposé, par le partage d'informations et la libre circulation des données numériques au sein de l'Union européenne²⁷. L'objectif visé par la Commission est la libre circulation des données à caractère non personnel (celles-ci ne permettent pas d'identifier une personne) en facilitant leur stockage et leur traitement²⁸.

4. Conclusion

Le marché unique numérique constitue une avancée très importante. Il s'étend déjà à la plupart des secteurs d'activités que nous connaissons aujourd'hui. Néanmoins, au cours de notre exposé, nous ne nous attarderons que sur les droits de la propriété intellectuelle. En particulier, nous allons analyser l'article 15 de la directive européenne portant sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE²⁹.

La modernisation des droits d'auteur découle directement de cette stratégie créatrice du marché unique numérique. En adoptant cette dernière, la Commission s'est en effet fixée pour objectif de moderniser les règles européennes en matière de droit d'auteur pour les adapter à l'ère numérique³⁰.

Nous avons précédemment évoqué le fait que les droits d'auteur pouvaient constituer un obstacle à l'uniformisation du marché numérique. Leur modernisation peut toutefois permettre une croissance de l'économie et constituer un facteur déterminant en termes

²⁵ Communication de la Commission au parlement européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions, *op.cit.*, p. 10.

²⁶ *Ibidem*, p. 15 à 17.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ Directive 2019/790, *op. cit.*, art. 15.

³⁰ Communication de la Commission au parlement européen, au conseil, au comité économique et social européen et au comité des régions, *op.cit.*, p. 7.

d'innovation. Il revêt par ailleurs une importance cruciale pour établir un avantage compétitif à l'échelle internationale³¹.

³¹ C. CASTETS-RENARD, « La construction du marché unique numérique et le droit d'auteur: quelle stratégie pour l'Union européenne? », *les cahiers de la propriété intellectuelle (CPI)*, 2016, vol. 28, n°1, p. 145 à 166.

IV. L'adoption de l'article 15 de la directive 2019/790

A. Bref historique

La *figure 2* ci-dessous reprend les principales étapes du processus législatif qui a finalement abouti à l'adoption de la directive 2019/790³². En son article 31, cette dernière dispose qu'elle ne rentrera en vigueur que « le vingtième jour suivant celui de sa publication au Journal officiel de l'Union européenne »³³. Elle a été promulguée et publiée au Journal officiel de l'Union européenne le 17 mai 2019 et entrée en vigueur le 7 juin 2019. Les Etats membres disposaient d'un délai de 24 mois pour transposer cette directive³⁴ dans leur législation nationale. Ils étaient donc tenus de la transposer avant le 7 juin 2021³⁵.

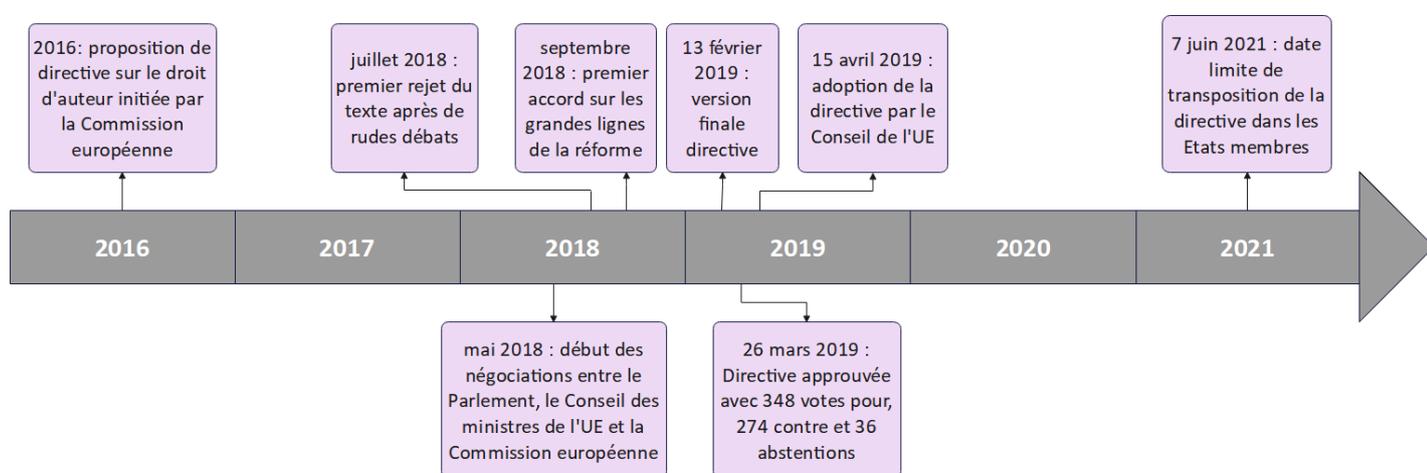


Figure 2 : Quelques dates clés de la réforme, schéma réalisé par l'auteur

B. Lobbying

L'adoption de la directive 2019/790³⁶ est le résultat de plusieurs années de débats, de rudes négociations et de lobbying de la part des différentes parties prenantes³⁷. Parmi celles-ci, nous pouvons retrouver les titulaires de droit d'auteur, les éditeurs de presse, les organisations de défense des consommateurs, les groupes de défense des libertés

³² Directive 2019/790, *op. cit.*

³³ Directive 2019/790, *op. cit.*, art. 31.

³⁴ Pour rappel, les directives ne font que de fixer des objectifs à atteindre aux Etats membres, tout en leur laissant un certain degré de liberté quant aux mesures prises pour les respecter.

³⁵ COMMISSION EUROPEENNE, « La réforme du droit d'auteur franchit le dernier obstacle: la Commission se félicite de l'approbation d'une réglementation modernisée adaptée à l'ère numérique », *communiqué de presse*, 15 avril 2019, disponible sur https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_19_2151.

³⁶ Directive 2019/790, *op. cit.*

³⁷ ZAMPA C., « Brussels gripped by lobbying war over copyright law », *TheStar*, 28 août 2018, consulté le 15 mars 2024 à l'adresse <https://www.thestar.com.my/tech/tech-news/2018/08/28/brussels-gripped-by-lobbyingwar-over-copyright-law>; L.BENTLY, M. KRETSCHMER, T.DUDENBOSTEL, M. DEL CARMEN CALATRAVA MORENO et A. RADAUER, à la demande de la direction générale des politiques internes de l'Union, « Strengthening the Position of Press Publishers and Authors and Performers in the Copyright Directive », *Parlement européen*, 2017, p. 8, disponible sur <https://data.europa.eu/doi/10.2861/34335>.

numériques et les géants du numérique. C'est essentiellement autour des articles 15 (anciennement l'article 11)³⁸ et 17 (anciennement l'article 13)³⁹ que résidaient les principaux enjeux de l'adoption de la directive.

1. Lobbying en faveur de la directive

L'engagement des États membres a constitué une partie du lobbying en faveur de cette directive⁴⁰. À cet égard, nous pouvons d'ailleurs parler de la France, qui a transposé la directive en première et dont le président a affirmé que « dans cette Europe du numérique nous devons aussi défendre nos droits d'auteur, nous devons défendre partout où elle existe la valeur créée par celui qui crée vraiment. ». Il a par ailleurs ajouté que « pour réussir cette transition, nous devons défendre la juste rémunération de l'ensemble des auteurs et de toutes les formes de création dans le numérique. »⁴¹.

Les sociétés de gestion collective des droits d'auteurs et les éditeurs de presse ont également joué un rôle important à ce titre. Ce sont eux qui ont sensibilisé la Commission européenne sur les impacts de la convergence numérique sur le secteur de la presse⁴². Ce sont également eux qui ont mis en avant la nécessité de rééquilibrer les rapports de forces entre les différentes parties concernées par l'adoption de l'actuel article 15 de la directive⁴³. Selon ces sociétés, l'objectif de la directive n'a jamais été de restreindre la diffusion des œuvres mais bien de limiter les abus que ces géants du web pourraient commettre, et ce au détriment des artistes, en exploitant leur position dominante⁴⁴.

Des organisations représentant les éditeurs de presse, comme EMMA-ENPA⁴⁵, ont également pris part à ce lobbying⁴⁶. Selon elles, dans un paysage médiatique tel qu'on le connaît aujourd'hui, une meilleure protection du droit des éditeurs de presse était devenue

³⁸ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15.

³⁹ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 17.

⁴⁰ L.BENTLY, M. KRETSCHMER, T. DUDENBOSTEL, M. DEL CARMEN CALATRAVA MORENO et A. RADAUER, *op.cit.*, p. 20.

⁴¹ E. MACRON, « discours d'Emmanuel Macron pour une Europe souveraine, unie, démocratique », *Elysee*, 16 septembre 2017, disponible sur <https://www.elysee.fr/admin/upload/default/0001/03/cf0366921915d47eed7f12dc8408839af3834e97.pdf>

⁴² PARLEMENT EUROPEEN, « Questions and Answers on issues about the digital copyright directive », *communiqué de presse*, 27 mars 2019, disponible sur <https://www.europarl.europa.eu/news/en/pressroom/20190111IPR23225/questions-andanswers-on-issues-about-the-digital-copyright-directive>.

⁴³ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15.

⁴⁴ L. PIGNOT, J.-P. SAEZ., Entretien avec M.-A. FERRY-FALL et J.-N. TRONC, « L'épopée de la directive droit d'auteur : David et Goliath à l'heure du numérique », *L'Observatoire*, vol. 55, n° 1, 2020, p. 17 à 24 ; F. FERRI, « The dark side(s) of the EU Directive on copyright and related rights in the Digital Single Market », *China-EU Law Journal*, vol.7, 2021, p. 21 à 38.

⁴⁵ Coalition entre The European Magazine Media Association et The European Newspaper Publishers' Association

⁴⁶ EUROPEAN NEWSPAPER PUBLISHERS' ASSOCIATION, « Les ministres de la culture européens haussent le ton contre les pratiques abusives menées par les plateformes dominantes dans la mise en œuvre du droit voisin pour les éditeurs de presse », *communiqué de presse*, 22 novembre 2019, disponible sur <https://www.enpa.eu/press-release/ministers-culture-raise-their-voices-against-abusive-practices-led-dominant-platforms>

nécessaire. Ces organisations veulent donc mettre fin aux déséquilibres concurrentiels que subissent les éditeurs de presse de la part des prestataires de services de la société de l'information⁴⁷.

2. Lobbying en défaveur de la directive

Google a rapidement fait entendre ses préoccupations au sujet de l'article 15 de la directive⁴⁸. A priori, cette réaction semble logique. En effet, force est de constater que cette réforme va à l'encontre du business model de la plateforme⁴⁹. En effet, on peut légitimement se demander si le moteur de recherche sera toujours capable de fournir un contenu aussi riche, diversifié et qualitatif s'il doit rémunérer de manière plus juste les ayants-droits.

C'est essentiellement à travers des arguments humanistes que Google a justifié le fait qu'il s'opposait à l'adoption de la directive⁵⁰. Selon le moteur de recherche, le texte était rédigé de telle manière que son adoption aurait été néfaste pour l'ensemble des parties prenantes. En effet, il soutient que cet article pourrait nuire aux petits éditeurs de presse, réduisant ainsi le choix du consommateur et limitant par la même occasion l'innovation (ce qui serait contraire à la stratégie européenne que nous avons développée plus tôt)⁵¹. Les analyses menées par Google ont montré que les informations commercialisées sous licence par les services en ligne seront plus en avant sur la toile que d'autres informations, qui pourraient pourtant être plus pertinentes⁵². Google affirme que cette possibilité va à l'encontre non seulement de leur engagement à fournir la meilleure expérience possible aux utilisateurs, mais va aussi à l'encontre du système de « démocratie du web »⁵³ qui règne sur la plateforme⁵⁴. Ce système fait confiance aux utilisateurs de la plateforme pour évaluer la valeur du contenu d'autres sites et serait rendu inefficace avec l'adoption de la réforme⁵⁵.

Ainsi, Google a joué de son influence pour convaincre les acteurs décisionnaires dans l'adoption de la directive. Le géant du numérique a par exemple simulé la stricte mise en œuvre de la directive afin de déterminer quelles en seraient les conséquences sur le moteur de recherche. Il a ensuite publié les résultats obtenus sous forme d'une « maquette » de ce à quoi ressemblerait sa page d'accueil sous ces conditions. Comme l'illustre *la figure 3*, sa page

⁴⁷ *Ibidem*.

⁴⁸ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15.

⁴⁹ Y. EYCHENNE et C. STRONG, « Chapitre 2. Le business model des plateformes », dans *Uberisez votre entreprise. Comment créer de la valeur avec les plateformes digitales*, Paris, Dunod, 2017, p. 25 à 42 ; J. GRAY, *Google Rules: The History and Future of Copyright Under the Influence of Google*, New York, Oxford University Press, 19 mars 2020.

⁵⁰ GOOGLE, « Google in Europe, Proposed copyright rules: bad for small publishers, European consumers and online services », 6 décembre 2018, consulté le 9 avril 2024 à l'adresse <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/proposed-copyright-rules-bad-small-publishers-european-consumers-and-online-services/>

⁵¹ *Ibidem*.

⁵² *Ibidem*.

⁵³ GOOGLE, « les 10 principes fondamentaux de Google », consulté le 9 avril 2024 à l'adresse <https://about.google/philosophy/?hl=fr>

⁵⁴ *Ibidem*.

⁵⁵ *Ibidem* ; M.-C. SMYRNELYS, entretien avec D. CARDON, « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », *Transversalités*, vol. 3, n° 123, 2012, p. 65 à 73.

d'accueil ne comporterait alors pas de titre d'article, pas d'images et aucun résumé d'informations⁵⁶. Cette illustration est intéressante : elle offre un aperçu de la manière dont Google a délibérément centré son argumentation sur l'intérêt des utilisateurs. Par ailleurs, cette démarche soulève des questions essentielles quant au rôle de telles plateformes en tant que garantes de la liberté d'expression des utilisateurs dans le contexte numérique actuel.

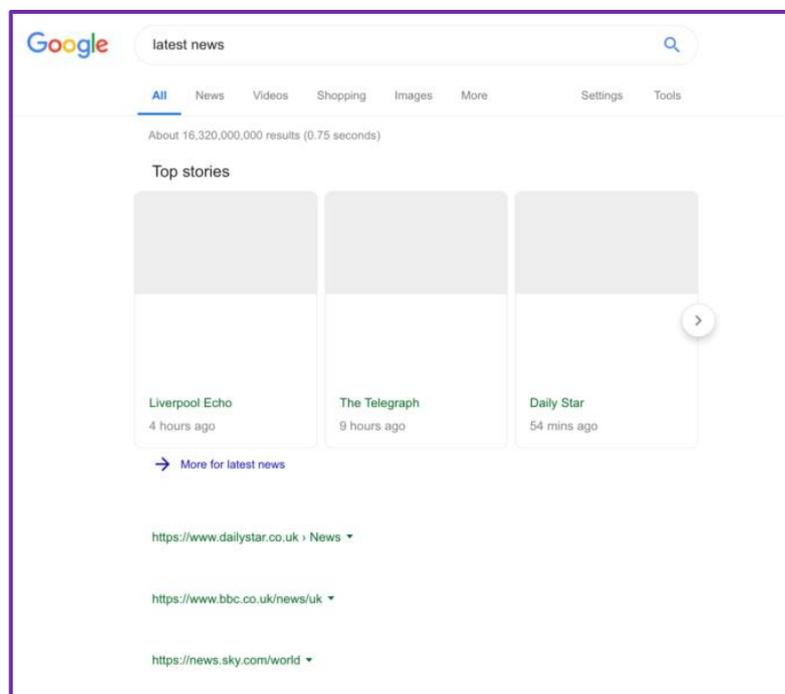


Figure 3 : Maquette de la page d'accueil de Google en suivant les consignes de la directive, reproduite à partir de « Directive Copyright : à quoi ressembleront les résultats de recherche de Google ? », Kolodziejczak C., 2019, Clubic, <https://www.clubic.com/application-web/actualite-849796-directive-copyright-ressembleront-resultats-recherche-google.html>

Après cela, Google va encore lancer de nombreuses campagnes sur les inconvénients qu'engendrerait cette réforme et rappellera aussi ce qui s'est produit quelques années auparavant en Espagne⁵⁷.

La plateforme vidéo YouTube- qui fait partie du groupe Alphabet, au même titre que Google- s'est pour sa part opposée à l'adoption de l'ancien article 13 de la directive (notamment à travers son hashtag #SaveMyInternet ou sa pétition « Arrêtez la machine de censure - Sauvez l'internet »)⁵⁸. Nous ne nous étendrons cependant pas sur le lobbying en défaveur d'autres articles que l'actuel article 15 de la directive⁵⁹.

⁵⁶ KOLODZIEJCZAK C., « Directive Copyright : à quoi ressembleront les résultats de recherche de Google ? », *clubic*, 19 janvier 2019, disponible sur <https://www.clubic.com/application-web/actualite-849796-directive-copyright-ressembleront-resultats-recherche-google.html>

⁵⁷ GOOGLE, « Novedades acerca de Google Noticias en España », 11 décembre 2014, consulté le 10 avril 2024 à l'adresse https://blog.google/intl/es-es/productos/informacion/2014_12_novedades-acerca-de-google-noticias-en/; L. PIGNOT, J.-P. SAEZ., « le droit d'auteur sous toutes ses facettes », *L'Observatoire - la revue des politiques culturelles*, n°55, 2020, p. 55.

⁵⁸ A. SCHON, « la bataille des lobbies européens autour de la directive copyright », *LVSL*, 23 mars 2019, disponible sur <https://lvsl.fr/la-bataille-des-lobbies-europeens-autour-de-la-directive-copyright/>.

⁵⁹ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15.

Certains petits et moyens éditeurs de presse se sont également opposés à l'adoption de l'article 15 de la directive. Cela peut paraître paradoxal, étant donné que cet article leur permettrait a priori de toucher une juste rémunération pour l'utilisation de leurs publications de presse et un rééquilibrage dans la négociation avec les prestataires de services de la société de l'information. Cependant, leur crainte se justifie par la détérioration de leur position lors des précédentes adoptions de lois similaires à cette disposition nouvelle⁶⁰. En effet, selon eux, il est probable qu'avec l'instauration d'un système de licence, les services d'agrégation de nouvelles ne négocient qu'avec les quelques sites qui génèrent le plus de trafic au détriment des petits et moyens éditeurs, comme cela a été le cas en Espagne⁶¹.

C. *Ratio legis* de l'article 15

Il apparaissait nécessaire d'adapter le droit européen à « l'évolution rapide des technologies »⁶² et en particulier de prévoir une protection spécifique pour les éditeurs de presse, victime de *value gap*. C'est dans ce contexte que le législateur va adopter la directive 2019/790/CE, et plus particulièrement, par l'intermédiaire de son article 15, le tout nouveau droit voisin des éditeurs de presse⁶³. De tels droits voisins existaient d'ailleurs déjà dans l'industrie créative, notamment pour les artistes-interprètes, les producteurs de films ou les organismes de radiodiffusion⁶⁴.

Plus précisément, le *ratio legis* de ce nouveau droit voisin découle d'une part d'une situation de fait et d'autre part d'une situation de droit⁶⁵.

Dans les faits, il est maintenant devenu tout à fait ordinaire que les prestataires de services de la société de l'information tels que Google se positionnent comme des agences de publicité. Ainsi, ils commercialisent des espaces publicitaires et exploitent des outils basés sur l'analyse des données de leurs utilisateurs. Cette approche leur permet d'aider les annonceurs à cibler efficacement leurs publics. Attirer un grand nombre d'utilisateurs actifs est donc essentiel pour ces prestataires : ils maximisent ainsi la visibilité de leurs publicités et la quantité de données qu'ils peuvent collecter afin d'assurer le meilleur retour sur investissement possible aux annonceurs. C'est pour cette raison que ces entreprises proposent une variété de services et utilisent divers contenus, y compris des publications de

⁶⁰NERA ECONOMIC CONSULTING, *Impact on competition and on free market of the google Tax or AEDE Fee. report for the Spanish Association of Publishers of Periodical Publications (AEEPP)*, Madrid, Insight un economics, 2017, p. 43 à 69.

⁶¹EUROPEAN INDEPENDENT MEDIA PUBLISHERS, "Open letter to the Austrian Presidency of the European Council and rapporteur Axel Voss MEP on Article 11 and Recital 32 of the proposed Copyright Directive", 2018, consulté le 10 avril 2024 à l'adresse <https://mediapublishers.eu/2018/10/29/open-letter-to-the-austrian-presidency-of-the-european-council-and-rapporteur-axel-voss-mep-on-article-11-and-recital-32-of-the-proposed-copyright-directive/>

⁶² AGENCE DES DROITS FONDAMENTAUX DE L'UNION EUROPÉENNE, *Manuel de droit européen en matière de protection des données*, éd. 2018, Luxembourg, Office des publications de l'Union européenne, 2019.

⁶³ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15.

⁶⁴ KHOUZAN R., « l'évolution des droits voisins et le réalisateur de son : (re)définition d'un statut juridique », *les cahiers de la propriété intellectuelle*, 2000, vol. 13, n°1, p. 95 à 137.

⁶⁵ A. LUCAS, « Le droit voisin de l'éditeur de presse dans la directive européenne du 17 avril 2019 et la loi française du 24 juillet 2019 », *Les Cahiers de propriété intellectuelle*, vol. 32, n° 1, janvier 2020, p.5.

presse ou leurs extraits⁶⁶. Cependant, cette situation mécontente les éditeurs de publications de presse concurrents : il leur est non seulement impossible de contrôler ou de se faire rémunérer pour l'utilisation que ces prestataires font de leurs publications de presse mais en plus, par l'intermédiaire de l'utilisation de ces publications, ces prestataires dominent largement le marché de la publicité en ligne. Ainsi, les éditeurs subissent une baisse significative de leurs revenus publicitaires, et par conséquent, de leurs revenus globaux⁶⁷.

Sur le plan juridique, à l'origine, les éditeurs pouvaient bénéficier du droit d'auteur sur leurs publications de presse en leur qualité de cessionnaire ou de licencié si un contrat dans ce sens avait été conclu avec l'auteur. Ils pouvaient aussi, sous certaines conditions, bénéficier du droit *sui generis* applicable aux bases de données. La mise en œuvre de cette protection s'est cependant révélée problématique face aux prestataires de la société d'information⁶⁸. En effet, lesdits prestataires ont refusé de rémunérer les éditeurs pour l'utilisation de leurs publications de presse alors que les éditeurs dépendent des prestataires et de leur référencement pour augmenter la visibilité de leurs propres sites Internet. Une disparité manifeste dans la négociation entre les deux parties s'est alors installée, rendant celle-ci impraticable. L'utilisation des voies judiciaires pour faire valoir les droits existants ne semblait pas non plus constituer une solution satisfaisante, comme en témoigne notamment l'arrêt *Infopaq*⁶⁹.

Ce droit voisin a donc pour objectif principal d'accorder une protection supplémentaire aux éditeurs de presse afin qu'ils puissent récupérer leurs investissements. Cette protection pourrait en théorie faire disparaître la disparité engendrée par le *value gap* et placer les éditeurs de presse « dans une meilleure position, d'une part, pour négocier l'utilisation de leurs contenus avec les services en ligne qui les utilisent ou en permettent l'accès et, d'autre part, pour lutter contre le piratage »⁷⁰.

D. Justification économique de l'article 15

1. L'ancien modèle d'affaires de la presse écrite

Le modèle d'affaires de la presse écrite repose à l'origine sur deux sources de revenus : la vente de supports physiques, tels que les abonnements ou les exemplaires vendus individuellement d'une part, et les rentrées publicitaires qu'ils sont capables d'engendrer d'autre part. Par ailleurs, l'étude du secteur de la presse écrite à la lumière de la théorie des plateformes à deux versants permet de dire que les éditeurs de presse s'adressent aux lecteurs et aux annonceurs (les deux versants) et facilitent l'interaction entre ces deux groupes

⁶⁶ *Ibidem*.

⁶⁷ *Ibidem*.

⁶⁸ *Ibidem*.

⁶⁹ C.J.U.E., arrêt *Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening*, 16 juillet 2009, aff. C-05/08, ECLI:EU:C:2009:465; Directive 2019/790, op.cit, considérant 54.

⁷⁰ CASTETS-RENARD C., « importante réforme du droit d'auteur : proposition de plusieurs textes par la commission européenne (marché unique numérique) », 14 septembre 2016, consulté le 22 mars 2024 à l'adresse <https://celinecastetsrenard.openum.ca/blog/2016/09/14/importante-reforme-du-droit-dauteur-proposition-de-plusieurs-textes-par-la-commission-europeenne-marche-unique-numerique/>.

d'utilisateurs distincts par l'intermédiaire de leur journal (la plateforme)⁷¹. En s'adressant aux deux mêmes versants, les publications de presse écrite se font concurrence tant au niveau des lecteurs qu'au niveau des annonceurs.

Cette plateforme à deux versant gère par ailleurs les « effets de réseau croisés » qui émergent de l'interconnexion entre ces deux groupes, créant ainsi une dynamique où le nombre de lecteurs influence l'attrait des annonceurs et vice versa. La *figure 4* permet d'illustrer cette dynamique : l'extension de l'audience bénéficie aux annonceurs (effet croisé positif des lecteurs vers les annonceurs), tandis qu'une augmentation de la publicité dans le journal peut faire fuir les lecteurs (effet croisé négatif des annonceurs vers les lecteurs)⁷².

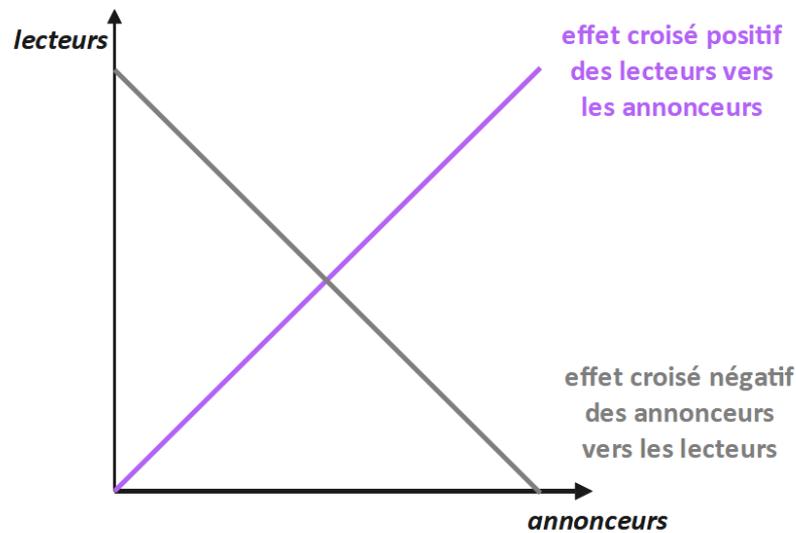


Figure 4 : Effets de réseau croisés, schéma réalisé par l'auteure

En termes de gestion, si on reprend l'exemple du journal, différents facteurs (prix, qualité de contenu, répartition contenu-publicité) peuvent constituer des choix stratégiques.

Les effets de réseau croisés complexifient cependant ce genre de décisions interdépendantes, comme le montre la *figure 5*⁷³.

⁷¹ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op. cit.*, p.3 ; N. SONNAC, « L'écosystème des médias, les enjeux socioéconomiques d'une interaction entre deux marchés », *Communication*, vol 32/2, 2013, disponible sur <https://journals.openedition.org/communication/5030?lang=en>.

⁷² P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 3 et 4.

⁷³ *Ibidem*.

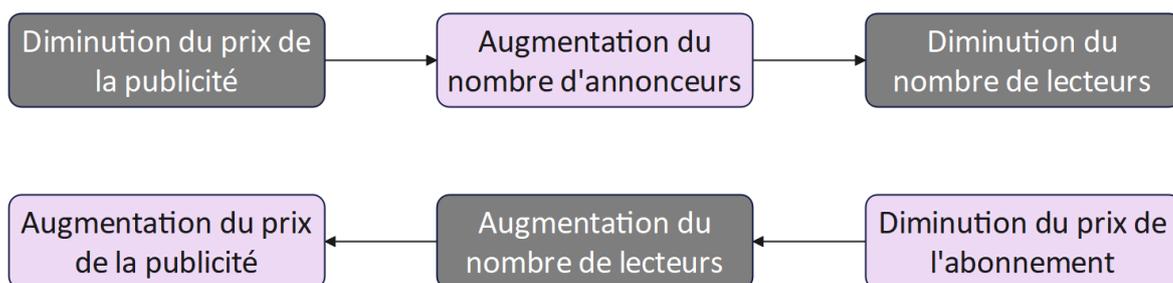


Figure 5 : Impact des effets de réseau croisés sur les choix stratégiques en termes de gestion, schéma réalisé par l'auteure

2. Le bouleversement de l'équilibre de la presse écrite

La convergence numérique a profondément modifié le paysage de la presse écrite. À la suite de son implantation rapide, l'équilibre qui prévalait auparavant a dû être totalement réétudié.

La convergence numérique désigne « le fait que, grâce à la numérisation, des contenus (films, images, musique, voix, textes) dont la diffusion et la production nécessitaient autrefois des appareils et des réseaux séparés, circulent de plus en plus sur les mêmes réseaux et sont stockés, lus, vus, écoutés avec les mêmes appareils. Réseaux, technologies, contenus convergent, fusionnent, se mélangent, favorisant ainsi de nouveaux usages et l'apparition de nouveaux équipements. »⁷⁴.

L'écosystème dans lequel la presse écrite évolue est donc en réalité aujourd'hui bien différent de celui qu'on connaissait il y a de ça quelques décennies. Cette différence se matérialise au niveau de la configuration du marché de l'information ou de la publicité, des habitudes de consommation, de l'offre de contenu ou des modèles d'affaires⁷⁵.

a) L'offre de contenu numérique

La numérisation de l'information⁷⁶ a permis aux éditeurs de s'affranchir de toutes sortes de contraintes physiques, comme le poids ou le format du journal papier, indissociables de la diffusion analogique. Aujourd'hui, tout contenu est susceptible d'être multiplié et étendu par l'intermédiaire de l'utilisation d'une plateforme numérique à moindre coût. Cela permet d'effectuer des économies d'échelle et de gamme (la taille de l'audience et de la gamme de contenus étant plus élevée qu'auparavant)⁷⁷. Le paysage médiatique s'est élargi au-delà de la seule presse écrite et englobe désormais une diversité de formats et de plateformes.

⁷⁴ « La convergence numérique, qu'est-ce que c'est ? », *Cité des Sciences et de l'Industrie*, 2007, consulté le 23 février 2024 à l'adresse https://www.citesciences.fr/archives/francais/ala_cite/affiche/convergence/convergence.htm

⁷⁵ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p.4 à 10.

⁷⁶ C'est-à-dire sa transcription en langage binaire ; C. SHAPIRO et HAL R. VARIAN, *Economie de l'information, guide stratégique de l'économie des réseaux*, Paris, De Boeck Université, 1999.

⁷⁷ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 4 à 5.

b) Les nouveaux contours du marché de l'information

La convergence numérique s'est accompagnée de l'apparition de nouveaux acteurs - les agrégateurs de contenus informationnels et les médias sociaux- sur le marché de l'information et dans le paysage médiatique⁷⁸. Il est intéressant à ce stade de préciser qu'un agrégateur de contenu informationnel *ne produit pas l'information*, il n'a aucune politique éditoriale propre. Il ne fait *qu'agréger l'information*, c'est-à-dire qu'il met en place des algorithmes qui suggèrent à leurs utilisateurs un contenu en fonction des données personnelles qu'ils ont collectées, sur base de leurs comportements passés et de ce que la plateforme a pu collecter comme information par rapport à leurs préférences⁷⁹.

Ainsi, des médias sociaux (anciennement appelés réseaux sociaux) tels que Facebook et des moteurs de recherches tels que Google sont entrés sur le marché de l'information en permettant respectivement à leurs utilisateurs de partager du contenu informationnel ou en leur offrant un accès presque immédiat à une information produite par divers médias traditionnels⁸⁰. Le passage au format numérique s'est fait par l'intermédiaire de telles plateformes (sites web et applications) et elles sont rapidement devenues indispensables dans le processus de consommation de contenus⁸¹.

Les anciennes habitudes de consommation, au vu de la conjoncture actuelle, ont été profondément bouleversées. Aujourd'hui, certains consommateurs privilégient les services offerts par les agrégateurs de contenus informationnels et les médias sociaux et délaissent complètement l'offre traditionnelle. D'autres privilégient une utilisation à titre complémentaire et continuent la consommation d'autres supports plus conventionnels tels que le journal papier⁸².

c) Le modèle freemium

La transformation du paysage commercial de la presse, due à la prévalence croissante des smartphones dans notre société, a engendré une nouvelle segmentation de ce marché⁸³.

