

Peut-on arrêter Google ?

C'est une étrange guerre, qui se déroule au-delà des océans et qui nous concerne de très près. Celle que livre le gouvernement australien au géant Google, contraint désormais de payer pour les contenus des médias, utilisés sur sa plateforme.

En Australie, comme ailleurs, des dizaines de journaux ont été fermés, des centaines de journalistes licenciés. Le siphonnage publicitaire, par les géants du net, a précipité la chute de la presse, aggravée encore par la crise sanitaire. Un krach mondial ! En Suisse romande, le Régional, CNN Money Switzerland, Micro ont disparu, les rédactions ont et vont encore subir des restructurations. En France, du Parisien à l'Equipe, de Libération au Nouveau Magazine littéraire, les projets de refonte, de reprise, de réductions d'effectifs se multiplient. Aux Etats unis, c'est l'hécatombe.

Fin juillet l'Australie lâchait une petite bombe, préparée de longue date : un code de conduite contraignant pour gouverner les relations entre les médias et les géants de l'internet, au premier rang desquels, Google et Facebook. L'accès aux données des usagers, la transparence des algorithmes et l'ordre d'apparition des contenus, tout cela, laissé en friche aujourd'hui, est désormais réglementé, avec des pénalités en cas de fraudes. Mais surtout, le code prévoit l'obligation de rétribuer les médias pour les contenus utilisés. En bref, vous avez pillé, il vous faut désormais payer !

Ce que l'Union européenne a tenté de faire l'an dernier avec l'adoption de la directive sur le droit voisin, Canberra l'a fait par un code de conduite qui a aussitôt allumé la guerre. Google a pris à témoin le public, en brandissant l'arme ultime : la gratuité du service Google serait en danger.

L'initiative australienne est suivie de près à travers le monde. La France a été le premier pays de l'Union européenne à appliquer la directive sur le droit voisin. Immédiatement contournée Google, qui refuse de payer, mettant en avant l'énorme trafic qu'il génère et son fonds de soutien à l'innovation, dont bénéficient de nombreux médias. Rien ne se perd !

Il ne sera pas facile de casser le modèle d'affaire instauré par les Gafam. Mais au moins, le combat a commencé.