

Le GESTE regroupe une centaine d'éditeurs de contenus et de services en ligne issus des médias (presse, radios, télévision), ainsi que des éditeurs indépendants (pure-players internet et éditeurs mobile).

Dans le cadre de la Mission Création et Internet, le groupement traitera principalement de deux secteurs que sont la presse et la musique en ligne dont les logiques de développement, dans le cadre d'une offre légale, sont différentes. Ils seront traités successivement.

I. La presse en ligne :

En matière de presse, l'offre légale en ligne existe déjà depuis de nombreuses années, les grands quotidiens nationaux ont développé des sites d'information reposant en grande partie sur des modèles de financement par la publicité. En parallèle, la presse a créé avec l'aide du CFC, une offre d'autorisation de copie numérique destinée à satisfaire les besoins des entreprises en matière de revues de presse numériques ou d'utilisation d'articles issus de la presse dans le cadre de l'entreprise. Ce modèle génère déjà plus de 4 millions d'€ de revenus aux titres de presse concernés, somme complétée par les éventuels contrats de gré à gré signés avec les principales plateformes de diffusion numérique du marché (Factiva, EDD, CDromSNI, Lexis-Nexis, etc). Un contrat de même type a également été trouvé avec l'Education Nationale dans le cadre de l'exception culturelle.

Ainsi, au contraire de la musique ou du cinéma, les sites de presse ne sont pas confrontés à un piratage massif de leurs contenus par les utilisateurs.

Les éditeurs de presse, confrontés à une crise structurelle et conjoncturelle très forte, se heurtent à des problématiques d'un autre ordre, les empêchant de développer harmonieusement leurs offres de contenus d'information en ligne.

1. Première difficulté : les positions ultra-dominantes d'acteurs technologiques venus se glisser entre eux et leur public naturel :

- Le cas Google :

Depuis le rachat en 2007 de Double Click, Google, acteur dominant sur internet, est devenu à la fois moteur de recherche universel et régie publicitaire leader mondial. Sa domination sera également renforcée par sa prise de contrôle annoncée sur le marché téléphones mobiles de type Smartphone, avec la généralisation d'Android, système d'exploitation offert aux fabricants de téléphones mobiles. (Selon le Cabinet Gartner, Android devrait être le deuxième OS mobile en 2013

http://www.gartner.com/DisplayDocument?id=1186614&ref=g_fromdoc).

En France, Le chiffre d'affaires publicitaire de Google en 2008 est estimé à 700 millions d'euros soit 50% des dépenses publicitaire sur internet et plus que le CA publicitaire de l'ensemble de la presse quotidienne nationale. Par comparaison, en 2008 (chiffres de l'observatoire de l'e- publicité Syndicat des régies Internet-Capgemini Consulting), le marché du « search » (lien sponsorisés) est évalué à 800 millions, celui du « display » (publicité graphique) est évalué à 500 millions (soit environ 50%). La presse en ligne, vit

essentiellement de ce type de publicité, mais est en concurrence avec l'ensemble des autres sites internet qui y ont aussi recours.

Or, si Google a bien des bureaux en France, la facturation, elle, s'effectue en Irlande, ce qui lui permet d'échapper ainsi à toute fiscalité sur le chiffre d'affaires publicitaire réalisé avec des annonceurs français.

En parallèle de cette situation déjà fort préoccupante, Google se lance désormais dans une offre de régie publicitaire display, utilisant les données de navigation des internautes recueillies à travers tous les autres outils technologiques que Google peut contrôler (Google search, qui représente 90% du marché de la recherche sur internet en France, Gmail, GoogleMaps,...) Google n'est-il pas en situation d'abus de position dominante ?

Est ce que ces activités de moteur et de régie ne devraient pas à ce titre être scindées ?

Est ce qu'une imposition en France ne serait pas légitime ?

- Le cas des Fournisseurs d'Accès Internet et des Opérateurs Mobile :

Les fournisseurs d'accès, comme les opérateurs mobiles, ne se contentent plus d'être de simples « tuyaux ». Leurs offres sont désormais enrichies de contenus, souvent produits par des tiers afin d'être plus attractives pour les abonnés. Deux questions se posent alors :

La première est relative au principe de neutralité technologique :

Alors qu'ils sont un passage obligé pour accéder à Internet, ils ne doivent pas privilégier leurs offres de contenus par rapport au reste du web.