Désormais, les éditeurs de presse adoptent généralement un modèle appelé *freemium* pour la version en ligne de leur publication de presse. Ce modèle propose aux consommateurs

⁷⁸ P. BENTATA, « Presse et agrégateurs de contenus : concurrents ou compléments ? », *Fondation Concorde*, février 2019, disponible sur <https://www.fondationconcorde.com/wp-content/uploads/2019/02/Presse-et-agr%C3%A9gateurs-de-contenus.pdf>

⁷⁹ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 5 ; M. GIANGASPERO, note de référence de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques à destination du comité de la concurrence sur *Les problèmes de concurrence affectant les médias d'information et les plateformes numériques. Note de référence rédigée par le Secrétariat*, DAF/COMP(2021)16, JT03486803, 3 décembre 2021, p. 11, disponible sur [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2021\)16/fr/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2021)16/fr/pdf).

⁸⁰ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 4 à 5.

⁸¹ *Ibidem*.

⁸² BENATA P., *op. cit.*, p. 8.

⁸³ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 6.

de consulter une publication de presse de manière gratuite, mais limitée (*free*) ou de consommer ce même contenu, de qualité supérieure, mais moyennant un coût (*premium*)⁸⁴.

C'est donc deux types de produits qui sont proposés à ces consommateurs : d'une part, un flux d'information continu qui pourrait rediriger le consommateur vers, d'autre part, un contenu de meilleure qualité mais payant. Cet accès payant se fait par l'intermédiaire de ce qu'on appelle un *paywall*, appelé en français un *péage de lecture numérique*⁸⁵.

Le flux d'information continu est financé par la publicité. Elle contribue également au financement du contenu freemium et permet aux éditeurs d'élargir leur offre et d'accroître la diversité des contenus qualitatifs disponibles sur la plateforme⁸⁶.

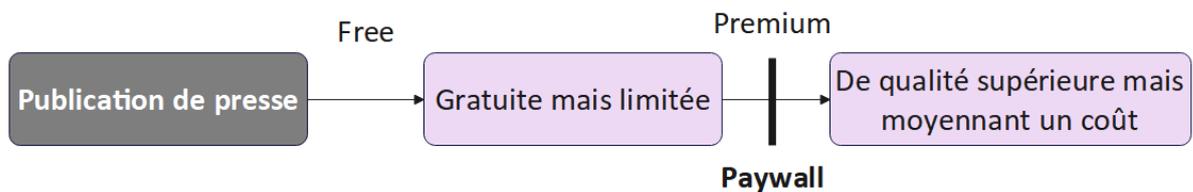


Figure 6 : Le modèle freemium, schéma réalisé par l'auteur

d) Quid du marché de la publicité ?

La convergence numérique, comme nous l'avons déjà évoqué, a permis à des plateformes telles que Facebook et Google de prendre beaucoup d'ampleur. C'est notamment sur le marché de la publicité qu'elles ont réussi à s'imposer. Les médias locaux se sont donc vu déposséder d'une partie de leur « marché historique »⁸⁷.

Ces nouveaux acteurs ont bouleversé la précédente vision de la relation qui existait entre la publicité, le contenu et l'audience. À présent, grâce aux données personnelles qu'elles collectent, ces plateformes sont non seulement capables d'aligner les publicités et le contenu privilégié par le consommateur⁸⁸ mais peuvent également personnaliser ces publicités en fonction des caractéristiques individuelles de chaque utilisateur⁸⁹.

Ces avancées augmentent l'efficacité publicitaire : cette personnalisation accrue suscite beaucoup d'intérêt de la part des annonceurs. Ils sont prêts à investir davantage dans

⁸⁴ *Ibidem*.

⁸⁵ *Ibidem*.

⁸⁶ *Ibidem*.

⁸⁷ J. TOLDEANO, *GAFAs Reprenons le pouvoir !*, Paris, Odile Jacobs, 26 août 2020, disponible sur <https://www.cairn.info/gafa--9782738153241.htm>.

⁸⁸ À titre d'illustration, ces données peuvent être les mots clés que l'utilisateur introduit dans le moteur de recherche du média

⁸⁹ À titre d'illustration, en prenant en compte des données démographiques telles que l'âge, la localisation ou les centres d'intérêt déclarés, la plateforme pourrait affiner davantage la personnalisation des publicités. Par exemple, si cette consommatrice est une jeune maman résidant en ville, elle pourrait voir des publicités pour des vêtements pour enfants adaptés à son style de vie urbain.

des plateformes qui proposent ce service puisque le financement de la publicité est à présent bien plus rémunérateur qu'auparavant⁹⁰.

Presse quotidienne en Belgique: prix au consommateur, revenus publicitaires et évolution des ventes

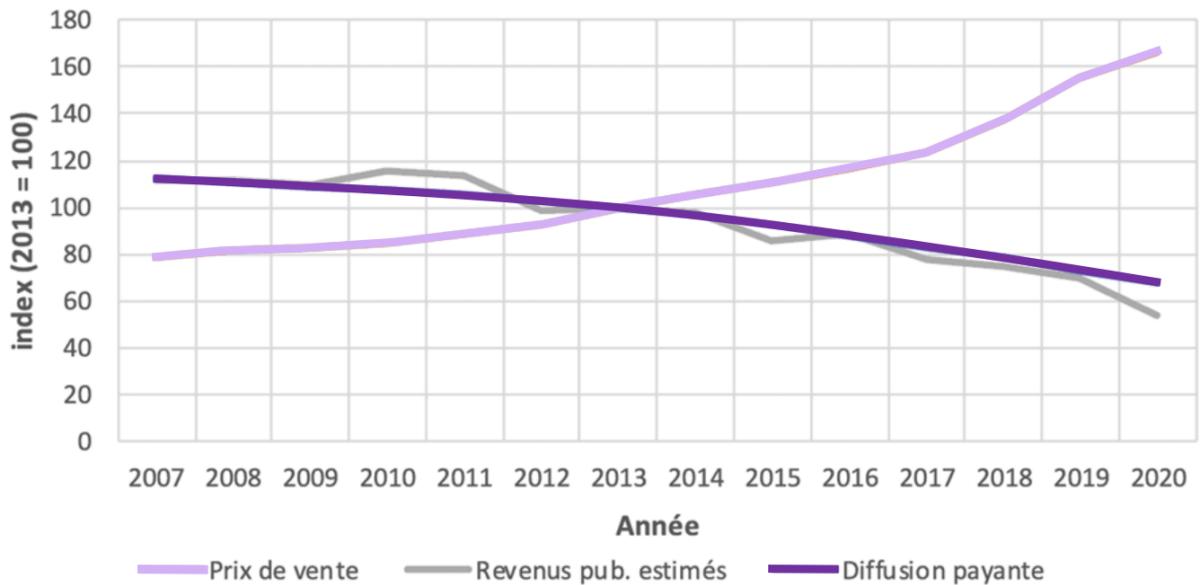


Figure 7 : Presse quotidienne en Belgique : prix au consommateur, revenus publicitaires et évolution des ventes, à partir de « Les revenus publicitaires permettent-ils encore aux éditeurs de réduire les prix qu'ils facturent ? », COOLS B. et STANDAERT O., 2022, EJO.

La figure 7 ci-dessus nous permet de constater de manière visuelle qu'en plus de voir leur marché « traditionnel » se contracter du fait de différentes évolutions, les éditeurs de presse voient par la même occasion leurs recettes publicitaires diminuer. On peut également constater que la hausse des prix que les éditeurs de presse facturent aux consommateurs pour le format papier est due à la baisse de leurs revenus publicitaires⁹¹.

En fait, les éditeurs cherchent à privilégier leur base d'abonnés numériques. Cette tendance se fait au détriment de la publicité dont la rentabilité est bien plus complexe en ligne notamment en raison de la concurrence du « search »⁹². Sans compter que la nature illimitée des espaces publicitaires numériques contribue à maintenir une tendance à la baisse permanente des prix⁹³.

⁹⁰ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 7.

⁹¹ B. COOLS et O. STANDAERT, « les revenus publicitaires permettent-ils encore aux éditeurs de réduire les prix qu'ils facturent ? », *European Journalism Observatory (EJO)*, 18 juillet 2022, disponible sur <https://fr.ejo.ch/economie-medias/evolution-revenus-publicitaires>.

⁹² Voy. *Infra III. D. 3. a) une concurrence imparfaite*

⁹³ B. COOLS et O. STANDAERT, *op. cit.*

3. Défaillance du marché

Afin de procéder à une analyse plus approfondie de l'opportunité de ces évolutions, il convient de se demander si le marché de la presse est efficace ou défaillant. Les défaillances de marché peuvent être définies comme « des situations dans lesquelles le fonctionnement du marché conduit à une allocation inefficace des ressources. »⁹⁴. En pratique, un marché n'est donc pas efficace s'il n'aboutit pas à la meilleure des situations pour l'ensemble des individus⁹⁵. Les pouvoirs publics peuvent être amenés à intervenir dans ce type de situation⁹⁶. Différentes situations peuvent être à l'origine d'un déséquilibre sur le marché (nous n'évoquons ici que celles qui sont pertinentes dans le cadre de notre analyse) :

- *Les imperfections de la concurrence* : le pouvoir de marché peut être défini comme « la capacité d'un agent économique unique (ou d'un petit groupe d'agents) à exercer une influence substantielle sur les prix de marché ou sur les quantités échangées »⁹⁷. Autrement dit, s'il existe un monopole ou un oligopole sur le marché, ce dernier est inefficace.
- *Les externalités positives ou négatives* : une externalité mesure l'impact d'un agent économique sur le bien d'une autre personne qui, quant à elle, n'a pas pris part à la décision et qui ne reçoit rien en contrepartie. Elle prend soit la forme d'un avantage, auquel cas elle est positive, soit la forme d'un dommage, auquel cas elle est négative⁹⁸.
- *Les biens collectifs* : les biens collectifs purs⁹⁹ doivent présenter deux caractéristiques. Celles-ci sont d'une part, la non-exclusion et d'autre part, la consommation non-rivale. En ce qui concerne la première caractéristique, elle se réfère au fait que personne ne peut empêcher quelqu'un d'utiliser un tel bien, quand bien même cette personne n'aurait pas contribué à son financement. La seconde caractéristique implique que la consommation d'un tel bien par un individu n'empêche pas que d'autres individus puissent en bénéficier également¹⁰⁰. Ces biens nécessitent souvent une intervention publique pour garantir leur fourniture (ils sont alors appelés *biens publics*)¹⁰¹.

⁹⁴ A. BEITONE (dir.), E. BUISSON-FENET, « Chapitre 11 - Les politiques économiques » dans *Économie, sociologie et histoire du monde contemporain*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 575 à 634.

⁹⁵ « Quelles sont les principales défaillances de marché ? », *Le Figaro Etudiant*, 27 mars 2020 https://etudiant.lefigaro.fr/article/quelles-sont-les-principales-defaillances-de-marche_b854f644-703d-11ea-a804-021e7c24f339/

⁹⁶ E. BUISSON-FENET et M. NAVARRO, « Chapitre 5. Biens collectifs et externalités » dans *La microéconomie en pratique*, Paris, Armand Colin, 2018, p. 171 à 210.

⁹⁷ G. MANKIW et M. TAYLOR, *op.cit.*, p. 12 à 13.

⁹⁸ D. HENRIET, « Externalité », *Encyclopædia Universalis. Economie (f. mob.)*, consulté le 10 mars 2024 à l'adresse <https://www.universalis.fr/encyclopedie/externalite-economie/>

⁹⁹ A. BEITONE, « Biens publics, biens collectifs. Pour tenter d'en finir avec une confusion de vocabulaire », *Revue du MAUSS permanente*, 22 avril 2014, disponible sur <https://journaldumauss.net/.?Biens-publics-biens-collectifs>.

¹⁰⁰ L. BOUSSAGUET, S. JACQUOT et P. RAVINET (dir.), *Dictionnaire des politiques publiques*, 4^{ème} éd., s. l., Presses de Sciences Po, 2014, p. 104 à 114, disponible sur <https://doi.org/10.3917/scpo.bouss.2014.01.0106>.

¹⁰¹ F. LEVEQUE, « VI. La réglementation des biens collectifs » dans *Économie de la réglementation*, Paris, La Découverte, 2009, p. 77 à 96.

- *Les biens communs* : ces biens présentent deux spécificités. D’une part, la consommation de ce type de bien par un individu réduit la quantité disponible de ce bien pour les autres (rivalité dans la consommation). D’autre part, il est impossible d’exclure les individus de consommer ce type de bien, de limiter l’accès à ces ressources partagées (non-exclusion)¹⁰². Ce type de bien est donc sujet à la surconsommation ou à une surexploitation. En effet, les individus ne prennent pas en compte les coûts sociaux ou les conséquences négatives pour la société qui découlent de leur utilisation intensive des biens communs¹⁰³.

En ce qui concerne le marché de la presse, nous pouvons d’ores et déjà affirmer que nous nous trouvons face à un marché qui est défaillant.

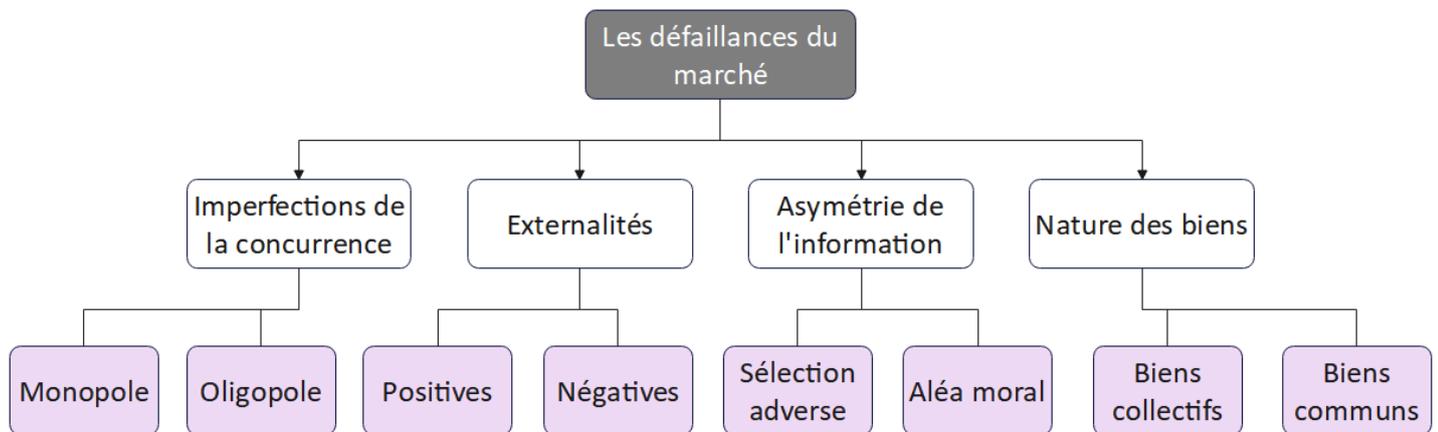


Figure 8 : Les différentes causes de défaillances de marché, schéma réalisé par l’auteure

a) Une concurrence imparfaite

En ce qui concerne le marché de la publicité, la concurrence est imparfaite. En effet, à l’heure actuelle il est clair que Google et Meta occupent une position dominante sur ce marché, et ce, au détriment des médias locaux¹⁰⁴.

La *figure 9* ci-dessous met en évidence qu’en 2022 Meta et Alphabet font déjà partie des principaux acteurs mondiaux sur le marché de la publicité en ligne. Le groupe Alphabet comptabilise des recettes publicitaires supérieures à 200 milliards de dollars, le plaçant premier de loin face à ses concurrents. Quant à Meta, il est le deuxième acteur le plus important sur ce marché, avec 138 milliards de recettes publicitaires à son actif. Nous pouvons

¹⁰²J. GRANGE, « Chapitre I. Le Bien commun, les biens communs », dans *Pour une philosophie de l’écologie*, s.l., Pocket, 2012, p. 25 à 38 ; J.-L. COMBES, P. COMBES-MOTEL, et S. SCHWARZ, « Un survol de la théorie des biens communs », *Revue d’économie du développement*, vol. 24, n° 3-4, 2016, p. 55 à 83 ; P. KRUGMAN et R. WELLS, *Microéconomie*, Bruxelles, De Boeck, 2016 ; J. STIGLITZ (dir.), J.D LAFAY., J. ROSENGARD, *Économie du secteur public*, Louvain-La-Neuve, De Boeck supérieur, 2018.

¹⁰³ J. GRANGE, *op.cit.*, p. 25-38 ; Y. CROISSANT, P. VORNETTI, « État, marché et concurrence - Les motifs de l’intervention publique », *Les Cahiers français*, n° 313, 2003, p. 3 à 8.

¹⁰⁴ T. GAUDIAUT, « la publicité digitale en France, les géants de la publicité en ligne », *Statista*, le 15 décembre 2022, consulté le 15 avril 2024 à l’adresse <https://fr.statista.com/infographie/28966/principales-societes-plateformes-selon-les-ventes-mondiales-de-publicite-en-ligne-en-2022/>

donc affirmer que ces deux groupes occupent une position dominante sur le marché de la publicité¹⁰⁵.

Historiquement, ces deux plateformes étaient en duopole sur le marché de la publicité. Petit à petit cependant, de nouveaux concurrents se sont faits plus imposants. La *figure 9* montre qu'en 2022 déjà, Amazon et TikTok occupent une place de plus en plus importante et qu'un oligopole s'impose lentement¹⁰⁶.

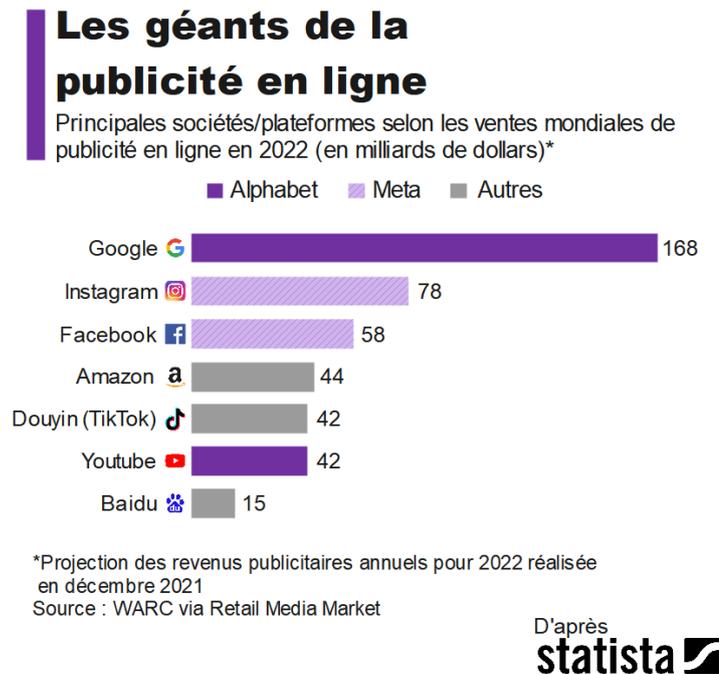


Figure 9 : Projections des revenus publicitaires des géants de la publicité en ligne, reproduit à partir de « Les géants de la publicité en ligne », T. GAUDIAUT, 2022, Statista, <https://fr.statista.com/infographie/28966/principales-societes-plateformes-selon-les-ventes-mondiales-de-publicite-en-ligne-en-2022/>

Meta et Alphabet perdent en fait des parts de marché depuis 2016. Cette diminution devrait se poursuivre dans les années à venir¹⁰⁷. Cependant, comme en témoigne la *figure 10*, les deux géants de la publicité attirent tout de même encore un peu moins de la moitié de l'ensemble des revenus publicitaires américains. Ils possèdent donc encore un certain pouvoir de marché.

¹⁰⁵ *Ibidem.*

¹⁰⁶ *Ibidem.*

¹⁰⁷ P. BARON, « Publicité numérique : fin de règne pour Meta et Alphabet », *l'ADN*, 4 janvier 2023, consulté le 15 avril 2024 à l'adresse <https://www.ladn.eu/actualite/fin-dominance-marche-publicite-numerique-meta-google/>

Share of U.S. digital ad spend, by company type

Annual: 2008-2024 (projected)

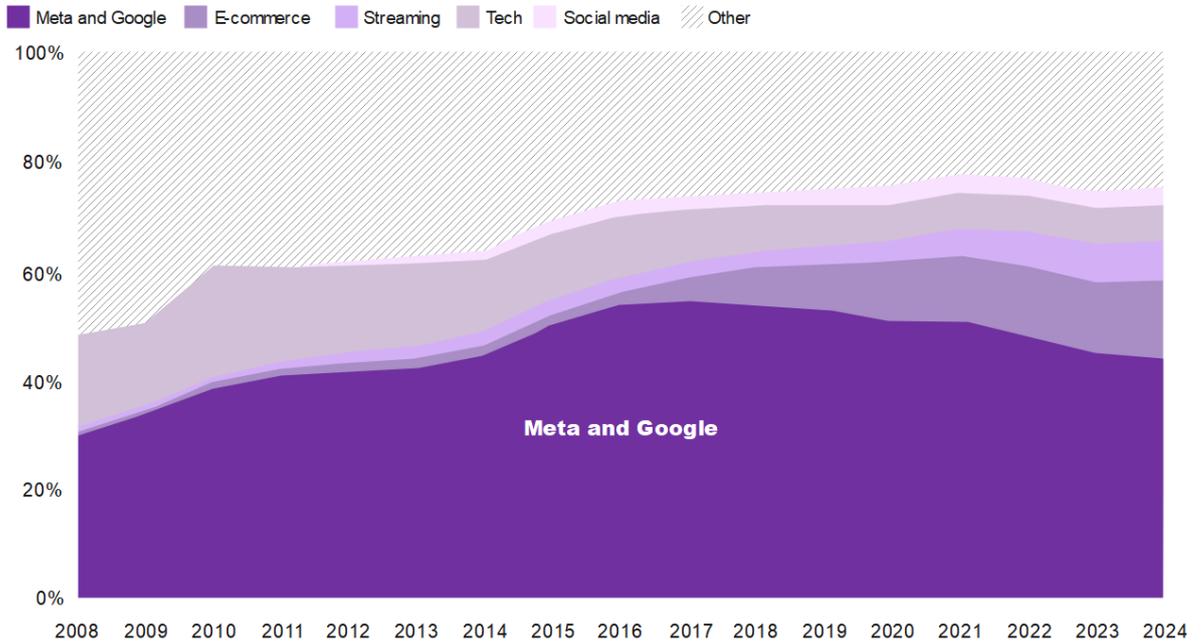


Figure 10 : Part des dépenses publicitaires numériques aux États-Unis par type d'entreprise, reproduite à partir de « Publicité numérique : fin d'un règne pour Meta et Alphabet », P. BARON, l'ADN, <https://www.ladn.eu/actualite/fin-dominion-marche-publicite-numerique-meta-google/>

En ce qui concerne la *figure 11*, elle illustre le fait que Google possède environ 92% des parts du marché des moteurs de recherche en Europe, ce qui le place dans une situation de quasi-monopole sur ce marché¹⁰⁸.

¹⁰⁸ « Search Engine Market Share Worldwide », *Statcounters GlobalStats*, mars 2024, consulté le 10/04/2024 à l'adresse <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>.

SEARCH ENGINE MARKET SHARE EUROPE

Mar 2023 - Mar 2024

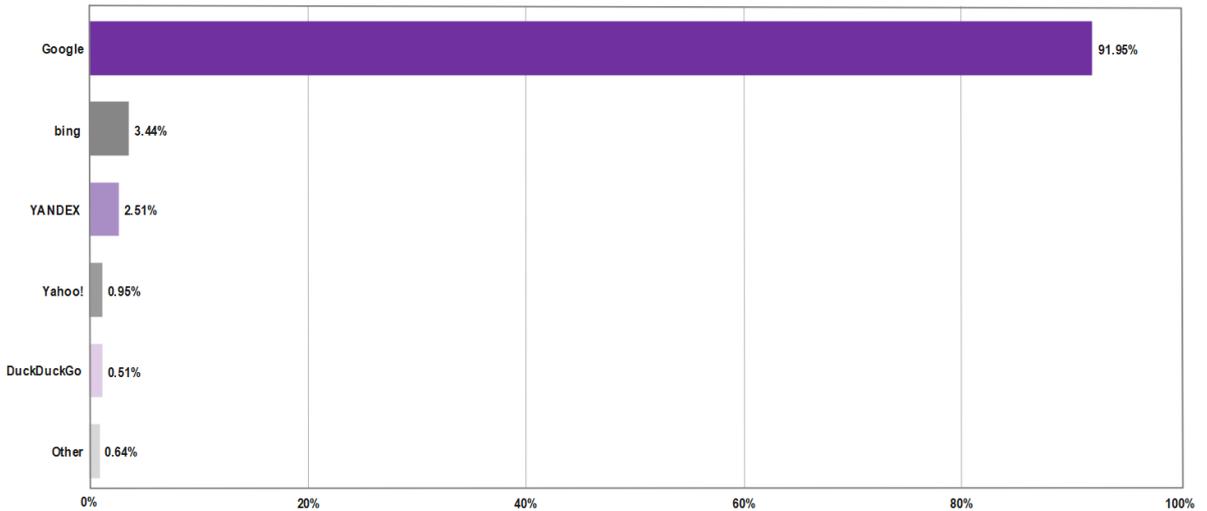


Figure 11 : Parts de marché des moteurs de recherche dans le monde, 2023-2024, Statcounter, <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

Par ailleurs, une analyse du taux de clics en fonction du positionnement d'un article sur Google (cf. *figure 12* et *figure 13*) permet de constater que le classement des résultats d'une recherche a une importance considérable sur le nombre de clics occasionnés. Le mauvais positionnement d'un article porte donc préjudice aux éditeurs qui le subissent, tandis que ceux qui bénéficient d'un bon positionnement ont un avantage concurrentiel de taille¹⁰⁹. C'est ce qu'on appelle *la concurrence du search*.

FEW GOOGLE SEARCHERS VISIT THE 2ND PAGE AND BEYOND

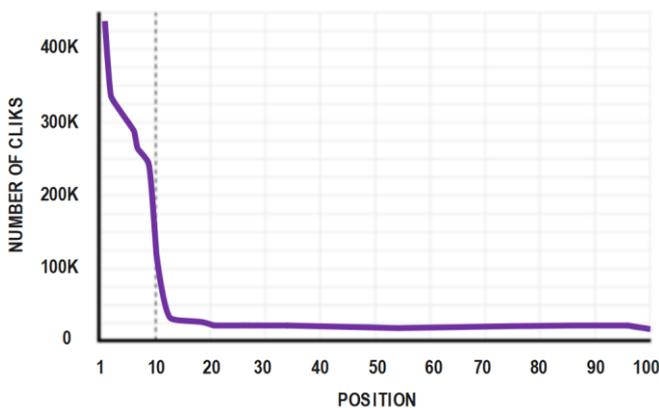


Figure 12 : Peu d'internautes visitent la deuxième page et au-delà, reproduit à partir de « SEO : les taux de clics et les performances des liens selon la position dans les SERPs », F. ROPARS, 2024, BDM, <https://www.blogdumoderateur.com/etude-taux-de-clics-et-les-performances-des-liens-selon-la-position-dans-les-serps/>

GOOGLE ORGANIC CTR BREAKDOWN BY POSITION

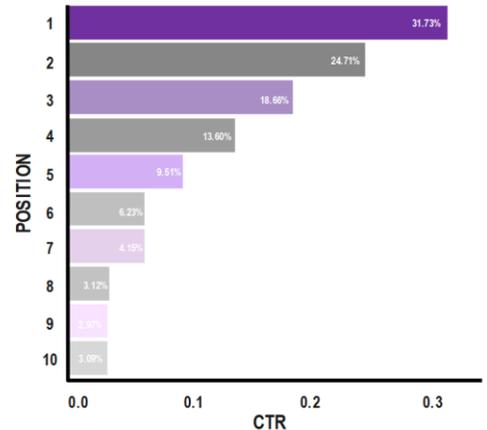


Figure 13 : Ventilation du taux de clic organique de Google par position, reproduit à partir de « SEO : les taux de clics et les performances des liens selon la position dans les SERPs », F. ROPARS, 2024, BDM, <https://www.blogdumoderateur.com/etude-taux-de-clics-et-les-performances-des-liens-selon-la-position-dans-les-serps/>

¹⁰⁹ F. ROPARS, « SEO : les taux de clics et les performances des liens selon la position dans les SERPs », BDM, le 28 août 2019, consulté le 13 mars 2024 à l'adresse <https://www.blogdumoderateur.com/etude-taux-de-clics-et-les-performances-des-liens-selon-la-position-dans-les-serps/>

Nous pouvons par conséquent affirmer que Google détient un quasi-monopole sur le marché des moteurs de recherche et un pouvoir conséquent sur les éditeurs de presse. Plus le référencement d'un article est bon, plus le taux de clics sera élevé. Cela est d'autant plus vrai en ce qui concerne un moteur de recherche qui rassemble presque 92% des parts du marché et qui est capable d'atteindre une audience très large.

b) Externalités négatives

Comme nous venons de l'expliquer, les agrégateurs de contenus informationnels possèdent un pouvoir de marché important. Par conséquent, différentes pratiques auxquelles se prêtent ces plateformes numériques peuvent se révéler problématiques en matière de concurrence et constituer des externalités négatives.

À titre d'illustration, les *snippets*, en fonction de leur longueur et de leur niveau de détail, peuvent paraître suffisamment complets pour les utilisateurs, auquel cas ces derniers ne prendront pas la peine de se référer au site internet ou applications des éditeurs de presse. Le « *scanning effect* » désigne d'ailleurs ce phénomène où les internautes se contentent de lire les premières lignes d'un article partagé sur un média social ou un moteur de recherche¹¹⁰. En général, jusqu'à maintenant, les conditions d'utilisation des *snippets* n'ont fait l'objet d'aucune négociation. Les éditeurs ne peuvent donc que les accepter et les refuser, sans aucune flexibilité. Or, s'ils refusent ces conditions, leur contenu informationnel se verra indirectement rétrogradé puisque moins d'utilisateurs vont cliquer sur le contenu sans *snippet* et que leur page web risque de perdre des places dans le positionnement généré par Google. Ils vont donc subir une perte de trafic considérable sur leur site¹¹¹.

Les algorithmes peuvent également se révéler désavantageux pour les éditeurs de presse. En effet, les plateformes numériques peuvent apporter des modifications aux algorithmes, afin de mieux répondre aux attentes des utilisateurs, sans préavis ni explication. Ces modifications ont cependant un impact considérable sur le trafic sur les sites et applications des éditeurs de presse (et donc, sur leur rémunération). Sans compter le fait que ces algorithmes « peuvent favoriser des plateformes ou parties affiliées au détriment d'autres éditeurs »¹¹².

c) Externalités positives

A contrario, certains auteurs affirment -et leurs dires sont corroborés par diverses études empiriques qui ont été menées- que le lien de causalité entre la perte de rémunération subie actuellement par les éditeurs de presse et l'émergence de ces quelques plateformes numériques n'existe pas¹¹³. Selon eux, les critiques à l'égard des agrégateurs de contenus

¹¹⁰ P. BENTATA, *op.cit.*, p. 14.

¹¹¹ M. GIANGASPERO, *op.cit.*, p. 18.

¹¹² M. GIANGASPERO, *op.cit.*, p.19 ; Competition & Markets Authority, *Online platforms and digital advertising – Market study final report, 2020*, disponible sur <http://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study>.

¹¹³ À ce titre, nous pouvons notamment citer : S. ATHEY, M. MOBIUS et J. PAL, « The Impact of Aggregators on Internet News Consumption », *NBER Working Paper Series*, n° 28746, 2021, disponible sur

informationnels ne sont en rien justifiées : ils sont « des générateurs nets de trafic pour les éditeurs de presse »¹¹⁴.

En effet, les services d'agrégation de nouvelles ont deux effets opposés sur les éditeurs de presse : un effet d'expansion du marché et un effet de substitution¹¹⁵.

En ce qui concerne leur effet d'expansion du marché, il se traduit par une réduction du temps de recherche pour les consommateurs, ce qui permet par la même occasion d'augmenter le trafic sur le site des éditeurs de presse. Les services d'agrégation de contenus leur offrent également une plus grande base d'utilisateurs potentiels en dirigeant ceux-ci vers des articles qu'ils n'auraient probablement pas découvert autrement. Cette expansion stimule par ailleurs la concurrence et incite à la production de contenu de qualité pour se démarquer¹¹⁶.

Quant à l'effet de substitution, il se manifeste quand les utilisateurs se contentent de lire les *snippets* disponibles sur le site des agrégateurs de nouvelles sans visiter les sites des éditeurs de presse qui ont créé ce contenu¹¹⁷.

L'analyse d'impact reprise à la *figure 14* ci-dessous nous permet d'affirmer que l'effet net généré par la présence d'agrégateurs de contenus informationnel sur le marché pour les éditeurs est plutôt un effet d'expansion du marché, dominant dans la grande majorité, si ce n'est dans l'entièreté, des cas¹¹⁸. Les activités de ces deux acteurs sont donc complémentaires : les éditeurs de presse profitent du trafic généré par ces plateformes digitales dominantes et ces dernières peuvent, quant à elles, bénéficier des articles qu'ils produisent¹¹⁹.

