

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

GOVERNANCE MONDIALE DE LA CULTURE NUMÉRIQUE : DÉFIS EN MATIÈRE DE RÉGLEMENTATION ET D'EXPANSION ÉCONOMIQUE

**Par Dr. Antonios Vlassis (Center for International Relations Studies-CEFIR,
Université de Liège)**

Rapport d'analyse, février 2022

Le rapport de février aborde d'abord les négociations sur la législation sur les services numériques et la législation sur les marchés numériques au sein de l'Union européenne (UE), ainsi que la recommandation de l'UNESCO sur l'éthique de l'intelligence artificielle (IA). Il traite également de nouveaux développements politiques à l'échelle nationale en matière de réglementation des plateformes culturelles en ligne, en se concentrant sur le cas de la France, de la Russie et de la Chine. Ensuite, le rapport se tourne vers plusieurs activités transnationales de plateformes en ligne, mettant en lumière de nouveaux partenariats et des projets économiques développés par des entreprises technologiques mondiales (Netflix, Spotify, Microsoft et Disney, etc.) dans différents secteurs, tels que l'audiovisuel, la musique et l'industrie des jeux vidéo.

Enjeux de réglementation, commerce numérique et culture

Négociations de l'UE sur la législation sur les services numériques et celle sur les marchés numériques

Fin janvier 2022, le Parlement européen a approuvé des amendements à la version préliminaire de la législation sur les services numériques (DSA) que le Conseil européen avait avalisée le 25 novembre. Le projet de DSA a été approuvé par 530 voix contre 78, avec 80 abstentions au sein du Parlement. Ses amendements portent sur la publicité ciblée, l'obligation des plateformes de supprimer les contenus illégaux, le classement basé sur des algorithmes, etc.



La DSA est une version modernisée des règles de l'UE sur le commerce électronique établies en 2001. Elle se concentre sur les services intermédiaires, les services d'hébergement, les plateformes en ligne et les très grandes plateformes et impose de nouvelles règles dans plusieurs domaines, telles que la communication d'informations sur la transparence, la coopération avec les autorités nationales à la suite d'injonctions, la transparence des systèmes de recommandation et le choix des utilisateurs pour l'accès à l'information, le signalement des infractions pénales, le partage des données avec les autorités et les chercheurs, la transparence de la publicité en ligne pour les utilisateurs, etc. Par exemple, la DSA comprend des mesures pour « lutter contre les biens, services ou contenus illégaux en ligne, telles qu'un mécanisme permettant aux utilisateurs de signaler ces contenus, et aux plateformes de coopérer avec des 'signaleurs de confiance' ».

Cependant, comme l'a indiqué le magazine du Parlement, des critiques ont été formulées par la Commission de la culture et de l'éducation du Parlement européen. Selon la députée conservatrice Sabine Verheyen, le projet manque « de précision sur les nouvelles obligations de l'industrie des médias, menaçant potentiellement la liberté d'expression - un point de vue soutenu par le rapporteur d'avis de la Commission des affaires juridiques (JURI), Geoffroy Didier ».

Pour finaliser le texte, quatre trilogues politiques entre la Commission, le Parlement et le Conseil sont déjà prévus les 31 janvier, 15 février, 15 mars et la semaine du 4 avril.

L'autre pilier majeur de la stratégie numérique de l'UE est la législation sur les marchés numériques (DMA). La DMA introduit des critères spécifiques pour définir une grande plateforme en ligne en tant que « contrôleur d'accès » et cherche à établir un environnement de marché plus équitable pour les utilisateurs professionnels, les consommateurs et les start-ups technologiques. Il est important de noter que le Parlement européen a intégré la question de la télévision connectée dans le texte préliminaire de la DMA. Dans ce contexte, le service de diffusion en continu français Salto exerce de la pression auprès des autorités européennes en vue d'aborder l'asymétrie concurrentielle entre les grandes plateformes et les services de diffusion en continu nationaux, en modifiant notamment les télécommandes qui incluent souvent un bouton Netflix et/ou Amazon Prime Vidéo. Depuis janvier 2022, les institutions de l'UE ont entamé des négociations afin de finaliser les dispositions de la DMA.

