

Droits voisins

# Alain Augé, SEPM : "Le temps ne profite pas à Google"

Le président du puissant Syndicat des éditeurs de la presse magazine défend ici l'idée de la gestion collective des droits numériques de la presse face aux plateformes Internet



Alain Augé, Président du Syndicat des éditeurs de la presse magazine - Photos par Olivier Roller

*Extraits de la série de podcast 'Presse, Gafa, et droits voisins', réalisée en association avec l'Institut des droits fondamentaux numériques, IDFRights. Interview menée par Jean-Marie Cavada*

Il n'est pas aisé de connaître le volume financier que représentent les contenus de presse utilisés par le numérique. C'est pourtant une question essentielle mais l'ensemble des acteurs de l'écosystème n'est pas en accord sur cette métrique. Évoquer un chiffre ou un autre est déjà potentiellement une entrée en discussion et je serais extrêmement prudent. Ce que l'on peut dire c'est que pour la presse, l'importance économique du numérique est croissante. Les contributions de l'ensemble des familles de presse, quotidienne, régionale, magazine, spécialisée, en ligne, sont de mieux en mieux et de plus en plus mises en avant et référencées.

C'est normal parce que la presse est un lieu professionnel fort où des journalistes, eux aussi professionnels, soucieux de vérifier leurs sources, soucieux d'exhaustivité, travaillent dans la durée et avec compétence à couvrir tous les sujets. Par rapport à l'effervescence – un peu comme ce qu'on avait connu sur les radios libres autrefois –, les contributions des organes de presse au fonds documentaire de réflexion et de recherche que proposent les réseaux sur Internet sont en augmentation croissante.

### **Le retard de la presse française**

Le modèle papier est encore très résilient, particulièrement pour la presse magazine. Mais le coût de production des contenus de qualité est beaucoup plus élevé. Si demain, le modèle papier, qui est toujours très majoritaire, devient seulement une des composantes, la part à facturer et à faire prendre en charge par les Gafa ira en augmentant. La presse vit dans le même mouvement de transition que la musique il y a cinq ou dix ans, où la part du digital devient forcément croissante. Pourquoi la presse est “en retard” ? Parce qu'elle est victime de son succès.

“La presse vit dans le même mouvement de transition que la musique il y a cinq ou dix ans, où la part du digital devient forcément croissante. Pourquoi la presse est “en retard” ? Parce qu'elle est victime de son succès”

Fidélité de ses lecteurs, modèle payant, identification à des marques – lire ‘Le Figaro’ ou ‘Le Monde’, ‘La Croix’ ou ‘L’Humanité’, ‘Femme actuelle’ ou ‘Elle’ sont des choix très forts. Le modèle papier de la presse est beaucoup plus solide que ce que n'a pu être celui de la musique physique. De ce fait, nous arrivons encore à boucler des équations économiques sans le digital. Mais le mouvement vers le numérique est irréversible. Il va bien falloir qu'Internet prenne le relais du financement onéreux d'un contenu professionnel objectif et de qualité.

### **La directive droits voisins de la presse**

Il a fallu plus d'une décennie pour arriver à faire reconnaître à une mentalité très anglo saxonne marquée par le sceau du copyright, qu'il existe une vraie contribution intellectuelle et morale de la presse, qui doit se traduire par un bénéfice économique. Il y a une notion absolument essentielle : celle d'écosystème. La critique à adresser à des aventures humaines et économiques formidables comme Google, Amazon, Facebook et les autres, est l'absence de conscience de l'interdépendance entre les différents acteurs. Ces jeunes entreprises doivent prendre garde à ne pas épuiser l'écosystème qui a fait leur richesse et leurs ressources. La presse est incontestablement, avec son contenu, suivi, de qualité, objectif, une contribution très importante à leur modèle d'affaires.

