

## B - Le fonds Google pour l'innovation numérique

Les aides de l'État pour les *pure players* ne sont pas encore très abouties. Du progrès reste à faire pour développer une dynamique d'innovation pour la presse numérique. Face à la crise économique des médias, l'Association de la presse d'information générale et politique (AIPG) a voulu s'attaquer à l'infomédiaire Google. Ce dernier exploitait jusque là les contenus des sites d'informations en ligne sans aucune contrepartie financière. En exposant son désaccord, l'association a pu obtenir de Google la création d'un fonds censé favoriser l'innovation numérique. Tout comme le Spiil, l'association a été écoutée grâce au rapport de force créé collectivement. L'AIPG regroupe en effet plusieurs médias d'influences, tels les groupes le Nouvel Observateur, Le Monde, Les Échos, et le groupe Lagardère Interactive, parmi d'autres. En raison du fait que ces médias soient les plus productifs et les plus lus aujourd'hui sur Internet, Google a été contraint de négocier, au risque de perdre hypothétiquement son influence de premier moteur de recherche en France.

Le Fonds Google-AIPG, couramment appelé « Fonds Google » a été ainsi mis en place depuis septembre 2013, pour une durée de trois ans. Le fonds dispose en tout de 60 millions d'euros. Il ne peut financer que des projets, ce n'est pas une subvention sans compte à rendre. De plus, la hauteur du financement sera de 60% au maximum du coût total estimé du projet et ne pourra pas dépasser 2 millions d'euros. Le média devra payer le reste pour passer à sa réalisation. En apparence, ce nouveau financement privé pour les médias numériques ou les *pure players* est une bonne nouvelle. Cependant, il faut regarder en détails les modes d'attributions. Sur les projets déposés en 2013, au total 23 médias ont perçu une aide, dont 5 *pure players* : MarsActu (131 000 euros), Économie Matin (29 000 euros), Slate (758 000 euros), Rue89 (240 000 euros) et Contexte (441 000 euros)<sup>1</sup>. Au total, elles représentent moins de 10% du total d'aides attribuées, soit 1 599 000 euros. Encore une fois, les médias *pure players* obtiennent beaucoup moins de financements que leur homologue issus de la presse traditionnelle. Le Monde, Le Figaro et le Nouvel Observateur touchent chacun près de 2 millions d'euros. Ces différences s'expliquent aussi en partie par la dimension du média. Une petite structure comme Économie Matin, ne pourra pas monter un dossier aussi ambitieux que Le Monde. L'année suivante en 2014, ce sont 29 projets qui ont été financés, dont 7 *pure players* : Contexte (766 000 euros), Basta Mag (105 000 euros) Playcorp / France Live (361 000 euros) WorldCrunch (239 000 euros), FactaData (176 000

---

<sup>1</sup> Raynal, A., "Fonds Google: la presse historique rafle 90% des fonds, les pure-players ramassent les miettes"

euros), Newzulu/ Citizendise (170 000 euros) , NYT / IHT (762 000 euros)<sup>2</sup>. Pour cette année là, ce sont plus de 2,5 millions d'euros qui sont alloués aux *pure players*. Une augmentation par rapport à la première année qui passe de 10 à 15% de la somme totale dédiée à cette catégorie de média. Comme l'explique Ludovic Blecher, directeur du Fonds Google, lors d'une interview pour BFM Business<sup>3</sup>, certains petits médias recevront des aides proportionnellement plus élevées par rapport à la taille du média. Il explique à titre d'exemple que le Figaro touche presque 2 000 000 euros pour 450 employés, contre 440 000 euros pour 10 employés chez le *pure player* Contexte. Indéniablement, cette aide pour Contexte est un coup de boost extraordinaire. D'ailleurs, le *pure player* a reçu une deuxième allocation cette fois de 766 000 euros. Il n'est pas le seul à avoir touché plusieurs allocations du Fonds Google. Le Monde, Le Parisien, 20 minutes, Sud Ouest, Rue89 ont cumulé deux aides d'une année sur l'autre, et Le Figaro et Les Échos ont même réussi à financer trois projets en deux ans... Comment ne pas voir un lien évident avec les membres de la direction du fonds ? Marc Feuillé, directeur général du groupe Le Figaro et Francis Morel, PDG du groupe Les Échos font tous les deux partie du conseil d'administration.