Recommandation de l'UNESCO sur l'éthique de l'intelligence artificielle

Fin novembre 2021, les États membres de l'UNESCO ont adopté une Recommandation non contraignante sur l'éthique de l'intelligence artificielle (IA) afin de définir un ensemble de valeurs et de principes pour le développement d'une IA éthique à l'échelle mondiale. La Recommandation aborde des questions éthiques liées à l'IA puisqu'elles relèvent du mandat de l'UNESCO en matière d'éducation, de science, de culture, de communication et d'information. Selon la Recommandation (page 6), « les technologies de l'IA peuvent enrichir les industries culturelles et créatives, mais aussi aboutir à une concentration accrue de l'offre, des données, des marchés et des revenus de la culture entre les mains d'un petit nombre d'acteurs, avec des répercussions potentiellement négatives sur la diversité et le pluralisme des langues, des médias, des expressions culturelles, la participation et l'égalité ».

La Recommandation s'articule autour de différents domaines d'action stratégique, tels que la politique en matière de données, le développement et la coopération internationale, l'égalité des genres, etc. Le domaine d'action stratégique 7 se concentre spécifiquement sur les secteurs culturels. Parmi les différentes propositions, la Recommandation invite explicitement les grandes entreprises spécialisées dans les technologies et autres parties prenantes « à favoriser une offre diversifiée et une pluralité d'accès en matière d'expressions culturelles, en faisant notamment en sorte que la recommandation algorithmique améliore la visibilité des contenus locaux et les rende plus faciles à trouver ».

Nouvelle réglementation française sur les services de diffusion en continu audiovisuels

À la suite de négociations de longue haleine entre les autorités françaises, les diffuseurs en ligne et les chaînes de télévision, les autorités audiovisuelles françaises ont annoncé que Netflix, Amazon, Disney Plus et Apple TV Plus ont signé un accord pour commencer à investir 20 % de leurs revenus annuels dans le contenu français. L'investissement est estimé entre 280 millions USD et 330 millions USD par an. Netflix sera le principal contributeur avec 225 millions USD par an. Selon Variety, les plateformes de diffusion en continu doivent consacrer 80 % de leur investissement aux œuvres audiovisuelles (émissions, films, documentaires). Les 20 % restants serviront à financer des films qui sortiront en salles. L'accord fait suite à la mise en œuvre de la Directive européenne sur les services de médias audiovisuels adoptée en 2018.



Par ailleurs, fin janvier 2022 et à la suite de débats controversés, un nouvel accord sur la chronologie des médias a été conclu. Selon les nouvelles règles, les plateformes en ligne bénéficieront d'un accès aux nouveaux films 15 mois après leur sortie en salles, contre 36 mois en vertu de la réglementation précédente. À la suite de cet accord, Netflix a également rendu public son intention d'investir 45 millions USD par an dans 10 films indépendants en France. À cela s'ajoute que l'opérateur de télévision payante Canal Plus, une chaîne de télévision payante appartenant au groupe Vivendi, pourra diffuser un film six mois après sa sortie en salles au lieu de huit selon la réglementation précédente. Canal Plus a également signé un nouvel accord avec les organisations professionnelles du secteur audiovisuel pour investir 680 millions USD dans les films français et européens durant la période 2022-2024.

La Russie impose de nouvelles règles aux plateformes de diffusion en continu

Fin décembre 2021, Roskomnadzor, le régulateur russe des médias, a enregistré Netflix en tant que « services audiovisuels » et lui a ordonné de fournir la diffusion en continu des chaînes de télévision fédérales d'État auprès de ses utilisateurs. À partir de mars 2022, Netflix devra diffuser les chaînes d'État, y compris la chaîne de l'Église orthodoxe russe. La décision du régulateur s'applique aux services en ligne de diffusion en continu avec plus de 100 000 utilisateurs quotidiens. Netflix et d'autres plateformes de diffusion en continu, comme Amazon Prime Vidéo, doivent également appliquer des dispositions controversées interdisant les contenus faisant la promotion de « l'extrémisme ». En outre, selon The Moscow Times, le régulateur russe des médias a infligé des amendes à Google et Meta (anciennement Facebook) totalisant 125 millions USD, les « accusant de ne pas avoir supprimé le contenu que le régulateur russe a qualifié d'illégal ».