“Il a fallu plus d'une décennie pour arriver à faire reconnaître qu'il existe une vraie contribution intellectuelle et morale de la presse, qui doit se traduire par un bénéfice économique”

Nous ne sommes pas du tout jaloux, revendicatifs ou antagonistes au fait que ces réseaux se développent. Notre vocation de femmes et d'hommes de presse est d'être lus par le plus grand nombre. Si Internet permet de nous affranchir en partie du coût du papier et de porter plus loin la culture, la connaissance, le débat, les passions et les rencontres entre les concitoyennes

et concitoyens d'Europe, c'est tout à fait bien et intéressant. Mais les Gafa doivent comprendre qu'ils ont maintenant une responsabilité – on dirait un devoir d'État dans le jargon Bayard, qui les dépasse eux-mêmes. Ils sont devenus trop gros pour ne pas être en charge du bien commun et de l'équilibre de l'écosystème. Contribuer à financer la presse dans sa qualité et sa vérité fait partie maintenant du devoir des Gafa.

### **La création d'un organisme de gestion collective des droits**

La France a fait diligence dans la transposition de cette directive. Elle nous permet d'être les premiers en Europe à se confronter au sujet. C'est en même temps un avantage et une difficulté. Ce qui va être posé dans la discussion entre les Gafa et l'industrie française fera jurisprudence au niveau de l'ensemble de l'Europe. On comprend bien qu'ils soient prudents avant d'engager de l'argent.



**"Il y a beaucoup d'entreprises qui utilisent nos contenus – les très gros comme Google, Amazon ou Microsoft, mais aussi de nombreux acteurs privés, publics, semi-publics, BtoC, BtoB, français et internationaux. Ils sont tous redevables du droit voisin."**

La question de la gestion collective est importante. Il va y avoir des milliers d'ayants droit parce que la définition de la directive est très large. Il y a aussi beaucoup d'entreprises qui utilisent nos contenus – les très gros comme Google, Amazon ou Microsoft, mais aussi de nombreux acteurs privés, publics, semi-publics, BtoC, BtoB, français et internationaux. Ils

sont tous redevables du droit voisin. Si on fait une matrice simple de 300 redevables de droits voisins pour 3 000 éditeurs, nous sommes à quasiment à 1 million de contrats signés. Personne ne va signer un million de contrats ! D'où l'intérêt de la gestion collective telle qu'elle est organisée par la loi française. Cela va permettre des délégations de mandats des titulaires de droits voisins à un organisme compétent et dévoué qui peut conduire les négociations, sous le contrôle des conseils d'administration représentant les titulaires de

droits, puis de collecter l'argent et le répartir. Le SEPM est très partisan de cette gestion collective. C'est pourquoi nous avons noué un accord avec la Sacem et engagé des fonds pour assurer le fonctionnement la première année d'un organisme de gestion collective des droits.

## **Une presse désunie**

Il faut être réaliste et commencer par un premier pas. Nos confrères de la presse nationale ont signé un accord-cadre, et même quelques accords particuliers avec Google autour des droits voisins. D'abord, le SEPM n'a pas de commentaires particuliers à faire. La liberté du commerce et d'entreprendre en France est totale et donc chacun gère comme il l'entend. Ensuite, il est intéressant de constater que ces accords – qui pour nous ne sont pas suffisants dans leur étendue et dans leur quantum c'est-à-dire dans les montants versés – ont quand même le grand mérite de faire reconnaître à Google de jure et par écrit l'existence du droit voisin.

“Ces accords – qui pour nous ne sont pas suffisants dans leur étendue et dans leur quantum ont quand même le grand mérite de faire reconnaître à Google de jure et par écrit l'existence du droit voisin”

