

Google ar obține aceleași venituri din publicitate dacă nu ar mai afișa conținuturi de presă

Google ar obține la fel de multe venituri din publicitate dacă nu ar mai afișa conținuturi de presă în rezultatele sale, chiar dacă motorul său de căutare ar fi ceva mai puțin consultat, arată un test ale cărui rezultate au fost dezvăluite de gigantul american din sectorul noilor tehnologii. Testul a fost efectuat în opt țări europene, dar nu și în Franța, unde revistele franceze l-au contestat în instanță. Potrivit rezultatelor, "conținuturile de știri din Search nu au niciun impact măsurabil asupra veniturilor din publicitate obținute de Google", au declarat reprezentanții companiei americane pe blogul oficial al acesteia.

Pentru a ajunge la această concluzie, Google a eliminat conținuturile produse de ziarele europene din rezultatele căutărilor pentru 1% dintre utilizatorii săi din opt țări (Belgia, Croația, Danemarca, Grecia, Italia, Țările de Jos, Polonia și Spania), începând de la jumătatea lunii noiembrie și până la sfârșitul lunii ianuarie. Compania americană a comparat apoi comportamentul acestui procent de 1% de utilizatori care au fost privați de conținuturi de presă cu comportamentul aceluiași procent de utilizatori de internet care aveau încă acces la astfel de conținuturi. Eliminarea conținu-



turilor de presă a dus cu siguranță la o scădere cu 0,8% a utilizării motorului de căutare (măsurată în "utilizatori activi zilnic"). Dar, în același timp, "nu a existat nicio schimbare în veniturile din publicitate ale Search".

Acest lucru arată că scăderea numărului de utilizatori corespunde unor "cereri care generează venituri minime sau chiar deloc", a declarat Paul Liu, managerul Google care a supervizat testul. "Fie că este vorba despre găsirea unei florării, verificarea stării vremii sau rezervarea unui zbor, utilizatorii consultă Google din multe motive.

Acest studiu arată că utilizatorii continuă să consulte Google pentru aceste multe alte sarcini, chiar și atunci când Google este mai puțin util pentru a citi știri", a adăugat Paul Liu. "Vom continua să colaborăm cu editorii (de presă) pentru a-i ajuta să ajungă la publicul lor într-o lume în care tehnologiile evoluează rapid", a dat el asigurări. În Franța, Sindicatul editorilor de reviste de presă (SEPM) a contestat testul în instanță. Pe 20 februarie, aceasta din urmă i-a dat dreptate, ordonând companiei Google să nu efectueze testul, în așteptarea unei decizii din partea Auto-

rității franceze pentru concurență. SEPM vede în acest test o modalitate de "a devaloriza" conținuturile de presă și de "a reduce" remunerația plătită ziarelor de către Google pentru afișarea acestor conținuturi, ca parte a sistemului drepturilor conexe.