<http://dx.doi.org/10.3386/w28746>; L. CHIOU et C. TUCKER, « Content aggregation by platforms: The case of the news media », *Journal of Economics & Management Strategy*, n°26, 2017, p. 782 à 805, disponible sur <http://dx.doi.org/10.1111/jems.12207>; L. GEORGE et C. HOGENDORN, « Local News Online: Aggregators, Geo-Targeting and the Market for Local News », *Journal of industrial economics*, vol. 68, n°4, 2020, p. 780 à 818, disponible sur <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2357586>.

¹¹⁴ P. BENTATA, *op.cit.*, p.14.

¹¹⁵ NERA Consulting, *op. cit.*, p. iii.

¹¹⁶ *Ibidem.*

¹¹⁷ *Ibidem.*

¹¹⁸ *Ibidem.*

¹¹⁹ *Ibidem*; NERA Economic Consulting, *op.cit.*, p. 3 à 4.

	Description	Résultats	Impact
Sismerio et Mahmood (2018)	Visite d'un grand site d'information avant, pendant et après une panne de Facebook en 2013 dans un pays européen	Les visites baissent de 38% et le nombre de pages lues de 44%	+
Chiou et Tucker (2017)	Litige conduisant Google News à retirer le contenu de The Associated Press aux US en janvier 2011	Baisse de 28% du rapport entre visite d'un site d'information et visite d'un autre site pour les utilisateurs de Google News par rapport aux utilisateurs de Yahoo ! News	+
Athey et Mobius (2012)	Impact de la fonctionnalité de localisation Google News sur la visite de sites d'information locale en France fin 2009	Hausse de 14% des visites 8 semaines après l'introduction de la fonctionnalité	+
Athey, Mobius et Pal (2017)	Impact du retrait de Google News d'Espagne en décembre 2014 sur la fréquentation des sites d'information	Baisse de 20% de la consommation d'information et de 10% des visites des sites d'information	+
Calzada et Gil (2016)	Impact du retrait de Google News d'Espagne en décembre 2014 sur la fréquentation des sites d'information	Baisse de 11% des visites des sites d'informations	+
Nera economic consulting (2015)	Impact du retrait de Google News d'Espagne en décembre 2014 sur la fréquentation des sites d'information	Baisse du trafic de 6% pour les médias principaux et de 14% pour les petits éditeurs	+
Menéame Boycott (2014)	Boycott pendant une semaine en février 2014 par l'agrégateur Menéame du contenu produit par l'Association des Editeurs Espagnols de presse Quotidienne (AEDE)	Perte de 500 000 visites sur le site de l'AEDE	+
Gigaom analysis (2014)	Impact du retrait de Google News d'Espagne en décembre 2014 sur la fréquentation des sites d'information	Baisse du trafic entre 10% et 15% dans les premiers jours Baisse de 4,5% dans les mois suivants	+
Huang, Yang et Chyi (2013)	Etude de la relation entre fréquentation des sites d'informations et agrégateurs à Taiwan	Aucun scanning effect ou effet de substitution	+
Yang et Chyi (2011)	Analyse des concurrents potentiels de la presse en ligne aux Etats-Unis	96% des pages web entretiennent une relation complémentaire avec les agrégateurs de contenus	+
Lee et Chyi (2015)	Etude de la relation entre agrégateurs de contenus et sites d'information aux Etats-Unis	Aucun effet de concurrence entre les agrégateurs (dont Google News) et 13 médias TV, papier et en ligne	=
Nera analysis (2017)	Analyse du trafic sur les sites des éditeurs durant les premiers mois de 2015 après l'introduction de la nouvelle loi utilisant des données ComScore	Baisse de 5% du trafic en moyenne et de 13% pour les petits éditeurs	+

Figure 14 : Impact global des agrégateurs de contenu sur la presse, reproduit à partir de « Presse et agrégateurs de contenus : concurrents ou compléments ? », BENTATA P., 2019, Fondation Concorde, p. 15.

Par ailleurs, une information de qualité apporte une valeur directe aux consommateurs en leur permettant de se renseigner sur les événements contemporains. Sans compter la valeur sociétale qu'une telle information peut revêtir : elle se veut pluraliste et est porteuse d'externalités positives en assurant le bon fonctionnement de nos démocraties. Elle favorise l'échanges d'opinions, d'idées et joue un rôle important en politique¹²⁰.

d) Des biens informationnels

Selon les économistes qui soutiennent la réforme¹²¹, les biens d'informations sont des biens publics, ce qui implique une défaillance de marché et la justification d'une intervention législative¹²².

Les biens dits *médiatiques* sont tout à fait particuliers : ils combinent un élément intangible (*l'information*) et un support de communication (*le média*)¹²³. Ce type de bien est coûteux à produire et bon marché à reproduire (il suffit d'effectuer un copier-coller)¹²⁴. En effet, contrairement à ce que l'on pourrait s'imaginer, la production d'un article journalistique est plutôt onéreuse : pour écrire cet article, une personne qui a suivi une formation de journaliste, éventuellement expérimentée, doit passer du temps à effectuer des recherches, faire des interviews et pourrait avoir recours à des services complémentaires pour des photos ou des illustrations par exemple. En revanche, le coût de reproduction est tout à fait insignifiant¹²⁵. Par ailleurs, si l'article n'est pas rentable, les coûts associés à sa production sont en général irrécupérables (on désigne ce phénomène sous le nom de *sunk cost*)¹²⁶.

La convergence numérique et le développement de nouvelles technologies a permis d'échanger des informations beaucoup plus rapidement et facilement. Le contenu informationnel n'échappe pas à cette évolution et les éditeurs de presse bénéficient rarement d'une compensation adéquate lorsque leurs publications de presse sont reproduites. Cette structure de coût (dont les coûts fixes sont élevés) dissuade les éditeurs de presse d'investir

¹²⁰ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, op.cit., p. 10 ; P. LE FLOCH et N. SONNAC, « II. Les caractéristiques économiques d'une publication de presse » dans *Économie de la presse à l'ère numérique*, 3^{ème} éd., Paris, La Découverte, 2013, p. 13 à 40.

¹²¹ Rapport de synthèse de la Commission européenne sur les résultats de la consultation publique sur le rôle des éditeurs dans la chaîne de valeur des droits d'auteur, 2017, p. 5, disponible sur <https://bit.ly/2PsLMaT>

¹²² *Ibidem*; L. BENTLY, M. KRETSCHMER, T.DUDENBOSTEL, M. DEL CARMEN CALATRAVA MORENO et A. RADAUER, op. cit., p.53; J. GRANGE, op.cit., p. 25 à 38; UNESCO, *Le journalisme est un bien public : tendances mondiales en matière de liberté d'expression et de développement des médias - Rapport mondial 2021/2022*, 2022, disponible sur <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381449>.

¹²³ N. SONNAC, et J. GABSZEWICZ, « I. Le produit médiatique » dans *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2013, p. 7 à 20.

¹²⁴ N. SONNAC, « Médias et publicité ou les conséquences d'une interaction entre deux marchés », *Le Temps des médias*, vol. 6, n° 1, 2006, p. 49 à 58.

¹²⁵ *Ibidem*.

¹²⁶ *Ibidem*.

dans une production de qualité, leurs efforts pouvant trop facilement être exploités par leurs concurrents¹²⁷.

E. Conclusion

Le processus législatif qui a finalement abouti à l'adoption de la directive 2019/790 a fait l'objet de lourdes négociations et d'un lobbying intense de la part des différentes parties prenantes. Pourtant, adapter le droit européen était devenu une nécessité au vu des nombreux bouleversements qui sont intervenus sur le marché de la presse.

D'une part, d'un point de vue juridique, les éditeurs de presse ne bénéficiaient pas d'une protection suffisante face aux fournisseurs de services de la société de l'information. Ces acteurs sont rapidement devenus prédominants sur le marché de la publicité, notamment grâce à l'utilisation de publications de presse et de leurs extraits, ce qui a rendu les négociations particulièrement ardues pour les éditeurs qui dépendent de ces plateformes. Les recours judiciaires n'étant pas non plus d'un grand secours, une protection supplémentaire s'est révélée nécessaire afin de permettre aux éditeurs de presse de récupérer leurs investissements.

D'un point de vue économique, le paysage dans lequel évoluait la presse écrite a été profondément modifié par la convergence numérique. Aujourd'hui, l'information est essentiellement devenue numérique et les éditeurs de presse ont perdu une part de leurs revenus traditionnels, absorbés par les prestataires de services de la société de l'information. Le marché de la presse ainsi redessiné, cependant, est défaillant : Meta et Alphabet y occupent une position dominante et engendrent des externalités, aussi bien positives que négatives, sur l'écosystème de la presse. Par ailleurs, les biens informationnels sont d'intérêt général : une intervention législative s'est donc révélée indispensable pour réguler ce marché.

La directive 2019/790 offre une réponse législative cruciale à cette nouvelle dynamique du marché de la presse, marquée principalement par la montée en puissance des fournisseurs de services de la société de l'information. En offrant une protection renforcée aux éditeurs de presse, cette directive vise à rétablir un équilibre dans les relations commerciales, tout en reconnaissant l'importance de l'information dans notre société.

¹²⁷ D. GERADIN, « Complements and/or Substitutes? The Competitive Dynamics Between News Publishers and Digital Platforms and What It Means for Competition Policy », *TILEC*, Discussion Paper n° 2019/003, 2019, disponible sur <https://ssrn.com/abstract=3338941>.

V. Le droit voisin des éditeurs de presse : État des lieux

A. Rapport entre droits *sui generis* des éditeurs de presse et droits d'auteur

En premier lieu, nous allons rapidement examiner les droits dont bénéficient les éditeurs de presse en dehors de ceux que leur accorde l'article 15 de la directive 2019/790¹²⁸.

1. Droits d'auteur

a) Objet

Le droit d'auteur porte sur une œuvre, une création de l'esprit¹²⁹.

b) Conditions

Plusieurs conditions sont nécessaires pour qu'une œuvre soit protégée par le droit d'auteur : l'activité créative¹³⁰, la mise en forme¹³¹ et l'originalité¹³². Cette protection ne dépend jamais de l'accomplissement de formalités : elle naît aussitôt que naît l'œuvre originale¹³³.

c) Durée

Lorsque l'auteur meurt, les héritiers continuent de profiter des droits d'auteur pour une durée de 70 ans. Au-delà de ce délai, l'œuvre tombe dans le domaine public et peut être exploitée librement¹³⁴.

¹²⁸ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15.

¹²⁹ S. DUSOLLIER et A. DE FRANCOUEN, *Manuel de droits intellectuels*, Limal, Anthemis, 2015, p. 59 ; Art. 2.1 de la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, adopté à Berne le 9 septembre 1886, approuvé par la Belgique par la loi du 25 mars 1999, M.B., 10 octobre 1999.

¹³⁰ C'est-à-dire une création de l'esprit humain qui se traduit en une œuvre littéraire ou artistique (P.-Y. GAUTHIER, *Propriété littéraire et artistique*, 10e éd., Paris, Presses universitaires de France, 2017, p. 25 à 26) ; C.J., arrêt SI et Brompton Bicycle Ltd c. Chedech / Get2Get, 11 juin 2020, C-833/18, EU:C:2020:461.

¹³¹ Une création de l'esprit doit en effet revêtir une forme concrète et être perceptible. Elle ne peut pas être une simple idée (C. FERAL-SCHUHL, *Cyberdroit. Le droit à l'épreuve de l'Internet*, 5e éd., Paris, Dalloz, 2008, p. 398) ; C.J. (gde ch.), arrêt SAS Institute Inc. C. World Programming Ltd, 2 mai 2012, C-406/10, EU:C:2012:259.

¹³² La création doit « refléter la personnalité de son auteur » (Directive 93/98/CEE du Conseil du 29 octobre 1993 relative à l'harmonisation de la durée de protection du droit d'auteur et de certains droits voisins, J.O.U.E, L 290, 24 novembre 1993, considérant 17, §§87-88) ; C.J.U.E., arrêt Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening, 16 juillet 2009, aff. C-05/08, ECLI:EU:C:2009:465 ; C.J., arrêt Eva-Maria Painer c. Standard VerlagsGmbH et autres, 1er décembre 2011, C-145/10, EU:C:2011:798.

¹³³ En revanche, ces formalités peuvent représenter un intérêt pratique et constituer des mesures probatoire ou d'infirmité (S. CARNEROLI, *Les aspects juridiques des réseaux sociaux*, Brugge, Vanden Broele, 2013, p. 6.).

¹³⁴ C.D.E., art. XI.166.

d) Exceptions

Il existe de nombreuses exceptions aux droits d'auteur¹³⁵. Les principales sont reprises sur la *figure 15* ci-dessous.



Figure 15 : F. ERNOTTE, *les exceptions aux droits d'auteur*, *Droit des réseaux sociaux*, Bruxelles, Larcier, 2021, p. 121.

e) Législation

Nous ne mentionnerons que la législation sur le droit d'auteur pertinente dans le cadre de notre exposé¹³⁶.

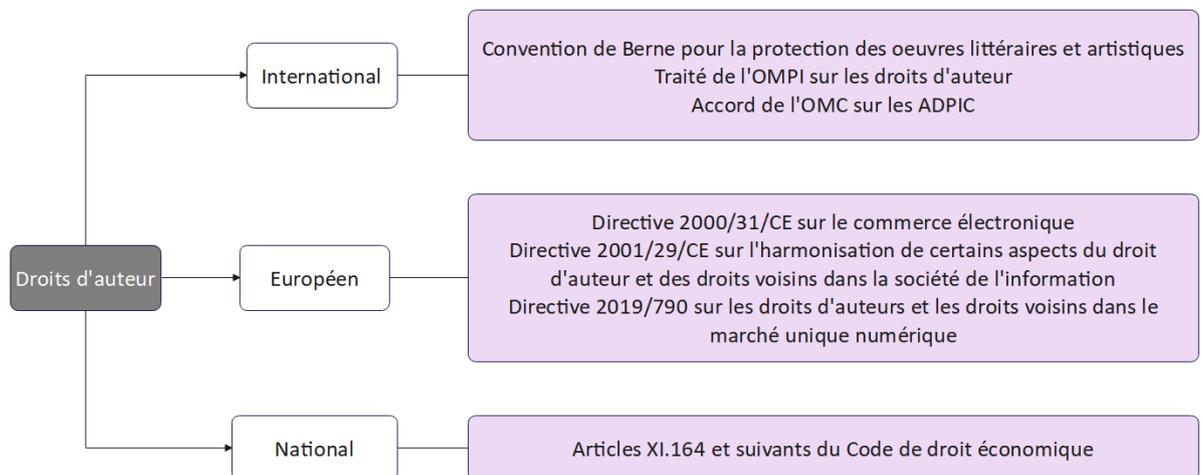


Figure 16 : *Législation sur le droit d'auteur*, schéma réalisé par l'auteur.

¹³⁵ F. ERNOTTE, *Droit des réseaux sociaux*, Bruxelles, Larcier, 2021, p.121.

¹³⁶ Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, adoptée à Berne le 9 septembre 1886, approuvée par la Belgique par la loi du 25 mars 1999, M.B., 10 octobre 1999 ; Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur, adopté à Genève le 20 décembre 1996, approuvée par la Belgique par la loi du 15 mai 2006, M.B., 18 août 2006 ; Accord sur les ADPIC, adopté à Marrakech le 15 avril 1994, approuvée par la Belgique par la loi du 23 décembre 1994 ; Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »), J.O.U.E., L178, 17 juillet 2000 ; Directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur

2. Droits des éditeurs de presse

Traditionnellement, le contenu d'une publication de presse est protégé par le droit d'auteur, ce contenu pouvant être qualifié d'œuvre originale. Les journalistes et autres auteurs de publications de presse bénéficient donc de la protection accordée par les articles XI.165 et suivants du Code de droit économique¹³⁷ si leur œuvre correspond aux conditions évoquées ci-dessus. Dans ce contexte, il est intéressant de rappeler que les simples faits et les nouvelles du jour ne bénéficient pas d'une protection au titre de droit d'auteur et de droit voisin¹³⁸.

L'éditeur n'est cependant ni présumé, ni automatiquement titulaire de ces droits d'auteur. Sans contrat, l'éditeur de presse ne peut donc pas légalement exploiter l'œuvre du créateur originaire¹³⁹. Une stipulation particulière est donc nécessaire, à défaut de présomption légale de cession en ce sens. En pratique, les journalistes et autres auteurs concluent donc avec les éditeurs des contrats de travail ou des contrats indépendant (dits de licence ou de cession). En sa qualité de cessionnaire ou de licencié, l'éditeur de publications de presse dispose donc par hypothèse du droit d'auteur sur ladite publication. Dans cette logique de droit d'auteur, *a priori* et comme l'ont souligné plusieurs auteurs, le nouveau droit voisin paraît donc de moindre utilité¹⁴⁰.

Le producteur de base de données peut également bénéficier d'une protection appelée droit *sui generis* sur les bases de données¹⁴¹. Ce droit lui offre une protection contre « l'extraction et/ou la réutilisation de la totalité ou d'une partie substantielle, évaluée de façon qualitative ou quantitative, du contenu de [la base de données], lorsque l'obtention, la vérification ou la présentation de ce contenu attestent un investissement substantiel du point de vue qualitatif ou quantitatif » de sa part¹⁴². Cet investissement peut être financier, matériel ou humain¹⁴³.

Cette base de données est définie comme « un recueil d'œuvres, de données et d'autres éléments indépendants, disposés de manière systématique et méthodique et individuellement accessibles par des moyens électroniques ou d'une autre manière »¹⁴⁴. Des

l'harmonisation de certains aspects du droit auteur et des droits voisins dans la société de l'information, J.O.U.E., L 167, 22 juin 2001 ; Directive 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE, JOUE, L 130/92, 17 mai 2019 ; C.D.E., Livre XI, 164 et s.

¹³⁷ Art. XI.165 et s. C.D.E.

¹³⁸ Art 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (Conv. E.D.H.), signée à Rome le 4 novembre 1950, approuvée par la loi du 13 mai 1955, M.B., 19 août 1955, err., 29 juin 1961 ; art. 11 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (Ch. Dr. Fond. UE), adoptée à Nice le 7 décembre 2000, J.O.U.E., C 326/02, 26 octobre 2012; Directive 2019/790, *op.cit.*, considérant 57.

¹³⁹ Civ. Bruxelles (cess.), 16 octobre 2006, A. & M., 1996, p. 426; Bruxelles, 28 octobre 1997, A. & M., 1997, p. 383.

¹⁴⁰ A. LUCAS, *op.cit.*, p. 8.

¹⁴¹ Directive 96/9/CE du Parlement européen et du Conseil concernant la protection juridique des bases de données, J.O.U.E., L 77/20, 11 mars 1996

¹⁴² Directive 96/9/CE, *ibidem*, art. 7.1.

¹⁴³ Directive 96/9/CE, *ibidem*, considérant 40.

¹⁴⁴ Directive 96/9/CE, *ibidem*, art 1.2.

publications de presse, telles que des journaux ou des magazines contenant plusieurs articles étant organisés de manière méthodique, peuvent donc raisonnablement correspondre à cette définition. Cette vision a d'ailleurs déjà été confirmée à par la jurisprudence¹⁴⁵. En réalisant des investissements qualitativement et quantitativement substantiels en vue de vérifier et de présenter un contenu de publication de presse dont il est responsable, l'éditeur de presse peut donc, en principe, bénéficier de la protection accordée par ce droit¹⁴⁶.

3. Le rapport entre le nouveau droit voisin et les autres droits des éditeurs de presse

L'article 15.2 de la directive¹⁴⁷ dispose que les droits nouveaux que la directive confère aux éditeurs et agences de presse « *laissent intacts et n'affectent en aucune façon* les droits conférés par le droit de l'Union aux auteurs et autres titulaires de droits, à l'égard des oeuvres et autres objets protégés intégrés dans une publication de presse »¹⁴⁸. La législation belge n'a pas officiellement incorporé cette clause de la directive dans le Code de droit économique. Il a en réalité été suggéré que l'Union européenne avait simplement réaffirmé une évidence, et le législateur belge a estimé que cette affirmation était déjà sous-entendue¹⁴⁹. Nous sommes d'accord avec cette interprétation et ne pouvons que consentir au point de vue de différents auteurs qui argumentent que cette disposition n'est qu'un rappel du principe énoncé par l'article 12 de la directive 2006/115¹⁵⁰ selon lequel « la protection des droits voisins du droit d'auteur [...] n'affecte en aucune façon la protection du droit d'auteur »¹⁵¹.

B. Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse

Le droit voisin des éditeurs de presse a été introduit par l'article 15 de la directive 2019/790 et est intitulé « Protection des publications de presse en ce qui concerne les utilisations en ligne »¹⁵². Notons que pour la toute première fois, l'application d'un droit intellectuel est « cantonnée aux réseaux numériques »¹⁵³.

¹⁴⁵ Bruxelles (9e ch.), 5 mai 2011, 2007/AR/1730 disponible sur <https://juportal.be/home/accueil>.

¹⁴⁶ C. C., affaire 7922.

¹⁴⁷ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15(2).

¹⁴⁸ *Ibidem*.

¹⁴⁹ V. CASSIERS, « Le droit voisin des éditeurs de publications de presse en droit belge : une innovation en forme de trait d'union », *Wolters Kluwer - droits intellectuels*, I.R D.I. 2023/1, janvier 2023, p. 10 et 11.

¹⁵⁰ Directive 2006/115/CE du parlement européen et du conseil du 12 décembre 2006 relative au droit de location et de prêt et à certains droits voisins du droit d'auteur dans le domaine de la propriété intellectuelle, J.O.U.E, L 376/28, le 17 décembre 2006, art.12.

¹⁵¹ A. LUCAS, *op.cit.*, p. 163 ; Convention internationale sur la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion, faite à Rome le 26 octobre 1961, OMPI, no 328 (F), ISBN 978-92-805-0429-3, art. 1.

¹⁵² Directive 2019/790, *op. cit.*, art. 15.

¹⁵³ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 9.

1. L'objet du droit voisin

Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse porte sur les « publications de presse »¹⁵⁴. En son article 2.4¹⁵⁵, la directive nous donne la définition de cette notion :

« Aux fins de la présente directive, on entend par :

« publication de presse », une collection composée principalement d'œuvres littéraires de nature journalistique, mais qui peut également comprendre d'autres œuvres ou objets protégés, et qui :

a) constitue une unité au sein d'une publication périodique ou régulièrement actualisée sous un titre unique, telle qu'un journal ou un magazine généraliste ou spécialisé;

b) a pour but de fournir au public en général des informations liées à l'actualité ou d'autres sujets; et

c) est publiée sur tout support à l'initiative, sous la responsabilité éditoriale et sous le contrôle d'un fournisseur de services.

Les périodiques qui sont publiés à des fins scientifiques ou universitaires, tels que les revues scientifiques, ne sont pas des publications de presse aux fins de la présente directive »¹⁵⁶

Le considérant 56 de la directive¹⁵⁷ contient une liste exemplative de publications de presse et précise que cette notion « ne couvre que les publications journalistiques, publiées dans les médias quels qu'ils soient, y compris sur papier, dans le contexte d'une activité économique qui constitue une fourniture de services en vertu du droit de l'Union. »¹⁵⁸. Le législateur ajoute que « Cette protection *ne devrait pas s'appliquer* [...] aux sites internet, tels que les blogs, qui fournissent des informations dans le cadre d'une activité qui n'est pas effectuée à l'initiative, et sous la responsabilité et le contrôle éditorial, d'un fournisseur de services tel que l'éditeur de presse »¹⁵⁹.

La publication de presse est donc une collection d'œuvres, principalement littéraires et journalistiques, qui peut *accessoirement* inclure d'autres œuvres ou prestations¹⁶⁰. A l'instar de plusieurs auteurs¹⁶¹, nous pouvons facilement constater que cette définition manque de

¹⁵⁴ Directive 2019/790, *op.cit*, art. 15(1).

¹⁵⁵ Directive 2019/790, *op.cit*, art. 2(4).

¹⁵⁶ *Ibidem*.

¹⁵⁷ Directive 2019/790, *op.cit*, considérant 56.

¹⁵⁸ *Ibidem*.

¹⁵⁹ *Ibidem*.

¹⁶⁰ V. CASSIERS, *op.cit*, p. 5 à 13; Directive 2019/790, *op.cit*, art. 2(4).

¹⁶¹ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 7; T. AZZI, « Le droit voisin des éditeurs de publications de presse ou l'avènement d'une propriété intellectuelle catégorielle », *Dalloz IP/IT*, n° 270, mai 2019, p. 297 et s.; E. CZARNY-DROZDZEJKO, « The Subject-Matter of Press Publishers' Related Rights Under Directive 2019/790 on

clarté : comment peut-on, en pratique, reconnaître le principal de l'accessoire ? par ailleurs, nous pouvons encore nous interroger sur ce que recouvre la notion de « collection » ou de « nature journalistique ». Nous ne pouvons qu'espérer que la Cour de justice apporte des précisions par rapport à ces notions dans des arrêts ultérieurs¹⁶².

La nature journalistique de l'œuvre laisse place à l'interprétation. La directive¹⁶³ ne stipule à aucun moment qu'un journaliste doit être l'auteur d'une telle œuvre. Il semble donc que la qualité de l'auteur n'a aucun impact sur cette qualification¹⁶⁴. En revanche, la définition spécifique, de manière assez générale et peu discriminante¹⁶⁵, qu'en ce qui concerne le contenu, il devrait comprendre des « informations relatives à l'actualité ou d'autres sujets », et fait référence spécifiquement à « un journal ou un magazine généraliste ou spécialisé »¹⁶⁶. Le type de contenu que recouvre la publication de presse n'a donc en réalité aucune importance, de même que la nécessité d'un lien direct avec l'actualité n'est pas explicitement exigée¹⁶⁷.

Le dernier alinéa de l'article 2.4¹⁶⁸ reflète la volonté du législateur de garantir un accès ouvert aux publications scientifiques et exclut « Les périodiques qui sont publiés à des fins scientifiques ou universitaires, tels que les revues scientifiques, ne sont pas des publications de presse aux fins de la présente directive »¹⁶⁹ du champ d'application de cet article¹⁷⁰.

La définition de l'objet de la protection apparaît donc assez vague, et sans aucun doute, la notion de « publication de presse » est étendue et englobe bien plus que le contenu des journaux quotidiens et hebdomadaires généralistes¹⁷¹. Par la même occasion, nous pouvons souligner qu'aucune condition d'originalité ou d'investissement ne doit être remplie pour bénéficier du nouveau droit voisin des éditeurs de presse¹⁷².

C. Le contenu du droit voisin

En ce qui concerne les prérogatives que ce nouveau droit voisin confère aux éditeurs et agences de presse, le texte de l'article 15¹⁷³ renvoie aux articles 2 et 3, paragraphe 2, de la directive 2001/29/CE¹⁷⁴. Ceux-ci sont respectivement rédigés comme suit :

Copyright and Related Rights in the Digital Single Market », *International Review of Intellectual Property and Competition Law (IIT)*, vol. 51, 2020, p. 628.

¹⁶² Dans son arrêt Infopaq (CJUE, 16 juillet 2009, aff. C-5/08), la Cour est notamment intervenue pour préciser et harmoniser la notion de reproduction partielle.

¹⁶³ Directive 2019/790, *op.cit.*

¹⁶⁴ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 7.

¹⁶⁵ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 7.

¹⁶⁶ Directive 2019/790, *op.cit*, art. 2(4).

¹⁶⁷ *Ibidem* ; N. BINCTIN et X. PRÈS, *Directives 2019/790 et 2019/789 sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, Titre IV. – Mesures visant à assurer le bon fonctionnement du marché du droit d'auteur*, Bruxelles, Bruylant, 2021, p. 154.

¹⁶⁸ Directive 2019/790, *op.cit*, art. 2(4), dernier alinéa.

¹⁶⁹ *Ibidem*.

¹⁷⁰ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 7.

¹⁷¹ *Ibidem*.

¹⁷² *Ibidem* ; A. LUCAS, *op.cit.*, p. 160.

¹⁷³ Directive 2019/790, *op.cit*, art. 15.

¹⁷⁴ Directive 2001/29/CE, *op. cit.*, art.2 et art.3§2.

« *Droit de reproduction*

Les États membres prévoient le droit exclusif d'autoriser ou d'interdire la reproduction directe ou indirecte, provisoire ou permanente, par quelque moyen et sous quelque forme que ce soit, en tout ou en partie :

- a) pour les auteurs, de *leurs oeuvres*;
- b) pour les artistes interprètes ou exécutants, des fixations de leurs exécutions;
- c) pour les producteurs de phonogrammes, de leurs phonogrammes;
- d) pour les producteurs des premières fixations de films, de l'original et de copies de leurs films;
- e) pour les organismes de radiodiffusion, des fixations de leurs émissions, qu'elles soient diffusées par fil ou sans fil, y compris par câble ou par satellite.»¹⁷⁵

« *Droit de communication d'oeuvres au public et droit de mettre à la disposition du public d'autres objets protégés*

[...]2. Les États membres prévoient le droit exclusif d'autoriser ou d'interdire la mise à la disposition du public, par fil ou sans fil, de manière que chacun puisse y avoir accès de l'endroit et au moment qu'il choisit individuellement [...] »¹⁷⁶

Le contenu du droit voisin est donc double¹⁷⁷ : les éditeurs et agences de presses bénéficient d'une part d'un droit de reproduction et, d'autre part, d'un droit de communication au public. En revanche, aucune mention à l'article 4 de la directive 2001/29¹⁷⁸, relative au droit de distribution, n'est faite. Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse n'inclut donc pas un droit de distribution¹⁷⁹.

En ce qui concerne le droit de reproduction, il soulève des interrogations quant au critère d'originalité des publications de presse¹⁸⁰.

Le droit voisin, comme nous l'avons énoncé dans nos développements précédents, est destiné à s'appliquer à l'ensemble des publications de presse, que celles-ci soient originales ou non. Or, s'il dispose d'une stipulation en ce sens, en tant que cessionnaire ou licencié, l'éditeur de la publication de presse détient par hypothèse des droits d'auteur sur ladite

¹⁷⁵ Directive 2001/29/CE, *op.cit.*, art. 2.

¹⁷⁶ Directive 2001/29/CE, *op.cit.*, art. 3.

¹⁷⁷ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 8.

¹⁷⁸ Directive 2001/29/CE, *op.cit.*, art. 4.

¹⁷⁹ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 8.

¹⁸⁰ *Ibidem.*

publication¹⁸¹. Certains auteurs ont à ce titre d'ailleurs considéré que l'utilité de ce droit voisin, dans cette logique de droit d'auteur, semblait nulle ou très infime¹⁸².

Cependant, il faut comprendre que l'intention du législateur était de mettre en place un droit voisin applicable à toutes les publications de presse, sans qu'aucune exigence de condition d'originalité ne soit requise¹⁸³. Son objectif était donc d'établir un droit à la rémunération « automatique » qui devrait en théorie être « plus facile à mettre en œuvre que le droit d'auteur classique »¹⁸⁴. Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse devrait donc permettre d'éviter les débats autour, d'une part, du caractère protégeable de la publication sur laquelle porte les droits d'auteur et, d'autre part, de la transmission des droits de l'auteur vers l'éditeur de presse¹⁸⁵.

L'article 2 de la directive 2001/29/CE¹⁸⁶ distingue différentes catégories de contenus qui bénéficient du droit de reproduction et la publication de presse doit être rattachée à l'une d'entre elles. L'article 15 de la directive 2019/790¹⁸⁷ n'a pas modifié cet article pour y inclure une nouvelle catégorie, et la seule catégorie existante à laquelle la « publication de presse » peut être rattachée est celle « d'œuvre »¹⁸⁸. Cependant, dans son arrêt *Infopaq*¹⁸⁹, la Cour de justice de l'Union européenne a affirmé que le droit d'auteur ne s'applique qu'à un objet *original*. Le droit de reproduction ne s'appliquerait donc, en principe, qu'aux éléments originaux de l'œuvre.

Aussi, est-ce que cette disposition, en ce qu'elle ne prévoit aucune condition d'originalité pour la publication de presse, doit être interprétée sans tenir compte de cet arrêt et concerner l'ensemble des éléments de la publication, originaux ou non ? Ou, au contraire, doit-on en conclure que le droit voisin des éditeurs de presse ne s'applique qu'aux publications de presse originales et protégées par un droit d'auteur¹⁹⁰ ? En réalité, aucune de ces deux options ne semble refléter l'intention réelle du législateur. La directive manque simplement de précision :

¹⁸¹ A. LUCAS, *op. cit.*, p. 8.

¹⁸² R. HARDOUIN, « Le droit voisin des éditeurs de presse : une revendication légitime ? », *A.D.B.S.*, vol. 54, 2017, p. 24 à 25; F. GAULLIER, « La naissance d'un droit voisin au profit des éditeurs et agences de presse », *Légipresse*, vol. 61, no. HS1, 2019, p.98; A. LEBOIS, « La légitimité du nouveau droit voisin de l'éditeur et de l'agence de presse », *Légipresse*, n°62, HS62, 2019, p. 127 à 138; N. BARRE, « Pourquoi les droits voisins sont légitimes », *Les Echos*, 12 septembre 2018, disponible sur <https://www.lesechos.fr/monde/europe/pourquoi-les-droits-voisins-sont-legitimes-138686>.