La situation progresse. Même Google aujourd'hui reconnaît que le premier périmètre qu'il avait fixé – négocier avec les seuls titres dits d'information politique et générale – évolue. La discussion a franchi une deuxième étape vers une négociation pour l'ensemble de la presse. Au fond, des accords particuliers faits par une première catégorie d'éclaireurs ne font pas obstacle à une négociation de gestion collective. La gestion collective, c'est comme la publicité McDonald's : on y vient comme on est. Dans la musique, nos amis de la Sacem nous disent bien que tel ou tel éditeur ou compositeur est susceptible de se réserver les droits par rapport à une diffusion ou un territoire. La gestion collective n'est pas le Gosplan, le modèle soviétique. C'est un outil efficace et adaptable sur mesure en fonction des situations de chacun. L'important est de faire masse en termes de périmètre de titulaires de droits et par rapport à l'ensemble des acteurs du digital. Même les groupes et titres de presse qui auront des accords particuliers avec Google, du fait de leur taille et de leur historicité, auront intérêt à rejoindre la gestion collective pour couvrir l'ensemble du domaine.

## **Nouveau contexte pour les Gafa**

Contexte politique nouveau, en particulier aux États-Unis, montée en puissance des autorités de la concurrence sur cette question du digital, et enfin concurrence entre Gafa et émergence de nouveaux acteurs, font que la situation d'âge d'or ou de quasi-monopole va être remise en question. À l'heure de la critique des fake news, du besoin d'objectivité et de sérieux, la recherche de qualité va être inévitable.

“Google a annoncé consacrer un milliard de dollars à la presse dans le monde. Un milliard sur trois ans, ça ne fait jamais que 300 millions par an par an sur le monde entier. Donc ce n'est pas suffisant”

Nous sommes en train de passer d'une ère de l'hyper-massification à une ère de recherche qualitative accrue. La presse est forcément un bon partenaire pour les Gafa. C'est d'ailleurs le sens de la déclaration du président de Google quand il a annoncé consacrer un milliard de

dollars à la presse dans le monde. Mais c'est un milliard sur trois ans, ça ne fait jamais que 300 millions par an par an sur le monde entier. Donc ce n'est pas suffisant.

### **Se hâter lentement**

Le désir de presse n'est pas mort. L'envie de presse n'a pas disparu. Oui, il y a une certaine urgence, mais nous ne sommes pas le couteau sous la gorge. S'il y avait une critique à formuler prudemment, c'est à l'égard de l'empressement avec lequel les premiers accords ont été signés. Il n'y avait pas forcément besoin de se hâter autant. La loi est claire et Google en convient. L'Autorité de la concurrence l'a dit : il y aura un rattrapage des sommes dues à partir d'octobre 2019. Le temps ne profite pas à Google. Ne signons pas n'importe quoi. Hâtons nous lentement.

"Il n'y avait pas forcément besoin de se hâter autant. La loi est claire et Google en convient. L'Autorité de la concurrence l'a dit : il y aura un rattrapage des sommes dues à partir d'octobre 2019"

L'autre bonne nouvelle – c'est encore confidentiel – une grande majorité d'éditeurs allemands est sur le point de signer avec l'équivalent de la Sacem en Allemagne pour rassembler ses forces et discuter avec Google, alors même que tel ou tel éditeur a déjà fait des accords particuliers. Même du côté de ceux qui ont déjà signé, il semblerait que des surprises soient possibles. La SEPM, avec nos alliés de la presse spécialisée [FNPS, Fédération nationale de la presse d'information spécialisée, présidée Laurent Berard-Quelin, ndlr], et nos amis de la presse en ligne [Spiil, Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne, ndlr], sommes tout à fait à l'aise à l'idée d'organiser une passerelle informelle entre les différents organismes de gestion collectifs nationaux. Nous formerons une fédération qui échangera ses bonnes pratiques et qui essaiera de représenter ses intérêts et l'intérêt des contenus de qualité auprès de Bruxelles.

### **A lire également**

[Entretien avec Jean-Noël Tronc : "La Sacem peut aider la presse française à négocier avec les grands acteurs de l'Internet"](#)

[Libre opinion. Jean-Marie Cavada, "La presse est en feu, mais tout le monde regarde ailleurs"](#)

[Entretien avec Pierre Louette : "L'heure est désormais à la régulation des Gafa"](#)