Nouvelle réglementation chinoise sur les accords de droit d'auteur pour les plateformes musicales

Début janvier, l'Administration nationale du droit d'auteur de Chine (NCAC) a déclaré que les plateformes de musique en ligne ne sont pas autorisées à signer des accords de droit d'auteur exclusifs, visant à lutter contre le comportement monopolistique et la concurrence déloyale du secteur technologique du pays. La décision a été annoncée lors d'une réunion avec des plateformes de musique et des sociétés de droits d'auteur.



Selon Reuters, en 2021, Tencent a reçu l'ordre du régulateur en matière de marché intérieur de « mettre fin à tous les accords exclusifs de droits d'auteur sur la musique, dans la mesure où l'entreprise détenait plus de 80 % des ressources exclusives dans son catalogue de musique ». Il convient de noter qu'en 2015 les autorités chinoises avaient ordonné aux plateformes de musique de diffusion en continu de supprimer des millions de chansons sans licence à la suite de violations du droit d'auteur.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Lutte pour des nouveaux abonnés

2021 a marqué une tendance à la baisse de la croissance des abonnés de Netflix, représentant l'année de croissance la plus faible de l'entreprise depuis 2015. Netflix a eu 18,2 millions d'abonnements en 2021, soit une baisse d'environ 50 % par rapport à l'année record de la pandémie (37 millions d'abonnés additionnels en 2020), qui était sa meilleure performance en matière de croissance d'abonnés. Cependant, il convient de noter que Netflix a eu 8,28 millions d'abonnés au quatrième trimestre de 2021. Dans sa lettre aux actionnaires, la société californienne a mentionné que « la concurrence s'est intensifiée au cours des 24 derniers mois, puisque plusieurs sociétés de divertissement développent leur propre service de diffusion en continu ». Netflix compte environ 222 millions d'abonnés au total à travers le monde. Les abonnements aux États-Unis et au Canada s'élèvent à 75,2 millions, soit environ 33 % du nombre total d'abonnés, suivis par l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique (74 millions). En 2021, 90 % des nouveaux abonnés ne provenaient pas des États-Unis et du Canada. En outre, à la fin de 2021, Disney a enregistré 179 millions d'abonnés au total sur ses trois services de diffusion en continu : Disney Plus, ESPN Plus et Hulu. Enfin, HBO Max compte 73.8 millions d'abonnés.

Selon un nouveau rapport sur les services de musique de diffusion en continu, trois grandes plateformes représentent environ 60 % de la part de marché mondial des abonnés à la musique. Spotify était le plus grand service de musique de diffusion en continu au deuxième trimestre de 2021 avec une part de marché de 31 %. Apple Music occupait la deuxième place avec 15 % de part de marché, suivi d'Amazon Music avec 13 %.



En outre, même si Tencent Music et NetEase, basées en Chine, sont principalement disponibles sur leur marché domestique, elles représentent une part combinée de 19 % du marché mondial des abonnements. Enfin, YouTube Music et Deezer atteignent respectivement 8% et 2% de parts du marché mondial.

Nouveaux partenariats et expansion géographique

Disney Plus, service de diffusion en continu de la Walt Disney Company, compte développer des projets internationaux pour un lancement dynamique au cours de l'été 2022 à travers l'Europe, l'Afrique et l'Asie occidentale. Ainsi, Disney Plus sera disponible dans 42 nouveaux pays, dont l'Algérie, l'Égypte, la Grèce, la Pologne, la Roumanie, l'Arabie Saoudite, l'Afrique du Sud, la Turquie, les Émirats arabes unis et Israël, ainsi que dans 11 nouveaux territoires, dont les îles Féroé au Danemark et la Polynésie française.

En outre, en février 2021, Netflix a rendu public la création du Netflix Fund for Creative Equity afin de financer des organisations qui aident les communautés sous-représentées à trouver un emploi dans le secteur de la télévision et du cinéma. Les ressources du Fonds s'élèvent à 100 millions USD sur les cinq prochaines années. Dans ce contexte, fin janvier 2022, Netflix a annoncé son intention d'engager un million USD dans un fonds de bourses pour les étudiants en cinéma et télévision de la région de l'Afrique subsaharienne. Netflix compte aussi lancer un appel à candidatures ouvert destiné à la Communauté de développement de l'Afrique australe et d'autres appels vont suivre.