¹⁸³ *Ibidem*.

¹⁸⁴ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 8.

¹⁸⁵ Directive 2019/790, *op.cit.*, considérant 54 ; A. LUCAS, *op. cit.*, p. 155 ; EUROPEAN COPYRIGHT SOCIETY, « Opinion on the Proposed Press Publishers Right », *ECS opinions*, 25 avril 2018, p. 4 à 5, disponible sur https://europeancopyrightsocietydotorg.files.wordpress.com/2018/06/2018_european-copyright-societyopiniononpresspublishersright.pdf.

¹⁸⁶ Directive 2001/29/CE, *op.cit.*, art. 2.

¹⁸⁷ Directive 2019/790, *op.cit*, art. 15.

¹⁸⁸ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 8.

¹⁸⁹ C.J.U.E., arrêt *Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening*, 16 juillet 2009, aff. C-05/08, ECLI:EU:C:2009:465.

¹⁹⁰ Selon l'arrêt *Infopaq* de la Cour de justice de l'Union européenne, le droit d'auteur ne s'applique qu'à un objet original en tant que création intellectuelle propre à son auteur. Le droit de reproduction mentionné à l'article 2 de la directive 2001/29/CE ne s'applique donc qu'aux éléments originaux de l'œuvre.

l'idéal aurait été d'ajouter une catégorie nouvelle dans l'article 2 de la directive 2001/29¹⁹¹ ou d'explicitement exprimer le contenu du droit voisin dans la directive 2019/790¹⁹² elle-même¹⁹³.

1. *Le titulaire du droit voisin*

L'article 15.1, alinéa 1^{er} de la directive 2019/790¹⁹⁴ dispose que « Les États membres confèrent aux *éditeurs de publications de presse* établis dans un État membre les droits prévus à l'article 2 et à l'article 3, paragraphe 2, [...] pour l'utilisation en ligne de leurs publications de presse par des fournisseurs de services de la société de l'information. »¹⁹⁵.

Cet article nous indique donc que le titulaire du droit voisin est *l'éditeur de publication de presse*. Le considérant 55 de la directive¹⁹⁶ dispose que « Par la notion d'éditeur de publications de presse, il convient d'entendre les prestataires de services, tels que les éditeurs de presse ou les agences de presse, lorsqu'ils publient des publications de presse au sens de la présente directive. »¹⁹⁷. Il ajoute que le droit bénéficie aux éditeurs « établis dans un État membre et qui ont leur siège statutaire, leur administration centrale ou leur établissement principal à l'intérieur de l'Union. »¹⁹⁸. Cette définition est tautologique et est loin d'apporter suffisamment de précisions pour définir cette notion¹⁹⁹.

En Belgique, le législateur a solutionné les problèmes engendrés par ce manque de clarté en introduisant une présomption de titularité en faveur de l'éditeur de publications de presse lors de la transposition de la directive. Ainsi, l'article 216/2, § 5, C.D.E.²⁰⁰ précise que « la qualité d'éditeur de presse est attribuée à toute personne qui est identifiée comme telle sur la publication de presse, sur une reproduction de celle-ci, ou en lien avec sa diffusion au public, par le biais de l'indication de son nom ou d'un sigle permettant son identification »²⁰¹.

2. *Limite ratione materiae*

Deux types de limitations sont applicables au droit voisin des éditeurs de presse : d'une part, conformément à l'article 5.3 de la directive²⁰², les exceptions applicables au droit

¹⁹¹ Directive 2001/29/CE, *op.cit.*, art. 2.

¹⁹² Directive 2019/790, *op.cit.*

¹⁹³ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 8.

¹⁹⁴ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15(1), §1.

¹⁹⁵ *Ibidem.*

¹⁹⁶ Directive 2019/790, *op.cit.*, considérant 55.

¹⁹⁷ *Ibidem.*

¹⁹⁸ *Ibidem.*

¹⁹⁹ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 7.

²⁰⁰ Art. 216/2, § 5, C.D.E.

²⁰¹ *Ibidem.*

²⁰² Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 5(3).

d'auteur classique ont été étendues au droit voisin des éditeurs de presse. D'autre part, cette directive²⁰³ établit quatre limitations spécifiques à ce droit nouveau²⁰⁴.

Premièrement, comme il l'a été énoncé ci-dessus, le nouveau droit voisin des éditeurs de presse ne s'applique qu'aux actes de reproduction ou de mise à la disposition du public des publications de presse²⁰⁵. Ceux-ci doivent avoir été effectués dans le cadre d'une « *utilisation en ligne* [...] par des *fournisseurs de services de la société de l'information* »²⁰⁶. Ces services ne sont pas définis par la directive 2019/720²⁰⁷. Un renvoi²⁰⁸ est cependant fait à la directive 2015/1535²⁰⁹, qui définit cette notion comme « tout service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services »²¹⁰. C'est par ailleurs cette définition qui fera l'objet d'une transposition en droit belge, à l'article I.18, 1° du Code de droit économique²¹¹.

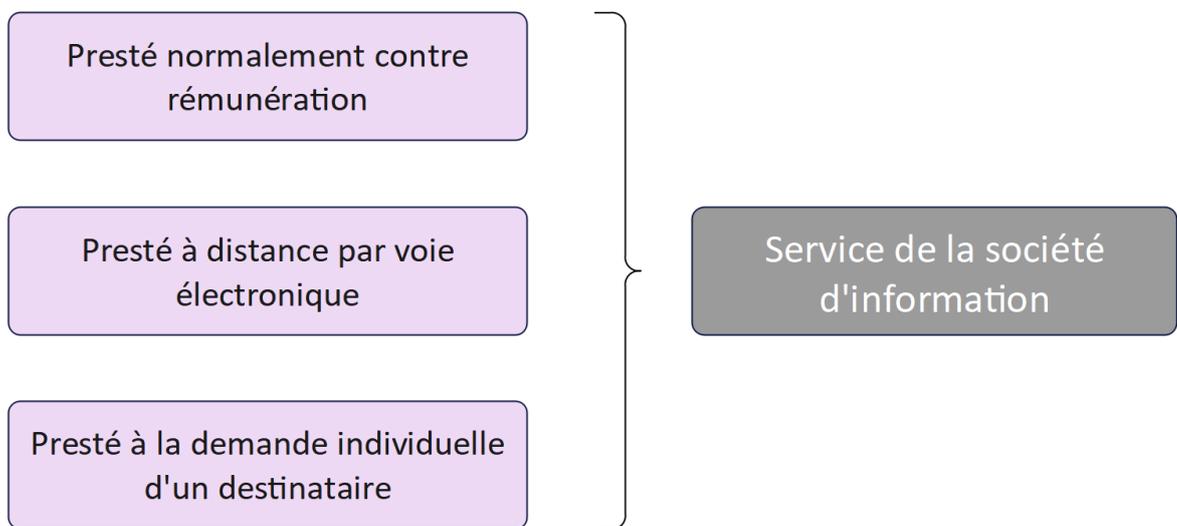


Figure 17 : Caractéristiques d'un service de la société d'information, schéma réalisé par l'auteur.

La Cour de justice de l'Union européenne²¹² s'est elle-même déjà référée à cette définition et a interprété largement la notion de *services de la société de l'information*. Selon elle, quand bien même ledit service doit avoir été « presté normalement contre rémunération », on ne peut en déduire « qu'une prestation de nature économique réalisée à

²⁰³ Directive 2019/790, *op.cit.*

²⁰⁴ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 9.

²⁰⁵ Directive 2001/29/CE, *op. cit.*, art.2 et art.3§2.

²⁰⁶ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15(1).

²⁰⁷ Directive 2019/790, *op.cit.*

²⁰⁸ Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 2(5).

²⁰⁹ Directive (UE) 2015/1535 du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information, J.O.U.E, L. 241/1, 17 septembre 2015 art. 1(1), b.

²¹⁰ Directive 2015/1535, *op. cit.*, art. 1.

²¹¹ Art. I.18, 1°, C.D.E.

²¹²C.J., Tobias Mc Fadden c. Sony Music Entertainment Germany GmbH, 15 septembre 2016, C-484/14, EU:C:2016:689.

titre gratuit ne saurait jamais constituer un service de la société de l'information »²¹³. Elle précise que lorsqu'une telle prestation est fournie « à des fins publicitaires pour des biens vendus ou des services fournis par ce prestataire », alors son coût est « intégré dans le prix de vente de ces biens ou de ces services »²¹⁴. Ainsi, elle conclut qu'« une prestation [...], fournie par l'exploitant d'un réseau de communication et consistant à mettre celui-ci gratuitement à la disposition du public constitue un service de la société de l'information »²¹⁵. En l'occurrence, même si des services comme Google Actualités se prétendent gratuits, ils impliquent en réalité une contrepartie en utilisant et en monétisant les données personnelles des utilisateurs²¹⁶. Ce type d'activité économique est donc visé par l'article 15 de la directive²¹⁷.

Les GAFAM proposent des services dans de nombreux domaines (recherche en ligne, réseaux sociaux, vente en ligne...). Plus précisément, nous pouvons dire que les services d'information d'actualités qu'ils proposent (Google Actualités, Apple News, Facebook News et Microsoft News) sont visés par la directive²¹⁸. Ils remplissent en effet tous les critères pour être considérés comme des services de la société de l'information. En revanche, la télé ou la radio, qui diffusent l'information d'un point à un multipoint, ne seront jamais concernés par cette notion, n'étant pas offert à la demande individuelle d'un destinataire de service²¹⁹. C'est à ce stade de nos développements que nous pouvons affirmer que le législateur a réduit l'application de cette directive aux réseaux numériques.

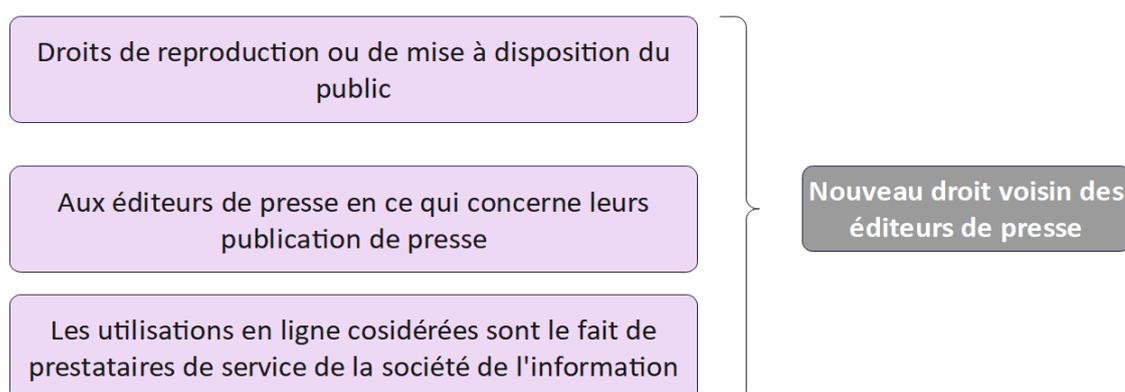


Figure 18 : Champ d'application du nouveau droit voisin des éditeurs de presse, schéma réalisé par l'auteure

²¹³ C.J., Tobias Mc Fadden c. Sony Music Entertainment Germany GmbH, 15 septembre 2016, C-484/14, EU:C:2016:689, point 41.

²¹⁴ C.J., Tobias Mc Fadden c. Sony Music Entertainment Germany GmbH, 15 septembre 2016, C-484/14, EU:C:2016:689, point 42.

²¹⁵ C.J., Tobias Mc Fadden c. Sony Music Entertainment Germany GmbH, 15 septembre 2016, C-484/14, EU:C:2016:689, point 43.

²¹⁶ N. WALCZAK, « La protection des données personnelles sur l'internet. Analyse des discours et des enjeux sociopolitiques », *Sciences de l'information et de la communication*, Université Lumière Lyon 2, France, 2014.

²¹⁷ N. BINCTIN et X. PRÈS, *op.cit.*, p. 155.

²¹⁸ F. GAULLIER, *op. cit.*, p.94; F. FERRI, *op.cit.*, p.27.

²¹⁹ P. CRISCENZO, « le cadre juridique des services de l'information en ligne », *Actualités du droit belge*, 22 novembre 2014, consulté le 15 avril 2024 à l'adresse <https://www.actualitesdroitbelge.be/droit-des-affaires/droit-commercial/le-cadre-juridique-des-services-de-l-information-en-ligne/services-de-la-societe-de-l-information---delimitation-de-la-notion>.

Les alinéas 2, 3 et 4 de l'article 15 .1²²⁰, établissent encore d'autres limitations :

« Les droits prévus au premier alinéa ne s'appliquent *pas aux utilisations, à titre privé ou non commercial, de publications de presse faites par des utilisateurs individuels.*

La protection accordée en vertu du premier alinéa ne s'applique *pas aux actes d'hyperliens.*

Les droits prévus au premier alinéa ne s'appliquent pas en ce qui concerne *l'utilisation de mots isolés ou de très courts extraits d'une publication de presse.* »²²¹

Ces trois limites sont le reflet de la mise en balance par le législateur des intérêts en jeu : d'une part, il faut accorder une protection plus forte aux éditeurs et agences de presse et, d'autre part, ne pas empiéter sur le droit d'accès à l'information des particuliers²²².

Il ressort de cette disposition que le droit voisin des éditeurs de presse ne s'applique pas « aux actes d'hyperlien »²²³. Cette exclusion trouve son origine dans la polémique qui a entouré l'adoption de la directive : les opposants à l'adoption de la directive alléguaient que celle-ci avait pour but d'introduire une « taxe sur les hyperliens » (une « link tax »), qui limiterait la liberté d'expression des internautes qui utilisent ces liens²²⁴.

A priori, les hyperliens ou liens hypertextes peuvent être définis comme « des renvois à une autre page web grâce à un clic sur un mot, ou tout autre élément en ligne »²²⁵. La Cour de justice a rendu plusieurs arrêts en la matière mais n'a cependant jamais défini précisément cette notion qui reste par conséquent assez vague. On peut en effet se demander si elle correspond plutôt au « code source, [aux] snippets ou [au] lien bleu qui apparaît en première ligne »²²⁶.

À cela s'ajoute une incertitude quant à ce que la notion recouvre sur le plan juridique²²⁷. En effet, à plusieurs reprises la Cour a estimé que des actes d'hyperliens ne constituaient pas des actes de communication au public. Ainsi, elle a affirmé lorsqu'elle a rendu l'arrêt *Svensson* que « la fourniture sur un site Internet de liens cliquables vers des œuvres librement disponibles sur un autre site Internet »²²⁸ ne constituait pas un acte de

²²⁰ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15(1).

²²¹ *Ibidem*.

²²² V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 9; M. REYNOLDS, « Google's Article 13 link tax threat has put publishers on red alert », *WIRED*, 21 novembre 2018, disponible sur <https://www.wired.co.uk/article/article-13-link-tax-eu-11>.

²²³ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15(1).

²²⁴ *Ibidem*; FERRI F., *op.cit.*, p. 21 à 38; V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 9.

²²⁵ AFP, « Comprendre la réforme sur le droit d'auteur », *Le Soir*, le 10 septembre 2018, consulté le 8 mars 2024 à l'adresse <https://www.lesoir.be/177656/article/2018-09-10/comprendre-la-reforme-sur-le-droit-dauteur>.

²²⁶ J.-M. BRUGUIÈRE, « Le droit voisin des éditeurs de presse dans la directive sur le droit d'auteur dans le marché numérique et sa transposition en droit français », *Légipresse*, n°371, mai 2019, p. 257.

²²⁷ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 9 ; N. MARTIAL-BRAZ, « Le droit voisin des éditeurs de presse ou la négociation biaisée », *R.I.D.A.*, n° 264, 2020, p. 177.

²²⁸ C.J., arrêt *Nils Svensson e.a. c. Retriever Sverige AB*, 13 février 2014, C-466/12, EU:C:2014:76, point 42.

communication au public, ne répondant pas à l'exigence de public nouveau²²⁹. Elle a ensuite décidé dans une ordonnance ultérieure que « Le seul fait qu'une œuvre protégée, librement disponible sur un site Internet, est insérée sur un autre site Internet au moyen d'un lien utilisant la technique de la «transclusion» («framing») »²³⁰ n'impliquait pas une communication au public, ne répondant ni à l'exigence de public nouveau, ni à celle de communication suivant un mode technique spécifique différent de celui d'origine²³¹. Finalement, dans l'arrêt *GS Media*, La Cour a établi que des facteurs tels que le but lucratif et la connaissance réelle ou présumée du caractère illicite de la publication vers laquelle pointe l'hyperlien étaient des facteurs à prendre en compte pour déterminer si un hyperlien constituait ou non une communication au public²³².

À ce stade, il est donc impossible de dire si l'exclusion des hyperliens ne concerne (1) que les actes de communications via des hyperliens qui ne seraient pas considérés comme des actes de communication au public en vertu de la jurisprudence de la Cour ou si cela signifie (2) que le droit voisin ne s'applique en aucun cas lorsque l'utilisation de la publication de presse est réalisée via un hyperlien²³³. Cette deuxième hypothèse permettrait de contourner aisément l'application de l'article 15 de la directive 2019/790²³⁴.

Le droit voisin ne s'applique pas non plus à « l'utilisation de mots isolés ou de très courts extraits d'une publication de presse »²³⁵. La première partie de cette exclusion est facilement compréhensible. Il serait en effet totalement alambiqué de revendiquer un droit d'auteur ou un droit voisin sur un mot isolé²³⁶. Nous pouvons cependant nous interroger sur ce que recouvre exactement la notion de « très courts extraits d'une publication de presse ».

Le considérant 58 de cette directive²³⁷ nous apporte des précisions et nous permet de mieux cerner cette exclusion et les raisons de son adoption. Il souligne l'importance économique de l'utilisation de parties de publication de presse et ajoute qu'il est possible que cette utilisation « ne fragilise pas les investissements effectués par les éditeurs de publications de presse dans la production de contenus »²³⁸. Cela explique « que l'utilisation de mots isolés ou de très courts extraits de publications de presse [n'entrent pas] dans le champ des droits prévus dans la présente directive »²³⁹. Cette exclusion doit cependant être interprétée « de manière à ne pas affecter l'efficacité des droits prévus dans la présente directive »²⁴⁰.

²²⁹ C.J., arrêt *Nils Svensson e.a. c. Retriever Sverige AB*, 13 février 2014, C-466/12, EU:C:2014:76, points 25 à 31.

²³⁰ C.J., ordonnance *BestWater International GmbH c. Michael Mebes et Stefan Potsch*, 21 octobre 2014, C-348/12, EU:C:2014:2315, point 20.

²³¹ *Ibidem*.

²³² C.J., arrêt *GS Media BV c. Sanoma Media Netherlands BV e.a.*, 8 septembre 2016, C-160/15, ECLI:EU:C:2016:644, point 56.

²³³ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 9.

²³⁴ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15.

²³⁵ *Ibidem*.

²³⁶ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 9.

²³⁷ Directive 2019/790, *op.cit*, considérant 58.

²³⁸ *Ibidem*.

²³⁹ *Ibidem*.

²⁴⁰ *Ibidem*.

Après ces quelques développements, il est clair que la volonté du législateur lorsqu'il a établi cette exclusion était de permettre l'utilisation de courts extraits lorsqu'ils sont insuffisants pour contourner les sites des éditeurs de presse parce qu'ils ne condensent pas de manière satisfaisante le contenu de l'article. Ainsi, tout *snippet* qui rend possible le « scanning effect » ne bénéficiera pas de cette exclusion. Comme nous l'avons précédemment évoqué, le législateur était à la recherche d'un certain équilibre²⁴¹. Cette approche fonctionnelle de la notion a d'ailleurs été retenue dans le rapport français²⁴².

En tout état de cause, certains auteurs affirment qu'il est certain que toute limite quantitative doit être écartée²⁴³. Selon eux, cette notion ne dépend certainement pas d'un nombre de mots précis à ne pas dépasser. Ainsi, l'enjeu résiderait davantage dans l'établissement d'un seuil qualitatif qui déterminerait dans quelle mesure l'utilisation de « très courts extraits » porterait préjudice aux « investissements effectués par les éditeurs de publications de presse »²⁴⁴. Cette évaluation devra donc être réalisée au cas par cas²⁴⁵. Cependant, lorsqu'elle a rendu son arrêt *Infopaq*²⁴⁶, la Cour de Justice de l'Union européenne a établi qu'une suite de onze mots peut être « considérée comme originale si cet extrait exprime la création intellectuelle propre à l'auteur »²⁴⁷. Le droit voisin des éditeurs de presse ne constituant *in fine* que le prolongement d'un droit d'auteur, nous pourrions légitimement nous attendre à ce que la notion de « très courts extraits » soit interprétée en ce sens qu'elle soit inférieure à onze mots.

La directive exclut encore de son champ d'application les « utilisations, à titre privé ou non commercial, de publications de presse faites par des utilisateurs individuels »²⁴⁸. Ici, l'objectif du législateur européen semble être de préserver le droit à l'information des particuliers²⁴⁹. Les utilisateurs sont donc protégés dans le cadre d'un échange d'informations entre eux.

Le législateur belge n'a pas pris la peine de transposer cette partie de la disposition, estimant qu'elle découlait déjà du prescrit de la directive²⁵⁰. Cependant, dans le recours interjeté par Facebook devant la Cour constitutionnelle, la plateforme estime pouvoir

²⁴¹ COMMISSION EUROPEENNE, « La réforme du droit d'auteur franchit le dernier obstacle: la Commission se félicite de l'approbation d'une réglementation modernisée adaptée à l'ère numérique », *communiqué de presse*, 15 avril 2019, disponible sur https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_19_2151.

²⁴² Rapport de Laurence Franceschini, conseiller d'Etat assistée de Marion Estivalèzes, sur l'objet et le champ d'application du droit voisin des éditeurs de publications de presse, Ministère de la Culture de la République française, France, 13 février 2018, p.15.

²⁴³ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 10.

²⁴⁴ Directive 2019/790, *op.cit.*, considérant 58.

²⁴⁵ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 10.

²⁴⁶ C.J.U.E., arrêt *Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening*, 16 juillet 2009, aff. C-05/08, ECLI:EU:C:2009:465.

²⁴⁷ C.J.U.E., arrêt *Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening*, 16 juillet 2009, aff. C-05/08, ECLI:EU:C:2009:465, § 48.

²⁴⁸ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15(1).

²⁴⁹ Directive 2019/790, *op.cit.*, considérant 54.

²⁵⁰ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 10 ; Projet de loi transposant la directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE, exposé des motifs, Doc. parl., Ch., 2021-2022, n°2608/001, p. 78.

bénéficier de cette exclusion. Elle affirme alors que « la tentative de justification du législateur belge ne convainc pas »²⁵¹. Selon le média social, les services qu'il propose sont principalement destinés à des utilisateurs individuels. Ils peuvent toutefois également être consultés ou utilisés par des personnes morales. Ainsi, de nombreux éditeurs de presse partagent des extraits ou des liens vers leur propre contenu, eux-mêmes, sur leur page Facebook. Il dispose alors d'un contrôle plein et entier sur ce contenu, contrairement à ce qui aurait été le cas avec un service d'agrégation comme Google. Facebook estime donc ne pas faire une « utilisation propre » des publications de presse téléversées sur sa plateforme et elle estime pouvoir bénéficier de cette exception. La plateforme ajoute d'ailleurs que l'intention même du législateur européen était de l'exclure du champ d'application de cette disposition, les considérants précisant que « l'article 15 a été motivé par la nécessité de réglementer la (ré)utilisation des publications de presse par des services tels que les agrégateurs de nouvelles et les services de surveillance des médias »²⁵².

Finalement, deux autres exclusions peuvent encore être ajoutées à celles précédemment abordées. Premièrement, à la lumière du considérant 57 de la directive, « Les droits octroyés aux éditeurs de publications de presse ne devraient pas s'étendre [...] *aux simples faits rapportés dans les publications de presse* »²⁵³.

Enfin, comme le prévoit l'article 15.2, « Les droits prévus au paragraphe 1 ne doivent pas être invoqués pour interdire l'utilisation d'oeuvres ou d'autres objets dont la protection a expiré. »²⁵⁴. Cette exclusion peut paraître surprenante, le droit voisin ayant vocation à s'appliquer à des publications de presse qui, de plus, ne doivent pas nécessairement faire l'objet d'une protection. Cependant, certains auteurs appréhendaient la mise en place d'un « cumul de protection » entre la protection classique de 70 ans *post mortem* et le nouveau droit voisin des éditeurs de presse²⁵⁵.

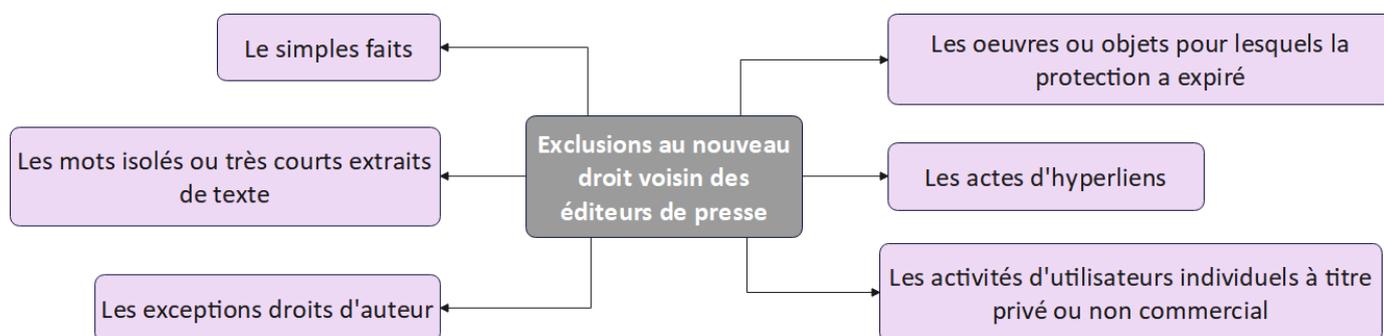


Figure 19 : Exclusions au nouveau droit voisin des éditeurs de presse, schéma réalisé par l'auteure

²⁵¹ C. C., affaire 7925.

²⁵² *Ibidem*.

²⁵³ Directive 2019/790, *op.cit*, considérant 57.

²⁵⁴ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15(2).

²⁵⁵ R. HARDOUIN, *op. cit.*, p. 24 à 25.

3. *Limite ratione tempore*

L'article 15.4 de la directive 720/2019²⁵⁶ prévoit une limitation dans le temps du nouveau droit voisin des éditeurs de presse. Ainsi, ce droit expire après un délai de deux années. Celui-ci ne commence cependant à courir qu'à partir du 1^{er} janvier de l'année qui suit la publication. De plus, ce nouveau droit voisin ne s'applique que pour les publications de presse parues après le 6 juin 2019.

4. *Intérêt/opportunité*

Certains auteurs se sont questionnés quant à l'utilité réelle de ce droit²⁵⁷. Certains sont même assez critiques à ce propos, qualifiant ce droit voisin d'« illégitime »²⁵⁸. Ainsi, R. Hardouin estime que ce nouveau droit ne permet pas de « mieux lutter contre les exploitations non autorisées des articles de presse, si ce n'est en permettant de disposer d'une durée de protection plus longue que celle du droit d'auteur existant sur les articles de presse »²⁵⁹. À cette critique, nous pouvons cependant opposer que ce droit voisin bénéficie aux éditeurs de presse en ce sens qu'ils ne devront plus prouver l'originalité des éléments copiés s'ils intentent une action en contrefaçon. De plus, ce nouveau droit voisin n'a pas vocation à s'appliquer aux « oeuvres ou d'autres objets dont la protection a expiré »²⁶⁰ et ne permet donc pas de bénéficier d'un « cumul de protection »²⁶¹, contrairement à ce qu'allègue cet auteur.

Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse, à notre sens, représente une évolution notable dans le domaine du droit d'auteur. Pour la première fois, le champ d'application d'un tel droit est restreint à son utilisation en ligne. Ce nouveau droit « automatique », qui ne nécessite pas l'existence d'une condition d'originalité ou d'investissement, protège les éditeurs de presse et rééquilibre les négociations qui pourraient avoir lieu entre eux et les prestataires de services de la société de l'information. Une rémunération plus juste pour l'utilisation de leurs publications de presse en ligne va pouvoir être négociée²⁶². Cependant, bien que poursuivant un intérêt tout à fait légitime, nous pouvons nous interroger quant à l'opportunité réelle que représente ce droit. En réalité, comme nous le verrons, la problématique qui sous-tend cette directive relève tout à la fois de la propriété intellectuelle, de la concurrence et du financement de la presse. Alors est-ce que l'intervention du législateur de l'Union représente réellement une avancée pour les éditeurs de presse ?

D'ailleurs, il semble clair que l'adoption de ce nouveau droit voisin est sous-tendue par des considérations d'opportunité et qu'une harmonisation en la matière sera rendue difficile en raison des différentes imprécisions qui caractérisent l'article 15 de la directive. En effet, cette disposition est encore très lacunaire -bien que nous ne doutions pas que le juge précisera d'ici

²⁵⁶ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15(4).

²⁵⁷ R. HARDOUIN, *op.cit.*, p. 24 à 25; F. GAULLIER, *op.cit.*, p.98.

²⁵⁸ R. HARDOUIN, *op. cit.*, p. 24 à 25.

²⁵⁹ *Ibidem.*

²⁶⁰ Directive 2019/790, *op. cit.*, art. 15(2).

²⁶¹ R. HARDOUIN, *op. cit.*, p. 24 à 25.

²⁶² V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 11.

quelques années la portée de ces incertitudes- et la transposition indépendante dans chaque pays ne manque pas de soulever des interrogations²⁶³. L'ambition du législateur de l'Union n'était-elle pas trop limitée ? n'aurait-il pas mieux valu adopter une directive permettant un plus grand degré d'harmonisation ?

D. Transposition de la directive en Europe

Nous présenterons, par l'intermédiaire de la *figure 20* ci-dessous, un bref état des lieux de la transposition de la directive en Europe. Nous analyserons ensuite plus en détail certaines de ces transpositions, puisque la directive, bien qu'initialement prévue pour améliorer la négociation entre les éditeurs de presse et les prestataires de services de la société de l'information, n'a rien prévu quant à la mise en œuvre pratique du droit voisin. Elle n'a en effet pas prévu un droit unitaire qui serait valable dans l'ensemble de l'Union européenne. Des divergences apparaissent donc lors de sa transposition dans les différents droits nationaux indépendants. La directive ne saurait par conséquent rencontrer que difficilement son objectif, en plus de fragmenter encore davantage qu'elle ne l'était auparavant la gestion des droits d'auteurs et des droits voisins au sein de l'Union européenne²⁶⁴.

²⁶³ *Ibidem*.

²⁶⁴ V. CASSIERS, op. cit., p. 13.

