

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

GOVERNANCE DE LA CULTURE NUMÉRIQUE : ENTRE NOUVELLES RÉGLEMENTATIONS ET PARTENARIATS STRATÉGIQUES

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

Rapport d'analyse, avril 2022

Le rapport d'avril débute par les discussions sur la loi sur les marchés numériques (Digital Markets Act - DMA) et la loi sur les services numériques (Digital Services Act - DSA) au sein de l'Union européenne (UE) et sur l'importance normative de ces nouvelles législations pour réglementer de manière appropriée les grandes plateformes en ligne. Le rapport aborde également le marché de la musique en ligne et les résultats du nouveau Global Music Report 2022 publié par la Fédération internationale de l'industrie phonographique. Ensuite, le rapport se tourne vers la Russie, en explorant de quelle manière les plateformes de diffusion en continu ont récemment changé leurs pratiques dans ce pays. Enfin, le rapport met en lumière de nouvelles données sur les plans d'affaires et les partenariats stratégiques des grandes plateformes en ligne, en se concentrant sur Netflix, Spotify, Disney Plus et HBO Max.

Enjeux de réglementation, commerce numérique et culture

Loi sur les marchés numériques : nouvelles règles pour les plateformes en ligne

Fin mars 2022, le Parlement européen et le Conseil ont réussi à s'entendre sur la [loi sur les marchés numériques \(DMA\)](#). L'objectif de la nouvelle législation est de mettre en place une série d'obligations pour les grandes plateformes en ligne - les plateformes dites « gardiens » (gatekeepers) - dont Google, Meta, Amazon.



Selon POLITICO, la législation s'appliquera aux plateformes avec une capitalisation boursière de 75 milliards d'euros ou plus ou avec un chiffre d'affaires dans l'espace économique européen égal ou supérieur à 7,5 milliards d'euros. Pour être désignées comme « gardiens », ces entreprises doivent également fournir certains services, tels que des navigateurs, des messageries ou des médias sociaux, qui comptent au moins 45 millions d'utilisateurs mensuels dans l'UE ou 10 000 utilisateurs professionnels annuels.

La nouvelle législation se concentrera sur les pratiques anticoncurrentielles des grandes plateformes en ligne, en élargissant le choix des consommateurs et en permettant aux entreprises de contourner les plateformes pour atteindre leurs clients. Selon EURACTIV, dans la proposition initiale, l'exécutif européen prévoyait jusqu'à 80 fonctionnaires travaillant sur la mise en œuvre de la DMA d'ici 2025. Enfin, il convient de noter qu'une proposition de la Commission européenne visant à introduire dans la DMA un nouvel article sur les conditions justes, raisonnables et non-discriminatoires de la rémunération des contenus en ligne a été rejetée, car cette proposition était trop liée à la directive sur le droit d'auteur (Copyright Directive). En revanche, selon le texte final, les grandes plateformes en ligne devraient publier comment elles appliquent les principes liés à la rémunération des contenus en ligne dans la pratique et, par la suite, « la Commission examinerait la conformité des plateformes au règlement ».

Loi sur les services numériques : redevance de surveillance

La Digital Services Act (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. L'objectif est d'imposer 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.

La DSA entre dans les dernières étapes du processus législatif de l'UE et devrait être finalisée dans les mois à venir, à la suite de négociations entre la Commission européenne, le Parlement européen et le Conseil.



Dans le cadre de ces négociations, la Commission a proposé l'introduction d'une redevance de surveillance applicable aux très grandes plateformes en ligne et aux moteurs de recherche, pour lesquels la Commission est chargée de surveiller l'application de la DSA. À cet égard, la proposition de la Commission européenne est de faire payer les très grandes plateformes en ligne, telles que Google ou Facebook, afin de donner à la Commission suffisamment de moyens pour contrôler leur conformité aux dispositions de la DSA. Un mécanisme similaire est déjà en place pour la Banque centrale européenne, qui « facture une redevance de surveillance à toutes les banques surveillées ».

En outre, Asha Allen, directrice de l'unité pour l'Europe, expression en ligne et espace civique au Centre pour la démocratie et la technologie, a souligné que la DSA pourrait « changer la donne, avec des implications de grande envergure bien au-delà de la juridiction européenne », ajoutant que « l'UE pourrait créer un précédent en vue de créer le cadre législatif le plus complet et le plus holistique pour la gouvernance des plateformes et des contenus ».

