

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, ANTITRUST ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE : LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES, ENTRE RÉGULATION ET NOUVEAUX PARTENARIATS

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

Rapport d'analyse, octobre 2023

Le rapport d'octobre débute par la mise en œuvre de la *Loi européenne sur les marchés numériques (Digital Markets Act)* et la désignation de six contrôleurs d'accès (*gatekeepers*) par la Commission européenne : Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta et Microsoft. Le rapport traite également de la grève des syndicats représentant les scénaristes et les acteurs aux États-Unis et de l'accord préliminaire entre la Writers Guild of America et les principaux studios et diffuseurs, un accord qui a mis fin à l'une des deux grèves qui ont interrompu une grande partie de la production cinématographique et télévisuelle aux États-Unis. En outre, le rapport met l'accent sur de nouveaux partenariats, comme celui entre Google et Universal Music Group (UMG) pour la musique générée par l'Intelligence artificielle (IA), la collaboration entre TikTok et Billboard et le partenariat entre Deezer et UMG pour un modèle de diffusion en continu de musique visant à générer des redevances plus élevées pour les artistes et les créateurs. Enfin, le rapport se penche sur de nouveaux plans d'affaires et la lutte pour l'expansion géographique des services de diffusion en continu, en se concentrant sur YouTube, Deezer, Netflix, Paramount+ et Max.

Réglementation, commerce numérique et culture

La Commission européenne dévoile les « gatekeepers »

Début septembre, à la suite de l'entrée en vigueur en novembre 2022 du *Digital Markets Act* (DMA), la Commission européenne a dévoilé sa liste de services en ligne désignés comme contrôleurs d'accès (*gatekeepers*), qui « auront désormais six mois pour s'adapter à des pratiques antitrust strictes sous peine de se voir infliger des amendes pouvant aller jusqu'à 20 % du chiffre d'affaires annuel total ». Cette liste comprend Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta et Microsoft. ByteDance, la société mère de TikTok, est le seul géant technologique non-américain figurant sur la liste. La désignation de « contrôleur d'accès » concerne des entreprises qui possèdent des « services de plateforme essentiels » qui contrôlent l'accès au marché numérique entre les entreprises vendeuses et les consommateurs finaux dans l'espace numérique. Elle concerne des moteurs de recherche, des médias sociaux, des services d'intermédiation ou des systèmes d'exploitation.

La Commission indique qu'un total de 22 services de plateforme essentiels exploités par les six gardiens ont été désignés dans le cadre du *DMA*: quatre réseaux sociaux (TikTok, Facebook, Instagram, LinkedIn); six services d'intermédiation (Google Maps, Google Play, Google Shopping, Amazon Marketplace, iOS App Store, Meta Marketplace); trois systèmes de diffusion de publicités (Google, Amazon, Meta); deux navigateurs (Chrome, Safari); trois systèmes d'exploitation (Google Android, iOS, Windows PC OS); deux services de communication interpersonnelle (WhatsApp, Facebook Messenger); un moteur de recherche (Google); et une plateforme de partage de vidéos (YouTube). Alphabet est désigné comme contrôleur d'accès pour huit services de plateforme essentiels; dans le cas de Meta, la liste comprend cinq de ses services; de son côté, trois services d'Apple ont été désignés; Microsoft et Amazon ont respectivement deux services concernés et ByteDance n'est concerné que pour son application TikTok. Ainsi, 21 des 22 services de plateforme essentiels sont opérés par des entreprises basées aux États-Unis. Par ailleurs, Samsung n'a pas été désigné comme contrôleur d'accès, la Commission européenne ayant conclu que le navigateur d'Internet de Samsung n'était pas considéré comme un service de plateforme essentiel.

En outre, selon le *DMA*, un contrôleur d'accès est une entreprise dont la société mère a une valeur boursière de 75 milliards d'euros, dont le chiffre d'affaires annuel a dépassé 7,5 milliards d'euros au cours des trois dernières années, qui compte plus de 45 millions d'utilisateurs finaux actifs mensuels dans l'Union européenne (UE) et 10 000 utilisateurs professionnels actifs annuels dans l'UE au cours des trois dernières années.