La seconde est la question des reversements aux éditeurs présents sur les portails des opérateurs :

Les opérateurs viennent, via la TVA tripleplay de soutirer 14% de TVA (19,6 – 5,5%) à l'Etat. D'un autre côté, l'éditeur perd son lien fondamental avec son client sur Apple store comme sur les offres e-paper Amazon ou Orange, et se voit imposer son modèle économique (30% pour Apple et 70% pour l'éditeur, l'inverse pour le Kindle) tout en perdant son lien avec le client final, les plateformes concernées refusant d'en donner les coordonnées à l'éditeur. Il prend également le risque de voir l'opérateur imposer sa propre régie publicitaire et ses conditions tarifaires. L'éditeur se voit alors réduit au rôle de fournisseur de contenus, perdant tout contrôle sur sa ligne éditoriale, tout contrôle de son business model. Il ne pourra maintenir son activité papier comme numérique dans les années à venir qu'avec l'aide d'un fond de dédommagement pouvant être constitué à partir des gains de tva réalisés par les opérateurs sur les offres triple-play.

2. Seconde difficulté : un statut délicat à obtenir et le non-respect du principe de neutralité et application d'un taux réduit de TVA pour la presse en ligne.

Après plus de 15 ans d'existence de diffusion de la presse en format numérique, le législateur vient enfin de reconnaître qu'une même information délivrée par un titre de presse pouvait l'être aussi bien sur papier que sur support numérique. La création du statut d'éditeur de presse en ligne a en effet été votée en juin dernier. Désormais, tout site d'information lié ou non à un journal papier est reconnu légalement en tant que tel.

En parallèle, à l'issue des Etats Généraux de la Presse Ecrite, le chef de l'Etat lui-même avait annoncé avec vigueur qu'il souhaitait mettre fin aux inégalités de traitement entre les supports papiers et numériques. Pourtant, subsistent encore des distorsions de concurrence incompréhensibles, notamment en matière de TVA. Le papier se voit appliquer une TVA à taux réduit à 2,10% quand l'information sur internet est soumise à un taux à 19,6%, y compris pour un contenu identique. Le GESTE a bien souvent critiqué cette distorsion laissant penser que le taux de TVA s'appliquait au support et non au contenu.

Cette situation est contraire au principe de neutralité technologique et ne favorise aucunement le développement des sites de presse en ligne véritables relais de croissance des entreprises de presse aujourd'hui en crise.

Le GESTE souhaite que les pouvoirs publics remédient au plus vite à cette situation et s'engagent rapidement en ce sens dans un processus législatif national et européen.

3. Troisième difficulté : la difficulté permanente de pouvoir relayer la diffusion des données appartenant au domaine public

Les œuvres du domaine public sont largement sous-exploitées car très difficilement accessibles aux éditeurs.

Alors que l'Europe a traité ce sujet en 2003, Directive 2003/98/CE du 17 novembre 2003, en posant des obligations aux Etats membres en matière de données publiques, une ordonnance et un décret d'application ont suivi en 2005, Ordonnance n°2005-650 du 6 juin 2005 et Décret n°2005-1755 du 30 décembre 2005, la mise en place d'une coopération entre l'administration et les entreprises privées reste chaotique.

Malgré la création de l'APIE, les licences de réutilisation ne sont pas prêtes, les conditions tarifaires quasi-inexistantes.

Les acteurs ont pourtant entamé, depuis 2005, une réflexion concertée et des rapports ont été commandés (rapport Ory-Lavollée relatif aux données culturelles). Le GESTE appelle à une réaction rapide et efficace du Gouvernement.

