

Google et Facebook en conflit avec les éditeurs de presse en Australie

Chaque vendredi, dans sa revue de presse, Maddyness vous propose une sélection d'articles sur un sujet qui a retenu l'attention de la rédaction. Cette semaine, Facebook, Google et les médias.

Temps de lecture : minute

26 février 2021

L'Australie oblige Google et Facebook à payer les médias locaux et les éditeurs de presse

L'actu

Australia has passed a new law that will require digital platforms like Facebook and Google to pay local media outlets and publishers to link their content on news feeds or in search results. The move was widely expected and comes days after the government introduced some last-minute amendments to the proposed bill, known officially as the News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code.

"The Code will ensure that news media businesses are fairly remunerated for the content they generate, helping to sustain public interest journalism in Australia" , Treasurer Josh Frydenberg and Communications Minister Paul Fletcher said in a joint statement. [Lire l'article complet sur](#)

CNN.

Facebook fait pression sur l'Australie en bloquant l'accès aux actualités

L'escalade

Australians on Thursday woke up to find that Facebook pages of all local and global news sites were unavailable. Several government health and emergency pages were also blocked - something Facebook later asserted was a mistake.

Those outside of the country are also unable to read or access any Australian news publications on the platform. The Australian government has strongly criticised the move, saying it demonstrated the "immense market power of these digital social giants".

Treasurer Josh Frydenberg said the ban on news information had a "*huge community impact*". About 17 million Australians visit the social media site every month. [Lire l'article complet sur le site de la BBC.](#)

Google accepte de rémunérer les éditeurs français

Le précédent

Les négociations, mouvementées, auront duré plusieurs mois. Google et l'Alliance de la presse d'information générale (APIG), qui représente les

quotidiens nationaux, dont *Le Monde*, et la presse régionale, quotidienne et hebdomadaire), ont annoncé jeudi 22 janvier la signature d'un accord ouvrant la voie à la rémunération de la presse hexagonale par le géant du Net au titre du "droit voisin".

Cet accord "*fixe le cadre dans lequel Google négociera des accords individuels de licence avec les membres*" de l'APIG, expliquent les signataires. Il s'agira d'accords de licence qui "*couvriront les droits voisins, et ouvriront en outre aux journaux l'accès à News Showcase*".

Selon le communiqué, la rémunération des éditeurs sera calculée individuellement et "*basée sur des critères tels que, par exemple, la contribution à l'information politique et générale, le volume quotidien de publications ou encore l'audience Internet mensuelle*". Reste à savoir à combien cette manne pourrait représenter pour la presse française, les données financières de l'accord étant confidentielles. Contactés par l'Agence France-Presse (AFP), Google et l'APIG n'ont fourni aucune précision à ce sujet. *Lire l'article complet dans le Monde.*

Facebook s'explique sur son coup de force

Le mea culpa

Après son coup de force en Australie, le géant américain s'explique. Dans *une note de blog* publiée mercredi par le vice-président chargé de la communication, Nick Clegg, Facebook annonce vouloir investir dans les contenus d'actualité. "*Le journalisme de qualité est crucial au fonctionnement de nos sociétés*", concède-t-il. L'entreprise a déjà investi "*600 millions de dollars depuis 2018 pour soutenir l'industrie de la presse*". Elle prévoit d'injecter "*au moins un milliard supplémentaire dans les trois prochaines années*", sans préciser sous quelle forme. La

communication intervient le lendemain de l'annonce d'un compromis dans le conflit l'opposant au gouvernement australien. Le pays discutait d'une proposition de loi présentant un cadre législatif pour réguler la relation de Google et Facebook avec les éditeurs de presse.

Facebook se dit donc prêt à collaborer pour "*maintenir le journalisme durable*". Pour autant, "*ce sont les éditeurs eux-mêmes qui choisissent de partager leurs contenus sur les réseaux sociaux [...] car ils en tirent profit*", en diffusant plus largement leurs contenus, renvoyant ainsi vers leur site, argumente Nick Clegg. En Australie, le réseau social a mis en lumière la place prépondérante qu'il occupe dans la circulation de l'information. *Lire l'article complet dans Liberation.*

Article écrit par Anne Taffin