Source : [Commission européenne](#)

Intelligence artificielle, droits sociaux et droits d'auteur

Fin septembre, après plusieurs jours consécutifs de négociations, la [Writers Guild of America](#) (WGA), qui représente 11 500 scénaristes de cinéma et de télévision, et l'[Alliance of Motion Picture and Television Producers](#) (AMPTP), qui représente les principaux studios et diffuseurs américains, sont parvenus à « un accord de principe sur un nouveau contrat de trois ans », qui a mis un terme à la grève historique de 146 jours. Selon la WGA, « cet accord est exceptionnel - avec des gains significatifs et des protections pour les scénaristes dans tous les secteurs d'activité ». Mi-octobre, le contrat de trois ans a été approuvé par la direction de la [WGA](#), ainsi que par les membres du syndicat. Comme le souligne [the Guardian](#), l'accord porte sur les trois points clés de la grève : « les protections contre l'empiètement de l'IA sur le travail des scénaristes, le paiement résiduel pour les émissions diffusées sur les plateformes de diffusion en continu et les effectifs minimums pour les salles de rédaction des émissions télévisées ». [The Hollywood Reporter](#) a noté que les négociations sur la réglementation de l'IA ont été le dernier point d'achoppement. Comme l'a souligné [Reuters](#), certains scénaristes craignaient que « les dirigeants des studios remettent à un scénariste un scénario généré par l'IA afin de le réviser et le paient à un taux inférieur pour le réécrire ou le peaufiner. D'autres s'inquiétaient du vol de la propriété intellectuelle si les scénarios existants sont utilisés pour former l'IA ».

Il convient de noter qu'à la suite de l'accord de principe conclu avec la WGA, l'AMPTP devrait également résoudre son différend avec le syndicat [SAG-AFTRA](#), qui représente 160 000 acteurs de cinéma et de télévision, cascadeurs, doubleurs et autres professionnels des médias, et qui est en grève depuis le 14 juillet.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Nouveaux partenariats

Selon [Mashable](#), Google et UMG « travailleraient à un partenariat visant à octroyer des licences sur les voix d'artistes pour la musique générée par l'IA ». Ainsi, « Google paierait au géant du disque des droits de licence pour que les utilisateurs puissent se servir de l'IA pour générer de nouvelles chansons avec les voix et les mélodies des musiciens ». Selon le [Financial Times](#), l'objectif des discussions entre les deux entreprises est de développer un outil « permettant aux fans de créer des morceaux en toute légitimité et de payer les propriétaires des droits d'auteur, tandis que les artistes se réserveraient le droit de décider s'ils souhaitent ou non que leurs voix ou leurs mélodies soient utilisées pour créer de la musique générée par l'IA ».

[Warner Music](#) est également en pourparlers avec Google au sujet d'un instrument équivalent de musique générée par l'IA. Ainsi, les deux grandes maisons de disques travaillent sur un moyen « d'autoriser légalement l'utilisation du gagne-pain de leurs artistes », en tenant compte des préoccupations relatives à la propriété intellectuelle de la musique générée par l'IA et en estimant qu'il sera extrêmement compliqué d'aller constamment à l'encontre de la nouvelle tendance dominante des utilisateurs à créer de la musique générée par l'IA.

En outre, la plateforme [Deezer et UMG](#) lanceront conjointement un modèle de diffusion en continu musical visant à générer des redevances plus importantes pour les artistes et les créateurs. Ainsi, « les artistes seront mieux payés si les utilisateurs choisissent activement d'écouter leur musique, plutôt que de le faire parce qu'une chanson est diffusée » automatiquement par les systèmes de recommandation. Par conséquent, les chansons qui apparaissent « dans les listes de lecture algorithmiques généreront également moins d'argent que celles sélectionnées par les utilisateurs ». Dans une déclaration commune, les deux entreprises ont indiqué que le nouveau modèle, appelé modèle de diffusion en continu « centré sur l'artiste », est conçu pour « mieux récompenser les artistes et la musique que les fans apprécient le plus ». L'objectif de ce partenariat est de développer un modèle économique « qui reflète mieux la valeur réelle des relations entre artistes et fans ». Ce nouveau modèle pourrait avoir un impact considérable sur l'industrie musicale et la rémunération des créateurs, en particulier si d'autres grands services de diffusion en continu, tels que [Spotify](#) ou Apple Music, décident d'adapter leurs méthodes de paiement à la suite de la nouvelle initiative de Deezer, le premier service de diffusion en continu de musique en France, et d'UMG.