II. La musique en ligne :

1. Contexte historique

Nous considérons que l'offre légale en ligne n'a pu être véritablement lancée qu'à partir de 2008. En effet, plusieurs phases se sont succédées sans offrir de contexte favorable au développement d'une offre légale attractive et de qualité :

- Avant 2000 : bien qu'Internet se soit rapidement développé depuis 1995, on note le désintérêt des industries culturelles qui stigmatisaient en 1998 le format MP3, assimilé à une forme de « piraterie », et tentaient de l'interdire. Aucune discussion n'était alors possible pour l'obtention de licences sur Internet qui auraient permis de développer une offre légale. Seule la boutique en ligne eMusic s'est développée, à partir de 1998, avec des catalogues de producteurs américains indépendants.
- Dans la période 2000-2003, les Majors considéraient que la distribution numérique devait exclusivement passer par elles. Deux plateformes sont créées aux Etats-Unis : Pressplay et Musicnet. En France, Universal crée sa boutique en ligne E-Compil. Les demandes de licences de catalogues sont refusées à tous les autres éditeurs en ligne. Seuls OD2 en Angleterre et Rhapsody aux Etats-Unis parviennent à acquérir les droits d'exploitations de certains catalogues sur le web. En France, Musiwave est la première boutique mobile à proposer certains catalogues de Majors sous forme de sonneries musicales hifi dès la fin de l'année 2003.
- De 2003 à 2008, les accords de licences se multiplient auprès d'un grand nombre d'éditeurs en ligne, comme VirginMega et Fnac.com en France. Cependant, ces

accords sont assortis d'une obligation d'appliquer des mesures techniques de protection contraignantes sur les fichiers proposés, dans une qualité dégradée.

Le premier à bénéficier de l'accord des 5 Majors est iTunes. Cet avantage concurrentiel fort a contribué, avec le succès de sa solution boutique/terminal (iTunes/iPod-iPhone), à prendre une position encore aujourd'hui dominante en France comme à l'étranger, avec plus de 70% de parts de marché.

- Depuis 2008, les Majors ont abandonné les DRM et le volume de vente de musique en ligne a bondi (+50% par an). Seules les formules d'abonnement comme Orange Music Max nécessitent encore l'usage de DRM. L'abandon de ces mesures techniques de protection a été concomitant avec les licences de streaming accordés à certains acteurs comme Deezer, Jiwa ou MusicMe.

Il est parfaitement regrettable que les gouvernements successifs aient soutenus de façon inconditionnelle la stratégie défensive de la filière musicale, jusque dans ses erreurs. Cela n'a pas empêché la chute vertigineuse du CD, mais a considérablement gêné la création d'une offre légale française de divertissement culturel en ligne. Le manque à gagner pour notre secteur depuis 10 ans est très important. La domination d'Apple, notamment grâce à son avantage concurrentiel de catalogues, a marginalisé une offre locale qui s'est parfois réfugiée dans des services de niches, de qualité supérieure (Qobuz), ce que certains labels refusent encore d'autoriser (Warner music). Seuls le succès et la souplesse des offres de radio et de streaming laisse augurer des potentialités de marché, à condition de trouver une rentabilité à très court terme.

2. Qualité de l'offre des services de musique en ligne

Après des années de défiance des consommateurs incarnée notamment par l'utilisation de systèmes de protection imposés par les Majors du disque, nous sommes convaincus que la fonction essentielle du « désir » est à réactiver. > *Vous trouverez ci-joint un article de presse américain qui illustre parfaitement à cette question.*

Nous souscrivons pleinement aux conclusions de la seule étude française sur le sujet, à savoir le suivi semestriel de l'état des lieux de l'offre de musique numérique, de l'Observatoire de la Musique. Ce dispositif, mis en place depuis 2007, permet de suivre un échantillon de 100 sites, classés selon 11 types de sites, analysés à partir d'une grille de 46 critères objectifs.

Nous retenons notamment ces quelques éléments de conclusions de la dernière édition de l'étude qui couvre le 1^{er} semestre 2009 :

- Attentisme des éditeurs en ligne qui optimisent à la marge leur offre en ligne ;
- Une baisse généralisée des prix ;
- L'échec du modèle de téléchargement par abonnement, notamment abandonné par Yahoo!;
- Désintérêt des services de streaming, paradoxalement populaires, de la part des autres sites de musique ;
- Inaccessibilité des catalogues de lyrics/partitions et des contenus de concerts en ligne pour des questions légales ;
- Importance grandissante des réseaux sociaux, au détriment des sites communautaires de musique ;
- Web 3.0 (Internet des objets et web sémantique) en panne ;
- Concurrence étrangère de plus en plus forte.

> Ces études sont disponibles sur le site de l'Observatoire de la Musique à l'adresse <http://observatoire.cite-musique.fr>

Comme le taux de licence des catalogues est proportionnel au degré d'interactivité avec les œuvres laissés aux utilisateurs, la question de la définition des offres est directement assujettie à un problème de rentabilité.