Enfin, mi-janvier 2022, Microsoft a acquis Activision Blizzard Inc., un leader dans le développement de jeux vidéo, l'édition de contenu de divertissement interactif et troisième société de jeux vidéo en termes de chiffres d'affaires, derrière Tencent et Sony. Selon Verge, « c'est la plus grande poussée de Microsoft dans l'industrie de jeu vidéo » et il s'agit de stimuler ses propres services d'abonnement aux jeux vidéo, tels que Xbox Game Pass, qui compte environ 25 millions d'abonnés. L'accord est évalué à 75 milliards de dollars, le plus important accord de l'industrie du jeu vidéo. Le directeur général de Microsoft a souligné que « le jeu vidéo est la catégorie de divertissement la plus dynamique et la plus excitante sur toutes les plateformes et jouera un rôle clé dans le développement des plateformes spécialisées dans le marché du métavers ». En ce sens, l'accord révèle l'importance du métavers pour les grandes entreprises technologiques américaines. Les réseaux d'univers virtuels en ligne, plus immersifs, où les gens socialisent, jouent et travaillent, représentent probablement « la prochaine évolution d'Internet ».



Des lectures supplémentaires pour le rapport de février :

- Which platforms will be caught by the Digital Markets Act? The 'gatekeeper' dilemma, Bruegel, 14 décembre 2021, [Lien](#).
- How Microsoft's Activision Blizzard takeover will drive metaverse gaming into the mass market, The Conversation, 21 janvier 2022, [Lien](#).
- Microsoft buys Activision Blizzard: with the video game industry under new management, what's going to change, The Conversation, 23 janvier 2022, [Lien](#).

Sources indicatives

- UNESCO, Draft Text of the Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence, [Lien](#).
- European Parliament adopts position on Digital Services Act, The Parliament Magazine, 21 janvier 2022, [Lien](#).
- DSA: MEPs gear up for negotiations ahead of kick-off trilogue, EURACTIV, 26 janvier 2022, [Lien](#).
- French streaming platform Salto calls for change of pro-US TV remotes, EURACTIV, 26 janvier 2022, [Lien](#).
- UNESCO Member States adopt AI ethics recommendation, ComputerWeekly.com, 1 décembre 2021, [Lien](#).
- Netflix, Amazon et Disney pourront diffuser des films plus récents en France, Le Monde, 24 janvier 2022, [Lien](#).
- Netflix, Amazon, Disney Plus, Apple TV Plus to Invest as Much as 300USD Million in French Content Annually, Variety, 9 décembre 2021, [Lien](#).
- Russia to Require Netflix to Stream State Television Broadcasts, The Moscow Times, 29 décembre 2021, [Lien](#).
- China bans most exclusive copyright deals for digital music platforms, Reuters, 6 janvier 2022, [Lien](#).
- Netflix Plunges After Forecast for New Customer Disappoints, Bloomberg, 20 janvier 2022, [Lien](#).
- Disney Plus Confirms 42-Country Summer Launch Across Europe, Africa and West Asia, Variety, 25 janvier 2022, [Lien](#).
- Microsoft to acquire Activision Blizzard for 68.7 billion USD, The Verge, 18 janvier 2022, [Lien](#).

DIRECTION

Gilbert Gagné, chercheur au CEIM et directeur du Groupe de recherche sur l'intégration continentale (GRIC).

RÉDACTION

Antonios Vlassis, maître de conférences et chercheur, Center for International Relations Studies (CEFIR)-Université de Liège, membre au CEIM.

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM)

UQAM, 400, rue Sainte-Catherine Est, Pavillon Hubert-Aquin, bureau A-1560, Montréal (Québec) H2L 2C5 CANADA. Téléphone : 514 987-3000, poste 3910 / Courriel : ceim@uqam.ca / Site web : www.ceim.uqam.ca

Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle (FICDC)

33 rue Milton, bureau 500, Montréal (Québec), H2X 1V1, CANADA. Téléphone : 514 277-27666 / Courriel : coalition@cdc-ccd.org / Site web : www.ficdc.org

Les opinions exprimées et les arguments avancés dans cette note analytique demeurent sous l'entière responsabilité du rédacteur ainsi que du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation et n'engagent en rien ni ne reflètent ceux de la Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle.