



▶ NOVEMBRE 2022 | N°29

# Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

CEIM | GRIC | FICDC ◀

## DÉBATS TRANSNATIONAUX ENTRE PLATEFORMES NUMÉRIQUES ET PROFESSIONNELS DE LA CULTURE

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

Rapport d'analyse, novembre 2022

Le rapport de novembre débute par le débat houleux sur la réglementation de la chronologie des médias en France et la forte pression de la part de Disney pour réformer le système français qui, de longue date, fixe le calendrier de diffusion des films diffusés dans les salles de cinéma, puis à la télévision ou dans les services de diffusion en continu. Il met aussi en lumière les discussions entre l'Union européenne (UE) et les États-Unis dans le cadre du Conseil du commerce et de la technologie. Ensuite, le rapport traite de la question de la censure dans les services de diffusion en continu au Vietnam, ainsi que du débat sur les coûts du réseau et les entreprises technologiques en Corée du Sud. Par ailleurs, l'expansion mondiale de plusieurs plateformes de vidéo en ligne, en se concentrant sur Netflix et Paramount Plus, est traitée. Enfin, le rapport se penche sur les nouveaux plans d'affaires et partenariats stratégiques des plateformes numériques, analysant d'un côté le nouvel accord entre les services de diffusion en continu et les salles de cinéma aux États-Unis et au Canada, et de l'autre, la nouvelle plateforme musicale StemDrop, lancée par TikTok, qui se considère comme une nouvelle façon de diffuser de la musique et de réinventer la collaboration musicale.

## Enjeux de régulation, commerce numérique et culture

### Vif débat sur la chronologie des médias en France

Selon le Financial Times, mi-octobre, Disney a prévenu que même s'il compte sortir son blockbuster « Black Panther: Wakanda Forever » dans les salles de cinéma françaises en novembre, ses films majeurs à venir iraient directement sur son service de diffusion en continu Disney Plus, à moins que le gouvernement français ne réforme sa législation relative à la chronologie des médias. Disney a également décidé de diffuser son film d'animation de Noël « Strange World » directement sur son service de diffusion en continu.

Pour les autorités françaises, la chronologie des médias, qui fixe le moment où les films projetés dans les salles peuvent ensuite être diffusés à la télévision ou sur les services de diffusion en continu, est un important « moyen de protéger l'industrie cinématographique française » et les salles de cinéma, amenant les différents acteurs de l'industrie cinématographique et audiovisuelle à travailler en symbiose. Cependant, elle est considérée comme « restrictive » par Disney. Ce dernier a souligné que « le système français est anti-consommateur et expose tous les studios à un risque accru de piratage, c'est pourquoi la majorité des parties prenantes s'accordent à dire qu'il doit être complètement révisé. Nous (Disney) resterons activement engagés dans les prochaines réunions et nous travaillerons en étroite collaboration avec le Centre national du cinéma, le ministère de la Culture et les différentes parties prenantes pour tenter de trouver une solution rapide et équitable pour toutes les parties ».

Le nouvel accord sur la chronologie des médias signé début 2022 a fait suite à « la promesse de Netflix d'investir 45 millions USD dans la production locale en échange d'une période de sortie plus courte de 15 mois au lieu de celle de 36 mois précédemment en vigueur ». Le montant de 45 millions USD représente environ 4 % de son chiffre d'affaires réalisé en France. De leur côté, Disney et Amazon n'ont pas signé l'accord et peuvent diffuser les films 17 mois après leur sortie en salle. Cela signifie que Disney ne peut diffuser la suite de Black Panther sur son service de diffusion en continu Disney Plus en France avant avril 2024.



Comme l'explique Deadline, au bout de 17 mois, les films sont inclus dans le catalogue de Disney Plus durant cinq mois. Cependant, au bout de 22 mois, ils doivent quitter le service et parvenir aux chaînes de télévision gratuite pendant une période exclusive de 14 mois avant de revenir à Disney Plus après 36 mois. Ainsi, les chaînes de télévision gratuites - TFI, France Télévisions et M6 - vont pouvoir diffuser des films 22 mois après leur sortie en salle et 36 mois pour leurs services de diffusion en continu respectifs. Enfin, le groupe français de télévision payante Canal Plus a déjà accepté d'investir plus de 600 millions d'euros dans la production cinématographique locale et européenne au cours des trois prochaines années et a avancé la période de diffusion à six mois.

Dans une lettre parue dans Le Monde, les responsables des chaînes françaises TFI, France Télévisions et M6 ont mis en garde contre le « diktat interprétatif » des plateformes internationales et ont appelé l'industrie à s'unir pour maintenir la politique de chronologie des médias qui depuis longtemps est à la base du système français en matière de financement.

### **Convergence sur les enjeux numériques entre les États-Unis et l'Union européenne ?**

La troisième réunion ministérielle du Conseil du commerce et de la technologie (US-EU Trade and Technology Council-TTC) entre les États-Unis et l'UE doit avoir lieu le 5 décembre à Washington. Selon un document de la Commission européenne ayant fait l'objet d'une fuite, la Commission a l'intention d'avancer « vers des résultats concrets » pour la troisième réunion et de faire avancer les efforts collectifs dans des domaines tels que l'intelligence artificielle (IA), la connectivité, les plateformes numériques, etc. Par ailleurs, les États-Unis et l'UE envisagent d'utiliser le TTC pour contrer l'influence technologique chinoise dans les pays tiers d'Afrique et d'Amérique centrale.

Toutefois, alors qu'un sous-groupe du TTC sur l'IA prévoit de fournir une feuille de route commune sur l'IA, selon plusieurs grands groupes technologiques et industriels, la nouvelle proposition de la Commission européenne sur la Loi sur l'intelligence artificielle de l'UE risque d'« avoir un impact négatif sur les exportations américaines ». Selon la Coalition of Services Industries, l'App Association et le Center for Data Innovation, entre autres, la proposition pourrait « imposer des exigences trop prescriptives qui entravent les exportations américaines et s'écartent des efforts transatlantiques de coordination en matière de normes internationales ».

## **Vietnam vs Netflix sur la censure**

Début octobre, les autorités vietnamiennes ont demandé à Netflix de retirer le film coréen « Little Women » de son catalogue au Vietnam, car il comprend des scènes évoquant de manière inexacte la guerre du Vietnam et falsifiant l'histoire de la guerre. En ce sens, l'Autorité vietnamienne de la radiodiffusion et de l'information électronique a déclaré que la série - et plus précisément les épisodes 3 et 8 - « avait enfreint la clause 4, article 9 de la loi vietnamienne sur la presse », qui interdit aux médias de diffuser des informations falsifiant l'histoire. Netflix avait déjà cessé de diffuser le drame coréen au Vietnam. Notons également qu'un affrontement entre des États arabes du Golfe et des plateformes numériques globales a récemment eu lieu au sujet des politiques nationales de censure des contenus audiovisuels en ligne.

## **Débat sur les coûts de réseau et les entreprises technologiques en Corée du Sud**

Fin octobre, le Parlement sud-coréen a commencé à examiner un projet de loi portant sur une contribution des grandes entreprises technologiques, telles que Netflix et Google, aux coûts de l'infrastructure d'Internet et des télécommunications coréennes. La législation obligerait les principaux fournisseurs de contenu à payer des frais d'accès au réseau sud-coréen. Cette question a été soulevée en 2021, lorsqu'un tribunal de Séoul « a statué contre Netflix, qui n'avait pas payé les frais d'utilisation du réseau aux opérateurs de services d'Internet ». Jung Chung-rae, chef du comité parlementaire chargé de la question, a cependant souligné que la nouvelle législation risquait d'entraîner « l'effondrement des fournisseurs de contenu nationaux tout en essayant de protéger un petit nombre de fournisseurs de services d'Internet nationaux ».

Par ailleurs, Liz Chung, la directrice de Netflix en Corée du Sud, a déclaré qu'il fallait prendre en considération le fait que « Netflix a déjà dépensé près de 700 millions USD en contenu sud-coréen ». Selon Reuters, YouTube de Google, qui compte déjà 41,8 millions d'utilisateurs sud-coréens actifs, a fait campagne contre le projet de loi et environ 260 000 personnes ont signé une pétition contre la législation. Soulignons que Google et Netflix représentent un tiers du trafic national.

Enfin, début septembre, la Commission européenne, l'organe exécutif de l'UE, a annoncé son intention de lancer une consultation au premier trimestre 2023 pour savoir « si les géants de la technologie doivent supporter une partie des coûts du réseau de télécommunications européen ».

## Activités mondiales des plateformes en ligne

### **Lutte mondiale pour les abonnés et l'expansion géographique**

Mi-octobre, Netflix a annoncé qu'il avait obtenu plus de 2,41 millions d'abonnés au troisième trimestre de 2022 - principalement hors des États-Unis - alors qu'il avait perdu 200 000 abonnés au premier trimestre et près d'un million au deuxième. Netflix compte désormais 223,09 millions d'abonnés, dont 73,4 millions aux États-Unis et au Canada. Par ailleurs, Netflix a généré environ 7,9 milliards USD de revenus au troisième trimestre, soit une augmentation de près de 6 % par rapport à la même période l'an dernier. De plus, après des années de résistance, Netflix introduira une offre financée par la publicité début novembre, un mois avant le lancement d'une offre similaire par son rival Disney Plus. Netflix s'associera d'ailleurs à Microsoft pour développer cette offre. La plateforme montrera aux abonnés quatre à cinq minutes de publicités par heure de contenu qu'ils regardent. Comme Tech Church l'a mentionné, avec l'ajout de son nouveau service financé par la publicité, l'entreprise s'est « ouverte à de nouveaux clients à la recherche d'un moyen moins coûteux de jouir de la diffusion en continu ». Netflix a ajouté que « la réaction des annonceurs jusqu'à présent a été extrêmement positive ». L'entreprise californienne commencera à vendre des publicités sur douze marchés, dont quatre marchés en Amérique (États-Unis, Mexique, Canada, Brésil), cinq marchés en Europe (Royaume-Uni, France, Allemagne, Italie, Espagne) et trois marchés en Asie-Océanie (Corée, Japon et Australie).