3. Licensing des catalogues

Aujourd'hui, le droit exclusif s'applique sur l'ensemble des services de musique en ligne, quelque soit leur typologie. La conséquence directe est une réelle difficulté de négocier en phase de lancement avec des acteurs Majors puissants.

La fragilité économique des start-up, qui constituent le tissu entrepreneurial le plus dynamique, ne permet pas la conclusion d'accords équilibrés, notamment avec les Majors du disque. Les taux de licence, les minima garantis, les avances très élevées, voire les demandes de prise de participation dans le capital des start-up exigées par les Majors, assèchent tout investissement technico-marketing, nécessaire au lancement de nouvelles offres. De manière générale, le déséquilibre en termes de rentabilité affecte dangereusement la pérennité même des offres légales locales, plus exposées encore que leurs concurrents étrangers, dont certains pratiquent des formes d'optimisation fiscale, au Luxembourg ou en Irlande.

> *Le GESTE serait favorable à la mise en place d'un médiateur qui serait garant d'un accès aux catalogues à des conditions concurrentielle, assorti d'un soutien au développement et à l'export des services en ligne*

Ce droit exclusif est consacré par la Directive européenne Droits d'auteur/droits voisins du 22 mai 2001 dès lors que les services de communication en ligne offre un accès « au moment » et « dans le lieu » du choix de l'utilisateur. Ainsi, tous les services plus ou moins interactifs sont concernés, du téléchargement au streaming à la demande jusqu'à la « smart radio » (ou radio personnalisable). Par contre, la Directive laisse libre choix aux états membres de statuer sur les autres types de services, notamment ceux en continu, comme la télévision et la radio en ligne.

Le GESTE et le SYROL soutiennent que le régime juridique appliqué à la radio dans le domaine hertzien, câble et satellite (L214.1 / CPI) devrait légitimement s'appliquer sur la radio IP, dès lors que la définition de la radio par la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 (article 2) est respectée, à savoir un signal reçu simultanément par le public. Le refus de cette extension par le gouvernement est d'autant plus injuste que le simulcasting (rediffusion intégrale et simultanée d'un signal radio hertzien sur Internet) est couverte par la licence légale !

> *Vous trouverez ci-joint notre projet d'amendement de l'article L214.1 du CPI.*

Le GESTE négocie également avec les sociétés de gestion collectives, à savoir la SACEM, la SPPF et la SPPF mais nous souhaiterions que le gouvernement puisse intervenir auprès de la Commission Européenne, dans le débat des SPRD en Europe. En effet, l'imbroglio juridique actuel ne permet pas l'export de services de musique en ligne car aucune solution n'est à ce jour possible, notamment pour obtenir des autorisations pour l'exploitation des droits d'auteur en Europe.

> *Vous trouverez ci-joint une note sur le sujet.*

4. Réseau et infrastructure

Le coût bande passante est un des premiers postes de dépenses des éditeurs en ligne, avec celui des licences. Le GESTE serait favorable à l'instauration d'un tarif réduit pour toute entreprise de communication en ligne dont l'activité est principalement à caractère culturel. Cela permettrait de rééquilibrer les modèles économiques pour aider au développement des offres de musique en ligne, notamment radio et streaming audio et audiovisuel.

Aujourd'hui, seules les webradios constituent une offre de radio numérique crédible (offre plus riche qu'en FM et terminaux web et mobile déjà fortement déployés). Le GESTE s'associe au SYROL (syndicat des radios online) dans leur demande de soutien au développement de la radio sur Internet, dans le cadre du grand emprunt national, à l'instar de la RNT.

> *Vous trouverez ci-joint un communiqué de presse.*

Le GESTE soutient le développement de la fibre et du très haut débit, ainsi que la 4G pour le réseau mobile. Par le passé, le GESTE a également participé aux travaux de la DUI relatifs à la réduction de la fracture numérique.

Par ailleurs, le GESTE a toujours défendu les principes de neutralité du réseau, seul gage d'équité notamment vis-à-vis des opérateurs, dans l'accès à cette ressource essentielle pour l'activité des éditeurs en ligne.

5. Optimisation des modèles publicitaires

Au-delà des optimisations indispensables de coûts liés aux licences et à la ressource Internet, nous sommes conscients qu'un travail doit être mené spécifiquement autour de la valorisation publicitaire. A cet égard, nous participons au groupe de travail de Médiamétrie/ESstat sur la certification des audiences catch up radio sur IP. Cette initiative est de nature à établir une plus grande confiance pour les annonceurs et agences, d'autant que le marché de la publicité en ligne est fortement concurrentiel.

Par ailleurs, nous soutenons les initiatives en matière de services payants, notamment celles autour du streaming en abonnement. La justesse du prix et la promesse de qualité sont essentielles pour réussir à convaincre les utilisateurs, sous réserve que le modèle économique soit soutenable compte tenu des charges de licences et de bande passante.

6. Divers

Pour compléter cette présentation, nous réagissons également à certaines suggestions que nous jugeons néfastes au développement de l'offre légale :

- Nous sommes farouchement opposés à la taxation de la publicité générée en ligne qui réduirait à néant les efforts de rentabilité. Le GESTE rappelle que le modèle d'une large audience rémunérée par la publicité s'est rapidement imposé comme le modèle économique dominant sur l'Internet. L'économie numérique est le principal facteur de gain de compétitivité des économies développées. Les investissements dans l'économie numérique sont identifiés comme les plus productifs, parce qu'ils accroissent la compétitivité de l'ensemble des autres secteurs de l'économie. En France en 2008, cet investissement est deux fois plus faible qu'aux États-Unis, et trois fois plus faible que les pays d'Europe du Nord, au Japon ou en Corée. Un doublement des investissements dans l'économie numérique représenterait un point de croissance supplémentaire. En imposant une telle taxe, l'économie

française se priverait encore de ce point de croissance, dans le contexte actuel peut-elle se le permettre ?

- Nous sommes également opposés au filtrage de l'Internet, ainsi qu'à la coupure de l'accès Internet, en dehors de toute procédure judiciaire contradictoire. A ce sujet, les postures hostiles et sans discernement de certains membres du gouvernement (Mme Morano) et parlementaires de la majorité (Jean-François Copé, Frédéric Lefebvre) à l'égard d'Internet, jettent l'opprobre sur un secteur devenu vital pour l'économie et la culture. Ce décalage nous semble d'autant plus important à la lecture du rapport du ministre de la Culture et de la Communication rédigé par Olivier Donnat « Les pratiques culturelles des français à l'ère numérique », qui montre bien à quel point Internet a bousculé les choix culturels des français.

- Dans le cadre de la loi Création et Internet, nous sommes également très mobilisés (GESTE/ASIC/ACSEL) contre l'idée d'une labellisation des offres légales en ligne, sans concertation avec les principaux intéressés.

> *Vous trouverez notre communiqué de presse commun sur ce sujet.*

Bien que les échanges publics illicites puissent constituer une concurrence déloyale pour les services en ligne, nous restons conscients qu'ils ne sauraient être le seul obstacle à la mise en place d'une offre légale attractive et pérenne.

Pour Rappel :

Le GESTE (Groupement des Editeurs de Services en Ligne), Présidé par Philippe Jannet, PDG du Monde.fr, regroupe une centaine d'éditeurs de contenus et de services en ligne issus des médias (presse, radios, télévision), ainsi que des éditeurs indépendants (pure-players internet et éditeurs mobile).

Nos membres : http://www.geste.fr/6_nosmembres/acc_nosmembres.htm

Le GESTE a pour objet de créer les conditions économiques, législatives et concurrentielles indispensables au développement de l'édition en ligne.

Ses principales missions sont de :

Réunir et échanger : cette structure unique réunit un grand nombre d'éditeurs, acteurs de l'Internet français, au sein de commissions afin de formaliser des positions communes défendues auprès des instances concernées.

Concerter et proposer : le GESTE est une source incontournable de propositions auprès des pouvoirs publics et structures définissant le cadre légal et économique pour l'Internet en France.

Informé : le GESTE est un relais d'information majeur sur l'édition en ligne en France et a publié en janvier 2008 un ouvrage de référence « *Edition de contenus et de services en ligne-mode d'emploi* » Victoires Editions

Plus d'informations sur <http://www.geste.fr>