Transposition de l'article 15 de la directive : Etat des lieux		
Allemagne	Transposition effectuée	Gesetz zur Anpassung des Urheberrechts an die Erfordernisse des digitalen Binnenmarkts vom 31 mai 2021
Autriche	Transposition tardive	Bundesgesetz, mit dem das Urheberrechtsgesetz, das Verwertungsgesellschaftengesetz 2016 und das KommAustria-Gesetz geändert werden (Urheberrechts-Novelle 2021)
Belgique	Transposition tardive	Loi du 19 juin 2022 transposant la Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les Directives 96/9/CE et 2001/29/C
Bulgarie	Transposition tardive	Закон за изменение и допълнение на Закона за авторското право и сродните му права
Chypre	Transposition tardive	Ο περί του Δικαιώματος Πνευματικής Ιδιοκτησίας και Συγγενικών Δικαιωμάτων (Τροποποιητικός) Νόμος του 2022
Croatie	Transposition tardive	Zakon o autorskom pravu I srodnim pravima
Danemark	Transposition effectuée	Lov om ændring af lov om ophavrest (no 1121)
Espagne	Transposition tardive	Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de [...] ejercicio de derechos de autor y derechos afines aplicables a determinadas transmisiones en línea y a las retransmisiones de programas de radio y televisión [...]
Estonie	Transposition tardive	Autoriõiguse seaduse muutmise seadus
Finlande	Transposition tardive	Laki tekijänoikeuslain muuttamisesta / Lag om ändring av upphovsrättslagen (263/2023), 3.3.2023
France	Transposition effectuée	LOI no 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse
Grèce	Transposition tardive	Καθορισμός κανόνων σχετικά με την άσκηση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και των συγγενικών δικαιωμάτων που ισχύουν για ορισμένες επιγραμμικές μεταδόσεις ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών και αναμεταδόσεις τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών προγραμμάτων, με τη διατήρηση υψηλού επιπέδου προστασίας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και των συγγενικών δικαιωμάτων στην ψηφιακή ενιαία αγορά και με το δικαίωμα του δημόσιου δανεισμού και την αναπαραγωγή πρόσθετου αντιτύπου από μη κερδοσκοπικές βιβλιοθήκες ή αρχεία
Hongrie	Transposition effectuée	2021. évi XXXVII. törvény a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény és a szerzői jogok és a szerzői joghoz kapcsolódó jogok közös kezeléséről szóló 2016. évi XCIII. törvény jogharmonizációs célú módosításáról
Irlande	Transposition tardive	S.I. No 567 of 2021 European Union (Copyright and Related Rights in the Digital Single Market) Regulations 2021
Italie	Transposition effectuée	Attuazione della direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE.
Lettonie	Transposition tardive	Grozījumi Autortiesību likumā

Transposition de l'article 15 de la directive : Etat des lieux (suite)		
Lituanie	Transposition tardive	Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo Nr. VIII-1185 1, 2, 3, 5, 11, 15, 21, 22, 23, 32, 40, 42, 46, 48, 51, 53, 55, 56, 58, 59, 63, 65, 68, 70, 729, 7210, 7212, 7213, 7230, 7231, 75, 78, 80, 87, 89, 91, 92, 93, 95, 96 straipsnių, 3 priedo pakeitimo ir įstatymo papildymo 151, 152, 211, 221, 222, 401, 402, 403, 571, 651 straipsniais, VIII ir IX skyriais įstatymas Nr. XIV-970
Malte	Transposition tardive	Copyright and related rights in the Digital Single Market Regulations, 2021 - COPYRIGHT ACT(CAP. 415)
Luxembourg	Transposition tardive	Loi du 1er avril 2022 portant modification : 1° de la loi modifiée du 18 avril 2001 sur les droits d'auteur, les droits voisins et les bases de données ; 2° de la loi du 3 décembre 2015 relative à certaines utilisations autorisées des œuvres orphelines ; 3° de la loi du 25 avril 2018 relative à la gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins et l'octroi de licences multiterritoriales de droits sur des œuvres musicales en vue de leur utilisation en ligne dans le marché intérieur, en vue de la transposition de la directive 2019/790 [...]
Pays-Bas	Transposition effectuée	Wet van 16 december 2020 tot wijziging van de Auteurswet, de Wet op de naburige rechten, de Databankenwet en de Wet toezicht en geschillenbeslechting collectieve beheersorganisaties auteurs
Pologne	Pas d'information	
Portugal	Transposition tardive	Decreto-Lei n.º 47/2023, de 19 de junho, Diário da República n.º 117/2023, Série I de 2023-06-19, páginas 8 - 32, Transpõe a Diretiva (UE) 2019/790, relativa aos direitos de autor e direitos conexos no mercado único digital
République Tchèque	Transposition tardive	Zákon č. 429/2022 Sb., kterým se mění zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony
Roumanie	Transposition tardive	Lege nr 69/2022 pentru modificarea și completarea Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe
Slovaquie	Transposition tardive	Zákon č. 71/2022 Z. z., ktorým sa mení a dopĺňa zákon č. 185/2015 Z. z. Autorský zákon v znení neskorších predpisov
Slovénie	Transposition tardive	Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o avtorski in sorodnih pravicah, o kolektivnem upravljanju avtorske in sorodnih pravic
Suède	Transposition tardive	Lag om ändring i lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk; Lag om ändring i lagen (2017:322) om medling i vissa upphovsrättstvister ; Lag om ändring i lagen (2016:977) om kollektiv förvaltning av upphovsrätt ; Förordning om ändring i upphovsrättsförordningen (1993:1212)

Figure 20 : Mesures de transposition nationale communiquées par les États membres concernant la directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE.), PE/51/2019/REV/1, OJ L 130, 17.5.2019, p. 92 à 125 (BG, ES, CS, DA, DE, ET, EL, EN, FR, GA, HR, IT, LV, LT, HU, MT, NL, PL, PT, RO, SK, SL, FI, SV), tableau réalisé par l'auteure.

1. Analyse du système français

La France a été particulièrement rapide dans la transposition de la directive, qui interviendra par la loi du 24 juillet 2019²⁶⁵. Elle est le premier État Membre à avoir transposé l'article 15 de la directive 2019/790²⁶⁶. Cette transposition s'est faite par l'intermédiaire de l'article L. 218-1 à 5 du Code de propriété intellectuelle français²⁶⁷ et la réaction de Google ne s'est pas laissée attendre²⁶⁸.

En effet, dès septembre 2019, le géant du numérique a décidé de ne pas rémunérer et de ne plus permettre l'accès aux publications de presse des éditeurs qui refusent de lui accorder des licences gratuites. Face à cette attitude, les éditeurs de presse ont décidé de saisir l'Autorité de la concurrence, estimant que Google abusait de sa position dominante. Quand elle a rendu sa décision, l'Autorité de la concurrence s'est rangée du côté des éditeurs de presse. Elle a adressé des injonctions « à titre conservatoire et dans l'attente d'une décision au fond »²⁶⁹ à la société pour qu'elle négocie de bonne foi (1) avec les éditeurs qui le demandent dans les 3 mois (2), sans que ces négociations « n'affectent ni l'indexation, ni le classement, ni la présentation des contenus protégés » (3)²⁷⁰.

Google interjettera vainement appel devant la Cour d'Appel de Paris²⁷¹, qui ne fera que de rejeter l'ensemble des moyens invoqués²⁷² par la plateforme et de confirmer presque intégralement la précédente décision et les mesures conservatoires prononcées par l'Autorité de la concurrence. Elle ne reformera que l'injonction très générale qui enjoint à Google de négocier de manière à ne pas affecter l'indexation, le classement ou la présentation des contenus protégés. Elle la complètera de la sorte : « Cette injonction ne fait pas obstacle aux améliorations et innovations des services offerts par les sociétés Google LLC, Google Ire/and Ltd et Google France, sous réserve qu'elles n'entraînent, directement ou indirectement,

²⁶⁵ Loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse

²⁶⁶ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15.

²⁶⁷ Art. L218-1 à 5 du Code français de propriété intellectuelle.

²⁶⁸ A. RAFAELLI E., *Antitrust between EU Law and national law*, 1ère éd., Bruxelles, Bruylant, 2021, p. 29; C. MONNET, « Droit voisin des éditeurs de publications de presse : une mise en œuvre compliquée », *Le Monde du Droit*, 3 janvier 2022, disponible sur <https://www.lemondedudroit.fr/decryptages/79044-droit-voisin-des-editeurs-de-publications-de-presse-une-mise-en-oeuvre-compliquee.html>.

²⁶⁹ Autorité de la concurrence, décision 20-MC-01 du 09 avril 2020 relative à des demandes de mesures conservatoires présentées par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l'Alliance de la presse d'information générale e.a. et l'Agence France-Presse, France.

²⁷⁰ Autorité de la concurrence, décision 20-MC-01 du 09 avril 2020 relative à des demandes de mesures conservatoires présentées par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l'Alliance de la presse d'information générale e.a. et l'Agence France-Presse, France.

²⁷¹ Cour d'appel de Paris, pôle 5, septième Chambre, 8 octobre 2020, arrêt numéro 20/08071.

²⁷² Les principaux développements de la Cour lorsqu'elle a statué portaient sur le « moyen tiré de l'absence de pratique anticoncurrentielle probable imputable à Google », « l'atteinte grave et immédiate à l'économie générale ou au secteur de la presse » et « sur le caractère nécessaire et proportionné des mesures conservatoires ».

aucune conséquence préjudiciable aux intérêts des titulaires de droits voisins concernés par les négociations prévues par l'article 1 de la présente décision »²⁷³.

Google finira d'ailleurs par être condamné par l'Autorité pour non-respect des injonctions prononcées plus tôt²⁷⁴.

La transposition de cette directive en droit français, au-delà de cela, présente encore plusieurs caractéristiques intéressantes et singulières.

En effet, en France l'article L218-4 du Code de propriété intellectuelle²⁷⁵ dispose que pour calculer la rémunération des éditeurs de presse, il faut prendre en compte « des éléments tels que les investissements humains, matériels et financiers réalisés par les éditeurs et les agences de presse, la contribution des publications de presse à l'information politique et générale et l'importance de l'utilisation des publications de presse par les services de communication au public en ligne »²⁷⁶. La loi évoque donc certains critères à prendre en compte pour calculer la rémunération des éditeurs de presse. Elle n'est cependant pas prévue de manière détaillée, ce qui laisse une marge de manœuvre dans la négociation entre les parties.

Par ailleurs, les éditeurs de presse ont la possibilité de négocier de manière individuelle ou collective avec les prestataires des services d'information²⁷⁷. Ce choix a notamment permis à plus de 300 éditeurs de presse de négocier avec Google par l'intermédiaire de l'Alliance de la Presse d'information Générale²⁷⁸.

En ce qui concerne le partage de rémunération avec les auteurs, contenu à l'article 15.5 de la directive²⁷⁹, la France a opté pour la détermination de cette rémunération à travers une convention collective²⁸⁰. À cet égard, une obligation de transparence a par ailleurs été mise en place²⁸¹. Cette obligation prévoit que les auteurs reçoivent au moins une fois par an une information complète sur la méthode de calcul de leur part de rémunération. Cette obligation est une bonne chose puisque les accords potentiellement passés entre les éditeurs de presses et les géants du numériques ne sont pas publics. Il pourrait donc être difficile pour les auteurs d'évaluer si la part qu'ils reçoivent est effectivement appropriée sans cette obligation d'information²⁸².

La transposition française révèle un engagement fort en faveur de la protection des droits des éditeurs de presse et des auteurs. Ses caractéristiques principales sont de favoriser

²⁷³ A. RONZANO, « Propriété intellectuelle : La Cour d'appel de Paris confirme presque intégralement la décision imposant à un moteur de recherche de négocier avec les éditeurs de presse (Google) », *Competition Laws Review*, n°97131, 2021, p. 1-4.

²⁷⁴ J. LARRIEU, « La condamnation de Google face aux éditeurs de presse », *Dalloz*, 2021, n°30, p. 1624.

²⁷⁵ Art. L218-4 du Code français de propriété intellectuelle.

²⁷⁶ *Ibidem*.

²⁷⁷ Rapport d'information de l'Assemblée nationale sur l'application du droit voisin au bénéfice des agences, des éditeurs et professionnels du secteur de la presse, n°4902, France, le 12 janvier 2022, disponible sur https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/opendata/RINFANR5L15B4902.html#_Toc256000007.

²⁷⁸ « Alliance de la Presse d'Information Générale », *Alliance presse*, disponible sur <https://www.alliancepresse.fr/>

²⁷⁹ Directive 2019/790, *op. cit.*, art. 15(5).

²⁸⁰ Art. L218-5-I du Code français de propriété intellectuelle.

²⁸¹ Rapport d'information de l'Assemblée nationale, *op.cit.*

²⁸² *Ibidem*.

la négociation et la transparence afin de garantir une rémunération équitable dans l'environnement numérique.

2. Analyse du système belge

Avant tout, il est intéressant de constater qu'en Belgique, en 2011, l'arrêt *Copiepresse*²⁸³ constituait déjà une victoire judiciaire contre Google pour les éditeurs de presse belges. En effet, cet arrêt a permis aux éditeurs belges d'obtenir de Google la cessation de la reproduction d'extraits d'articles de journaux sans autorisation²⁸⁴. Ainsi, Google Actualités n'a plus pu indexer les publications de presse belges et le conflit s'est terminé par le déréférencement de leurs articles. Le résultat fut catastrophique et la presse belge a vu son audience chuter à la suite de cette décision. Finalement, les parties sont parvenues à un accord où elles ont fait des concessions réciproques et les articles de presse belges ont été à nouveau référencés par Google²⁸⁵.

En Belgique, la transposition de la directive 2019/720 s'est faite par l'intermédiaire de la loi du 19 juin 2022 transposant la directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE²⁸⁶. La plupart de ses dispositions, dont le droit voisin des éditeurs de presse, sont entrées en vigueur le 1^{er} août 2022. En son article 37²⁸⁷, cette loi a inséré une nouvelle section 6/1 dans le livre XI, titre 5, chapitre 3, du Code de droit économique²⁸⁸. Cette section a pour nom « Dispositions relatives aux éditeurs de presse »²⁸⁹.

Cette loi a fait l'objet de différents recours partiels en annulation actuellement pendants devant la Cour Constitutionnelle. Ils ont été introduits par un panel de requérants constitué essentiellement de géants du numérique et de l'industrie musicale²⁹⁰. Les revendications de Meta sont dignes d'intérêt car contrairement aux autres requêtes, elles portent sur la transposition des articles applicables aux éditeurs et pas sur des droits à la rémunération²⁹¹. L'affaire est toujours en cours d'examen et le recours en annulation ne porte pas atteinte à l'applicabilité de la législation. Elle reste donc en vigueur²⁹².

²⁸³ Bruxelles (9^e ch.), 5 mai 2011, 2007/AR/1730 disponible sur <https://juportal.be/home/accueil>

²⁸⁴ *Ibidem*.

²⁸⁵ R. HARDOUIN, *op. cit.*, p. 25.

²⁸⁶ Loi du 19 juin 2022 transposant la Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les Directives 96/9/CE et 2001/29/CE

²⁸⁷ Loi du 19 juin 2022, *op. cit.*, art. 37.

²⁸⁸ Art. XI.216/1, XI.216/2 et XI.216/3 C.D.E.

²⁸⁹ Livre XI, titre 5, chapitre 3, section 6/1 C.D.E.

²⁹⁰ Affaires jointes 7922, 7924, 7925, 7926 et 7927.

²⁹¹ A. LACOURT, C. RADEL-CORMANN et B. GROKENBERGER, *Juste rémunération des auteurs et artistes interprètes de l'audiovisuel dans les accords de licence*, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2023, p. 91 à 92.

²⁹² *Ibidem*.

Le tableau ci-dessous reprend la transposition article par article dans le droit belge de la directive.

	<i>Directive 2019/790</i>	<i>Droit belge</i>
<i>Rapport droit d'auteur-droit voisin</i>	Article 15, §2	Transposition inutile
<i>Objet du droit voisin</i>	Article 2, §4+ considérant 56	Article XI.216/1§1 C.D.E.
<i>Contenu du droit voisin</i>	Article 15 avec renvoi articles 2 et 3§2 2001/29/CE	Article 216/2, §1 du C.D.E.
<i>Durée du droit voisin</i>	Article 15, §4	Article 216/3 C.D.E.
<i>Titulaire du droit voisin</i>	Article 15, §1 ^{er}	L'article 216/2, § 1er, C.D.E.
<i>Limites ratione materiae</i>	Articles 5, §3 et 15, § 1, alinéas 2, 3, 4. Considérant 57	Exceptions au droits d'auteur Article 216/2, § 1er, 1° et 2°, C.D.E. Article I.18, 1°, C.D.E. Art. 216/2, § 4, 1°, C.D.E. Article XI.217, 1° et 2°, C.D.E. Article XI.217, 1° et 2°, C.D.E. Article 10 CEDH et 11 Charte des droits fondamentaux
<i>Partage de rémunération avec les auteurs</i>	Article 15, § 5	Article 216/2 §6 CDE

Figure 21 : transposition de la directive 2019/790 en droit belge, tableau réalisé par l'auteure

Évoquons quelques autres singularités notables du système belge :

En ce qui concerne les sanctions applicables aux atteintes à ce nouveau droit voisin des éditeurs de presse, le législateur a rendu applicable les mesures, procédures et sanctions déjà prévues en cas de violation d'un autre droit voisin²⁹³. Il a aussi inséré les articles XVII.34/1 à XVII.34/5 dans le C.D.E.²⁹⁴ qui enjoignent au Roi de créer « un service de lutte contre les atteintes au droit d'auteur et aux droits voisins commises en ligne »²⁹⁵. Son entrée en vigueur dépend de l'adoption de l'arrêté royal à cet égard²⁹⁶. Ledit service sera sous l'autorité et le contrôle du président du tribunal de l'entreprise et veillera à ce que les décisions prises par cette juridiction en ce qui concerne des mesures de retrait ou de blocage soient rendues effectives. Ces mesures concernent l'ensemble des droits d'auteur, des droits voisins et des

²⁹³ V. CASSIERS, op. cit., p. 11.

²⁹⁴ Art. XVII.34/1 à XVII.34/5 C.D.E.

²⁹⁵ V. CASSIERS, op. cit., p. 11.

²⁹⁶ E. CORNU et R. MEYS, « La transposition en droit belge de la directive sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique », *J.T.*, n° 6919, 2022/39, p. 774-787.

droits sui generis sur les bases de données. Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse n’y échappe donc pas²⁹⁷.

Par ailleurs, en Belgique, le législateur a décidé d’adopter un régime similaire au « modèle australien »²⁹⁸. Ce modèle se caractérise par une phase de négociation qui sera suivie, en cas d’échec lors des négociations, par le recours à un « arbitrage » dont la décision sera obligatoire²⁹⁹. En l’occurrence, il ne s’agit cependant pas d’un arbitrage classique au sens du Code Judiciaire. Ici, « L’éditeur de presse et le prestataire de services de la société de l’information doivent négocier de bonne foi en ce qui concerne les [modalités d’exploitation de la publication de presse] et la rémunération due à cet égard » et, à l’issue d’un délai de 4 mois, si la négociation échoue, la partie dite « la plus diligente » peut saisir l’IBPT et mettre en œuvre une procédure de règlement des litiges. Ainsi, le montant de la rémunération due à l’éditeur pourra être déterminé et donner lieu à une décision administrative contraignante. Un appel de cette décision pourra enfin éventuellement être intenté devant la Cour des marchés³⁰⁰.

L’article 216/2, §2 du C.D.E.³⁰¹ impose encore aux prestataires de services de la société de l’information une obligation d’information. Le jour suivant la notification de la demande écrite de l’éditeur de presse, le prestataire devra fournir dans le mois « des informations actualisées, pertinentes et complètes sur l’exploitation des publications de presse afin que l’éditeur de presse puisse évaluer la valeur du droit [voisin] » qui contiennent notamment « le nombre de consultations des publications de presse et [...] les revenus que le prestataire de services de la société de l’information tire de l’exploitation des publications de presse »³⁰². Ces informations doivent demeurer confidentielles³⁰³.

Enfin, en ce qui concerne le partage de rémunération avec les auteurs en Belgique, contrairement à la directive qui est très générale en la matière, le législateur belge détaille davantage les modalités d’application de ce partage. Il précise d’ailleurs que la part revenant aux auteurs est incessible et devra être fixée dans une convention collective conclue entre ceux-ci et les éditeurs de presse. Si les parties ne parviennent pas à un accord, ils devront tenter une médiation³⁰⁴ et si elle n’aboutit pas non plus, elles pourront solliciter l’intervention d’une commission composée par leurs représentants propres et présidée par un représentant du Ministre³⁰⁵.

²⁹⁷ V. CASSIERS, op. cit., p. 11.

²⁹⁸ Treasury Laws Amendment, News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code, Act 2021, n° 21, 2021, disponible sur <https://www.legislation.gov.au/Details/C2021A00021>.

²⁹⁹ V. CASSIERS, op. cit., p. 11.

³⁰⁰ V. CASSIERS, op. cit., p. 12 ; Art. 216/2, §2 C.D.E.

³⁰¹ *Ibidem*.

³⁰² *Ibidem*.

³⁰³ V. CASSIERS, op. cit., p. 12.

³⁰⁴ Art. 1724 à 1737 Code Judiciaire.

³⁰⁵ Art. 216/2, §8, C.D.E.

La Belgique a mis en place un mécanisme de gestion collective obligatoire en la matière³⁰⁶. L'article 216/2, §6 du C.D.E.³⁰⁷ dispose à ce titre que le Roi devra désigner un organisme de gestion représentatif de tous les autres afin de conclure ladite convention collective et de centraliser la gestion de la part de rémunérations des auteurs. Les éditeurs auront une obligation de transparence vis-à-vis de ces organismes³⁰⁸ (article 216/2, §7) et devront remettre à ces derniers, dans un délai d'un mois à la suite de l'introduction d'une demande écrite, « des informations actualisées, pertinentes et complètes sur les rémunérations qu'ils perçoivent pour l'utilisation des publications de presse. »³⁰⁹. Ces informations doivent demeurer confidentielles³¹⁰.

En résumé, la Belgique démontre un engagement sérieux dans la protection des droits des éditeurs de presse et des auteurs, en mettant en place des mécanismes de négociation, d'arbitrage et de gestion collective, tout en veillant à la transparence et à la confidentialité des informations. Elle a par ailleurs mis en place des sanctions dissuasives en cas de non-respect de ces obligations.

3. Analyse du système italien

En ce qui concerne la transposition de la directive, le cas de l'Italie est particulièrement intéressant. *L'attuazione della direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercatounico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE*³¹¹ est la loi qui transpose la directive 2019/790 en Italie. Elle est entrée en vigueur le 12 décembre 2021.

Cette loi dispose qu'une autorité indépendante appelée *Autorita per le garanzie nelle comunicazioni* ou AGCOM, dans un délai de 60 jours à partir de son entrée en vigueur, déterminera les critères de référence pour la détermination du montant du droit voisin. Pour déterminer ces critères, l'AGCOM devra notamment tenir compte « du nombre de consultations en ligne des articles, des années d'activité et de la pertinence du marché des éditeurs visés et du nombre de journalistes employés, des investissements technologiques et infrastructurels des deux parties, et des avantages économiques découlant, pour les parties, des publications de presse en termes de visibilité et de revenus publicitaires »³¹².

L'AGCOM pourra aussi être saisie par une des parties si elles ne parviennent pas à un accord sur le montant de la compensation financière dans les 30 jours qui suivent la demande d'ouverture des négociations. Elle déterminera alors, sur des critères qu'elle aura

³⁰⁶ Ainsi, la rémunération due aux auteurs est gérée par des organismes de gestion collectives, établis en Belgique; V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 12.

³⁰⁷ Art. 216/2, §6 C.D.E.

³⁰⁸ Art. 216/2, §7 C.D.E.

³⁰⁹ Art. 216/2, §7 C.D.E.

³¹⁰ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 12.

³¹¹ *Attuazione della direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercatounico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE.*

³¹² Rapport d'information de l'Assemblée nationale, *op.cit.*

préalablement établis, quelle proposition économique est conforme à ses critères ou, le cas échéant, fixera unilatéralement le montant de la rémunération due³¹³.

Cette autorité surveille aussi le respect de l'obligation d'information que les fournisseurs de la société de l'information ont vis-à-vis des éditeurs ou d'elle-même. À la demande de ces derniers, les fournisseurs doivent en effet mettre à disposition toutes données qui pourraient permettre de déterminer le montant d'une compensation financière équitable. Si ces données ne sont pas communiquées dans les 30 jours après la formulation de la demande, l'AGCOM peut infliger une amende administrative -qui peut s'élever jusqu'à 1% du chiffre d'affaires réalisé au cours du dernier exercice- aux fournisseurs³¹⁴.

La transposition italienne de la directive DAMNUN est donc particulièrement intéressante : elle met en place un mécanisme de fixation de rémunération en cas d'absence d'accord entre les parties et fait intervenir l'AGCOM pour garantir une application uniforme et transparente de critères déterminés. En plus, en Italie, des sanctions dissuasives sont prévues en cas de non-respect des obligations mises en place lors de la transposition de la directive et un système d'arbitrage est mis en place à défaut d'entente entre les parties. Finalement, ce qui est assez remarquable est qu'elle implique la responsabilité des acteurs numériques et leur demande une participation active dans le processus de détermination de la rémunération équitable des éditeurs de presse.

4. Analyse du système néerlandais

Les Pays-Bas ont rapidement transposé, de manière très simple, la directive 2019/790. Cette transposition s'est faite par l'intermédiaire de la loi intitulée « Wet van 16 december 2020 tot wijziging van de Auteurswet, de Wet op de naburige rechten, de Databankenwet en de Wet toezicht en geschillenbeslechting collectieve beheersorganisaties auteurs- en naburige rechten in verband met de implementatie van Richtlijn (EU) 2019/790 van het Europees parlement en de Raad van 17 april 2019 inzake auteursrechten en naburige rechten in de digitale eengemaakte markt en tot wijziging van de Richtlijnen 96/9/EG en 2001/29/EG (Implementatiewet richtlijn auteursrecht in de digitale eengemaakte markt) »³¹⁵.

La définition de la publication de presse contenue dans la directive³¹⁶ est presque reprise mot pour mot dans la loi néerlandaise³¹⁷. En son article 7ter, la loi néerlandaise³¹⁸ retranscrit, à nouveau mot pour mot, les droits conférés par l'article 15.1 de la directive³¹⁹. Le

³¹³ *Ibidem*.

³¹⁴ *Ibidem*.

³¹⁵ Wet van 16 december 2020 tot wijziging van de Auteurswet, de Wet op de naburige rechten, de Databankenwet en de Wet toezicht en geschillenbeslechting collectieve beheersorganisaties auteurs- en naburige rechten in verband met de implementatie van Richtlijn (EU) 2019/790 van het Europees parlement en de Raad van 17 april 2019 inzake auteursrechten en naburige rechten in de digitale eengemaakte markt en tot wijziging van de Richtlijnen 96/9/EG en 2001/29/EG (Implementatiewet richtlijn auteursrecht in de digitale eengemaakte markt

³¹⁶ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.2.

³¹⁷ R. CHAVANNES, « The Dutch DSM copyright transposition bill : safety first (up to a point) – Part 1 », *Kluwer Copyright Blog*, 11 juin 2021.

³¹⁸ Wet van 16 december 2020, *op.cit.*, art. 7.

³¹⁹ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15.

gouvernement précise à ce titre que ces droits ne concernent que les agrégateurs d'informations et les services de veille médiatique³²⁰. Cette formulation est donc légèrement différente de celle que l'on peut trouver au considérant 54 de la directive³²¹, qui ne cite ces derniers qu'à titre d'exemples et qui n'exclut pas totalement tout autre type de fournisseur de services³²².

Les exclusions pour les utilisations privées ou commerciales par des utilisateurs individuels, les actes d'hyperliens, l'utilisation de mots isolés ou de très courts extraits et l'utilisation d'œuvres ou d'autres objets dont la protection a expiré sont énumérées à l'article 7ter, paragraphe 2 de la loi néerlandaise³²³. Cette transposition, à cet égard, est plus conforme à la directive que ne l'est l'approche française où l'exclusion des hyperliens et des très courts extraits a été transposée sous la forme d'une exception³²⁴.

En ce qui concerne la notion de très courts extraits, le gouvernement néerlandais renvoie à l'interprétation du droit de reproduction de l'auteur adoptée par la CJUE³²⁵. Cependant, comme le montre *la figure 22*, diverses modifications ont eu lieu au niveau de l'exposé des motifs entre le projet de consultation et la version finale en ce qui concerne l'utilisation des images qui accompagnent les publications de presse³²⁶.

An information society service provider may therefore continue to copy hyperlinks with newspaper headlines accompanied by several words or very short extracts including thumbnail photographs from a press publication, without the prior authorisation of the publisher. The copying of thumbnails can form a citation and is authorised in such cases. It is not the intention that publishers will monopolise factual information with an intellectual property right (see recital 57 where it is stated that the protection does not extend to the pure facts reported in the press publications). On the other hand, it is also not the intention that the protection granted should become illusory as a result of an overly generous interpretation of this exclusion. Ultimately, the court of Justice of the European Union has jurisdiction to give an authentic interpretation. [changes from consultation draft to final version shown in [purple], RDC]

Figure 22 : CHAVANNES R., changements notables de l'exposé des motifs entre le projet de consultation et la version finale, The Dutch DSM copyright transposition bill: safety first (up to a point) – Part 1, 2020, Kluwer Copyright Blog.

Concrètement, nous pouvons remarquer que le projet de consultation suggérait que la notion de « très courts extraits » pouvait inclure des images (et ainsi, se situer hors du champ d'application du nouveau droit voisin des éditeurs de presse). La version finale a été modifiée dans ce sens que ces images ne peuvent qu'être permises en tant que citation. Cette interprétation restrictive de la notion de très courts extraits pourrait cependant être remise en cause³²⁷.

³²⁰ R. CHAVANNES, *op.cit.*

³²¹ Directive 2019/790, *op.cit.*, considérant 54.

³²² *Ibidem.*

³²³ Wet van 16 december 2020, *op.cit.*, art. 7.

³²⁴ Rapport d'information de l'Assemblée nationale, *op.cit.*

³²⁵ C.J.U.E., arrêt Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening, 16 juillet 2009, aff. C-05/08, ECLI:EU:C:2009:465.

³²⁶ R. CHAVANNES, *op.cit.*

³²⁷ R. CHAVANNES, *op.cit.*

E. Conclusion

Dans une perspective de droit comparé, nous nous sommes donc penchés sur la manière dont les États membres ont transposé la directive. Nous l'avons fait en abordant les cas français, belge, italien et néerlandais. Cette analyse montre une variété d'approches, chaque pays adaptant la directive à son contexte législatif national et à ses spécificités. Malgré tout, tous ces pays ont un objectif en commun : ils veulent rééquilibrer le rapport de force entre les éditeurs de presse et les géants du numérique en assurant aux premiers une juste rémunération pour la valeur qu'ils créent. Comme nous le découvrirons dans la suite de notre exposé, par le passé, les cas de l'Espagne et de l'Allemagne – pionniers dans la matière – ne se sont pas montrés très concluants. Cependant, les différentes adoptions et transpositions de la directive dans les droits nationaux semblent assez positives dans l'application de ce nouveau droit voisin. À titre d'illustration, en France, comme nous l'avons déjà expliqué, la négociation entre Google et les éditeurs de presse a finalement été forcée, contrairement à ce qui a pu se produire en Allemagne quelques années auparavant.

En ce qui concerne les Pays-Bas, leur transposition nationale est conforme à la directive, ne cherchant ni à en atténuer les limites, ni à proposer des interprétations originales des compromis élaborés. La France a été plus innovante et a mis en place un système de gestion collective volontaire en ce qui concerne la négociation entre les titulaires de droits avec les utilisateurs de contenus. Dès lors, ce sont des organismes de gestion collective qui seront chargés de négocier des accords-cadres qui seront ensuite adaptés individuellement pour chaque membre de l'organisation. La Belgique et l'Italie ont, quant à elles, opté pour un système de fixation administrative des conditions de la licence par un régulateur à défaut d'entente entre les éditeurs de presse et les fournisseurs de la société de l'information. L'Italie est d'ailleurs un exemple particulièrement intéressant d'un pays qui a choisi ce type de mécanisme.

VI. Les enjeux sous-jacents au droit voisin des éditeurs de presse

A. Lien entre droit de la propriété intellectuelle, concurrence et régulation

Le droit de la propriété intellectuelle crée un monopole d'exploitation pour son auteur. *A priori*, c'est donc un rapport plutôt conflictuel qui s'articule entre celui-ci et le droit de la concurrence (ce dernier étant chargé de lutter contre les pratiques anticoncurrentielles)³²⁸. Or, en ce qui concerne la mise en œuvre de l'article 15 de la nouvelle directive 2019/790³²⁹, nous sommes confrontés à une situation plutôt originale. En effet, le droit voisin des éditeurs de presse est étroitement lié au droit de la concurrence³³⁰. Il peut même en dépendre. En l'occurrence, en France, il n'a d'ailleurs pu produire ses effets qu'après l'intervention de l'Autorité de la concurrence³³¹.

Comme nous l'avons déjà évoqué, ce droit est censé assurer une rémunération aux éditeurs pour l'utilisation de leurs publications de presse de la part des prestataires de services de la société de l'information. Cependant, ce droit est difficilement applicable en pratique : cette difficulté réside dans le grand déséquilibre qui caractérise le marché de la presse en ligne³³². En effet, les éditeurs de presse disposent d'un poids économique bien inférieur à celui des géants du web alors qu'ils sont dépendants de ces derniers en raison du trafic qu'ils génèrent sur leurs journaux en ligne. L'objectif visé par la directive est donc difficilement conciliable avec la pratique, les agrégateurs de contenus n'étant pas eux-mêmes dépendants des éditeurs de presse.

D'ailleurs, en France, Google a rapidement contourné cette volonté de rémunération et a fait signer des licences à titre gratuit aux éditeurs de presse, contraints d'y souscrire sous peine de voir leurs contenus disparaître de la plateforme³³³. C'est là qu'intervient le droit de la concurrence. En 2020, l'Autorité de la concurrence a établi un risque de pratiques

³²⁸ P. TREFIGNY, *L'articulation des droits de propriété intellectuelle et du droit de la concurrence*, 1ère éd., s.l., Dalloz, 5 février 2020., p.83; O. WANG, « Droit voisin des éditeurs de presse et concurrence : quelles perspectives après l'affaire Google ? », *Dalloz*, le 27 septembre 2022, disponible sur <https://www.dalloz-actualite.fr/node/droit-voisin-des-editeurs-de-presse-et-concurrence-quelles-perspectives-apres-l-affaire-google>; C.J., arrêt Huawei Technologies Co. Ltd c. ZTE Corp. et ZTE Deutschland GmbH, 16 juillet 2015, C-170/13, ECLI:EU:C:2015:477.

³²⁹ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15.

³³⁰ WANG O., *op.cit.*, p.2.

³³¹ Autorité de la concurrence, décision 20-MC-01 du 09 avril 2020 relative à des demandes de mesures conservatoires présentées par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l'Alliance de la presse d'information générale e.a. et l'Agence France-Presse, France.

