

**Annexe 1 : Liste des informations devant être communiquées par Google aux Parties Négociantes en vertu du paragraphe 16 des Engagements**

Google s'engage à revoir avec le Mandataire, une fois par an, et le cas échéant amender, la liste des informations visées dans la présente Annexe 1.

L'emploi des termes « en France » ci-après s'apprécie sur la base de la localisation de l'utilisateur (GPS, adresse IP ou autre) s'agissant des recherches, impressions et clics, et sur la base des données comptables s'agissant des revenus.

Google transmettra un rapport de données comprenant les informations listées ci-après pour chaque domaine ou sous-domaine<sup>1</sup> d'une Partie Négociante (tel que définie au paragraphe 8 des Engagements) ayant été inclus dans une Demande Complète d'entrée en négociations et considéré comme éligible par Google ou le Mandataire.

Conformément au paragraphe 12 des Engagements, Google partagera avec la Partie Négociante une fois par an au 1er février les informations listées en Annexe 1 mises à jour sur la base de l'année civile précédente.

**Données relatives à l'utilisation en France des Contenus protégés<sup>2</sup>**

***Google Search***

1. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Search (onglets « Tous », « Actualités », « Images » et « Vidéos ») du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) (pour toutes les requêtes) par mois pour la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>3</sup> :
  - a. en nombres absolus ;
  - b. en pourcentage d'impressions en France de l'ensemble des Éditeurs de presse reconnus par la CPPAP comme « Service de presse en ligne » (la « Liste ») – une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par Google ou le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et
  - c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Search, en France.
2. Part estimée des requêtes en lien avec l'actualité sur le nombre total de requêtes sur Google Search en France.

---

<sup>1</sup> Dans le cas des sous-domaines où les données requises par l'Annexe 1 sont indisponibles, les données relatives à ces sous-domaines seront calculées à partir des données du domaine de premier niveau, tel que présenté par Google dans son annexe explicative aux rapports de données.

<sup>2</sup> Google pourra être amenée à adapter le point de départ de la période considérée aux points 1 à 4 pour s'aligner sur ses communications financières trimestrielles. Dans l'éventualité où cette contrainte empêcherait Google de fournir les informations prévues à l'Annexe 1 pour la totalité de l'année civile précédant le début de la Période de négociations, Google fournira les informations prévues à l'Annexe 1 pour la totalité de la période couverte par l'offre de rémunération lors de l'envoi de l'offre de rémunération à la Partie Négociante.

<sup>3</sup> Dans le cas où Google renverserait son avis d'inéligibilité après discussions avec la Partie Négociante, la date de début de la Période de négociations s'entendra comme étant la date de communication de ce changement d'avis à la Partie Négociante.

### **Google Actualités**

3. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Actualités du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) par mois pour la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>4</sup> :
  - a. en nombres absolus ;
  - b. en pourcentage d'impressions en France de l'ensemble des Éditeurs de presse reconnus par la CPPAP comme « Service de presse en ligne » (la « **Liste** ») – une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par Google ou le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et
  - c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Actualités, en France.

### **Google Discover**

4. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Discover du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) par mois pour la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>5</sup> :
  - a. en nombres absolus ;
  - b. en pourcentage d'impressions de l'ensemble des Éditeurs de presse reconnus par la CPPAP comme « Service de presse en ligne » (la « **Liste** ») – une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par Google ou le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et
  - c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Discover, en France.

### **Données relatives au nombre de journalistes détenant une carte de presse pour les Agences de presse**

5. Nombre total de journalistes détenant une carte de presse selon les dernières données disponibles publiées par l'Observatoire des métiers de la presse<sup>6</sup>.

### **Données relatives aux revenus de Google<sup>7</sup> en France**

« Revenus directs sur Google Search »

6. Revenus publicitaires mensuels générés en France sur Google Search associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de l'ensemble des Éditeurs de presse (pour toutes les requêtes) au cours de la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>8</sup>.
7. Revenus publicitaires mensuels générés en France sur Google Search associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de la Partie Négociante concernée (pour toutes les requêtes) au cours

---

<sup>4</sup> Idem Note de bas de page n°3.

<sup>5</sup> Idem Note de bas de page n°3.

<sup>6</sup> Google procédera à des vérifications régulières des informations disponibles sur le site de l'Observatoire des métiers de la presse afin de fournir à la Partie Négociante les dernières données disponibles à sa connaissance.

<sup>7</sup> Google pourra être amenée à adapter le point de départ de la période considérée aux points 6 à 10 et 14 à 16 pour s'aligner sur ses communications financières trimestrielles. Dans l'éventualité où cette contrainte empêcherait Google de fournir les informations prévues à l'Annexe 1 pour la totalité de l'année civile précédant le début de la Période de négociations, Google fournira les informations prévues à l'Annexe 1 pour la totalité de la période couverte par l'offre de rémunération lors de l'envoi de l'offre de rémunération à la Partie Négociante.

<sup>8</sup> Idem Note de bas de page n°3.

de la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>9</sup>.

« Revenus publicitaires Google Search additionnels et indirects »

8. Revenus publicitaires mensuels sur Google Search générés en France par des recherches qui suivent celle ayant conduit à l'affichage de Contenu(s) protégé(s) dans le cadre d'une même visite d'utilisateur (de manière récursive pour six recherches ultérieures, sous réserve qu'il y ait un tel nombre de recherches ultérieures) au cours de la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>10</sup>.

« Revenus publicitaires « directs » sur Google Discover »

9. Revenus publicitaires mensuels générés en France sur Google Discover associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de l'ensemble des Éditeurs de presse au cours de la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>11</sup>.
10. Revenus publicitaires mensuels générés en France sur Google Discover associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de la Partie Négociante concernée au cours de la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>12</sup>.

« Autres »

11. Estimation de la valeur des Contenus protégés sur Google News en France, par exemple à partir des revenus publicitaires générés en France sur Google Discover au cours de l'année calendaire précédente.
12. Informations concernant le type de données collectées en France par Google, les hypothèses dans lesquelles ces données sont collectées et l'utilisation de ces données par Google lorsque des Contenus protégés sont affichés sur les produits et services de Google.
13. Informations concernant la façon dont les algorithmes de Google Search fonctionnent et conduisent à afficher en France des Contenus protégés en réponse à une requête sur Google Search.

« Revenus de Google en tant qu'intermédiaire de publicité en ligne »

14. Revenus bruts mensuels des publicités programmatiques (dites « Display Ads ») servies par Google en France sur le domaine ou sous-domaine de l'Éditeur de presse ou l'Agence de presse concerné(e) au cours de la période comprise entre (i) le premier janvier de l'année calendaire précédant la date de début de la Période de négociations et (ii) la date de début de la Période de négociations<sup>13</sup>.
15. Revenus nets mensuels perçus par Google à partir des revenus bruts mentionnés au point 14 (c'est-à-dire, les revenus nets de Google après déduction des paiements contractuellement dus à l'Éditeur de presse ou Agence de presse concerné(e)).

---

<sup>9</sup> Idem Note de bas de page n°3.

<sup>10</sup> Idem Note de bas de page n°3.

<sup>11</sup> Idem Note de bas de page n°3.

<sup>12</sup> Idem Note de bas de page n°3.

<sup>13</sup> Idem Note de bas de page n°3.

**Mise à jour : 5 juillet 2024**

16. La part des revenus nets mensuels mentionnés au point 15 générée suite à une redirection de l'utilisateur du moteur de recherche de Google vers le domaine ou sous-domaine de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e).