Paramount Plus, la plateforme de diffusion en continu de Paramount, sera lancée en France, en Allemagne, en Autriche et en Suisse en décembre. Actuellement, le service de diffusion en continu est disponible aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Canada, en Australie, en Italie, en Irlande, en Corée du Sud et dans plusieurs pays d'Amérique latine et des Caraïbes. Paramount Plus compte désormais plus de 40 millions d'abonnés.

### **Nouveaux plans d'affaires et partenariats stratégiques**

Début octobre, pour la première fois, les trois grandes chaînes de cinéma aux États-Unis, - AMC, Regal et Cinemark - ont accepté de projeter un film de Netflix à gros budget. Le film de Netflix « Glass Onion: A Knives Out Mystery », la suite de « Knives Out », sera projeté en avant-première pendant une semaine dans 600 cinémas aux États-Unis et au Canada et sera disponible en salles pendant le week-end de Thanksgiving, du 23 au 29 novembre, exactement un mois avant que Netflix ne diffuse le film sur sa plateforme le 23 décembre.



Adam Aron, président-directeur général d'AMC, a déclaré que « nous pensons que les exploitants de salles de cinéma et les diffuseurs en continu peuvent continuer à coexister avec succès ». Le film de Netflix sera également projeté dans des salles au Royaume-Uni, en Irlande, en Italie, en Allemagne, en Espagne, en Israël, en Australie et en Nouvelle-Zélande. Selon la [Tech Church](#), en 2019, AMC et Regal ont refusé de montrer Roma de Netflix dans les salles et, en 2020, les films de Netflix en nomination pour le meilleur film, « The Irishman » et « Marriage Story », n'ont pas été non plus diffusés chez AMC ou Regal.

Le 26 octobre, TikTok a lancé sa nouvelle plateforme musicale StemDrop, qui constitue une nouvelle façon de diffuser de la musique et de réinventer la collaboration musicale. [Stemdrop](#) permet aux artistes de publier les extraits de leurs chansons en même temps que les versions complètes des chansons. Les stems sont les pistes d'instrument individuelles pour chaque single. La nouvelle plateforme permettra aux utilisateurs de créer des remixes et des échantillons à partir d'une nouvelle chanson et « donnera aux utilisateurs plus de possibilités que jamais de manipuler de la nouvelle musique pour des vidéos virales » et de créer leur propre musique à partir des pistes individuelles d'un single. La plateforme, qui constitue un nouveau format d'enregistrement et de mixage de musique, est créée par [TikTok](#), avec le partenariat d'Universal Music Group, Republic Records, Samsung et Syco, société de divertissement créée par l'animateur d'émissions de talents et directeur musical Simon Cowell.

## Des lectures supplémentaires pour le rapport de novembre

Why streamers are getting on board with in-flight entertainment, The Hollywood Reporter, 24 octobre 2022, [Lien](#).

Can the EU's Digital Markets Act rein in big tech?, The Conversation, 21 octobre 2022, [Lien](#).

## Sources :

- Disney warns France that future blockbusters could bypass cinemas, The Financial Times, 17 octobre 2022, [Lien](#).
- 'Black Panther: Wakanda forever: Disney confirms French theatrical release despite 'anti-consumer' windows, Deadline, 17 octobre 2022, [Lien](#).
- France's free-TV broadcasters blast US streamers in passionate defence of windowing system, ScreenDaily, 28 septembre 2022, [Lien](#).
- EU Commission sets member states' expectations for next transatlantic meeting, EURACTIV, 3 octobre 2022, [Lien](#).
- Vietnam requests Netflix remove 'Little Women' over distortion of Vietnam War events, NME, 6 octobre 2022, [Lien](#).
- Google, Netflix under scrutiny in South Korea over network fees, Reuters, 21 octobre 2022, [Lien](#).
- Netflix adds 2.41M subscribers, soaring past expectations, Tech Church, 18 octobre 2022, [Lien](#).
- Netflix reaches historical deal with AMC, Regal, Cinemark to show 'Knives Out' sequel in theaters, Tech Church, 7 octobre 2022, [Lien](#).
- TikTok launches new 'StemDrop' Music Remix Initiative, Social Media Today, 19 octobre 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](mailto:ceim@uqam.ca) / Site web: [www.ceim.uqam.ca](http://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](mailto:coalition@cdc-ccd.org) / Site web : [www.ficdc.org](http://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.



**FICDC**  
FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES COALITIONS  
POUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE