

COMMUNIQUE DE PRESSE
40ème Assemblée Générale du GESTE

L'Assemblée générale du GESTE s'est tenue aujourd'hui, mercredi 9 juillet 2025, au Figaro.

A cette occasion, sept administrateurs ont été élus :

- Emmanuel Alix, directeur du pôle presse et numérique, l'Équipe (candidat sortant réélu)
- Sophie Cassam Chenaï, directrice du numérique, Le Parisien (candidate sortante réélue)
- Sandrine Cochard, Directrice des rédactions, Groupe Mind (Candidate entrante suite remplacement Emmanuel Parody)
- Laurent Frisch, directeur du numérique et de la stratégie d'innovation, Radio France (candidat sortant réélu)
- Encarna Marquez, CDO, France Télévisions (candidate sortant réélue)
- Antoine Meunier, Directeur Général Adjoint en charge du Publishing, du Marketing et de la Communication, Webedia (Candidat entrant)
- Anaïs Van de Woestyne, Directrice Générale Adjointe, l'Express (Candidate entrante suite remplacement Diane Lemoine)

L'élection du nouveau Bureau du GESTE aura lieu demain matin, mercredi 10 juillet.

Le GESTE poursuit sa structuration autour des grands enjeux numériques des éditeurs

L'année écoulée a confirmé le rôle important du GESTE dans la représentation des éditeurs de contenus à l'heure des mutations technologiques et économiques. Face à l'accélération des usages liés à l'IA générative, aux recompositions du marché publicitaire et aux tensions réglementaires croissantes, l'association s'est concentrée sur les sujets de fond qui conditionnent l'avenir du secteur.

Plus d'une cinquantaine d'événements, ateliers et groupes de travail ont été organisés cette année, permettant de structurer des prises de position partagées sur les principaux chantiers réglementaires et les nombreuses consultations publiques en cours, notamment sur :

- Le suivi actif des travaux des EGI et un positionnement assumé autour de 5 propositions ayant émergé du rapport, notamment : Créer une nouvelle responsabilité : la responsabilité démocratique / Redistribuer une partie de la richesse captée par les fournisseurs de services numériques en faveur de l'information/ Instaurer une obligation d'affichage des contenus d'information pour les très grandes plateformes
- Une contribution active aux travaux du CSPLA sur la rémunération des ayants droit face à l'IA générative, ainsi que sur l'encadrement du régime juridique du podcast.

- Une participation active aux concertations de la CNIL, notamment sur le consentement cross-device et les travaux sur les pixels de mail, avec un rôle de relais des attentes du secteur.

Sur le plan contentieux, plusieurs actions structurantes ont été engagées ou consolidées :

- Victoire obtenue contre Apple sur l'ATT, avec une amende de 150 M€ prononcée par l'Autorité de la concurrence, désormais en appel.
- Premières audiences sur le dossier Google Adtech
- Assignations déposées dans le cadre du contentieux META (RGPD et concurrence déloyale).
- Intervention volontaire dans l'affaire Canal+/CNIL, avec des questions préjudicielles désormais transmises à la CJUE.

Deux études ont été réalisées cette année afin d'apporter aux membres du GESTE des éléments d'analyse concrets sur des sujets complexes et leur traduction opérationnelle :

- Une première sur le respect par Google de ses obligations au titre du DMA, notamment en matière de transparence sur les données publicitaires.
- Une seconde sur le décryptage des Terms of Service d'OpenAI, visant à mieux cerner les zones de risque pour les éditeurs.

Ces travaux s'appuient sur une organisation interne renforcée, avec des groupes de travail sectoriels bien identifiés : DPO, CTO/CDO, Concurrence, Audio Digital, Juridique ainsi que le Comité IA et la Task force juridique IA. Le GESTE a également ouvert cette année un GT Accessibilité et un atelier SEO en réponse aux impacts croissants de l'IA sur la découvrabilité des contenus.

La feuille de route 2025/2026 du GESTE a également été adoptée ce jour. Ces orientations stratégiques pour l'année à venir témoignent de l'engagement continu du GESTE en faveur de l'industrie des médias en ligne.

