

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

LES PLATEFORMES DE DIFFUSION EN CONTINU DANS LA GOUVERNANCE DE LA CULTURE NUMÉRIQUE : ENTRE EXPANSION MONDIALE ET OBLIGATIONS LÉGALES ACCRUES

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

Rapport d'analyse, septembre 2022

Le rapport de septembre débute par la décision des autorités européennes d'ouvrir un bureau dans la Silicon Valley, en Californie, afin de promouvoir le dialogue avec de grandes entreprises technologiques et des plateformes en ligne dans le contexte de la mise en œuvre des deux piliers majeurs de la stratégie numérique de l'Union européenne (UE), à savoir le Digital Markets Act et le Digital Services Act. En outre, le rapport traite des négociations menées par les États-Unis pour un Cadre économique indopacifique. Ensuite, le rapport met l'accent sur l'expansion mondiale de plusieurs plateformes de vidéo en ligne, telles que Disney Plus et Netflix, et de souligner la manière dont ces diffuseurs mondiaux cherchent à aligner leur catalogue en ligne sur des politiques nationales de censure. Par ailleurs, le rapport se concentre sur de nouvelles données montrant que le nombre de consommateurs de diffusion en continu aux États-Unis a dépassé celui de la télévision par câble pour la première fois. Enfin, le rapport se penche sur de nouveaux plans d'affaires et des partenariats stratégiques des plateformes de diffusion en continu, mettant en lumière les activités de Netflix et le lancement de la nouvelle plateforme musicale TikTok Music.

Enjeux de régulation, commerce numérique et culture

Un bureau à la Silicon Valley pour l'Union européenne

Selon POLITICO, en septembre, l'UE ouvrira un nouveau bureau en Californie, où les entreprises de haute technologie basées à la Silicon Valley auront une ligne directe avec les régulateurs de l'UE. Gerard de Graaf, bureaucrate de longue date de la Commission européenne et directeur de l'économie numérique et de la coordination au sein de la Direction générale « Réseaux de communication, contenu et technologie », dirigera ce bureau afin de discuter avec les entreprises technologiques californiennes de la manière dont la nouvelle législation européenne en matière d'économie numérique s'applique à elles. Plus précisément, la question-clé est la mise en œuvre de deux nouvelles réglementations majeures adoptées récemment par l'UE.

D'une part, la Loi sur les marchés numériques (Digital Markets Act-DMA) est l'une des pièces maîtresses de la stratégie numérique de l'UE. L'objectif de cette nouvelle législation est de mettre en place une série d'obligations pour les grandes plateformes en ligne - les plateformes dites « gatekeeper » - dont Google, Meta, Amazon. Selon POLITICO, la législation doit s'appliquer aux plateformes dont la capitalisation boursière est égale ou supérieure à 75 milliards d'euros ou dont le chiffre d'affaires dans l'espace économique européen a été égal ou supérieur à 7,5 milliards d'euros au cours des trois dernières années fiscales. Une fois la législation entrée en vigueur, la Commission qualifiera de « gardiennes » certaines entreprises puissantes qui fournissent des « services de plateforme de base ». Les services de plateforme de base comprennent les services numériques, notamment les services de réseaux sociaux en ligne, les moteurs de recherche en ligne, les services de plateforme de partage de vidéos, etc. Pour être qualifiée de « gardienne », une entreprise doit fournir des services de plateforme de base et compter au moins 45 millions d'utilisateurs finaux mensuels et 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.



D'autre part, la Loi sur les services numériques (Digital Services Act-DSA) est une version modernisée des règles communautaires 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 elle impose de nouvelles règles concernant plusieurs questions, telles que la transparence des rapports, la transparence des systèmes de recommandation et le choix de l'utilisateur pour l'accès à l'information, la coopération avec les autorités nationales à la suite d'ordres, 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 comprend des mécanismes importants pour le retrait des contenus illégaux et crée une surveillance publique plus forte des plateformes en ligne. Par exemple, la DSA comprend des mesures visant à « contrer les biens, services ou contenus illégaux en ligne, comme un mécanisme permettant aux utilisateurs de signaler ces contenus et aux plateformes de coopérer avec des 'signaleurs de confiance' ».

Dans la mesure où les deux réglementations de l'UE créeront un nouveau cadre pour les activités des grandes plateformes, telles que Google, Meta, Amazon, Apple, Netflix, et devraient servir de référence normative pour la formulation de la nouvelle législation numérique dans d'autres pays, la Commission européenne cherche à promouvoir le dialogue avec les grandes entreprises technologiques par la mise en place du bureau à la Silicon Valley. Selon Gerard de Graaf, « il y aura des litiges, sans aucun doute. Nous sommes préparés aux litiges, mais nous souhaitons une discussion constructive avec les plateformes plutôt qu'une discussion conflictuelle ».

