

## « Rééquilibrer le partage de la valeur entre les producteurs de contenus et les GAFAs : un enjeu crucial pour l'Europe, à l'exemple de la presse »

*Et compte-rendu du petit-déjeuner – débat du CEFA du 25 sept. 2019*

*Autour de Pierre Louette – PDG du groupe Les Echos – Le Parisien*

« Nous devenons peu à peu des sous-traitants de technologies inventées dans la Silicon Valley, pour ne pas dire une colonie des États-Unis » ; cette affirmation de Jean-Hervé Lorenzi dans son nouveau livre avait provoqué un vif émoi en France il y a deux mois, suivi d'un large consentement, illustrant l'inquiétude vis-à-vis des GAFAs. Ces sociétés dont l'acronyme désigne les quatre entreprises américaines les plus puissantes du monde de l'internet ; Google, Apple, Facebook et Amazon, possèdent un pouvoir économique et financier considérable. Leur modèle économique révolutionne l'industrie classique et soulève ainsi de nouvelles questions vis-à-vis de la fiscalité, de la concurrence et du « laissez-faire » économique en général.

Pierre Louette a désormais porté une attention particulière à cette problématique lors de son intervention au sein du petit-déjeuner du CEFA. En tant que PDG du groupe Les Echos du Parisien, quotidien français d'information économique et financière, il a surtout illustré l'impact des géants du numérique sur le monde de la presse qui en est fortement affecté. Pour la presse la production de contenus gratuits en ligne est devenue une grande concurrence : aujourd'hui les internautes passent en général 70% de leur temps sur les plateformes des géants du web. En revanche surtout les quotidiens font des déperditions de revenus. Entre autres Le Parisien fait de pertes considérables de ses revenus depuis 10 ans.

Mais quelles difficultés posent les GAFAs exactement ?

### **Fiscalité**

Les entreprises numériques ont la possibilité de mettre en place des stratégies d'optimisation fiscale qui leur permettent de déconnecter leurs lieux d'implantation du lieu de leur assujettissement à l'impôt. Ceci entraîne de nouvelles questions par rapport aux règles de la fiscalité actuelle conçues pour le modèle des entreprises industrielles. Ces dernières sont taxées dans le pays où elles sont physiquement installées, à partir du montant des actifs, des employés et des ventes. Comme le système digital n'est pas attaché à un endroit précis pour offrir des services, la situation pose un véritable défi pour les administrations fiscales et les fiscalistes. Par ailleurs chaque pays en Europe met en place ses propres règles de taxation. Puisqu'un accord de restriction n'a pas pu être trouvé au niveau européen, la France a pris une décision unilatérale en juin 2019, pour mettre en place une « taxe GAFAs », première de ce genre en Europe. Un vrai axe franco-allemand est toutefois existant même si aucun accord sur la taxation n'a pu encore être trouvé, précise Pierre Louette.

### **Droit à la concurrence**

Le fait qu'en moyenne les entreprises numériques sont deux fois moins imposées que celles de l'économie classique en Europe, crée également des conditions de concurrence défavorables. Qu'en est-il avec le droit à la concurrence ? Les chiffres d'affaires des GAFAs sont depuis longtemps indice d'une situation de monopole dans le secteur numérique. Les seuls véritables concurrents aux grandes entreprises américaines sont des acteurs économiques chinois, explique Pierre Louette. Ainsi, il s'agit de deux écosystèmes très différents qui ont deux approches idéologiques opposées ; d'un côté le modèle du capitalisme libéral à l'américaine et d'autre part le système du capitalisme autoritaire en Chine, qui ne lie pas le capitalisme à des valeurs de liberté. Avec la Chine une nouvelle composante s'ajoute à l'opposition entre les GAFAs et l'Europe ; une composante tout à fait « asymétrique » sur le plan démocratique vis-à-vis des états

occidentaux. Toutefois les géants du web chinois pour leur part, jouissent du soutien actif du gouvernement pour se développer.

