



## Communiqué

28 mai 2017

### **Les éditeurs de presse demandent la révision du projet de Règlement ePrivacy**

**Les éditeurs européens, dont ceux représentés en France par le Syndicat de la Presse Quotidienne Nationale (SPQN), manifestent leur inquiétude devant un projet de la Commission européenne. Celui-ci remettrait en cause la pérennité de leurs titres alors qu'ils ont investi massivement dans des sites de presse dont les contenus sont lus par un nombre croissant de lecteurs.**

Dans une lettre ouverte publiée dans les éditions du 29 mai 2017, 33 éditeurs de groupe de presse<sup>1</sup> européens interpellent les députés européens et les Etats membres de l'Union européenne sur la proposition de Règlement « ePrivacy » de la Commission européenne qui est en cours de discussion à Bruxelles.

Ce projet propose une modification radicale de l'environnement digital, en concentrant le recueil du consentement des internautes pour l'utilisation de leurs données de navigation (« cookies ») entre les mains des grandes plateformes internationales, et non plus sur chaque site consulté, comme c'est le cas actuellement. En effet, la Commission propose que les internautes autorisent ou refusent l'utilisation de leurs données, une fois seulement, dès leurs premières connexions à Internet, par les portes d'entrées générales que sont les interfaces de navigations.

Or, il n'est évidemment pas de l'intérêt de ces entreprises mondiales de favoriser le consentement des internautes pour le compte d'acteurs tiers tels que les sites de presse, ni d'en expliquer l'intérêt pour les internautes.

Certaines d'entre elles disposent déjà de quantités gigantesques d'informations personnelles et intrusives, en demandant à chaque utilisateur de créer un compte personnel, qui leur ont permis de consolider leurs positions hégémoniques sur le marché de la publicité en ligne. C'est

---

<sup>1</sup> Les éditeurs des groupes de presse français signataires sont : Georges Sanerot, président du directoire Bayard/La Croix ; Marc Feuillée, directeur général Figaro CCM Benchmark ; Cyril Linette, directeur général L'Equipe ; Louis Dreyfus, président du directoire Le Monde ; Francis Morel, PDG Groupe Les Echos/Le Parisien ; Patrick Le Hyaric, président du directoire et directeur L'Humanité ; François Dieulesaint, gérant Libération.

en particulier le cas de Facebook ou d'Amazon, et de leurs univers totalement fermés et exclusivement composés d'internautes « logués ». Cet avantage comparatif sur le marché de la publicité digitale sera renforcé si le projet de la Commission était adopté dans un contexte où les réseaux sociaux et des moteurs de recherche, avec des recettes publicitaires estimées aujourd'hui à 2 milliards d'euros en France, captent près de 70 % de ce marché, et 85 % de sa croissance.

En conséquence, le projet de Règlement ePrivacy détruirait les liens directs que les éditeurs s'attachent à développer avec leurs lecteurs, et les priverait de perspective de développement dans l'univers digital.

La presse n'a jamais eu autant de lecteurs, grâce à ses développements numériques : les contenus de presse, produits par des équipes de journalistes professionnels, sont massivement consultés ; à une époque où les « fake news » se multiplient, lancées pas des émetteurs de toutes origines, la presse est indispensable pour permettre à chacun de se repérer et comprendre le monde qui nous entoure.

Ces performances ne permettront l'émergence d'un modèle économique de la presse digitale, qu'à la condition que les éditeurs puissent connaître leurs lecteurs, et développer une relation directe avec eux. Le recueil de données anonymisées – absence d'identification de l'individu – sur les parcours de navigation des internautes sur les sites de presse, avec l'accord de chacun d'entre eux, contribue à cet objectif : il permet aux rédactions de mieux connaître les centres d'intérêts éditoriaux de chaque lecteur, et de développer des offres de contenus adaptées. Il est aussi essentiel pour adresser aux internautes des publicités ciblées, donc utiles et acceptées.

**C'est pourquoi la presse européenne pense indispensable, afin qu'elle puisse mieux remplir son rôle d'information, que « ePrivacy » soit profondément revu et privilégie une relation directe entre chaque internaute et le site de presse qu'il décide de visiter.**

A défaut, « ePrivacy » serait une évolution incompréhensible de la politique européenne. Le Règlement confierait aux seuls leaders mondiaux la connaissance des internautes, qui seraient alors moins protégés, et leur donnerait les clefs de l'internet européen et de son modèle économique.

**Contacts :**

**Denis Bouchez, Directeur SPQN, 06 62 13 38 94**

**Delphine Guerlain, Communication, 06 08 66 86 19**