FEUILLE DE ROUTE 2025/ 2026

1. Structurer le dialogue avec les acteurs de l'IA

- Accélérer les échanges avec les fournisseurs de modèles d'IA :
 - En direct : organisation de plusieurs réunions bilatérales dès la rentrée avec les principaux acteurs de la chaîne : fournisseurs d'IA, hébergeurs, acteurs du cloud, Adtech
 - Par les canaux institutionnels : contribution active à la concertation Bercy / Culture

2. Renforcer l'expertise juridique, économique et technique

- **Affirmer la position du GESTE dans les débats réglementaires :**
 - Participation aux consultations publiques, auditions parlementaires, groupes de travail à l'initiative des pouvoirs publics (Régulateurs, parlement, gouvernement, CSPLA ..)
 - Élaboration et diffusion de propositions concrètes pour encadrer les usages de l'IA générative et garantir un modèle durable pour les éditeurs.
- **Analyser l'impact des technologies et anticiper les effets sur le secteur:**
 - Décryptage du fonctionnement des outils d'IA générative et de leur influence sur les usages, les parcours d'accès à l'information et la monétisation.
 - Production de ressources pédagogiques (FAQ), recueil d'expertises scientifiques et techniques (W3C, Peren, IAB Tech Lab...)
- **Maintien du rythme des webinars "retours d'expérience" mettant en lumière des cas d'usage concrets et pertinents pour les éditeurs.**

3. Mesurer les effets organisationnels et accompagner la transformation (nouveau chantier)

- Évaluer le ROI de l'IA dans les métiers de l'édition (productivité, qualité éditoriale).
- Analyser les impacts sur l'organisation : compétences, processus, gouvernance.
- Travailler avec des cabinets spécialisés pour documenter les bonnes pratiques.

4. Engager des dynamiques collectives

- **Réflexions autour d'initiatives communes :** campagnes d'information, développement d'outils techniques et de standards, chartes sectorielles, labels de transparence, méthodologie commune pour mesurer les effets de l'IA et constituer une base probante en vue d'éventuelles actions contentieuses coordonnées.

- **Valoriser la réflexion collective et favoriser les convergences industrielles via l'organisation de temps forts physiques, à forte visibilité** : dîners stratégiques “cross-industrie”
- **Intensifier les discussions avec les organisations internationales de publishers**

PRIVACY

- **Sécuriser l'ensemble des dispositifs permettant aux éditeurs de recueillir le consentement de manière équilibrée, rationnelle et protectrice à la fois des utilisateurs et des modèles d'affaires** : Cookie Wall, Consentement Cross devices et Cross group, règles de consentement pour les technologies cookieless.
- **Prospection commerciale** : Défendre un cadre clair et cohérent conciliant protection des données et soutenabilité économique, afin d'éviter que des règles trop rigides et disproportionnées ne fragilisent durablement le canal de l'emailing commercial.
- **Participer activement aux consultations liées au projet de simplification du RGPD** pour défendre une cohérence RGPD–ePrivacy forte et adaptée aux technologies peu intrusives.
- **Maintenir le rythme des ateliers DPO**

BUSINESS ET RÉGLEMENTAIRE

- **PJL Dati et transposition des EGI** : Porter des amendements pour s'assurer d'une traduction législative alignée avec les positions du GESTE
- **Renforcer l'impact de la loi de transposition “droits voisins”** : en formulant des propositions concrètes, en suivant les contentieux en cours (Meta vs. Italie) et en s'inspirant des dispositifs étrangers, notamment hors UE comme en Australie (renforcer le dialogue)

CONCURRENCE

- **Poursuite de la Task Force DMA**
- **Suivi et coordination des contentieux en cours (ou à venir)**

- ATT (suites)
- App Store
- Google Ad Tech
- META
- DMA
- Éventuellement : recours contre le fournisseurs IA

AUDIO DIGITAL

- **Poursuivre les réflexions destinées à mieux structurer le marché du Podcast :**
 - Coordonner le suivi de la phase 3 de l'Observatoire du Podcast en lien avec les éditeurs et l'ARCOM / DGMIC
 - Défendre l'accès aux aides à la presse et aux droits voisins pour les podcasts d'information professionnels
 - Protéger les Podcasts face à l'IA Générative