

Google et Adwords bientôt accusés par la Commission européenne ?

La Commission européenne s'apprête-t-elle à formaliser une troisième plainte dans son enquête antitrust contre **Google** ? Affirmatif, à en croire [Bloomberg](#), qui dit avoir confirmé, auprès de trois sources « proches du dossier », ce que [Politico](#) avait annoncé dimanche dans la soirée.

Le premier acte formel d'accusation (« communication des griefs ») était intervenu en avril 2015 sur [le comparateur de prix Google Shopping](#). À un an d'intervalle avait suivi [le système d'exploitation Android](#). Cette fois-ci, Bruxelles viserait le business publicitaire du groupe Internet, avec **AdWords** en tête de liste.

En la matière, les premières investigations officielles remontent à 2010. La Commission s'est, depuis lors, arrêtée sur deux aspects en particulier : les contrats d'exclusivité signés avec les clients, ainsi que les accords avec les éditeurs et les constructeurs.

Sur le premier point, les partenaires seraient tenus de n'utiliser que les services de Google pour diffuser leurs campagnes. Pour ce qui est des éditeurs et des constructeurs, ils seraient contraints de mettre en avant le moteur de recherche Google – illustration avec Apple sur ses iPhone, moyennant 1 milliard de dollars (l'existence de ce contrat est prouvée).

Dernière ligne droite procédurale

Avec les procédures sur les volets Google Shopping et Android, la partie publicité avait été mise au second rang. La flamme se serait ravivée en début d'année 2016 avec l'envoi de questionnaires aux principaux acteurs du marché.

En mai, Margrethe Vestager, commissaire européenne à la Concurrence, avait affirmé vouloir « *en arriver à des conclusions dans un délai raisonnables* ». Elle aurait, ces dernières semaines, adressé des demandes écrites aux entreprises sollicitées pour pouvoir lever le sceau sur les preuves à charge envoyées par leurs soins.

Ce genre de démarche intervient généralement – mais pas systématiquement – avant un acte de « communication des griefs », dans le cadre duquel une société est informée d'une possible violation des règles antitrust en vigueur dans l'UE.

L'affaire a une dimension particulière pour Google, qui tire l'essentiel de son chiffre d'affaires de la publicité. En l'occurrence, 90 % sur son dernier trimestre d'activité, à 18,02 milliards de dollars.

On surveillera l'évolution du dossier Google Shopping. Dernièrement, il s'est murmuré que Bruxelles était prêt à infliger à la multinationale une amende de [3 milliards de dollars](#) pour avoir causé du tort à des comparateurs de prix en mettant son propre service en avant dans les pages de résultats de son moteur de recherche général. Une sanction devait prétendument tomber avant l'été, souligne [l'Espresso](#). Cela n'a pas été le cas...

A lire aussi :

[Google étend le droit à l'oubli au .com pour les IP européennes](#)

[Pression européenne sur les arriérés fiscaux de Google](#)