

Axel Springer gagne une bataille contre Eyeo... mais pas la guerre

Nouveau rebondissement dans la guerre entre le groupe Axel Springer (éditeur de Bild, Die Welt, Business Insider...) et Eyeo, éditeur d'AdBlock Plus, logiciel leader de blocage de publicités online (500 millions de téléchargements et 100 millions d'utilisateurs actifs en 2016). La Cour d'appel de Cologne a fragilisé le modèle économique d'Eyeo, en jugeant qu'il était illégal de la part de l'adblocker de faire payer le groupe de presse pour figurer sur sa liste blanche des « publicités acceptables ».

❌ Car, si Eyeo fournit gratuitement aux utilisateurs un logiciel qui bloque les publicités sur desktop et mobile, il tire ses revenus de l'établissement d'une liste blanche qui autorise la diffusion de publicités, à condition qu'elles répondent aux critères édictés par Eyeo : être aisément distinguables, ne pas masquer de contenu, leur emplacement « ne doit pas perturber le flux de lecture naturel de l'utilisateur », etc.

Si tous les éditeurs sont soumis à ces règles, seuls les « grandes entreprises doivent payer » pour être présentes sur cette liste blanche. Pour Eyeo, il s'agit des entreprises bénéficiant « d'un surplus de 10 millions d'impressions publicitaires par mois en raison de leur participation à l'initiative Acceptable Ads ». Dans ces cas-là, les « droits de licence » d'Eyeo représentent 30% des revenus additionnels. Google, Amazon, Microsoft, LinkedIn, Criteo, eBay, The Los Angeles Times, The Daily Mail, The Huffington Post, CCM Benchmark, CNN, Fox News, Allocine font partie des entreprises qui paient pour être inscrites sur cette liste, ainsi que des spécialistes du retargeting publicitaire, tel Criteo, ou des modules de monétisation, du type Outbrain (service de recommandation de contenus) et Taboola (éditeur de widgets publicitaires, présent au salon Viva Technology), ce qui amène à s'interroger sur les critères des publicités acceptables. L'éditeur du bloqueur de publicité indique par ailleurs que 90% des entreprises ne s'acquittent pas de ce droit de licence.

La Cour d'appel a jugé que ce système va à l'encontre du paragraphe 4a la loi sur la concurrence déloyale, introduit fin 2015 et fondé sur la directive européenne du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur, qui définit et interdit les pratiques commerciales agressives et décidé qu'Axel Springer n'a pas à payer pour apparaître sur cette liste. Cette décision pourrait créer un précédent et inciter d'autres grandes entreprises à porter plainte, remettant en cause le modèle économique d'Eyeo.

Mais, contrairement aux attentes du groupe Springer, la Cour a reconfirmé la légalité d'AdBlock Plus. Tant l'éditeur de presse que l'éditeur de logiciel vont faire appel de cette décision qui devrait se retrouver devant la Cour fédérale de justice allemande, dernier recours judiciaire.