Activités mondiales des plateformes en ligne

Marché de la musique

Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), les ventes mondiales de musique ont augmenté pour la septième année consécutive en 2021, avec des revenus totaux en hausse de 18,5 % pour atteindre 25,9 milliards USD. Le « Global Music Report 2022 » montre que la croissance était attribuable à la diffusion en continu (y compris les abonnements payants et la publicité), qui a augmenté de 24,3 % d'une année sur l'autre à 16,9 milliards USD et représente désormais 65 % du total des revenus mondiaux (voir Tableau 1). En ce sens, le nombre de revenus de diffusion en continu par abonnement payant a augmenté de 21,9 % pour atteindre 12,3 millions USD, avec un nombre total de 523 millions d'utilisateurs de comptes d'abonnement payant. Selon le Rapport, les téléchargements et autres revenus numériques ont été le seul domaine à afficher une baisse en 2021, chutant de 10,7 %, puisque « la trajectoire de la consommation de musique numérique a continué de passer d'un modèle de propriété à un modèle d'accès ».

Parmi les régions du monde, le Moyen-Orient-Afrique du Nord a été la région qui affiche la croissance la plus rapide, avec un taux remarquable de 35 %, suivie de l'Amérique latine (+31,2 %), où les revenus de la diffusion en continu ont représenté 85,9 % du marché latino-américain, l'un des pourcentages les plus élevés de toutes les régions. Enfin, il y a eu une croissance globale des revenus de 22 % aux États-Unis et au Canada, ainsi qu'une croissance des revenus de 16,1 % en Asie, qui représentait déjà 23 % du marché mondial.

En ce qui concerne l'industrie des concerts de musique, y compris le parrainage musical et les ventes de billets de musique, le chiffre prévu pour 2021 est de 14,15 milliards USD, contre 28,56 milliards USD en 2019.

Tableau 1

Revenus (en USD) / Année	1999	2002	2008	2012	2013	2015	2017	2019	2021
Revenus physiques totaux	24.1	21.7	12.0	7.6	6.8	5.8	5.2	4.3	5.0
Streaming total	-	-	0.3	1.0	1.4	2.8	6.5	11.4	16.9
Téléchargement et autres revenus numériques	-	-	3.4	4.4	4.3	3.7	2.6	1.5	1.1
Droits de représentation	-	0.7	1.2	1.6	1.8	1.9	2.3	2.6	2.4
Revenus de synchronisation	-	-	-	0.2	0.3	0.4	0.4	0.5	0.5
Revenus totaux en USD	24.1	23.4	16.7	14.7	14.4	14.5	17.0	20.2	25.9

Plateformes de diffusion en continu en Russie

Spotify a fermé son bureau en Russie au début de mars et a annoncé qu'il suspendrait aussi complètement ses services en ligne en Russie à la suite de l'invasion de l'Ukraine et de la nouvelle loi récemment introduite dans le pays, qui punira les « fausses nouvelles » sur les opérations militaires avec jusqu'à 15 ans de peines d'emprisonnement. La plateforme de diffusion en continu va perdre 1,5 million d'abonnés premium. Selon la communication de l'entreprise, « la législation récemment promulguée restreignant davantage l'accès à l'information, éliminant la liberté d'expression et criminalisant certains types d'informations met en danger la sécurité des employés de Spotify et peut-être même de nos auditeurs ».

Dans le même ordre d'idées, Netflix a décidé de suspendre son service en Russie et d'arrêter les projets (productions et post-productions) et acquisitions dans le pays. Selon POLITICO, les résidents du pays ne pourront plus souscrire à un nouvel abonnement et les abonnés russes actuels seront temporairement suspendus « jusqu'à ce que la situation en Ukraine change ». La plateforme américaine de diffusion en continu compte environ un million d'abonnés en Russie, un nombre relativement faible comparé au nombre total d'abonnements payants à travers le monde. Enfin, les majors hollywoodiennes, telles que Disney, Warner Bros., Sony, Paramount Pictures et Universal, ont suspendu toutes leurs sorties cinématographiques en Russie.

Nouveaux plans d'affaires

Fin mars, Google a annoncé un accord pluriannuel avec Spotify - appelé « choix de facturation de l'utilisateur » -, qui permettra à un petit nombre de développeurs participants de contourner la facturation de Google Play sur Android - permettant à Spotify d'utiliser sa propre plateforme de paiement. À ce titre, Spotify ne sera pas obligé de reverser à Google l'intégralité de ses 15 % de frais, mais il s'agira d'une commission de service sans avoir plus de détails sur la structure de commission concernée. Il convient de noter que les magasins d'applications facturent actuellement des frais de service allant de 15% à 30 % et, récemment, plusieurs sociétés, telles que Spotify, ont poursuivi Apple et Google en justice pour demander aux régulateurs d'enquêter sur le caractère anticoncurrentiel du taux élevé des frais de service.



Selon [TechChurch](#), « Google propose déjà un système similaire en Corée du Sud à la suite de la mise en œuvre d'une nouvelle législation coréenne » et l'accord entre Spotify et Google fera en sorte que « Google testera ce système sur plusieurs marchés nationaux » pour la première fois.