³³² M. CHEVALLIER, « Concurrence : Google abuse-t-il de sa domination ? », *Alternatives Économiques*, vol. 297, n° 12, 2010, p. 48 à 72.

³³³ WANG O., *op.cit.*, p.3.

anticoncurrentielles³³⁴. Plus précisément, l'attitude de Google en imposant ces licences gratuites était caractéristique d'un abus de position dominante. En effet, le fait de ne permettre aucune négociation (conditions de transaction inéquitable), de ne proposer qu'un seul et unique type de licence à l'ensemble des différents éditeurs et agences de presse (pratique discriminatoire) et de profiter de sa position sur le marché afin de détourner l'objectif visé par l'article 15 de la directive sont caractéristiques d'un tel abus³³⁵.

L'Autorité a pris des mesures conservatoires contre Google et a forcé la négociation de bonne foi entre le géant du Web et les éditeurs³³⁶. Le moteur de recherche a cependant été condamné pour ne pas les avoir respectées³³⁷. Il a finalement proposé une liste de 7 engagements à l'Autorité de la concurrence qui les a acceptés³³⁸.

Cette illustration nous permet de constater qu'un régulateur, en raison du caractère déséquilibré que présente le marché de la presse en ligne, serait indispensable pour encadrer ce secteur. L'Autorité de la concurrence n'a cependant pas vraiment pour vocation de régler les problèmes existants dans ce secteur, elle semble d'ailleurs ne pas vouloir assurer ce rôle elle-même. De manière subsidiaire, nous pourrions aussi espérer qu'une prochaine réforme législative rééquilibrerait le marché de la presse en ligne³³⁹.

Par ailleurs, en Allemagne, où de tels droits voisins pour les éditeurs de presse existaient déjà avant l'introduction de la directive 2019/720, le Bundeskartellamt a adopté dès 2015 une approche à part³⁴⁰. Plutôt que d'engager une action pour abus de position dominante contre Google et sa décision de n'indexer plus que les éditeurs de publications de presse qui lui ont consenti une licence gratuite d'utilisation, l'Autorité de la concurrence a pris la décision de n'engager aucune procédure contre le moteur de recherche³⁴¹. Le Bundeskartellamt a conclu en l'absence d'infraction au droit de la concurrence. Selon lui, cette démarche était objectivement justifiée par la nécessité de minimiser les risques de violation de la loi. En effet, une incertitude juridique subsistait encore quant à la portée exacte des « droits accessoires »³⁴², ne s'appliquant pas aux « mots individuels ou aux plus petits des extraits de

³³⁴ Autorité de la concurrence, décision 20-MC-01 du 09 avril 2020 relative à des demandes de mesures conservatoires présentées par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l'Alliance de la presse d'information générale e.a. et l'Agence France-Presse, France.

³³⁵ WANG O., *op.cit.*, p.4.

³³⁶ Autorité de la concurrence, décision 20-MC-01 du 09 avril 2020 relative à des demandes de mesures conservatoires présentées par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l'Alliance de la presse d'information générale e.a. et l'Agence France-Presse, France.

³³⁷ Autorité de la concurrence, décision 21-D-17 du 12 juillet 2021 relative au respect des injonctions prononcées à l'encontre de Google dans la décision n° 20-MC-01 du 9 avril 2020, France ; « Droit voisin : l'Autorité de la concurrence condamne Google à une sanction de 500 millions d'euros pour ne pas avoir négocié de bonne foi avec les éditeurs de presse », *Légipresse*, n° 395, 2021.

³³⁸ *Ibidem*.

³³⁹ WANG O., *op.cit.*, p.4.

³⁴⁰ Bundeskartellamt, 6th Decision Division, B6-126/14, Google Inc. vs Third Parties, 8 September 2015.

³⁴¹ P. MOURON, « L'Autorité de la concurrence au secours du droit voisin des éditeurs et agences de presse », *la revue européenne des médias et du numérique (La rem)*, le 28 août 2020, p. 4.

³⁴² Le droit d'auteur accessoire permet aux éditeurs d'interdire aux moteurs de recherche et services similaires d'utiliser leurs publications de presse. Il ne couvre pas les mots individuels ou les courts extraits.

texte »³⁴³. Dans son communiqué de presse, l'Autorité a fini par conclure qu'une infraction au droit de la concurrence aurait en revanche pu être constatée en cas de « désindexation complète » des éditeurs dans les résultats de recherche³⁴⁴.

Il est intéressant de constater que le recours à une autorité qui règle des questions de concurrence montre que ce type d'affaires ne relève *a priori* pas uniquement du domaine de la propriété intellectuelle, mais aussi du domaine du droit de la concurrence. À ce titre, l'observation faite par Nathalie Martial-Braz est plus que pertinente et dit qui que « Face à l'attitude hostile de Google préférant ne plus référencer les contenus que de les payer, mais laissant le loisir aux éditeurs désireux de maintenir le trafic sur leur site de conférer des licences gratuites au géant du net, et en dépit des manifestations politiques aussi désapprobatrices qu'inutiles, le droit voisin tout juste sorti des fonds baptismaux du législateur français pourrait être mort-né... sauf à ce que la négociation qui ne parvient pas à se faire de gré à gré, sur le fondement du droit d'auteur, soit imposée par les autorités de régulation, sur le fondement du droit de la concurrence »³⁴⁵.

B. Les conséquences pratiques du droit voisin des éditeurs de presse

Comme nous l'avons déjà évoqué, des propositions similaires à l'article 15 de la directive 2019/790³⁴⁶ avaient déjà été mises en œuvre dans plusieurs pays, pionniers en la matière. Il est donc intéressant d'étudier les impacts qu'ont eu ces lois et d'étudier les effets potentiels que la directive pourrait avoir à l'avenir sur les éditeurs de presse. Il convient de noter que nous nous limiterons à examiner deux cas, plus que pertinents, dans le cadre de notre analyse. Il existe cependant bien d'autres exemples, mais qui ne seront pas développés dans ce mémoire.

a) Analyse du système allemand

Comme nous l'avons évoqué, en Allemagne, les éditeurs de presse sont entrés en conflit avec Google en ce qui concerne l'apparition d'extraits d'articles de presse dans les résultats de recherche bien avant que la transposition de la directive ne prenne place. Déjà à l'époque, les éditeurs estimaient que Google utilisait à tort leurs publications de presse sans autorisation et sans rémunération adéquate³⁴⁷. C'est pour cette raison que le législateur a adopté une loi qui avait pour objectif de favoriser la négociation de licences entre les éditeurs de presse et les services d'agrégation de nouvelles³⁴⁸.

³⁴³ BUNDESKARTELLAMT, « Bundeskartellamt takes decision in ancillary copyright dispute », *communiqué de presse*, 9 septembre 2015, disponible sur https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2015/09_09_2015_VG_Media_Google.html

³⁴⁴ *Ibidem*.

³⁴⁵ N. MARTIAL-BRAZ, *op.cit.*, p. 185.

³⁴⁶ Directive 2019/790, *op.cit.*, art.15.

³⁴⁷ Bundeskartellamt, 6th Decision Division, B6-126/14, Google Inc. vs Third Parties, 8 September 2015.

³⁴⁸ Ahtes Gesetz zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes (huitième loi portant modification de la loi sur le droit d'auteur), du 7 mai 2013 insérant la section 7 « Protection de l'éditeur de presse ».

L'Allemagne a donc introduit dès 2013 une loi qui accorde un nouveau droit voisin aux éditeurs de presse, appelée « Leistungsschutzrecht für Presseverlage »³⁴⁹. Cette loi, connue sous le nom de « lex Google » a été adoptée le 7 mai 2013, est entrée en vigueur le 1^{er} août 2013, et était très en avance sur son temps³⁵⁰.

Cette loi accorde aux éditeurs de presse un droit exclusif de mettre leurs publications à disposition du public en ligne et ce, pour une durée d'un an à des fins commerciales. Ainsi, son objectif est d'empêcher les agrégateurs de contenus de publier des extraits de ces publications de presse sans autorisation. La mise à disposition d'une publication de presse sera en revanche autorisée pour des tiers qui n'ont aucun but commercial, comme des utilisateurs individuels par exemple. Un accord de rémunération entre les services d'agrégation de nouvelles et les éditeurs de presse était nécessaire pour satisfaire cette loi³⁵¹. Les éditeurs de presse peuvent cependant renoncer au droit que leur accorde cette loi. C'est donc un mécanisme de réalisation volontaire de la part des parties prenantes qui a été mis en place³⁵².

De la même manière que la directive quelques années plus tard, le législateur allemand a ajouté une limitation à ce droit voisin en ce qui concerne les titres et snippets³⁵³.

Quelques mois plus tard, Google est assigné en justice par le groupe VG média³⁵⁴ pour avoir continué l'utilisation de publications de presse sans avoir obtenu d'accord au préalable³⁵⁵. Pour répondre à ces revendications, le géant instaure un système dit de « opt-in » pour son service Google News allemand. Ce système demande aux éditeurs de signaler si leur publication de presse doit faire l'objet d'un référencement ou non. Si c'est le cas, l'éditeur de presse doit renoncer à tout type de rémunération (« opt-in »). Si au contraire il ne choisit pas cette option (« opt-out »), Google pourrait tout de même référencer ces articles mais uniquement en négociant une licence³⁵⁶. Le géant du web rappelle d'ailleurs qu'il est un service entièrement gratuit et que son objectif est de rendre l'information la plus accessible

³⁴⁹ *Ibidem*.

³⁵⁰ J. WEITZMANN, « As had long been suspected: The proposed Press Publishers Right is meant as a lex Google after all (Germany) », *Kluwer Copyright Blog*, 27 août 2012, disponible sur <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2012/08/27/as-had-long-been-suspected-proposed-press-publishers-right-is-meant-as-a-lex-google-after-all-germany/>

³⁵¹ S. KARAPAPA, « The Press Publication Right in the European Union: An Overreaching Proposal and the Future of News Online », dans E. BONADIO et N. LUCCHI (eds.), *Non-Conventional Copyright: Do New and Non-Traditional Works Deserve Protection?*, Northampton, Edward Elgar, 5 février 2018, p. 316-339.

³⁵² V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 6.

³⁵³ *Ibidem* ; C. MANARA, « La naissance d'un droit voisin au profit des éditeurs et agences de presse », *Légipresse*, vol. 61, HS1, 2019, p. 103 à 106.

³⁵⁴ VG media est une coalition qui comprend un peu plus de 200 éditeurs allemands qui veulent faire respecter leurs droits en matière de propriété intellectuelle.

³⁵⁵ C.J., VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH c. Google LLC, 12 septembre 2019, C-299/17, EU:C:2019:716.

³⁵⁶ A. JOUX, « Lex Google en Allemagne : malgré la loi, les éditeurs cèdent », *la revue européenne des médias et du numérique (la rem)*, n° 28, 24 décembre 2013.

possible pour le public. Il ajoute qu'il apporte une valeur ajoutée non négligeable aux sites web dont il utilise les publications de presse³⁵⁷.

Analysons à présent l'impact subi par les médias après la mise en place de cette législation. Les analyses des données récoltées auprès de VG media, et plus particulièrement auprès de son influent membre Axel Springer³⁵⁸, permettent de conclure que la décision de se retirer de Google News a eu pour conséquence une réduction de 7% des visites quotidiennes, une réduction de 10% des visites liées à des résultats donnés par des moteurs de recherche et une baisse de 7% au niveau des visites directes sur ses sites³⁵⁹.

Plus tard, le directeur général d'Axel Springer a d'ailleurs déclaré avoir vu le trafic vers leurs différents sites diminuer de 40 % (dont 80% étaient générés par Google News) et a ajouté que le groupe aurait fini par être « évincé du marché »³⁶⁰ en continuant de la sorte. L'éditeur a donc finalement reconsidéré l'offre de Google et a choisi l'option d'« opt-in »³⁶¹. Il est important de constater qu'en plus de la baisse significative de trafic sur leurs sites, l'éditeur a subi une compétition exacerbée, les éditeurs ayant adhéré au système d'opt-in ayant pu s'accaparer les visiteurs de ceux qui, comme lui, ne l'ont pas fait³⁶².

Cette loi n'a donc pas produit les effets escomptés. Sa mise en œuvre est restée plutôt théorique. En effet, Google n'a pas accepté de négocier avec les éditeurs allemands qui revendiquaient une rémunération s'élevant « entre 6 % et 11 % du chiffre d'affaires réalisé avec leurs contenus »³⁶³. Comme nous l'avons vu, l'Autorité allemande de la concurrence a rejeté le recours introduit devant elle pour dénoncer l'abus de position dominante dans le chef de Google. Beaucoup d'éditeurs allemands ont finalement cédé et accordé une licence gratuite – mais révocable- à ce dernier.

La loi allemande sera finalement déclarée inapplicable par la Cour de justice en raison de sa non-notification à la Commission européenne³⁶⁴.

b) Analyse du système espagnol

Le législateur espagnol a lui aussi rapidement apporté un amendement à son système de propriété intellectuelle (sous-tendu par la loi de propriété intellectuelle du 12 avril 1996) pour répondre aux besoins des éditeurs de presse. Cette modification législative intervenue

³⁵⁷ S. SCALZINI, « The new related right for press publishers: what way forward? » dans E. ROSATI (ed.), *The Routledge Handbook of EU Copyright Law*, Londres, Routledge, 2021, p. 11.

³⁵⁸ Éditeur notamment de journaux tels que *Bild* ou *Die Welt*.

³⁵⁹ J. CALZADA et G. RICARD, « What Do News Aggregators Do? Evidence from Google News in Spain and Germany », *University of Barcelona*, décembre 2018, disponible sur <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/150425/1/695577.pdf>.

³⁶⁰ « L'éditeur allemand Axel Springer renonce à son bras de fer avec Google », *Le Monde*, 5 novembre 2014, disponible sur https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/11/05/axelspringer-renonce-a-son-bras-de-fer-avec-google_4518881_3236.html.

³⁶¹ J. CALZADA ET G. RICARD, *op. cit.* p. 9.

³⁶² *Ibidem*.

³⁶³ L. FRANCESCHINI, « Le droit voisin des éditeurs de presse face aux GAFA : David contre Goliath ? », *La semaine juridique*, n°4, 27 janvier 2020, p. 189 à 193.

³⁶⁴ C.J., VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH c. Google LLC, 12 septembre 2019, C-299/17, EU:C:2019:716.

le 28 octobre 2014 est connue sous le nom de « anon Asociación de Editores de Diarios Españoles » ou « taxe AEDE »³⁶⁵. En effet, le législateur espagnol a réalisé très tôt que les prestataires de services de la société de l'information profitaient du travail créatif des éditeurs de presse sans les rémunérer en conséquence. Déjà à cette époque, le législateur espagnol a créé une exception aux droits voisins pour les prestataires de services de la société de l'information. Cette exception autorise ces prestataires à utiliser des extraits de publications de presse sans nécessiter le consentement des éditeurs et en leur garantissant le paiement d'une compensation équitable³⁶⁶. Cette indemnisation est recueillie auprès des prestataires de services de l'information à travers des entités de gestion dédiées telles que le CEDRO³⁶⁷. Ce mécanisme de gestion collective obligatoire n'implique cependant qu'un paiement fixe et aucune réelle négociation avec lesdits prestataires³⁶⁸.

Une différence notable avec la directive européenne existe cependant : le législateur espagnol, afin d'éviter des pratiques de concurrence déloyales de la part des services d'agrégation de nouvelles, a prévu dans une clause supplémentaire que les éditeurs ne puissent pas renoncer à leur compensation financière³⁶⁹. Cette clause a joué un rôle décisif dans la décision que Google prendra quelques semaines plus tard. Selon le moteur de recherche, cette clause, en obligeant les éditeurs à accepter cette redevance, irait à l'encontre des libertés des entreprises³⁷⁰.

Un mois après l'adoption de cette loi, à travers un communiqué de presse, Google a annoncé qu'il serait procédé au retrait des éditeurs de presse espagnols de sa plateforme et qu'il procéderait par la même occasion à la fermeture de son service Google News en Espagne. Selon le géant du numérique, il était en effet inconcevable de payer une redevance aux éditeurs de presse pour un service qui est gratuit. Par ailleurs, il a précisé que son service constituait une vraie plus-value pour les éditeurs en redirigeant les utilisateurs sur leurs sites et applications³⁷¹. D'ailleurs, beaucoup d'autres services d'agrégation de nouvelles, tels que Planeta ou Ludico, ont décidé de se retirer à la suite de l'adoption de cette loi³⁷².

Cette réaction a eu de lourdes conséquences sur les éditeurs de presse : selon plusieurs études, cette fermeture a provoqué non seulement une baisse de l'audience journalière des journaux espagnols accessibles en ligne de 11% mais aussi une diminution de la consommation d'actualité qui s'élève à 20%³⁷³. Cet impact s'est d'ailleurs surtout fait ressentir chez les petits éditeurs de presse qui ne bénéficiaient pas d'une audience internationale et dont les sites et applications ont été délaissés au profit de sites déjà bien établis. D'autres études ajoutent que

³⁶⁵ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 6.

³⁶⁶ GAULLIER F., *op.cit*, p. 89-101.

³⁶⁷ Rapport d'information de l'Assemblée nationale, *op. cit.*

³⁶⁸ V. CASSIERS, *op. cit.*, p. 6.

³⁶⁹ J. CALZADA ET G. RICARD, *op.cit.*, p. 7.

³⁷⁰ Art. 16, Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (Ch. Dr. Fond. UE).

³⁷¹ GOOGLE, « Novedades acerca de Google Noticias en España », 11 juin 2014, consulté le 8 avril à l'adresse <https://espana.googleblog.com/2014/12/novedades-acerca-de-google-noticias-en.html>

³⁷² Rapport de Laurence Franceschini de la mission de réflexion *sur la création d'un droit voisin pour les éditeurs de presse*, ministère de la culture et de la communication – conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, France, juillet 2016, p. 11.

³⁷³ ATHEY S., MOBIUS M. et PAL J., « The Impact of Aggregators on Internet News Consumption », *NBER Working Paper Series*, n° 28746, 2021, disponible sur <http://dx.doi.org/10.3386/w28746>.

cette baisse de trafic aurait persisté, accentuant encore plus l'impact subi par les petits éditeurs. Ceci risquerait d'aboutir, *in fine*, à une cessation d'activités de leur part³⁷⁴.

La mise en place de cet amendement législatif a entraîné une baisse des revenus publicitaires dans ce secteur s'élevant à une dizaine de millions d'euros par année, soit, une perte inférieure à 10% de leurs revenus publicitaires annuels³⁷⁵. Bien que cette perte ne semble que peu élevée, il ne faut pas oublier de prendre en compte les développements ci-dessus et le fait que se sont principalement les petites entreprises qui ont été affectées et qu'une légère baisse de leurs recettes publicitaires peut les impacter énormément.

C. Les enjeux économiques

Nous avons pu constater, tout au long de notre analyse, que les prestataires de services de la société de l'information exercent une influence tout à fait significative sur les éditeurs et agences de presse. Leur réaction à la suite de l'adoption de ce nouveau droit voisin revêt donc une certaine importance. Dans cette partie, afin d'être capables de tirer des conclusions, nous allons devoir poser l'hypothèse selon laquelle la directive sera traduite de la même façon dans tous les pays membres de l'Union européenne. Cette assertion n'est pas vraie, comme nous l'avons vu dans nos développements précédents. Cependant, en l'occurrence, bien que les transpositions nationales de l'article 15 de la directive 2019/790³⁷⁶ diffèrent d'un pays à l'autre, elles présentent généralement des similitudes puisqu'elles se fondent sur la même directive. Deux réactions sont à attendre de la part de ces services d'agrégation de nouvelles : d'une part, ceux-ci pourraient décider de fermer leurs services plutôt que de prendre des licences auprès des éditeurs et agences de presse (c'est ce que l'on appellera dans la suite de nos développements *la première situation*) et d'autre part, ils pourraient décider de continuer leur activité en Europe en accordant une juste rémunération aux éditeurs de presse (et, de la même façon, nous appellerons ce cas de figure *la deuxième situation*).

1. La première situation

Dans cette situation, nous imaginons que les prestataires de la société de l'information décident de fermer leurs services, plutôt que de prendre des licences auprès des éditeurs européens.

a) Un public réduit

L'expérience espagnole illustre les lourdes conséquences économiques qui pèseraient sur les éditeurs de presse si les prestataires de services de la société de l'information décidaient de fermer en Europe³⁷⁷. Cependant, à la différence de l'exemple espagnol qui touchait particulièrement les petits éditeurs, les grandes entreprises risquent d'elles aussi subir une réduction importante de l'audience sur leurs sites. En effet, leur vaste audience

³⁷⁴ NERA Consulting, *op. cit.*, p. 64.

³⁷⁵ NERA Consulting, *op. cit.*, p. 62.

³⁷⁶ Directive 2019/790, *op. cit.*, art.15.

³⁷⁷ Voir *analyse du système espagnol* ci-dessus.

internationale serait considérablement réduite si les prestataires de services de la société de l'information fermaient dans plusieurs, voire dans tous les Etats Membres de l'Union européenne³⁷⁸.

Cependant, il convient de nuancer nos propos. Ces effets ne sont qu'une extrapolation d'une expérience qui a eu lieu à l'échelle nationale. À plus grande échelle, il est probable que si les prestataires de services de la société de l'information ne permettent plus aux internautes de lire des *snippets* et de bénéficier du *scanning effect*, ces derniers finissent par souscrire à un abonnement directement auprès d'un éditeur de presse. Cette situation pourrait donc être responsable d'une augmentation de la vente d'abonnements et se révéler bénéfique pour les éditeurs.

b) Une offre réduite

Le rapport *NERA Economic Consulting* nous permet de conclure que la fermeture des services d'agrégation de nouvelles conduirait à une diminution de l'offre d'articles proposés par les éditeurs de presse³⁷⁹. A travers divers graphiques, cette étude estime les dégâts subis par les éditeurs de presse s'ils subissent un déclin du trafic sur leurs sites et une baisse de leurs revenus publicitaires.

Sur la *figure 23*, il faut comprendre que le temps de consommation par visite équivaut au prix, en partant du principe que le prix du produit est lié au temps d'utilisation. En l'occurrence, on peut voir que la courbe d'offre se déplacerait graphiquement vers le haut en cas de fermeture des services de la société d'information. Cela signifie que l'offre de publications de presse, et par la même occasion le nombre de visite (donc le nombre

³⁷⁸ J. CALZADA et G. RICARD, *op.cit.*, p. 8.

³⁷⁹ NERA Consulting, *op. cit.*, p. 60 à 61.

d'utilisateurs), diminuerait si les prestataires de services de la société d'information décidaient de fermer leurs services, plutôt que d'accorder des licences, aux éditeurs européens.

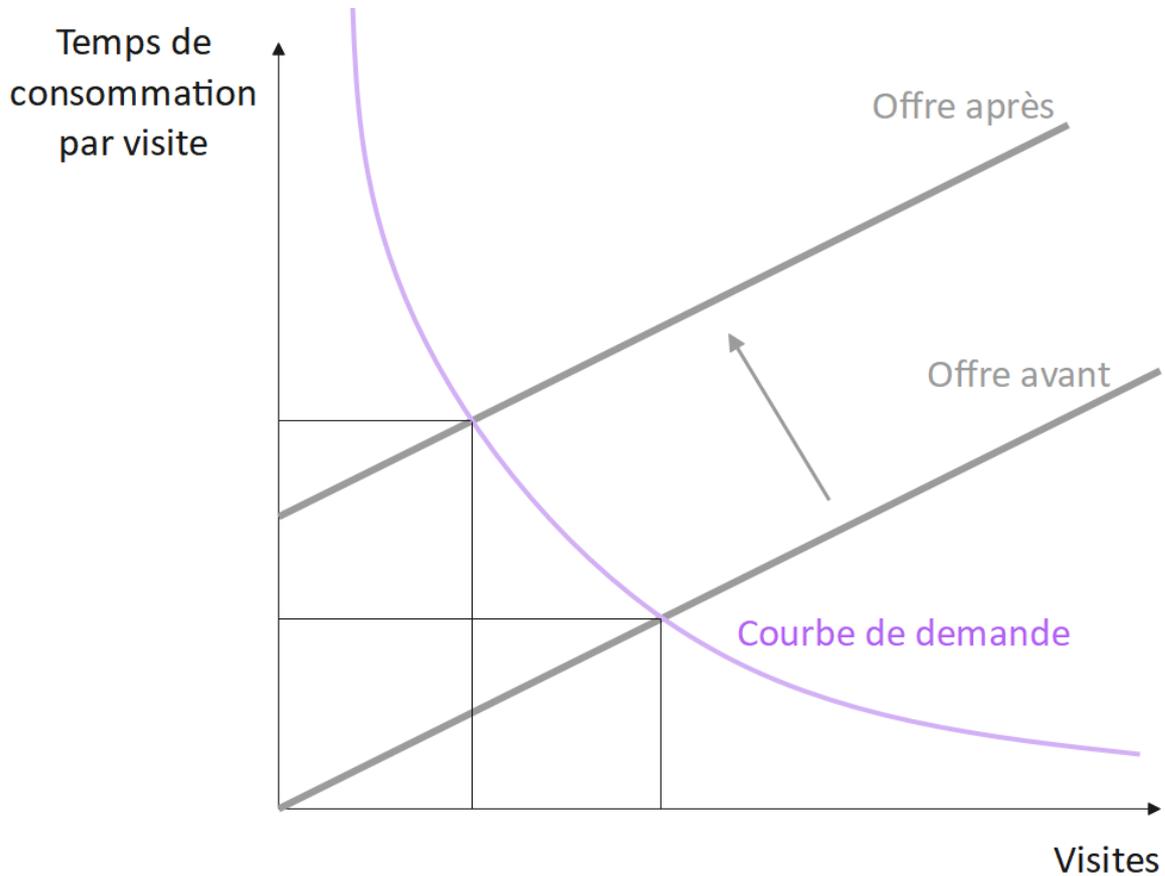


Figure 23 : Courbe d'offre et de demande après la fermeture de services de la société de l'information, reproduit à partir de « Impact on Competition and on Free Market of the Google Tax or AEDE fee », NERA economic consulting, 2017, insights of Economics, p.61.

c) Accroissement des barrières à l'entrée du secteur

En réalité, avec la transition numérique, de nombreuses opportunités ont été offertes au secteur de la presse.

D'une part, les éditeurs ont pu se débarrasser des coûts de la production de contenus physiques et de la mise en place d'un système de distribution³⁸⁰. On peut donc dire que l'utilisation des services de la société de l'information abattent un certain nombre des barrières qui existaient auparavant pour les éditeurs qui voudraient se lancer³⁸¹. On doit cependant nuancer cette affirmation étant donné que les opportunités nouvelles qu'offrent le numérique sont elles aussi subordonnées à certains investissements (rédaction, investissements techniques comme la création d'un site de presse en ligne...).

³⁸⁰ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 4 et 5.

³⁸¹ P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, *op.cit.*, p. 5.

D'autre part, ces services de la société de l'information sont devenus essentiels pour que les éditeurs de presse puissent faire connaître leurs publications de presse à une audience la plus large possible. Le modèle d'affaire de ces plateformes participe en effet activement et de manière « gratuite » à offrir un grand nombre de lecteurs à la presse écrite³⁸². Sans passer par les services de la société de l'information, les éditeurs de presse rencontreraient de grandes difficultés pour se développer. Les éditeurs de presse devraient ainsi prévoir beaucoup plus d'argent et de compétences pour se lancer que dans le modèle que nous connaissons actuellement.

L'absence de ces services auraient donc pour conséquence d'accroître les barrières à l'entrée du secteur, ayant ainsi un effet dissuasif sur les petites entreprises et startups qui voudraient se lancer. D'ailleurs, une réduction dans le domaine de l'innovation serait à prévoir³⁸³.

In fine, sans l'aide de ces prestataires de services d'information, on risquerait d'aboutir à un phénomène de « concentration des médias »³⁸⁴. En effet, la diminution du nombre d'acteurs et d'arrivées sur le marché de la presse pourrait aboutir à une situation où un petit nombre d'acteurs possède de grandes parts de celui-ci³⁸⁵. Si ce nombre d'acteurs devient trop restreint, cela peut évidemment entraîner des risques pour la liberté de la presse et le pluralisme de l'information : une uniformité de contenu ne permettrait plus de refléter les différentes opinions et idées, ce qui constituerait une atteinte à la liberté d'expression et à la démocratie, comme nous l'étudierons ci-après.

Par ailleurs, imposer ce nouveau droit voisin -et ce coût supplémentaire- pourrait renforcer la position dominante d'entreprises actuellement déjà en situation de quasi-monopole sur le marché de l'information, comme Google. En effet, l'entrée sur le marché de nouveaux agrégateurs de contenus ou de plateformes de diffusion sera rendue encore plus difficile³⁸⁶.

2. Deuxième situation

Dans cette situation, nous considérons que les prestataires de la société de l'information décident, en accord avec la directive, de prendre des licences auprès des éditeurs de presse.

³⁸² S. FRIMOUSSE, J.-M. PERETTI, « Le renouveau des modèles d'affaires », *Question(s) de management*, vol. 44, n° 3, 2023, p. 193 à 251.

³⁸³ NERA Consulting, *op. cit.*, p. 47.

³⁸⁴ IDOT L., « Les concentrations dans le secteur des médias : business as usual ? », *Revue internationale de droit économique*, vol. xix,1, no. 1, 2005, p. 5 à 25 ; MENDEL T., GARCIA CASTILLED A., GOMEZ G., UNESCO Office Montevideo and Regional Bureau for Science in Latin America and the Caribbean, *Concentration of media ownership and freedom of expression: global standards and implications for the Americas*, 2017.

³⁸⁵ NERA Consulting, *op. cit.*, p. 55.

³⁸⁶ NERA Consulting, *op. cit.*, p. 34.

a) Théorie du gâteau

La théorie du gâteau, appelée *pie theory* en anglais, est souvent avancée par les opposants à la réforme amenée par la nouvelle directive³⁸⁷. Selon cette théorie, la création d'un droit voisin pour les éditeurs de presse reviendrait à prendre une part des revenus initialement accordés aux auteurs de créations journalistiques pour la donner aux éditeurs³⁸⁸. En d'autres termes, cette théorie part du principe que les services de la société de l'information qui s'occupent de payer des redevances aux autres n'ont qu'une somme d'argent limitée. Cette somme d'argent est ainsi représentée par un gâteau. Dès lors, lorsque les éditeurs de presse ont obtenu leur nouveau droit voisin, ils ont intégré ce marché et se sont vu accorder une part de ce gâteau, qui n'a pourtant pas changé de taille. Les nouvelles redevances que vont percevoir les éditeurs de presse vont alors très logiquement se faire aux dépens des acteurs qui partageaient ce gâteau avant leur arrivée et donc des auteurs³⁸⁹. L'octroi d'un droit à rémunération à un nombre toujours plus important d'acteurs réduit la valeur économique de chacun de ses droits.

Si les prestataires de services de la société d'information décidaient d'accorder des licences aux éditeurs, cette théorie suggère qu'un transfert aurait lieu depuis les revenus initialement accordés aux créateurs de contenus vers les éditeurs de presse. Si cette rémunération est directement accordée en fonction d'un nombre de clics, il pourrait donc être intéressant, notamment pour les journalistes et pour les auteurs en général, de devenir indépendants. En effet, ceux-ci pourraient alors négocier les licences eux-mêmes, directement avec les prestataires de services d'information, plutôt que de passer par des éditeurs de presse. Cela leur permettrait d'avoir un contrôle sur les négociations et d'obtenir des conditions de rémunérations plus avantageuses. Ils auraient également accès à une meilleure visibilité sur la façon dont leurs articles génèrent des revenus et sur la répartition de ceux-ci.

Évidemment, nous devons nuancer nos propos : beaucoup d'auteurs seraient incapables de se passer de l'aide des éditeurs de presse. D'une part, les auteurs se retrouveraient avec plus de responsabilités liées à la gestion administrative et commerciale de leur travail, une activité très complexe et chronophage. D'autre part, les éditeurs de presse ont très souvent une réputation, ce qui permet aux auteurs de bénéficier de leur notoriété et d'avoir plus de poids dans la négociation. Cette notoriété va aussi donner au lecteur une plus grande envie de consommer le contenu informationnel (l'information étant bien

³⁸⁷ G. COLANGELO et V. TORTI, « Copyright, online news publishing and aggregators: a law and economics analysis of the EU reform », *International Journal of Law and Information Technology*, vol. 27, n°1, 2019, p. 75 à 90; I. EIDSVOLD-TOIEN et A. STENVIK, « Copyright for performers—an obligation under international law », *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 18, n° 10, octobre 2023, p. 754 à 767, disponible sur <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpad073>; J. POMIANOWSKI, « Toward an Efficient Licensing and Rate-Setting Regime: Reconstructing § 114(i) of the Copyright Act », *The Yale Law Journal*, vol. 125, n°5, 2016, p. 1532 à 1538.

