

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

2 mai 2018

---

DROIT VOISIN AU PROFIT DES ÉDITEURS DE SERVICES DE PRESSE EN LIGNE - (N° 849)

Rejeté

**AMENDEMENT**

N° AC2

présenté par

Mme Rubin, Mme Autain, M. Bernalicis, M. Coquerel, M. Corbière, Mme Fiat, M. Lachaud, M. Larive, M. Mélenchon, Mme Obono, Mme Panot, M. Prud'homme, M. Quatennens, M. Ratenon, Mme Ressiguiet, M. Ruffin et Mme Taurine

-----

**ARTICLE ADDITIONNEL****APRÈS L'ARTICLE 4, insérer l'article suivant:**

L'article 38 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés est complété par un alinéa ainsi rédigé :

« Le profilage des utilisateurs et utilisatrices - entendu comme toute forme de traitement automatisé de données à caractère personnel consistant à utiliser ces données à caractère personnel pour évaluer certains aspects personnels relatifs à une personne physique, notamment pour analyser ou prédire des éléments concernant le rendement au travail, la situation économique, la santé, les préférences personnelles, les intérêts, la fiabilité, le comportement, la localisation ou les déplacements de cette personne physique - est prohibé dès lors que la collecte et l'utilisation de ces informations sert une activité de publicité en ligne. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Cet amendement a un rapport très étroit avec la proposition de loi qui nous est soumise : il est question, par cette proposition de loi, de rétablir un droit à autorisation et à rémunération des éditeurs et éditrices de presse en ligne, par la mise en place d'une commission qui serait chargée de la négociation avec les GAFAM.

Cette rémunération semble rendue nécessaire par les efforts d'adaptation au numérique qu'ont fait les éditeurs de presse et elle pourrait sembler juste au vu des profits que les GAFAM tirent de l'utilisation des données personnelles des utilisateurs et utilisatrices des données en ligne produites par les éditeurs de presse. Ces données permettent aux GAFAM de vendre des encarts publicitaires très ciblés et d'en tirer un profit qui ne revient pas aux éditeurs de presse.

Pour nous, l'enjeu ne se situe pas - contrairement à ce qu'ont démontré les auditions du rapporteur, au niveau de la redistribution entre les éditeurs de presse et les GAFAM du produit de la collecte et

de l'utilisation de ces données personnelles, - mais bien sur la possibilité pour ces sociétés de prélever des données personnelles, avec les dérives de manipulation de l'information et de l'opinion qu'elle induit. Par cet amendement, nous prévoyons d'interdire l'utilisation des données personnelles à des fins commerciales par les GAFAM.

Par ailleurs, les éditeurs de presse en ligne se financent pour une grande partie via la publicité. Ils bénéficient donc et encouragent le profilage de leurs utilisatrices et utilisateurs.

Ils investissent lourdement et s'associent pour développer des techniques de profilage rivalisant avec les GAFAM.

La question du partage des revenus entre les éditeurs de presse et les GAFAM, revenus qui sont générés par le profilage et qui sont une source de richesse pour ces acteurs d'Internet, nous semble donc secondaire au regard de l'existence même du profilage sur internet, via la collecte des données personnelles des personnes physiques qui naviguent sur le WEB, et auxquelles il est possible d'empêcher l'accès à l'information dès lors qu'elles refusent les publicités.

C'est le système entier de l'édition en ligne qu'il faut modifier, en transformant le modèle économique de la presse et notamment l'attribution des aides que les éditeurs en ligne reçoivent. Une réflexion plus intelligente sur l'économie de la presse doit être menée. Cette proposition de loi ne répond pas à ces exigences.