Par ailleurs, [Disney Plus](#) introduira une option d'abonnement moins chère, financée par la publicité, pour son service de diffusion en continu, qui sera disponible aux États-Unis d'ici la fin de 2022, avant de s'étendre au marché international en 2023. [HBO Max](#) a déjà introduit une option moins chère incluant des publicités, qui est également limitée au contenu HD (et non 4K). En revanche, [Netflix](#) a souligné que la société « n'est pas nécessairement contre la publicité, mais un modèle financé par la publicité n'est pas quelque chose qui est dans nos plans », affirmant que Netflix se concentre sur « l'optimisation des revenus à long terme ».

Partenariats stratégiques et nouvelles acquisitions

Selon [Variety](#), début mars, Nippon TV et Disney Plus ont annoncé un accord de collaboration stratégique qui comprendra des efforts de coproduction de contenu en langue locale pour le service mondial de diffusion en continu et la disponibilité du contenu des deux sociétés sur leurs plateformes respectives. Auparavant, [Disney Plus](#) avait annoncé qu'il publierait plus de 20 titres coréens en 2022, dont au moins 12 originaux coréens, et qu'il s'était engagé à donner le feu vert à plus de 50 originaux asiatiques d'ici 2023. En outre, selon [Media Partners Asia](#), en Asie du Sud-Est, le contenu en langue coréenne était « la catégorie de contenu vidéo la plus consommée », suivi du contenu régional, en particulier thaïlandais et indonésien, le contenu américain étant propulsé à la troisième place sur certains marchés. Disney, la société hongkongaise Viu et Netflix sont les plus grandes plateformes de streaming vidéo de la région avec respectivement 7,2 millions, 6,5 millions et 6,4 millions d'abonnés.

De plus, [Netflix](#) a signé un mémorandum d'entente avec la Taiwan Creative Content Agency (TAICCA), une agence gouvernementale taïwanaise créée en 2019, qui est « impliquée dans le financement et la promotion du contenu taïwanais ». L'accord favorisera la promotion du contenu audiovisuel taïwanais sur le marché international et renforcera Taïwan « en tant que plaque tournante de la production en langue chinoise », dans la mesure où les principales plateformes de diffusion en continu, telles que Netflix, Disney Plus ou Amazon Prime Video, n'opèrent pas en Chine continentale.



Selon [BusinessTech](#), Netflix a annoncé un investissement de contenu de 900 millions de rands (62 millions USD) en Afrique du Sud, couvrant quatre productions – une internationale et trois locales – qui seront tournées dans le pays en 2022 et 2023. Au cours des cinq dernières années, l'investissement de Netflix dans les productions [sud-africaines](#) a atteint deux milliards de rands (137,6 millions USD) et « plus de 80 films et séries télévisées sud-africains sont disponibles dans le catalogue » de la plateforme de diffusion en continu basée aux États-Unis.

Enfin, fin mars, Netflix a acheté [Boss Fight Entertainment](#), un développeur de jeux mobiles avec 130 employés basé à Allen, au Texas, représentant la troisième acquisition de Netflix dans l'industrie du jeu vidéo depuis l'été dernier. Cet accord fait partie des efforts de Netflix pour développer ses activités dans le marché des jeux vidéo et pour inclure les jeux mobiles dans son forfait d'abonnement. Selon le [NYT](#), la société a acheté un studio appelé Night School en septembre dernier et, récemment, elle a aussi acheté Next Games.

Des lectures supplémentaires pour le rapport d'avril :

- Regulating content won't make the internet safer – we have to change the business models, The Conversation, 18 mars 2022, [Lien](#).
- Why Apple, Disney, IKEA and hundreds of other Western companies are abandoning Russia with barely a shrug, The Conversation, 9 mars 2022, [Lien](#).

Sources indicatives

- IFPI, Global Music Report, mars 2022, [Lien](#).
- EU negotiators agree new rules to rein in tech giants, POLITICO, 24 mars 2022, [Lien](#).
- DMA: EU negotiators split on whether text covers remuneration for rightsholders, EURACTIV, 28 mars 2022, [Lien](#).
- Censorship law leads Spotify to fully suspend service in Russia, Music ally, 28 mars 2022, [Lien](#).
- Netflix suspends service in Russia, CNBC, 6 mars 2022, [Lien](#).
- Google Play to pilot third-party billing option, starting with Spotify, TechChurch, 23 mars 2022, [Lien](#).
- Disney Plus is adding a cheaper ad-supported subscription tier later this year, The Verge, 4 mars 2022, [Lien](#).
- Netflix signs cooperation agreement in Taiwan, Variety, 21 mars 2022, [Lien](#).
- Netflix commits over R900 million to South Africa's film and TV industry, BusinessTech, 24 mars 2022, [Lien](#).
- Netflix buys another video game studio as it builds out its gaming business, The New York Times, 24 mars 2022, [Lien](#).
- Nippon TV and Disney strike local content and co-production deal, Variety, 9 mars 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.

Mise en page FICDC