³⁸⁸ T. AZZI, « Les droits accordés aux éditeurs dans la proposition de directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique », *Juris art etc. : le mensuel du droit et de la gestion des professionnels des arts et de la culture*, n° 47, juin 2017, p. 27.

³⁸⁹ COLANGELO G. et TORTI V, *op.cit.*, p. 87 à 89.

d'expérience³⁹⁰, la réputation de l'éditeur a une importance considérable pour maximiser le désir d'expérience chez le lecteur)³⁹¹.

Toutefois, cette théorie part du principe que ce gâteau ne grandira pas après la transposition de la directive. Nous pouvons cependant douter de la véracité d'une telle affirmation. Malgré tout, quand bien même ce gâteau se verrait de taille plus importante, les éditeurs de presse pourraient revendiquer ce surplus dans l'exercice de leur droit³⁹². Par ailleurs, bien que cela sorte des limites de notre analyse, nous pouvons encore légitimement nous demander si les auteurs bénéficient réellement d'une part de ce gâteau. En effet, l'auteur doit avoir conclu avec l'éditeur un contrat (salié, cessionnaire ou licencié) qui détermine les modalités précises de sa rémunération. Les auteurs ne bénéficient pas toujours d'une augmentation équitable en fonction des revenus générés par leur création³⁹³.

b) Adaptation stratégique

« Quand des modifications dans les opportunités disponibles permettent à ceux qui adaptent leur comportement d'être récompensés en retour, on dit que les individus réagissent à de nouvelles incitations »³⁹⁴.

Cette phrase reflète un célèbre principe économique selon lequel les individus réagissent aux incitations. Il est intéressant de comparer les avantages et les coûts que subissent les éditeurs de presse à la suite de l'adoption de cette nouvelle directive et de voir comment ceux-ci adaptent leur comportement en conséquence.

En l'occurrence, à moins que les prestataires de services de la société de l'information ne parviennent à imposer des licences qui ne représentent en rien une juste rémunération aux éditeurs, lesdits prestataires et les éditeurs de presse vont devoir revoir leur stratégie de manière à maximiser leurs profits. Nous pouvons légitimement supposer que le montant de la rémunération accordée aux éditeurs sera établi en fonction de la popularité et de l'audience générée par une publication de presse puisque cet article vise l'instauration d'une rémunération appropriée en contrepartie de l'utilisation d'une telle publication³⁹⁵. À ce titre, l'article L218-4 du Code de propriété intellectuelle français prévoit que la rémunération de l'éditeur sera calculée en prenant en compte « l'importance de l'utilisation des publications de presse par les services de communication au public en ligne »³⁹⁶.

³⁹⁰ C'est-à-dire un bien qu'il faut consommer pour en connaître les caractéristiques

³⁹¹ C. BARBARAY, *fidélité et expérience client: Être à l'écoute de ses clients pour une entreprise performante*, Paris, Dunod, 2016, p. 182 à 200; L. KARPIK, « Réalité marchande et réputation », *Communications*, vol. 2, n° 93, 2013, p. 121 à 129, disponible sur <https://doi.org/10.3917/commu.093.0121>.

³⁹² G. COLANGELO et V. TORTI, *op.cit.*, p. 87 à 89.

³⁹³ Directive 2019/790, *op. cit.*, 15.5.

³⁹⁴ R. CHARTOIRE, « La question des incitations », *Idées économiques et sociales*, vol. 1, n° 175, 2014, p. 49 à 52, disponible sur <https://doi.org/10.3917/idee.175.0049>.

³⁹⁵ Directive 2019/790, *op. cit.*, considérant 61 ;

³⁹⁶ Art. L218-4 du Code de propriété intellectuelle.

Dans cette optique de maximisation des profits, les prestataires de services de la société de l'information pourraient répercuter le coût de ce nouveau droit voisin des éditeurs de presse directement sur les utilisateurs³⁹⁷.

Afin d'optimiser au maximum leurs rémunérations, les éditeurs de presse devraient, quant à eux, investir dans des articles capables de générer un maximum de trafic lorsqu'ils sont utilisés par les prestataires de services de la société d'information. C'est donc essentiellement le critère de popularité de l'article, et l'audience que celui-ci génère, plus que le critère de qualité, que les éditeurs vont prendre en compte pour s'assurer la meilleure rémunération possible³⁹⁸. Encore une fois cependant, nous devons nuancer nos propos. En effet, la qualité du contenu reste un facteur déterminant pour fidéliser les lecteurs et maintenir la crédibilité des éditeurs de presse. Un équilibre entre la popularité et la qualité est donc plus intéressant pour assurer une stratégie durable³⁹⁹.

D. Les enjeux juridiques

1. Protection des données à caractère personnel

Afin de comprendre au mieux l'importance de la protection des données personnelles, examinons une récente affaire.

L'Autorité de la concurrence britannique, connue sous le nom de Competition and Markets Authority ou CMA, a récemment ouvert une enquête sur des propositions émises par Google. Celles-ci concernaient la désactivation de « cookies tiers » et d'autres fonctionnalités diverses sur son propre navigateur Chrome dans le but de les remplacer par de nouveaux outils de ciblage publicitaire. Ces modifications sont connues sous le nom du projet « Privacy Sandbox » et permettraient, selon Google, de mieux protéger la vie privée des consommateurs⁴⁰⁰.

L'Autorité a confirmé que des préoccupations légitimes en matière de confidentialité en ce qui concerne l'utilisation de ces cookies tiers du point de vue de la vie privée des utilisateurs existent (ceux-ci permettant notamment de suivre les comportements adoptés par les consommateurs sur le net). Cependant, selon la CMA, il est clair que ces cookies tiers sont des outils fondamentaux sur Internet et dans le domaine de la publicité numérique. En effet, ils « aident les entreprises à cibler leur publicité de manière efficace et à financer un contenu gratuit en ligne pour les consommateurs, par exemple des journaux »⁴⁰¹. À la suite de son

³⁹⁷ T. AZZI, « Les droits accordés aux éditeurs dans... », *op.cit.*, p. 27.

³⁹⁸ K. GARETT, « Echo Chambers Online ? Politically Motivated Selective Exposure among Internet News Users », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 14, n° 2, 1er janvier 2009, p. 265 à 285.

³⁹⁹ L. BIGOT, *Fact checking vs fake news. Vérifier pour mieux informer*, Institut National de l'Audiovisuel (INA), 2019, p 5 à 15.

⁴⁰⁰ M. NOTTINGHAM, « Playing Fair in the Privacy Sandbox: Competition, Privacy and Interoperability Standards », 3 février 2021, disponible sur https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3891335.; D. GERADIN, D. KATSIFIS et T. KARANIKIOTI, « Google as a de Facto Privacy Regulator: Analyzing Chrome's Removal of Third-Party Cookies from an Antitrust Perspective », *TILEC*, Law & Economics Research Paper Series, n° DP2020-034, 25 novembre 2020, disponible sur <https://ssrn.com/abstract=3738107>.

⁴⁰¹ M. GIANGASPERO, *op.cit.*, p. 30.

étude de marché, elle a d'ailleurs pu établir que les changements proposés par Google consolideraient encore le pouvoir de marché de la plateforme, sapant les revenus des éditeurs et la concurrence en matière de publicité numérique⁴⁰².

En étroite collaboration avec l'Information Commissioner's Office (ICO) et à la suite de son enquête, la CMA a obtenu de Google divers engagements en juin 2021. Parmi ceux-ci, on retrouve notamment sa participation au processus de changement afin d'éviter les distorsions de la concurrence, des limites dans l'utilisation et la combinaison des données des utilisateurs individuels à des fins de publicité numérique après la suppression des cookies tiers et la non-discrimination de Google envers les autres fournisseurs en préférant sa propre publicité et ses propres outils de technologie publicitaire⁴⁰³.

Comme le montre cet exemple, les données à caractère personnel constituent un enjeu majeur de nos jours : elles sont au cœur des préoccupations en matière de vie privée et de concurrence sur l'Internet. Comme nous l'avons déjà évoqué, les prestataires de services de la société de l'information collectent des données à caractère personnel précieuses auprès des utilisateurs qui consultent les publications de presse⁴⁰⁴.

Les éditeurs de presse n'ont cependant accès que de manière limitée à ces données. En effet, les fournisseurs de services de la société d'information ne leur donnent accès à celles-ci, sous prétexte de considérations liées au respect de la vie privée, que sous forme agrégée et anonyme⁴⁰⁵. De plus, les conditions commerciales sous lesquelles les éditeurs de presse s'engagent avec ces prestataires et mettent leurs contenus à disposition manquent de transparence. Par exemple, les éditeurs ne savent pas comment leurs publications de presse seront utilisées et combien elles pourraient rapporter⁴⁰⁶.

Le nouveau droit voisin des éditeurs de presse a, pour rappel, été adopté pour rééquilibrer les rapports entre ces prestataires de services de la société de l'information, qui collectent et monétisent les données personnelles des utilisateurs qui consultent des publications de presse, et les éditeurs de presse⁴⁰⁷. Ce droit voisin pourrait contraindre les plateformes à davantage de transparence dans leurs relations commerciales avec les éditeurs de presse. En effet, les éditeurs auront désormais une base légale pour demander des informations sur l'utilisation de leurs publications de presse et sur les revenus générés, ce qui peut améliorer leur position lors des négociations commerciales. En conséquence, les éditeurs de presse pourraient accéder à des données plus détaillées sur l'audience de leurs contenus, même si ces données restent anonymisées pour respecter la vie privée des utilisateurs.

⁴⁰² *Ibidem*.

⁴⁰³ *Ibidem*.

⁴⁰⁴ M. GIANGASPERO, *op.cit.*, p. 18.

⁴⁰⁵ Japan Fair Trade Commission, Fact-finding Survey Report on Digital Platform Operators' Trade Practices - Final Report Regarding Digital Advertising, 2021, disponible sur <http://www.jftc.go.jp/en/pressreleases/yearly-2021/February/210217.html>.

⁴⁰⁶ *Ibidem*.

⁴⁰⁷ COMMISSION EUROPEENNE, « Market Power and Transparency in Open Display Advertising - a case study » - Rapport final du groupe d'experts pour *the Observatory on the Online Platform Economy*, 26 février 2021, disponible sur <https://www.tsefr.eu/publications/market-power-and-transparency-open-display-advertising-case-study>.

2. Liberté d'expression

L'article 11 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne⁴⁰⁸, qui correspond à l'article 10 de la Conv. E.D.H.⁴⁰⁹, dispose ce qui suit :

« 1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontières.
2. La liberté des médias et leur pluralisme sont respectés. »⁴¹⁰

La liberté d'expression représente un enjeu de taille dans le contexte de l'adoption de l'article 15 de la directive 2019/790. Comme exposé dans notre analyse ci-dessus, différents comportements pourraient être adoptés par les parties impliquées. Ainsi, les prestataires de services de la société de l'information pourraient décider de ne plus référencer les publications de presse des éditeurs. Or, des acteurs tels que Google influencent beaucoup le processus de mise à disposition de publications d'information. C'est donc le droit à la liberté de l'information du public qu'ils impactent. C'est d'ailleurs la vision qui a été retenue par la Cour à l'occasion de plusieurs arrêts contre Google⁴¹¹. Dans ces arrêts, la CJUE affirme que les plateformes et moteurs de recherches, comme Google, sont responsables de la protection de certains droits fondamentaux (notamment, la liberté d'expression et d'information qu'ils doivent garantir par l'intermédiaire de leurs plateformes)⁴¹².

Dès lors, on peut légitimement se demander si Google ne pourrait pas être tenu pour responsable sur base de la liberté d'expression et d'information s'il décide de ne plus référencer des publications de presse après de courtes, voire inexistantes, négociations.

Par ailleurs, le législateur de l'Union précise dans le considérant 54 de la directive⁴¹³ qu'« une presse libre et pluraliste est indispensable pour garantir un journalisme de qualité et l'accès des citoyens à l'information. Elle apporte une contribution fondamentale au débat public et au bon fonctionnement d'une société démocratique. La large disponibilité de publications de presse en ligne a fait émerger de nouveaux services en ligne, tels que les agrégateurs de contenus d'information ou les services de veille médiatique, pour lesquels la réutilisation de publications de presse constitue une partie importante de leurs modèles économiques et une source de revenus. »⁴¹⁴. À travers ce considérant, le législateur souligne l'importance des droits fondamentaux dans une société démocratique. Il reconnaît que les droits voisins doivent être protégés mais insiste sur la recherche d'un équilibre avec les droits fondamentaux.

⁴⁰⁸ Art.11 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (Ch. Dr. Fond. UE).

⁴⁰⁹ Art. 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (Conv. E.D.H.).

⁴¹⁰ *Ibidem*.

⁴¹¹ C.J., arrêt Google Spain SL et Google Inc. C. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) et Mario Costeja González, 14 mai 2014, C-131/12, EU:C:2014:317; C.J., arrêt Google LLC c. Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), 24 septembre 2019, C-507/17, EU:C:2019:772.

⁴¹² *Ibidem*.

⁴¹³ Directive 2019/790, op.cit, considérant 54.

⁴¹⁴ *Ibidem*.

3. Accès à l'information

Avant tout, il est important de préciser que dans un environnement numérique, les utilisateurs ont tendance à consulter principalement des contenus en accord avec leurs considérations et croyances personnelles⁴¹⁵. Comme nous l'avons expliqué, les prestataires de services de la société de l'information offrent un contenu individualisé à chaque utilisateur et créent des « bulles de filtres » qui leur proposent des contenus qui corroborent leurs habitudes et opinions⁴¹⁶. Les utilisateurs s'enferment ainsi dans ce que l'on appelle des « chambres d'écho »⁴¹⁷. Ce phénomène est problématique pour le pluralisme de la presse. La mise en place de ce nouveau droit voisin pourrait cependant y apporter une solution puisqu'il a pour objectif de garantir « une presse libre et pluraliste »⁴¹⁸ et de rémunérer les éditeurs de presse. En effet, ce partage de valeurs entre les éditeurs de presse et les prestataires de services de la société de l'information stimulera en théorie le pluralisme de la presse et permettra aux utilisateurs d'avoir accès à une information riche et variée⁴¹⁹.

Le droit voisin des éditeurs de presse permet de rentabiliser l'investissement réalisé par l'éditeur de presse et de valoriser le travail journalistique. Cet investissement est important étant donné que la publication effectuée par un éditeur de presse constitue un gage de la fiabilité de l'information diffusée. Or, de nos jours, nous sommes de plus en plus confrontés à la diffusion d'informations non vérifiées (dites « fake news »). Ces fake news constituent un défi majeur au regard du droit d'accès à l'information : elles induisent le public en erreur, compromettent la fiabilité des sources d'information et perturbent la capacité des individus à accéder à des informations exactes et de qualité. En plus de ça, elles sapent la confiance que les consommateurs mettent dans les médias et elles présentent une menace pour l'entière du processus démocratique⁴²⁰. *A fortiori*, l'algorithme favorise l'apparition de « biais dans le traitement de l'information »⁴²¹ et accentue encore ce phénomène de « fake news »⁴²². Ainsi, une des raisons qui a justifié l'adoption de l'article 15 de la directive était la volonté de contribuer à la liberté de la presse et à ses valeurs : les éditeurs de presse étant responsables juridiquement du contenu qu'ils diffusent, leur octroyer un droit voisin contribue, à l'ère numérique, à offrir un accès à une information de qualité aux consommateurs. Une rémunération va permettre à ces éditeurs de presse une présence visible et durable dans le paysage médiatique contemporain⁴²³.

⁴¹⁵P. BENTATA, *op. cit.*, p. 21.

⁴¹⁶ *Ibidem*.

⁴¹⁷ S. Flaxman, S. Goel et J. Rao, « Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption », *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, n° S1, 2016, p. 298 à 320, disponible sur <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>.

⁴¹⁸ Directive 2019/790, *op. cit.*, considérant 54.

⁴¹⁹ Rapport de Laurence Franceschini, conseiller d'Etat assistée de Marion Estivalèzes, *sur l'objet et le champ d'application du droit voisin des éditeurs de publications de presse*, *op. cit.*, p.12.

⁴²⁰ F. SAINT-BONNET, « Les fake news peuvent-elles être saisies par le droit ? Protéger la société contre elle-même ou défendre la démocratie », *Tribonien*, vol. 2, n°4, 2019, p. 6 à 16.

⁴²¹ P. BENTATA, *op. cit.*, p. 21

⁴²² *Ibidem*.

⁴²³ Rapport de Laurence Franceschini, conseiller d'Etat assistée de Marion Estivalèzes, *sur l'objet et le champ d'application du droit voisin des éditeurs de publications de presse*, *op. cit.*, p.12.

Par ailleurs, une des conséquences possibles de l'adoption de l'article 15 de la directive 2019/790⁴²⁴ est que les prestataires de services de la société de l'information, après avoir revu leur modèle de financement, répercutent le coût de ce droit voisin des éditeurs de presse directement sur les utilisateurs. Ce cas de figure représenterait également une entrave à l'accès du public à l'information⁴²⁵.

4. *Quid de la propriété intellectuelle ?*

L'article 17§2 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne⁴²⁶ consacre le droit pour toute personne de jouir de sa propriété intellectuelle. Ce droit n'est pas un droit absolu et les éditeurs de presse jouissent de ce droit et d'un droit voisin uniquement de manière connexe à l'auteur ou aux titulaires des droits d'auteur.

Cependant, sur Google par exemple, les publications de presse côtoient les contenus les plus divers. Le contenu produit par les éditeurs de presse se retrouve banalisé au même titre que tout autre contenu non professionnel et/ou viral qui pourrait attirer l'attention des utilisateurs. En dehors du fait que, sur le long terme, ce genre de distribution pourrait finir par entacher la réputation des éditeurs de presse, ils ne sont en aucun cas récompensés -en termes de visibilité et donc de classement- pour la production d'un contenu original⁴²⁷. Ainsi, les organes de presse qui se contentent de reproduire du contenu original auront autant de chance que les éditeurs de presse d'attirer les utilisateurs sur leur site par l'intermédiaire d'une bonne utilisation de l'algorithme. Devant ce problème, les plateformes numériques soutiennent qu'elles ne font qu'offrir une diversité d'informations adaptées aux différents utilisateurs, ce qui peut inclure du contenu original aussi bien que des reproductions⁴²⁸. En effet, selon elles, peu importe que le contenu affiché soit de bonne qualité, de mauvaise qualité, original ou emprunté du moment qu'il attire les regards⁴²⁹.

L'adoption de l'article 15 de la directive 2019/790⁴³⁰ n'est donc pas anodine : la finalité que poursuit le législateur est d'assurer aux éditeurs la possibilité de récupérer leurs investissements et de protéger les droits de propriété intellectuelle dont ils bénéficient indirectement. D'ailleurs, la Cour rappelle dans l'arrêt Phil Collins que « les droits voisins présentent également un *caractère économique* en ce qu'ils prévoient la faculté *d'exploiter commercialement la mise en circulation* de l'œuvre protégée, en particulier, sous la forme de *licences accordées moyennant le paiement de redevances* »⁴³¹. À la lumière de cette considération, que nous pouvons étendre à notre propre analyse, nous comprenons l'importance économique de ce droit voisin pour les éditeurs. Aussi, nous comprenons toute

⁴²⁴ Directive 2019/790, *op. cit.*, art.15.

⁴²⁵ T. AZZI, « Les droits accordés aux éditeurs dans... », *op.cit.*, p. 27.

⁴²⁶ Art. 17§2 Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (ch. Dr. Fond. UE).

⁴²⁷ M. GIANGASPERO, *op. cit.*, p. 19 à 20. ; Australian Competition and Consumer Commission, *op. cit.* p.16 et 192.

⁴²⁸ M. GIANGASPERO, *op. cit.*, p. 20.

⁴²⁹ GARADIN D., *op. cit.*

⁴³⁰ Directive 2019/790, *op. cit.*, art. 15.

⁴³¹ C.J.C.E., arrêt Phil Collins c. Imtrat Imtrat Handelsgesellschaft mbH et Patricia Im- und Export Verwaltungsgesellschaft mbH et eif Emanuel Kraul c. EMI Electrola GmbH., aff. Jointes, 20 octobre 1993, C-92/92 et C-326/92, ECLI:EU:C:1993:847.

l'importance de cette disposition pour garantir la protection des droits de la propriété intellectuelle. Encore une fois, à travers l'article 15 de la directive 2019/790⁴³², le législateur a voulu donner les armes nécessaires aux éditeurs de presse pour leur permettre une négociation plus équilibrée avec les géants du web.

⁴³² Directive 2019/790, *op.cit.*, art. 15.

VII. Conclusion

L'article 15 de la directive 2019/790⁴³³, en accordant un nouveau droit voisin aux éditeurs de presse, offre un niveau de protection supplémentaire aux publications de presse utilisées en ligne par les prestataires de services de la société de l'information. *A priori*, il pourrait permettre d'assurer une rémunération plus juste aux éditeurs, en leur assurant la pérennité d'une part de leur marché. Cet article a cependant fait l'objet de diverses critiques et fut modifié de nombreuses fois avant d'être définitivement adopté en 2019. Cette disposition est à notre avis parvenue à trouver un équilibre raisonnable entre les intérêts divergents des parties prenantes au vu, notamment, des exclusions qu'elle prévoit.

Cependant, il faut atténuer cette victoire législative. Bien que Google soit à présent légalement contraint de négocier avec les éditeurs de presse, par quoi cette obligation juridique se traduit-elle sur un plan pratique ? Comme nous l'avons souligné, cette nouvelle législation pourrait avoir des effets indésirables et renforcer les positions dominantes existantes au détriment de la diversité et de la liberté de la presse. Pour assurer un marché équilibré et dynamique, un suivi rigoureux de la bonne mise en œuvre de cette disposition et une régulation supplémentaire pourrait s'avérer nécessaire, comme le démontre l'exemple de l'Autorité de la concurrence en France.

Notre analyse juridique montre que la directive ne permet pas non plus une harmonisation totale de ce droit voisin, notamment en ce qui concerne certaines notions. En fait, elle reste assez lacunaire par rapport à nombre d'entre elles. À ce titre, certaines notions telles que les hyperliens, les courts extraits d'une publication de presse, la nature journalistique, l'éditeur ou la publication de presse ne sont pas parfaitement définies. Par ailleurs, elle soulève différentes interrogations. Par exemple, en ce qui concerne la nécessité de la condition d'originalité de la publication de presse ou la raison d'être de certaines exceptions. Nous ne doutons cependant pas que la Cour, dans les années à venir, interviendra pour préciser et déterminer des contours plus précis à ces incertitudes.

L'adaptation du droit voisin des éditeurs de presse à l'ère numérique soulève par ailleurs de nombreux enjeux et met en évidence la complexité et la multiplicité des défis auxquels la presse pourrait être confrontée.

Parmi ces enjeux, on retrouve d'abord un enjeu économique de taille. En effet, bien que le phénomène de convergence numérique ait provoqué une baisse de revenus publicitaires dans le chef des éditeurs de presse, la solution proposée par la directive risque d'être plus néfaste que bénéfique pour ces derniers. L'analyse élaborée ci-dessus montre que les services d'agrégation de nouvelles sont utilisés de manière complémentaire par les éditeurs de presse et que l'effet net qui résulte de cette utilisation est un effet d'expansion sur le marché (qui se manifeste par une augmentation du trafic et des revenus publicitaires pour les éditeurs). L'enjeu, finalement, réside dans les décisions qui pourraient, ou non, être prises par les prestataires de service de la société de l'information : d'une part, s'ils ferment leurs services, comme dans le cas de l'Espagne, une réduction du public et de l'offre est à

⁴³³ Directive 2019/790, *op.cit*, art. 15.

prévoir sur le marché. De plus, d'autres effets indésirables, comme la concentration des médias, pourraient être provoqués par cette décision. D'autre part, s'ils acceptent de conclure des licences, les auteurs pourraient être tentés de produire leurs articles de manière indépendante et lesdits prestataires de services pourraient être tentés de répercuter leurs prix sur les consommateurs. Cette réforme ne semble donc pas contribuer à améliorer la situation de défaillance du marché et les imperfections de la concurrence que nous rencontrons actuellement. En fait, elle pourrait même les aggraver davantage.

L'assurance d'une rémunération équitable aux éditeurs de presse permettrait par ailleurs de répondre à des enjeux qui ont sous-tendu l'adoption de la directive, comme la diffusion importante de fausses informations (dites fake news) sur le marché ou le risque de réduction du pluralisme de la presse, assurant ainsi un libre accès à une information de qualité pour le public. En revanche, cette liberté risque également d'être impactée par l'introduction du nouveau droit voisin des éditeurs de presse, puisque les utilisateurs pourraient se voir répercuter le prix de ce droit directement par les acteurs numériques.

Par ailleurs, les prestataires de services de la société de l'information ne doivent pas perdre de tête qu'ils doivent garantir la liberté d'expression et d'information sur leurs plateformes, contribuant ainsi à assurer une presse libre et pluraliste qui est indispensable dans une société démocratique. Cette directive a aussi pour objectif de protéger les droits de la propriété intellectuelle dont bénéficient indirectement les éditeurs de presse. Elle leur permet de récupérer leurs investissements en reconnaissant leur importance économique et en leur garantissant une négociation plus équilibrée avec les géants du Web.

Un autre enjeu réside dans la protection et la collecte des données à caractère personnel. En effet, le nouveau droit voisin veut rétablir l'équilibre entre les prestataires de la société de l'information et les éditeurs de presse, notamment en assurant à ces derniers un accès aux données personnelles qu'elles ont récoltées sous une forme qui leur est accessible.

Cette conclusion générale résume les principaux développements de notre analyse, soulignant ainsi la tentative de la directive 2019/790 de répondre à un des défis majeurs amenés par la convergence numérique et le développement des nouvelles technologies, qui consiste en la recherche d'un juste équilibre entre les positions des différentes parties prenantes et les différents enjeux qui sous-tendent l'adoption de cette directive.

VIII. Bibliographie

Législation

Allemande

Achtes Gesetz zur Änderung des Urheberrechtsgesetzes (huitième loi portant modification de la loi sur le droit d'auteur), du 7 mai 2013 insérant la section 7 « Protection de l'éditeur de presse ».

Australienne

Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Act 2021, An Act to amend the Competition and Consumer Act 2010 in relation to digital platforms, and for related purposes, n° 21, 02 mars 2021, disponible sur <https://www.legislation.gov.au/Details/C2021A00021>.

Belge

C. J., art. 1724 à 1737.

C.D.E., art. I.18, XVII.34/1 à XVII.34/5, XI.164, XI.165, XI.166, XI.216/1, XI.216/2, XI.216/3, XI.217.

Loi du 19 juin 2022 transposant la Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE

Projet de loi transposant la directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE, exposé des motifs, Doc. parl., Ch., 2021-2022, n°2608/001, p. 78.

Française

Art. L218-1 à 5 du Code français de propriété intellectuelle.

Loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse.

Italienne

Attuazione della direttiva (UE) 2019/790 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 17 aprile 2019, sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale e che modifica le direttive 96/9/CE e 2001/29/CE.

Néerlandaise

Wet van 16 december 2020 tot wijziging van de Auteurswet, de Wet op de naburige rechten, de Databankenwet en de Wet toezicht en geschillenbeslechting collectieve beheersorganisaties auteurs- en naburige rechten in verband met de implementatie van Richtlijn (EU) 2019/790 van het Europees parlement en de Raad van 17 april 2019 inzake auteursrechten en naburige rechten in de digitale eengemaakte markt en tot wijziging van de

Richtlijnen 96/9/EG en 2001/29/EG (Implementatiewet richtlijn auteursrecht in de digitale eengemaakte markt

Européenne

Traité de Rome, signé à Rome le 25 mars 1957, approuvé par la loi du 30 novembre 1957, M.B., 1er janvier 1958.

Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, signée à Rome le 4 novembre 1950, approuvée par la loi du 13 mai 1955, M.B., 19 août 1955, err., 29 juin 1961.

Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, adoptée à Nice le 7 décembre 2000, J.O.U.E, C 326/02, 26 octobre 2012.

Directive 93/98/CEE du Conseil du 29 octobre 1993 relative à l'harmonisation de la durée de protection du droit d'auteur et de certains droits voisins, J.O.U.E, L 290, 24 novembre 1993.

Directive 96/9/CE du Parlement européen et du Conseil concernant la protection juridique des bases de données, J.O.U.E., L 77/20, 11 mars 1996.

Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »), J.O.U.E., L 178, 17 juillet 2000.

Directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information, J.O.U.E., L 167/10, 22 juin 2001

Directive 2006/115/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 décembre 2006 relative au droit de location et de prêt et à certains droits voisins du droit d'auteur dans le domaine de la propriété intellectuelle, J.O.U.E, L 376/28, le 17 décembre 2006.

Directive (UE) 2015/1535 du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information, J.O.U.E, L. 241/1, 17 septembre 2015.

Directive 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE, J.O.U.E., L 130, 17 mai 2019.

Mesures de transposition nationale communiquées par les États membres concernant la directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE.), PE/51/2019/REV/1, OJ L 130, 17.5.2019, p. 92 à 125 (BG, ES, CS, DA, DE, ET, EL, EN, FR, GA, HR, IT, LV, LT, HU, MT, NL, PL, PT, RO, SK, SL, FI, SV).

Proposition de directive du Parlement européen et du Conseil sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, 14 septembre 2016, COM/2016/0593 final, 2016/0280 (COD).

Internationale

Convention internationale sur la protection des artistes interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des organismes de radiodiffusion, faite à Rome le 26 octobre 1961, OMPI, no 328 (F), ISBN 978-92-805-0429-3.

Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, adoptée à Berne le 9 septembre 1886, approuvée par la Belgique par la loi du 25 mars 1999, M.B., 10 octobre 1999.

Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur, adopté à Genève le 20 décembre 1996, approuvé par la Belgique par la loi du 15 mai 2006, M.B., 18 août 2006.

Accord sur les ADPIC, adopté à Marrakech le 15 avril 1994, approuvé par la Belgique par la loi du 23 décembre 1994.

Doctrine

AGENCE DES DROITS FONDAMENTAUX DE L'UNION EUROPEENNE, *Manuel de droit européen en matière de protection des données*, éd. 2018, Luxembourg, Office des publications de l'Union européenne, 2019.

T. AZZI, « Les droits accordés aux éditeurs dans la proposition de directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique », *Juris art etc. : le mensuel du droit et de la gestion des professionnels des arts et de la culture*, n° 47, juin 2017, p. 26 à 30.

T. AZZI, « Le droit voisin des éditeurs de publications de presse ou l'avènement d'une propriété intellectuelle catégorielle », *Dalloz IP/IT*, n° 270, mai 2019, p. 297 s.

N. BARRE, « Pourquoi les droits voisins sont légitimes », *Les Echos*, 12 septembre 2018, disponible sur <https://www.lesechos.fr/monde/europe/pourquoi-les-droits-voisins-sont-legitimes-138686>.

N. BINCTIN et X. PRÈS, *Directives 2019/790 et 2019/789 sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, Titre IV. – Mesures visant à assurer le bon fonctionnement du marché du droit d'auteur*, Bruxelles, Bruylant, 2021.

J.-M. BRUGUIÈRE, « Le droit voisin des éditeurs de presse dans la directive sur le droit d'auteur dans le marché numérique et sa transposition en droit français », *Légipresse*, n°371, mai 2019, p. 257 à 276.

S. CARNEROLI, *Les aspects juridiques des réseaux sociaux*, Bruges, Vanden Broele, 2013.

V. CASSIERS, « Le droit voisin des éditeurs de publications de presse en droit belge : une innovation en forme de trait d'union », *Wolters Kluwer – Droits intellectuels*, I.R. D.I. 2023/1, janvier 2023, p. 5 à 13.

C. CASTETS-RENARD, « La construction du marché unique numérique et le droit d'auteur : quelle stratégie pour l'Union européenne? », *Les cahiers de la propriété intellectuelle (CPI)*, 2016, vol. 28, n°1, p. 145 à 166.

CASTETS-RENARD C., « Importante réforme du droit d’auteur : proposition de plusieurs textes par la Commission européenne (marché unique numérique) », 14 septembre 2016, consulté le 22 mars 2024 à l’adresse <https://celinecastetsrenard.openum.ca/blog/2016/09/14/importante-reforme-du-droit-dauteur-proposition-de-plusieurs-textes-par-la-commission-europeenne-marche-unique-numerique/>.

R. CHAVANNES, « The Dutch DSM copyright transposition bill : safety first (up to a point) – Part 1 », *Kluwer Copyright Blog*, 11 juin 2021, disponible sur <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2020/06/11/the-dutch-dsm-copyright-transposition-bill-safety-first-up-to-a-point-part-1/>.

M. CHEVALLIER, « Concurrence : Google abuse-t-il de sa domination ? », *Alternatives Économiques*, vol. 297, n° 12, 2010, p. 48 à 72.

G. COLANGELO et V. TORTI, « Copyright, online news publishing and aggregators : a law and economics analysis of the EU reform », *International Journal of Law and Information Technology*, vol. 27, n°1, 2019, p. 75 à 90.

E. CORNU et R. MEYS, « La transposition en droit belge de la directive sur le droit d’auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique », *J.T.*, n° 6919, 2022/39, p. 774 à 787.