### **Les droits d'auteurs et droits voisins**

Depuis mai 2018 est entré en vigueur le « Règlement Général sur la Protection des Données » du Parlement européen et du Conseil de l'Union Européenne qui a pour but d'harmoniser la gouvernance des données personnelles au sein des pays membres de l'Union Européenne. Cette démarche doit surtout toucher la protection des informations personnelles que possèdent les entreprises pour faire face aux scandales de l'utilisation de données personnelles sans autorisation. L'UE a donc lancé une politique plus stricte vis-à-vis des GAFAs et de leur utilisation de données d'internautes. Néanmoins les experts doutent de l'effectivité de cette démarche ; le RGPD peut en réalité être un avantage pour les GAFAs. La mise en pratique du règlement est coûteuse et ce sont les petites entreprises qui vont en souffrir, non pas les grandes entreprises numériques qui eux ont les moyens de mettre en place les règlements. Les géants du web ont toutefois essayé d'intervenir dans ces procédures les sanctionnant, notamment par recours à leurs lobbys et par la recherche du soutien de la « Piratenpartei » pour qu'ils manifestent contre le droit d'auteur, afin de retarder l'entrée en vigueur du règlement. En effet, d'après Transparency International, le lobby Google est le deuxième lobby le plus reçu à la Commission européenne. En revanche Pierre Louette souligne, qu'il n'y a pas de syndicat de presse représenté à Bruxelles. Cependant des éditeurs allemand et français ont coopéré dans un syndicat commun et mis en place des démarches communes.

La presse considère plus prometteur la loi sur le droit voisin ; par cette loi les grands groupes ne pourront plus seulement montrer les extraits d'articles de presse sur leurs réseaux pour ne pas avoir à payer les éditeurs. Les français l'ont adapté avant les autres pays membres de l'UE, ce qui est peu surprenant selon l'orateur : « qui dit directive dit transposition, la France dit souvent surtransposition » remarque-t-il, accompagné d'un petit sourire. Ainsi Pierre Louette précise que l'établissement du droit d'auteur n'est pas la tâche principale, « il faut le faire vivre ensuite » : premièrement il faut déterminer l'assiette, en suite il faut déterminer le taux et sélectionner un organisme de collecte, comme la SACEM par exemple.

### **Quelles pistes d'amélioration pour l'avenir ?**

Bien que les GAFAs ont construit un impérium juridique et économique prospère, l'orateur est certain qu'il existe encore une grande marge de progression pour des innovations européennes. Ainsi, pour parvenir à tenir tête avec les entreprises américaines, l'intervenant suggère plusieurs changements :

Premièrement il affirme la nécessité de venir plus en avant en ce qui concerne les débouchés de bourse européenne, surtout en comparaison avec les américains. Pierre Louette ne voit pas de solution satisfaisante dans un encadrement de règles pénalisant les GAFAs et rappelle donc « battre les GAFAs par le talent serait le meilleur moyen ». Toutefois pour y arriver il faudrait s'approcher de l'esprit entrepreneuriale américain. Par rapport à l'Europe les Etats-Unis sont souvent en avance, avec de nouveaux modèles de publication, notamment Les Echos viennent d'acheter une technologie de publication de Washington Post. En outre il sera encore plus important dorénavant d'analyser les mécanismes d'abonnement des internautes, surtout dans le cas de la presse. L'orateur saisit cette occasion pour élaborer brièvement l'évolution des modes de travail par le numérique, qu'il nomme « l'économie de la relation » : les entreprises numériques ou bien la presse connaissent leurs abonnés, ils savent ce qu'ils attendent de la communication digitale. Aujourd'hui il est possible de repérer dans quel coin de l'écran l'internaute va cliquer, quel article, quelle rubrique l'intéresse. L'enjeu n'est plus la conquête des abonnés, mais leur conservation pour avoir de la prévisibilité. Finalement pour pouvoir progresser, une harmonisation des politiques en Europe est incontournable selon l'orateur ; surtout en matière de fiscalité l'unanimité est nécessaire pour atteindre les mêmes règles pour tous.