Négociations menées par les États-Unis pour un Cadre économique indopacifique

L'administration des États-Unis prévoit d'accueillir les premiers entretiens ministériels en présentiel sur un plan de coopération économique indopacifique à Los Angeles les 8 et 9 septembre. L'objectif de la réunion est de parvenir à un accord afin de lancer des négociations officielles pour le Cadre indopacifique pour la prospérité économique (IPEF) sous le leadership des États-Unis. Il convient de noter que le Cadre comprend un pilier sur « l'économie connectée » qui met l'accent sur les questions de commerce numérique, telles que les flux de données transfrontaliers et les questions de confidentialité. Les pays qui devraient participer aux négociations sont les suivants : Australie, Brunei Darussalam, États-Unis, Fidji, Inde, Indonésie, Japon, Malaisie, Nouvelle-Zélande, Philippines, République de Corée, Singapour, Thaïlande, et Vietnam.



Par ailleurs, une association d'entreprises américaines de la région indopacifique (US-business Association of the Indo-Pacific) a été créée au début de l'année dans le but de « garantir un cadre contraignant et significatif en présentant des propositions, des idées et les meilleures pratiques de la communauté d'affaires américaine dans la région ». L'association a lancé un groupe de travail pour l'IPEF, qui compte 15 entreprises membres, dont Apple, eBay et Intel.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Lutte mondiale pour les abonnés et l'expansion géographique

En août, Walt Disney Company a annoncé de solides résultats pour le troisième trimestre en matière de diffusion en continu. Disney Plus, ESPN+ et Hulu, les trois plateformes de diffusion en continu de Disney, ont atteint 221,1 millions d'abonnements dans le monde, dépassant ainsi Netflix en termes d'abonnements. Netflix a déclaré avoir 220,7 millions d'abonnés en août 2022. Plus précisément, Disney Plus est passé de 138 millions d'abonnés en mai à 152 millions. Le nombre de téléspectateurs de Hulu et ESPN+ est passé respectivement de 45,6 millions d'abonnés à 46,2 millions et de 22,3 millions à 22,8 millions.

Par ailleurs, Walt Disney Company a pris la décision de ne pas inclure de contenu destiné aux enfants, tels que Lightyear et Baymax, dans le catalogue de Disney Plus Middle East. Selon la société, « tout contenu destiné aux enfants qui n'est pas conforme aux exigences réglementaires locales ne sera pas ajouté au catalogue du service en ligne ». Il convient de noter que Lightyear inclut un baiser entre personnes du même sexe et que la série Baymax met en scène un personnage transgenre. Par ailleurs, le bureau de réglementation des médias des Émirats arabes unis a interdit la sortie en salles de Lightyear en juin « en raison de sa violation des normes du pays en matière de contenu médiatique ».

Selon le WSJ, pour la première fois en juillet 2022, les téléspectateurs américains ont passé plus de temps à regarder la télévision en diffusion en continu sur des services tels que Netflix, YouTube et HBO Max qu'à regarder la télévision par câble. Les plateformes de diffusion en continu ont attiré 34,8 % du temps de visionnage total de la télévision américaine au cours du mois, alors que la télévision par câble en a capté 34,4 %. Netflix a détenu la plus grande part de l'audience totale parmi les plateformes de diffusion en continu, avec 8 % - « un record pour le service en ligne ». En outre, la part des chaînes de télévision dans le temps de visionnage total était de 21,6 %.



Selon les données de [Nielsen](#), les gens ont passé 22,6 % plus de temps à regarder des contenus en diffusion en continu qu'un an auparavant et 8,9 % moins de temps à regarder le câble. Enfin, le public a regardé en moyenne 190,9 milliards de minutes par semaine de contenu en diffusion en continu en juillet dernier, un résultat qui dépasse celui d'avril 2020, lorsque les gens étaient confinés chez eux à cause de la pandémie de [COVID-19](#).

Nouveaux plans d'affaires et partenariats stratégiques

TikTok, l'application de contenu en vidéo court, s'apprête à lancer [TikTok Music](#), une nouvelle application de diffusion musicale en continu, qui permettrait aux « fans de créer et de partager des listes de lecture, de télécharger et d'acheter de la musique et de faire du livestream en vidéo et audio ». Selon le site [the TECH](#), ByteDance, la société-mère de l'application, a déjà déposé la marque TikTok Music dans un grand nombre de pays comme le Royaume-Uni, Singapour, la Nouvelle-Zélande, le Mexique, la Malaisie et le Costa Rica. La demande de marque déposée indique qu'elle permettrait aux « utilisateurs d'acheter, de jouer, de partager, de télécharger de la musique, des chansons, des albums, des paroles, des citations, de créer, de recommander, de partager des listes de lecture, des paroles, des citations, de prendre, d'éditer et de télécharger des photographies en tant que couverture de listes de lecture, de commenter de la musique, des chansons et des albums ». Il est important de noter qu'en 2020, le conglomérat basé en Chine a déjà lancé Resso, - une application de diffusion en continu musicale -, dans trois pays : en Inde, au Brésil et en Indonésie. L'application a eu 42,3 millions de téléchargements sur l'App Store et Google Play de janvier à mai 2022 et une croissance de 19 % sur un an pour la même période.

Depuis son lancement en 2017, [TikTok](#) a connu une croissance spectaculaire, générant près de 4 milliards USD en 2021 et prévoit générer 12 milliards USD en 2022, bouleversant le paysage des médias sociaux. Selon [Fortune](#), YouTube a récemment créé une nouvelle fonctionnalité (Shorts) entièrement conçue pour ressembler à TikTok. Dans le même ordre d'idées, Amazon teste actuellement un flux de photos et de vidéos pour les acheteurs en ligne qui ressemble aussi à TikTok. TikTok Music/Resso tente ainsi de se positionner au côté des grands services de diffusion en continu musical, tels que Spotify, Apple Music, YouTube et Deezer.



De plus, selon [Deadline](#), à la fin du mois d'août 2022, Nippon TV, une société de divertissement japonaise de premier plan, étend son partenariat avec Netflix, en accordant une licence à la plateforme pour treize de ses titres d'animation les plus populaires dans le cadre d'un accord non exclusif. Ainsi, le 2 septembre, Hunter X Hunter sera ajouté au catalogue de Netflix dans 104 pays, dont l'Espagne, l'Afrique du Sud et l'Arabie saoudite. Dans le même temps, Ouran High School Host Club sera disponible dans 190 pays et Claymore dans 136 pays. Comme le mentionne [Variety](#), Nippon TV a déjà « accordé une licence pour sa plus populaire série dramatique Old Enough afin que Netflix puisse la diffuser dans 190 pays, ainsi que pour 30 séries d'action en direct et émissions de divertissement (diffusées principalement dans les pays asiatiques).

Enfin, à la fin du mois d'août, Netflix a annoncé l'extension de son fonds de bourses d'études Netflix Creative Equity Scholarship Fund ([CESF](#)) aux étudiants en cinéma et télévision de la région d'Afrique occidentale et centrale. Les candidatures sont désormais ouvertes pour les étudiants qui souhaitent étudier dans des établissements au Nigeria, au Ghana, au Bénin et au Gabon. Rappelons qu'en janvier 2022, Netflix a annoncé un financement d'un million USD envers le [CESF](#) pour les étudiants en cinéma et télévision en Afrique subsaharienne. Le fonds de bourses d'études fait partie du [Netflix Creative Equity Fund](#) lancé en 2021 avec un investissement de 100 millions USD sur les cinq prochaines années.

Des lectures supplémentaires pour le rapport de septembre :

- The Digital Services Act's lesson for US policymakers: Co-regulatory mechanisms, Brookings, 23 août 2022, [Lien](#).
- Australia's News Media Bargaining Code led the world. It's time to finish what we started, The Conversation, 11 août 2022, [Lien](#).
- The US government is trying to stop the merger of two of the world's biggest publishers – but will it help authors?, The Conversation, 10 août 2022, [Lien](#).
- Four ways your TV subscriptions could change because of the cost of living crisis, The Conversation, 27 juillet 2022, [Lien](#).

Sources :

- The European Union opens a Silicon Valley Embassy, Politico, 9 août 2022, [Lien](#).
- EU braces for Big Tech's legal backlash against new digital rulebook, Politico, 10 août 2022, [Lien](#).
- United States to Host Indo-Pacific Economic Framework Ministerial, US Department of Commerce, [Lien](#).
- Disney has finally surpassed Netflix in overall streaming subscriptions, Quartz, 11 août 2022, [Lien](#).
- Streaming viewership surpassed cable TV for the first time, says Nielsen, the TECH, 18 août 2022, [Lien](#).
- Disney+ Bans Lightyear, not Doctor Strange 2 Middle East Release, CBR.com, 5 août 2022, [Lien](#).
- TikTok Music's trademarks spotted in multiple countries, hinting toward global launch plans, the TECH, 3 août 2022, [Lien](#).
- Tech companies keep trying to copy TikTok. Meanwhile, the video platform has bigger ideas, FORTUNE, 18 août 2022, [Lien](#).
- Nippon TV Seals Major Anime Licence Deal with Netflix, Variety, 29 août 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.