Par ailleurs, le Fonds Google n'est pas ouvert à tous les médias qui voudraient créer leur projet numérique. Il faut nécessairement appartenir à la catégorie site d'information politique et général (IPG), reconnu par la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP). Comme nous l'avons vu précédemment, les *pure players* L'imprévu, Tortuga Webzine et 8ème étage que nous avons interrogé ne peuvent pas prétendre à ce fonds pour l'innovation. D'autre part, le critère concernant « la capacité d'innovation du service de presse en ligne et l'expérience de ses dirigeants en la matière, donnant les garanties que le projet sera mené à bien » laisse penser que les *pure players* lancés par des jeunes entrepreneurs ont moins de chance d'être soutenu par ce fonds. Hors, d'après le rapport de Jean-Marie Charon, ce sont ces profils qui sont majoritaires. Cela n'a pas empêché MarsActu, lauréat de l'allocation en 2013, de couler en 2015, malgré l'expérience de ces dirigeants.

Ces restrictions d'éligibilité crée une profonde inégalité avec les autres médias numériques qui continuent de produire du contenu exploité par Google. Le Fonds Google est en réalité une autre approche des aides à la presse numérique. Il se démarque d'autant plus des aides publiques. En effet, un éditeur dont le projet est accepté au Fonds Google doit s'engager à ne pas toucher d'aide de l'État via le Fonds stratégique pour le développement

---

<sup>2</sup> Rapport annuel 2014 du FINP.

<sup>3</sup> Godart, N., "Qui sont les journaux qui profitent le plus du fonds Google ?"

de la presse (FSDP), concernant son site de presse en ligne<sup>4</sup>. Vu tous les critères du Fonds Google encourageant l'innovation numérique, on comprend la stratégie de la firme américaine. L'intérêt pour Google de financer ces projets est sans doute de tester des modèles économiques lucratifs et performants. Comme nous l'avons vu dans la première partie de ce mémoire, les modèles économiques se cherchent et la diversité des initiatives permet de trouver de nouveaux modèles. Google fait sans doute le pari de trouver de nouvelles idées pour financer des contenus sur Internet, et pourquoi pas résoudre la baisse de revenus des publicités constatée sur Youtube. Sans oublier qu'en créant ces financements de projet, Google se met dans la poche ceux qui voulaient réclamer une compensation pour l'utilisation de leurs contenus. Il est plus que probable que Google paierait plus cher s'il était obligé de rémunérer les contenus des sites d'informations. Cette stratégie de négociation est également développée par Google au niveau européen. Fin avril 2015, on apprend dans l'actualité que 8 éditeurs européens<sup>5</sup> vont participer à un fonds similaire, constitué cette fois de 150 millions d'euros. Jean-Marie Charon a noté cette stratégie dans son rapport :

« Il est difficile de ne pas faire de lien entre cette annonce et le lancement de procédures contre Google, pour abus de position dominante, par la Commission Européenne. »

Là encore, Google veut s'éviter des problèmes avec les principaux acteurs de chaque pays, tout en distribuant quelques millions qui pourront lui servir pour l'élaboration d'un futur modèle économique innovant sur Internet. Ce programme est également financé sur trois années. En ce qui concerne le Fonds Google en France, lorsque les trois années d'existence théorique du fonds seront écoulées, il n'est pas du tout certain que Google continue de financer des projets. À moyen ou à long terme, Google aura de quoi se préserver d'une législation hostile au niveau français ou européen grâce à son accompagnement de l'innovation comme image et vitrine de bonne foi.

Au final, les aides accordées à titre privé ne sont pas désintéressées. Les nouveaux médias numériques ou les *pure players* ont tout intérêt à se regrouper autour de syndicats pour se défendre face à des infomédiaires qui possèdent des monopoles.

---

<sup>4</sup> Critères d'éligibilité au FINP, <http://www.finp.fr/deposer-un-dossier-criteres-deligibilite/>

<sup>5</sup> *Les Echos* (France), la *Frankfurter Allgemeine Zeitung* et *Die Zeit* (Allemagne), *The Financial Times* et *The Guardian* (Royaume-Uni), *NRC Media* (Pays-Bas), *El Pais* (Espagne) et *La Stampa* (Italie).