

Les propositions de l’Autorité de la concurrence pour répondre aux préoccupations des acteurs sont récapitulées dans les tableaux ci-dessous (pages 76 à 78 de l’avis) :

**Préoccupations des moteurs de recherche généralistes :**

Préoccupation	Grille d’analyse	Suite à donner
Accords d’exclusivité relatifs aux contenus indexés	<p>Vérifier que les exclusivités sont limitées dans leur champ et leur durée et qu’elles sont proportionnées à l’investissement consenti.</p> <p>Concernant les accords de numérisation d’ouvrages passés avec des bibliothèques, vérifier que ceux-ci n’interdisent pas la numérisation des fonds par un concurrent.</p>	Examen le cas échéant par l’Autorité de la concurrence
Clauses d’exclusivité dans les contrats AdSense	<p>Vérifier l’étendue exacte de l’exclusivité demandée au partenaire ainsi que leur impact sur le développement par des concurrents de réseaux de syndication ou d’intermédiation.</p> <p>Examiner le cas échéant les justifications apportées en termes de gains d’efficacité.</p>	Enquête de la Commission européenne
Obstacles à l’indexation de Youtube, filiale de Google, par les moteurs de recherche concurrents	<p>Vérifier si les pratiques de Youtube entravent l’indexation de ses contenus par les moteurs de recherche concurrents de Google.</p> <p>Examiner le cas échéant les justifications apportées en termes de gains d’efficacité.</p>	En principe, enquête de la Commission européenne. Sinon, examen possible par l’Autorité de la concurrence.

---

**Préoccupations des moteurs de recherche « verticaux » :**

<b>Préoccupation</b>	<b>Orientation</b>	<b>Suite à donner</b>
Obstacles à l'utilisation simultanée, par les annonceurs, de plusieurs plateformes de publicité liée aux recherches	Examiner dans quelle mesure les annonceurs peuvent aisément ou non porter leur campagne d'une plateforme à une autre et si les restrictions éventuelles à cette portabilité qu'imposerait Google sont justifiées.	Enquête de la Commission européenne
Pratiques éventuelles de manipulation du classement obtenu sur le moteur de recherche ou du « score de qualité » attribué aux annonceurs pour pondérer les enchères du service AdWords	Investiguer pour établir si de telles pratiques de manipulation sont ou non mises en œuvre par Google.	Enquête de la Commission européenne
Mise en avant de « Google Maps » dans les résultats de recherche pour toute requête laissant deviner une recherche géographique	Vérifier que les moyens utilisés par Google pour entrer sur le marché du référencement et concurrencer Pages Jaunes sont proportionnés.	En principe, enquête de la Commission européenne. Sinon, examen possible par l'Autorité de la concurrence.
Participation de Google ou de ses filiales aux enchères AdWords	Vérifier que le montant des enchères reste proportionné à la valeur du service et ne comporte pas de prime d'éviction.	En principe, enquête de la Commission européenne. Sinon, examen possible par l'Autorité de la concurrence.

---

---

**Préoccupations des annonceurs (clients d'AdWords) et des partenaires du réseau de syndication (AdSense) :**

<b>Préoccupation</b>	<b>Orientation</b>	<b>Suite à donner</b>
Utilisation des noms de marques en tant que mots-clés dans les enchères AdWords	Ne relève pas du droit de la concurrence	Compétence du juge commercial
Litiges purement contractuels, pratiques déloyales	Ne relève pas du droit de la concurrence	Compétence du juge commercial
Manque de transparence et application discriminatoire des règles définissant les contenus pouvant être admis sur le service AdWords	Clarifier le champ d'application des règles relatives aux contenus et notifier les modifications aux annonceurs avec un préavis suffisant.	Engagements rendus obligatoires par l'Autorité de la concurrence (décision n° 10-D-30 du 28 octobre 2010 précitée)
Fermeture brutale du compte AdWords de l'annonceur	Ne pas suspendre de compte AdWords sans message d'alerte préalable (sauf cas de force majeure).	Engagements rendus obligatoires par l'Autorité de la concurrence (décision n° 10-D-30 précitée)
Opacité sur le taux le partage des revenus entre Google et le site partenaire AdSense	Modifier le contrat AdSense et communiquer le taux de partage au partenaire	Engagements de Google présentés à l'autorité de concurrence italienne.  Mise en œuvre à surveiller par l'Autorité de la concurrence en France.

---

---

**Préoccupations des acteurs de la presse :**

<b>Préoccupation</b>	<b>Orientation</b>	<b>Suite à donner</b>
Inadéquation du cadre réglementaire issu de la loi Sapin pour assurer la transparence du marché de la publicité en ligne vis-à-vis des éditeurs	Mise en place d'obligations minimales de « reporting » au bénéfice des éditeurs s'imposant aux réseaux de syndication ou d'intermédiation, voire d'un mécanisme d'audit par un tiers certificateur pour les réseaux les plus importants.	Modification du cadre législatif.
« Parasitisme » de Google Actualités	Offrir aux titres de presse une option de déréférencement sur Google Actualités découplée du référencement sur le moteur de recherche généraliste.	Engagements de Google présentés à l'autorité de concurrence italienne. Mise en œuvre à surveiller par l'Autorité de la concurrence en France.
	Encourager la création de kiosques numériques entre les acteurs de la presse, sous réserve d'un certain nombre de précautions destinées à préserver la concurrence.	Projet à soumettre pour avis à l'Autorité de la concurrence, qui a fourni une grille d'analyse des initiatives envisagées, dont elle encourage le principe.