P. CRISCENZO, « Le cadre juridique des services de l’information en ligne », *Actualités du droit belge*, 22 novembre 2014, consulté le 15 avril 2024 à l’adresse <https://www.actualitesdroitbelge.be/droit-des-affaires/droit-commercial/le-cadre-juridique-des-services-de-l-information-en-ligne/services-de-la-societe-de-l-information---delimitation-de-la-notion>.

E. CZARNY-DROZDZEJKO, « The Subject-Matter of Press Publishers’ Related Rights Under Directive 2019/790 on Copyright and Related Rights in the Digital Single Market », *International Review of Intellectual Property and Competition Law (IIT)*, vol. 51, 2020, p. 628 à 646.

J. DE BONO, B. MARTINELLO, C. RATCLIFF, « Le marché intérieur : principes généraux », *Fiches thématiques sur l’Union européenne*, Parlement européen, novembre 2023, disponible sur <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/33/le-marche-interieur-principes-generaux>.

N. DROSS, *Fiches de Politiques économiques européennes : rappels de cours et exercices corrigés – Fiche 4. Le marché intérieur*, Paris, Ellipses, 2020, p. 23 à 32.

S. DUSOLLIER et A. DE FRANQUEN, *Manuel de droits intellectuels*, Limal, Anthemis, 2015.

I. EIDSVOLD-TOIEN et A. STENVIK, « Copyright for performers — an obligation under international law », *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, vol. 18, n° 10, octobre 2023, p. 754 à 767, disponible sur <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpad073>

F. ERNOTTE, *Droit des réseaux sociaux*, Bruxelles, Larcier, 2021, p. 121.

EUROPEAN COPIRIGHT SOCIETY, « Opinion on the Proposed Press Publishers Right », *ECS opinions*, 25 avril 2018, disponible sur

https://europeancopyrightsocietydotorg.files.wordpress.com/2018/06/2018_european-copyright-societyopiniononpresspublishersright.pdf.

- C. FERAL-SCHUHL, *Cyberdroit. Le droit à l'épreuve de l'Internet*, 5e éd., Paris, Dalloz, 2008.
- F. FERRI, « The dark side(s) of the EU Directive on copyright and related rights in the Digital Single Market », *China-EU Law Journal*, vol. 7, 2021, p. 21 à 38.
- L. FRANCESCHINI, « Le droit voisin des éditeurs de presse face aux GAFA : David contre Goliath ? », *La semaine juridique*, n° 4, 27 janvier 2020, p. 189 à 193.
- F. GAULLIER, « La naissance d'un droit voisin au profit des éditeurs et agences de presse », *Légipresse*, vol. 61, no. HS1, 2019, p.89 à 101.
- P.-Y. GAUTHIER, *Propriété littéraire et artistique*, 10e éd., Paris, Presses universitaires de France, 2017.
- D. GERADIN, D. KATSIFIS et T. KARANIKIOTI, « Google as a de Facto Privacy Regulator : Analyzing Chrome's Removal of Third-Party Cookies from an Antitrust Perspective », *TILEC, Law & Economics Research Paper Series*, n° DP2020-034, 25 novembre 2020, p. 1 à 82, disponible sur <https://ssrn.com/abstract=3738107>.
- R. HARDOUIN, « Le droit voisin des éditeurs de presse : une revendication légitime ? », *A.D.B.S.*, vol. 54, 2017, p. 24 à 25.
- A. JOUX, « Lex Google en Allemagne : malgré la loi, les éditeurs cèdent », *La revue européenne des médias et du numérique* (la rem), n° 28, 24 décembre 2013, p. 1 à 2.
- S. KARAPAPA, « The Press Publication Right in the European Union : An Overreaching Proposal and the Future of News Online », dans E. BONADIO et N. LUCCHI (eds.), *Non-Conventional Copyright : Do New and Non-Traditional Works Deserve Protection ?*, Northampton, Edward Elgar, 5 février 2018, p. 316 à 339.
- R. KHOUZAN, « L'évolution des droits voisins et le réalisateur de son : (re)définition d'un statut juridique », *Les cahiers de la propriété intellectuelle* (CPI), 2000, vol. 13, n°1, p. 95 à 137.
- A. LACOURT, C. RADEL-CORMANN et B. GROKENBERGER, *Juste rémunération des auteurs et artistes interprètes de l'audiovisuel dans les accords de licence*, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2023.
- J. LARRIEU, « La condamnation de Google face aux éditeurs de presse », *Dalloz*, 2021, n° 30, p. 1624 s.
- A. LEBOIS, « La légitimité du nouveau droit voisin de l'éditeur et de l'agence de presse », *Légipresse*, n° 62, 2019, p. 127 à 138.
- A. LUCAS, « Le droit voisin de l'éditeur de presse dans la directive européenne du 17 avril 2019 et la loi française du 24 juillet 2019 », *Les Cahiers de propriété intellectuelle*, vol. 32, n° 1, janvier 2020, p. 152 à 170.
- C. MANARA, « La naissance d'un droit voisin au profit des éditeurs et agences de presse », *Légipresse*, vol. 61, HS1, 2019, p. 103 à 106.
- N. MARTIAL-BRAZ, « Le droit voisin des éditeurs de presse ou la négociation biaisée », *R.I.D.A.*, n° 264, 2020, p. 169 à 188.

- C. MONNET, « Droit voisin des éditeurs de publications de presse : une mise en œuvre compliquée », *Le Monde du Droit*, 3 janvier 2022, disponible sur <https://www.lemondedudroit.fr/decryptages/79044-droit-voisin-des-editeurs-de-publications-de-presse-une-mise-en-oeuvre-compliquee.html>.
- P. MOURON, « L’Autorité de la concurrence au secours du droit voisin des éditeurs et agences de presse », *La revue européenne des médias et du numérique* (La rem), le 28 août 2020, p. 1 à 6.
- J. POMIANOWSKI, « Toward an Efficient Licensing and Rate-Setting Regime: Reconstructing § 114(i) of the Copyright Act », *The Yale Law Journal*, vol. 125, n° 5, 2016, p. 1531 à 1547.
- L. PIGNOT, J.-P. SAEZ, Entretien avec M.-A. FERRY-FALL et J.-N. TRONC, « L’épopée de la directive droit d’auteur : David et Goliath à l’heure du numérique », *L’Observatoire*, vol. 55, n° 1, 2020, p. 17 à 24.
- L. PIGNOT, J.-P. SAEZ, « Le droit d’auteur sous toutes ses facettes », *L’Observatoire, la revue des politiques culturelles*, n° 55, 2020, p. 1 à 119.
- A. RAFAELLI E., *Antitrust between EU Law and national law*, 1^{ère} éd., Bruxelles, Bruylant, 2021.
- M. REYNOLDS, « Google’s Article 13 link tax threat has put publishers on red alert », *WIRED*, 21 novembre 2018, disponible sur <https://www.wired.co.uk/article/article-13-link-tax-eu-11>.
- A. RONZANO, « Propriété intellectuelle : La Cour d’appel de Paris confirme presque intégralement la décision imposant à un moteur de recherche de négocier avec les éditeurs de presse (Google) », *Competition Laws Review*, n°97131, 2021, p. 1 à 4.
- F. SAINT-BONNET, « Les fake news peuvent-elles être saisies par le droit ? Protéger la société contre elle-même ou défendre la démocratie », *Tribonien*, vol. 2, n° 4, 2019, p. 6 à 16.
- S. SCALZINI, « The new related right for press publishers : what way forward ? » dans E. ROSATI (ed.), *The Routledge Handbook of EU Copyright Law*, Londres, Routledge, 2021, p. 1 à 18.
- A. SCHON, « La bataille des lobbies européens autour de la directive copyright », *LVSL*, 23 mars 2019, disponible sur <https://lvsl.fr/la-bataille-des-lobbies-europeens-autour-de-la-directive-copyright/>.
- SCOTT MORTON F. et D. DINIELLI, « Roadmap for an Antitrust Case Against Facebook », *Omidyar network*, juin 2020, p. 1 à 36.
- P. TREFIGNY, *L’articulation des droits de propriété intellectuelle et du droit de la concurrence*, 1^{ère} éd., s.l., Dalloz, 5 février 2020.
- O. WANG, « Droit voisin des éditeurs de presse et concurrence : quelles perspectives après l’affaire Google ? », *Dalloz*, le 27 septembre 2022, disponible sur <https://www.dalloz-actualite.fr/node/droit-voisin-des-editeurs-de-presse-et-concurrence-quelles-perspectives-apres-l-affaire-google>.
- J. WEITZMANN, « As had long been suspected : The proposed Press Publishers Right is meant as a lex Google after all (Germany) », *Kluwer Copyright Blog*, 27 août 2012, disponible sur <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2012/08/27/as-had-long-been-suspected-proposed-press-publishers-right-is-meant-as-a-lex-google-after-all-germany/>

« Droit voisin : l’Autorité de la concurrence condamne Google à une sanction de 500 millions d’euros pour ne pas avoir négocié de bonne foi avec les éditeurs de presse », *Légipresse*, n° 395, 2021.

Jurisprudence

Belge

Civ. Bruxelles (cess.), 16 octobre 2006, A. & M., 1996, p. 426.

Bruxelles, 28 octobre 1997, A. & M., 1997, p. 383.

Bruxelles (9e ch.), 5 mai 2011, 2007/AR/1730 disponible sur <https://juportal.be/home/accueil>

Recours en annulation des articles 39 et 54 de la loi du 19 juin 2022 transposant la directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d’auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE, introduit par la société de droit américain Google LLC et la société de droit irlandais Google Ireland Ltd., par la SA Spotify Belgium et la société de droit suédois Spotify AB, par la société de droit irlandais Meta Platforms Ireland Ltd., par la SRL Streamz et par la SA Sony Music Entertainment Belgium et autres, affaires jointes 7922, 7924, 7925, 7926 et 7927.

Française

Cour d’appel de Paris, pôle 5, septième Chambre, 8 octobre 2020, arrêt numéro 20/08071.

Autorité de la concurrence, décision 19-D-26, 19 décembre 2019 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la publicité en ligne liée aux recherches, France.

Autorité de la concurrence, décision 20-MC-01 du 09 avril 2020 relative à des demandes de mesures conservatoires présentées par le Syndicat des éditeurs de la presse magazine, l’Alliance de la presse d’information générale e.a. et l’Agence France-Presse, France.

Autorité de la concurrence, décision 21-D-17 du 12 juillet 2021 relative au respect des injonctions prononcées à l’encontre de Google dans la décision n° 20-MC-01 du 9 avril 2020, France.

Allemande

Bundeskartellamt, 6th Decision Division, B6-126/14, Google Inc. vs Third Parties, 8 septembre 2015.

Européenne

C.J.C.E., arrêt *Phil Collins c. Imtrat Imtrat Handelsgesellschaft mbH et Patricia Im- und Export Verwaltungsgesellschaft mbH et eif Emanuel Kraul c. EMI Electrola GmbH*, aff. jointes, 20 octobre 1993, C-92/92 et C-326/92, ECLI:EU:C:1993:847.

C.J.U.E., arrêt *Infopaq International A/S c. Danske Dagblades Forening*, 16 juillet 2009, aff. C-05/08, ECLI:EU:C:2009:465.

C.J., arrêt *Eva-Maria Painer c. Standard VerlagsGmbH et autres*, 1^{er} décembre 2011, C-145/10, EU:C:2011:798.

C.J. (gde ch.), arrêt *SAS Institute Inc. C. World Programming Ltd*, 2 mai 2012, C-406/10, EU:C:2012:259.

C.J., arrêt *Nils Svensson e.a. c. Retriever Sverige AB*, 13 février 2014, C-466/12, EU:C:2014:76.

C.J., arrêt *Google Spain SL et Google Inc. C. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) et Mario Costeja González*, 14 mai 2014, C-131/12, EU:C:2014:317

C.J., ordonnance *BestWater International GmbH c. Michael Mebes et Stefan Potsch*, 21 octobre 2014, C-348/12, EU:C:2014:2315.

C.J., arrêt *Huawei Technologies Co. Ltd c. ZTE Corp. et ZTE Deutschland GmbH*, 16 juillet 2015, C-170/13, ECLI:EU:C:2015:477.

C.J., arrêt *GS Media BV c. Sanoma Media Netherlands BV e.a.*, 8 septembre 2016, C-160/15, ECLI:EU:C:2016:644.

C.J., arrêt *Tobias Mc Fadden c. Sony Music Entertainment Germany GmbH*, 15 septembre 2016, C-484/14, EU:C:2016:689.

C.J., arrêt *VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH c. Google LLC*, 12 septembre 2019, C-299/17, EU:C:2019:716.

C.J., arrêt *Google LLC c. Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)*, 24 septembre 2019, C-507/17, EU:C:2019:772.

C.J., arrêt *SI et Brompton Bicycle Ltd c. Chedech / Get2Get*, 11 juin 2020, C-833/18, EU:C:2020:461.

Documents provenant d'institutions de l'Union européenne

M. GIANGASPERO, note de référence de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques à destination du comité de la concurrence sur *Les problèmes de concurrence affectant les médias d'information et les plateformes numériques. Note de référence rédigée par le Secrétariat*, DAF/COMP(2021)16, JT03486803, 3 décembre 2021, disponible sur [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2021\)16/fr/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2021)16/fr/pdf).

Direction des affaires financières et des entreprises, comité de la concurrence, note de référence, les problèmes de la concurrence affectant les médias d'information et les plateformes numériques, décembre 2021.

Organisation de Coopération et de Développement Économiques, Giangaspero, M., Capobianco, A., May, R., Murno, C., Cavada, L., Ohno, T., & Sanclemente, J. (2021). Les problèmes de concurrence affectant les médias d'information et les plateformes numériques. In DAF/COMP(2021)16. [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2021\)16/fr/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2021)16/fr/pdf)

CONSEIL DE L'UNION EUROPEENNE, *30e anniversaire du marché unique de l'UE*, 18 avril 2024, disponible sur <https://www.consilium.europa.eu/fr/infographics/30-years-of-the-eu-single-market/#:~:text=Le%20march%C3%A9%20unique%20europ%C3%A9en%20a,30e%20anniversaire%20en%202023>.

Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions – Stratégie pour un marché unique numérique en Europe, COM(2015), 192 final, 6 mai 2015, p. 23-24.

COMMISSION EUROPEENNE, « La Commission propose de moderniser les règles applicables aux contrats de ventes en ligne afin de promouvoir l'accès aux contenus numériques », *communiqué de presse*, 9 décembre 2015, disponible sur https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_15_6264

Rapport de synthèse de la Commission européenne sur les résultats de la consultation publique sur le rôle des éditeurs dans la chaîne de valeur des droits d'auteur, 2017, p. 5, disponible sur <https://bit.ly/2PsLMaT>

COMMISSION EUROPEENNE, « *La réforme du droit d'auteur franchit le dernier obstacle : la Commission se félicite de l'approbation d'une réglementation modernisée adaptée à l'ère numérique* », *communiqué de presse* 15 avril 2019, disponible sur https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_19_2151.

COMMISSION EUROPEENNE, « Bâtir l'avenir numérique de l'Europe. La législation de l'UE sur le droit d'auteur », 11 mars 2024, disponible sur <https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/policies/copyright>.

COMMISSION EUROPEENNE, « Market Power and Transparency in Open Display Advertising – a case study », Rapport final du groupe d'experts pour *the Observatory on the Online Platform Economy*, 26 février 2021, disponible sur <https://www.tsefr.eu/publications/market-power-and-transparency-open-display-advertising-case-study>.

PARLEMENT EUROPEEN, « Questions and Answers on issues about the digital copyright directive », *communiqué de presse*, 27 mars 2019, disponible sur <https://www.europarl.europa.eu/news/en/pressroom/20190111IPR23225/questions-andanswers-on-issues-about-the-digital-copyright-directive>;

L. BENTLY, M. KRETSCHMER, T. DUDENBOSTEL, M. DEL CARMEN CALATRAVA MORENO et A. RADAUER, à la demande de la direction générale des politiques internes de l'Union, « Strengthening the Position of Press Publishers and Authors and Performers in the Copyright Directive », *Parlement européen*, 2017, disponible sur <https://data.europa.eu/doi/10.2861/34335>.

E. BASSOT et W. HILLER, « Les dix priorités de la Commission Juncker – État d'avancement à l'automne 2018 », étude menée par le service de recherche du Parlement européen (EPRS), septembre 2018 (PE 625.176).

J.-C. Juncker, « Un nouvel élan pour l'Europe : mon programme pour l'Emploi, la Croissance, l'Équité et le Changement démocratique », *orientations politiques pour la prochaine Commission européenne, discours d'ouverture de la session plénière du Parlement européen*, Strasbourg, 15 juillet 2012, p. 5.

Autres

E. MACRON, « Discours d'Emmanuel Macron pour une Europe souveraine, unie, démocratique », *Élysée*, 16 septembre 2017, disponible sur <https://www.elysee.fr/admin/upload/default/0001/03/cf0366921915d47eed7f12dc8408839af3834e97.pdf>

EUROPEAN NEWSPAPER PUBLISHERS' ASSOCIATION, « Les ministres de la culture européens haussent le ton contre les pratiques abusives menées par les plateformes dominantes dans la mise en œuvre du droit voisin pour les éditeurs de presse », *communiqué de presse*, 22 novembre 2019, disponible sur <https://www.enpa.eu/press-release/ministers-culture-raise-their-voices-against-abusive-practices-led-dominant-platforms>

BUNDESKARTELLAMT, « Bundeskartellamt takes decision in ancillary copyright dispute », *communiqué de presse*, 9 septembre 2015, disponible sur https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2015/09_09_2015_VG_Media_Google.html

EUROPEAN INDEPENDENT MEDIA PUBLISHERS, « Open letter to the Austrian Presidency of the European Council and rapporteur Axel Voss MEP on Article 11 and Recital 32 of the proposed Copyright Directive », 2018, consulté le 10 avril 2024 à l'adresse <https://mediapublishers.eu/2018/10/29/open-letter-to-the-austrian-presidency-of-the-european-council-and-rapporteur-axel-voss-mep-on-article-11-and-recital-32-of-the-proposed-copyright-directive/>

Rapport de Laurence Franceschini, conseiller d'État assistée de Marion Estivalèzes, sur l'objet et le champ d'application du droit voisin des éditeurs de publications de presse, Ministère de la Culture de la République française, France, 13 février 2018, p. 15.

Rapport de Laurence Franceschini de la mission de réflexion sur la création d'un droit voisin pour les éditeurs de presse, ministère de la culture et de la communication – Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, France, juillet 2016, p. 11.

Rapport d'information de l'Assemblée nationale sur l'application du droit voisin au bénéfice des agences, des éditeurs et professionnels du secteur de la presse, n°4902, France, le 12 janvier 2022, disponible sur https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/opendata/RINFANR5L15B4902.html#_Toc256000007.

Littérature économique

S. ATHEY, M. MOBIUS et J. PAL, « The Impact of Aggregators on Internet News Consumption », *NBER Working Paper Series*, n° 28746, 2021, disponible sur <http://dx.doi.org/10.3386/w28746>.

C. BARBARAY, *Fidélité et expérience client : Être à l'écoute de ses clients pour une entreprise performante*, Paris, Dunod, 2016, p. 182 à 200.

- A. BEITONE (dir.), E. BUISSON-FENET, « Chapitre 11 – Les politiques économiques » dans *Économie, sociologie et histoire du monde contemporain*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 575 à 634.
- A. BEITONE, « Biens publics, biens collectifs. Pour tenter d'en finir avec une confusion de vocabulaire », *Revue du MAUSS permanente*, 22 avril 2014, disponible sur <https://journaldumauss.net/./?Biens-publics-biens-collectifs>
- P. BELLEFLAMME, A. GAUTIER et X. WAUTHY, « Convergence numérique et évolution du modèle d'affaires de la presse écrite en Fédération Wallonie-Bruxelles », *La Presse.be*, avril 2022, disponible sur https://www.lapresse.be/wp-content/uploads/2022/05/Etude_Convergence_numrique_presse_crite-Professeurs_Belleflamme_Gautier_Wauthy.pdf
- P. BENTATA, « Presse et agrégateurs de contenus : concurrents ou compléments ? », *Fondation Concorde*, février 2019, p. 1 à 22, disponible sur <https://www.fondationconcorde.com/wp-content/uploads/2019/02/Presse-et-agregateurs-de-contenus.pdf>
- L. BIGOT, Fact checking vs fake news. Vérifier pour mieux informer, Institut National de l'Audiovisuel (INA), 2019.
- L. BOUSSAGUET, S. JACQUOT et P. RAVINET (dir.), *Dictionnaire des politiques publiques*, 4e éd., s.l., Presses de Sciences Po, 2014, p. 104 à 114, disponible sur <https://doi.org/10.3917/scpo.bouss.2014.01.0106>
- E. BUISSON-FENET et M. NAVARRO, « Chapitre 5. Biens collectifs et externalités » dans *La microéconomie en pratique*, Paris, Armand Colin, 2018, p. 171 à 210.
- J. CALZADA et G. RICARD, « What Do News Aggregators Do ? Evidence from Google News in Spain and Germany », *University of Barcelona*, décembre 2018, p. 1 à 63 disponible sur <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/150425/1/695577.pdf>
- R. CHARTOIRE, « La question des incitations », *Idées économiques et sociales*, vol. 1, n° 175, 2014, p. 49 à 52, disponible sur <https://doi.org/10.3917/idee.175.0049>.
- L. CHIOU et C. TUCKER, « Content aggregation by platforms : The case of the news media », *Journal of Economics & Management Strategy*, n°26, 2017, p. 782 à 805, disponible sur <http://dx.doi.org/10.1111/jems.12207>.
- J.-L. COMBES, P. COMBES-MOTEL, et S. SCHWARZ, « Un survol de la théorie des biens communs », *Revue d'économie du développement*, vol. 24, n° 3-4, 2016, p. 55 à 83.
- B. COOLS et O. STANDAERT, « Les revenus publicitaires permettent-ils encore aux éditeurs de réduire les prix qu'ils facturent ? », *European Journalism Observatory (EJO)*, 18 juillet 2022, disponible sur <https://fr.ejo.ch/economie-medias/evolution-revenus-publicitaires>.
- Y. CROISSANT, P. VORNETTI, « État, marché et concurrence – Les motifs de l'intervention publique », *Les Cahiers français*, n° 313, 2003, p. 3 à 8.
- Y. EYCHENNE et C. STRONG, « Chapitre 2. Le business model des plateformes », dans *Uberisez votre entreprise. Comment créer de la valeur avec les plateformes digitales*, Paris, Dunod, 2017, p. 25 à 42.

- S. Flaxman, S. Goel et J. Rao, « Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption », *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, n° 51, 2016, p. 298 à 320, disponible sur <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>.
- S. FRIMOUSSE, J.-M. PERETTI, « Le renouveau des modèles d'affaires », *Question(s) de management*, vol. 44, n° 3, 2023, p. 193 à 251.
- K. GARRETT, « Echo Chambers Online ? Politically Motivated Selective Exposure among Internet News Users », *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 14, n° 2, 1er janvier 2009, p. 265 à 285.
- D. GERADIN, « Complements and/or Substitutes? The Competitive Dynamics Between News Publishers and Digital Platforms and What It Means for Competition Policy », *TILEC*, Discussion Paper n° 2019/003, 2019, p. 1 à 29, disponible sur <https://ssrn.com/abstract=3338941>.
- L. GEORGE et C. HOGENDORN, « Local News Online : Aggregators, Geo-Targeting and the Market for Local News », *Journal of industrial economics*, vol. 68, n° 4, 2020, p. 780 à 818, disponible sur <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2357586>.
- J. GRANGE, « Chapitre I. Le Bien commun, les biens communs », dans *Pour une philosophie de l'écologie*, s.l, Pocket, 2012, p. 25 à 38.
- J. GRAY, *Google Rules : The History and Future of Copyright Under the Influence of Google*, New York, Oxford University Press, 19 mars 2020.
- D. HENRIET, « Externalité », *Encyclopædia Universalis. Économie* (f. mob.), consulté le 10 mars 2024 à l'adresse <https://www.universalis.fr/encyclopedie/externalite-economie/>.
- G. HURWITZ, « Fake News's Not-So-Real Antitrust Problem : Content Remains King », *Competition policy International*, 19 décembre 2017, disponible sur <https://www.competitionpolicyinternational.com/fake-news-not-so-real-antitrust-problem-content-remains-king/>.
- L. KARPIK, « Réalité marchande et réputation », *Communications*, vol. 2, n° 93, 2013, p. 121 à 129, disponible sur <https://doi.org/10.3917/commu.093.0121>.
- P. KRUGMAN et R. WELLS, *Microéconomie*, Bruxelles, De Boeck, 2016.
- F. LAUGEE, « La musique s'écoute en streaming et sur smartphone », *La revue européenne des médias et du numérique (la rem)*, n° 40, 3 janvier 2017.
- P. LE FLOCH et N. SONNAC, « II. Les caractéristiques économiques d'une publication de presse » dans *Économie de la presse à l'ère numérique*, 3e éd., Paris, La Découverte, 2013, p. 13 à 40.
- F. LEVEQUE, « VI. La réglementation des biens collectifs » dans *Économie de la réglementation*, Paris, La Découverte, 2009, p. 77 à 96.
- L. W. MCKNIGHT et J. P. BAILEY, « An Introduction to Internet Economics », *Journal of Electronic Publishing*, vol. 2, n°1, mai 1996, p. 1 à 12.
- NERA ECONOMIC CONSULTING, *Impact on competition and on free market of the google Tax or AEDE Fee – report for the Spanish Association of Publishers of Periodical Publications (AEEPP)*, Madrid, Insight un economics, 2017.

M. NOTTINGHAM, « Playing Fair in the Privacy Sandbox : Competition, Privacy and Interoperability Standards », 3 février 2021, p. 1 à 29, disponible sur https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3891335.

F. REBILLARD, « Du traitement de l'information à son retraitement. La publication de l'information journalistique sur l'internet », *Réseaux*, vol. 3, n° 137, 2006, p. 29 à 69, disponible sur <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-3-page-29.htm>.

C. SHAPIRO et HAL R. VARIAN, *Information Rules : A Strategic Guide to the Network Economy*, Boston, Harvard Business Review Press, 19 novembre 1998.

C. SHAPIRO et HAL R. VARIAN, *Économie de l'information, Guide stratégique de l'économie des réseaux*, Paris, De Boeck Université, 1999.

M.-C. SMYRNELYS, entretien avec D. CARDON, « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », *Transversalités*, vol. 3, n° 123, 2012, p. 65 à 73.

N. SONNAC, « Médias et publicité ou les conséquences d'une interaction entre deux marchés », *Le Temps des médias*, vol. 6, n° 1, 2006, p. 49 à 58.

N. SONNAC, « L'écosystème des médias, les enjeux socioéconomiques d'une interaction entre deux marchés », *Communication*, vol. 32/2, 2013, p. 1 à 26, disponible sur <https://journals.openedition.org/communication/5030?lang=en>.

N. SONNAC et J. GABSZEWICZ, « I. Le produit médiatique » dans *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2013, p. 7 à 20.

N. SONNAC et J. GABSZEWICZ, « VI. La réglementation des médias » dans *L'industrie des médias à l'ère numérique*, Paris, La Découverte, 2013, p. 99 à 116.

J. STIGLITZ (dir.), J.D. LAFAY, J. ROSENGARD, *Économie du secteur public*, Louvain-La-Neuve, De Boeck supérieur, 2018.

J. TOLDEANO, *GAFAs Reprenons le pouvoir !*, Paris, Odile Jacobs, 26 août 2020, disponible sur <https://www.cairn.info/gafa--9782738153241.htm>

S. VASOUGHI, D. ROY, S. ARAL, « The spread of true and false news online », *MIT initiative on the digital economy research brief*, 2017, p. 1 à 5.

N. WALCZAK, « La protection des données personnelles sur l'internet. Analyse des discours et des enjeux sociopolitiques », *Sciences de l'information et de la communication*, Université Lumière Lyon 2, France, 2014.

« Stratégie pour un marché numérique européen », *SPF Économie*, 22 novembre 2022, disponible sur <https://economie.fgov.be/fr/themes/line/strategie-pour-un-marche>

Statistiques

T. GAUDIAUT, « La publicité digitale en France, les géants de la publicité en ligne », *Statista*, le 15 décembre 2022, consulté le 15 avril 2024 à l'adresse <https://fr.statista.com/infographie/28966/principales-societes-plateformes-selon-les-ventes-mondiales-de-publicite-en-ligne-en-2022/>

P. BARON, « Publicité numérique : fin de règne pour Meta et Alphabet », *L'ADN*, 4 janvier 2023, consulté le 15 avril 2024 à l'adresse <https://www.ladn.eu/actualite/fin-dominacion-marche-publicite-numerique-meta-google/>

« Search Engine Market Share Worldwide », *Statcounters GlobalStats*, mars 2024, consulté le 10/04/2024 à l'adresse <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

F. ROPARS, « SEO : les taux de clics et les performances des liens selon la position dans les SERPs », *BDM*, le 28 août 2019, consulté le 13 mars 2024 à l'adresse <https://www.blogdumoderateur.com/etude-taux-de-clics-et-les-performances-des-liens-selon-la-position-dans-les-serps/>

Rapports

UNESCO, *Le journalisme est un bien public : tendances mondiales en matière de liberté d'expression et de développement des médias - Rapport mondial 2021/2022*, 2022, disponible sur <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381449>.

Competition & Markets Authority, *Online platforms and digital advertising – Market study final report*, 2020, disponible sur <http://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study>.

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC), *Digital Platforms Inquiry – Final Report*, 2019, disponible sur <http://www.accc.gov.au/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>.

Japan Fair Trade Commission, *Fact-finding Survey Report on Digital Platform Operators' Trade Practices – Final Report Regarding Digital Advertising*, 2021, disponible sur <http://www.jftc.go.jp/en/pressreleases/yearly-2021/February/210217.html>.

Autres

GOOGLE, « Google in Europe, Proposed copyright rules : bad for small publishers, European consumers and online services », 6 décembre 2018, consulté le 9 avril 2024 à l'adresse <https://blog.google/around-the-globe/google-europe/proposed-copyright-rules-bad-small-publishers-european-consumers-and-online-services/>

GOOGLE, « les 10 principes fondamentaux de Google », consulté le 9 avril 2024 à l'adresse <https://about.google/philosophy/?hl=fr>

GOOGLE, « Novedades acerca de Google Noticias en España », 11 décembre 2014, consulté le 10 avril 2024 à l'adresse https://blog.google/intl/es-es/productos/informacion/2014_12_novedades-acerca-de-google-noticias-en/

GOOGLE, « Novedades acerca de Google Noticias en España », 11 juin 2014, consulté le 8 avril à l'adresse <https://espana.googleblog.com/2014/12/novedades-acerca-de-google-noticias-en.html>

Actualités

AFP, « Comprendre la réforme sur le droit d’auteur », *Le Soir*, le 10 septembre 2018, consulté le 8 mars 2024 à l’adresse <https://www.lesoir.be/177656/article/2018-09-10/comprendre-la-reforme-sur-le-droit-dauteur>.

ZAMPA C., « Brussels gripped by lobbying war over copyright law », *TheStar*, 28 août 2018, consulté le 15 mars 2024 à l’adresse <https://www.thestar.com.my/tech/tech-news/2018/08/28/brussels-gripped-by-lobbyingwar-over-copyright-law>

« L’éditeur allemand Axel Springer renonce à son bras de fer avec Google », *Le Monde*, 5 novembre 2014, disponible sur https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/11/05/axelspringer-renonce-a-son-bras-de-fer-avec-google_4518881_3236.html

« Google, Facebook : menaces sur l’information », *Le Monde*, 11 septembre 2018, consulté le 3 avril à l’adresse https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/09/11/google-facebook-menaces-sur-l-information_5353445_3232.html

Sites internet

« Alliance de la Presse d’Information Générale », *Alliance presse*, disponible sur <https://www.alliancepresse.fr/>

J. DANIEL, G. VALE, mis à jour par V. LEQUEUX, « Le marché unique de l’Union européenne », *toute l’europe.eu*, consulté le 2 mars 2024 à l’adresse <https://www.touteurope.eu/fonctionnement-de-l-ue/le-marche-unique/>.

« La convergence numérique, qu’est-ce que c’est ? », *Cité des Sciences et de l’Industrie*, 2007, consulté le 23 février 2024 à l’adresse https://www.citesciences.fr/archives/francais/ala_cite/affiche/convergence/convergence.htm.

KOLODZIEJCZAK C., « Directive Copyright : à quoi ressembleront les résultats de recherche de Google ? », *Clubic*, 19 janvier 2019, disponible sur <https://www.clubic.com/application-web/actualite-849796-directive-copyright-ressembleront-resultats-recherche-google.html>.

« Quelles sont les principales défaillances de marché ? », *Le Figaro Étudiant*, 27 mars 2020, disponible sur https://etudiant.lefigaro.fr/article/quelles-sont-les-principales-defaillances-de-marche_b854f644-703d-11ea-a804-021e7c24f339/.