Selon le modèle de paiement actuel, appelé « modèle agrégé » et utilisé par les principales plateformes, les artistes et les auteurs-compositeurs sont payés en fonction du pourcentage du nombre total de *streams*.

Comme le mentionne [Variety](#), si le nouveau modèle « ne résout pas le problème central du modèle agrégé, il vise à augmenter les revenus des « artistes professionnels » et à reconnaître les artistes et les chansons qui sont les plus appréciés des utilisateurs ». [Deezer](#) lancera le nouveau modèle en France au quatrième trimestre de 2023, et d'autres marchés suivront. Jeronimo Folgueira, PDG de Deezer, a souligné qu'« il s'agit du changement de modèle économique le plus ambitieux depuis la création de la diffusion en continu musical, un changement qui soutiendra la création de contenus de haute qualité dans les années à venir ».

Enfin, selon [the Verge](#), TikTok s'associe à Billboard pour lancer un classement officiel TikTok Billboard top 50 qui « suit les chansons les plus populaires sur la plateforme ». TikTok et Billboard mesureront « les chansons les plus populaires sur la plateforme en tenant compte du nombre de vidéos réalisées avec le titre, de leur nombre de vues et de l'engagement des utilisateurs ». Le tableau ne suivra que les chansons à la mode aux États-Unis et sera actualisé tous les jeudis matin, ce qui en fera le premier tableau officiel à suivre les chansons sur la plateforme ». Selon [TechCrunch](#), le nouveau classement « souligne l'impact que la plateforme continue d'avoir sur l'industrie musicale, en aidant de nombreux artistes émergents à devenir des sensations virales ».

Nouveaux plans commerciaux

Mi-septembre, YouTube a annoncé le lancement de [Dream Screen](#), une nouvelle fonction d'IA générative, afin d'aider les créateurs à « produire des vidéos et à atteindre un public plus large sur la plateforme ». Dream Screen sera intégré à Shorts, la plateforme de vidéos courtes de [YouTube](#), et « permettra aux utilisateurs de créer une vidéo ou une image d'arrière-plan générée par l'IA en tapant simplement ce qu'ils veulent voir ». Cette fonctionnalité devrait être lancée au début de l'année prochaine. Selon [TechCrunch](#), « à l'avenir, YouTube affirme que l'outil sera capable de réimaginer les vidéos des créateurs en tapant des idées pour modifier ou remixer leur contenu et les transformer en quelque chose de nouveau ». La plateforme Shorts enregistre aujourd'hui une moyenne de plus de 70 milliards de visionnages quotidiens, contre 50 milliards en janvier.



Par ailleurs, le service de diffusion en continu français Deezer s'apprête à procéder à une nouvelle hausse de prix sur certains marchés européens clés et à augmenter le prix de son abonnement mensuel d'un euro. Selon le Financial Times, « Deezer est un petit acteur du marché de diffusion en continu musical, mais il a été le premier à commencer à augmenter ses prix au début de 2022, ce qui en fait une sorte d'indicateur pour le secteur ». Apple, Amazon, YouTube et Spotify ont finalement tous suivi l'exemple de Deezer, faisant passer le prix de 9,99 euros à 10,99 euros. Deezer a annoncé qu'afin de soutenir « l'investissement continu dans l'innovation pour apporter un soutien précieux aux artistes et améliorer l'expérience des fans, Deezer a décidé d'ajuster ses prix et d'augmenter le coût d'un abonnement premium dans certains marchés européens clés - y compris l'Espagne, l'Italie et les Pays-Bas - à 11,99 euros ».

Expansion géographique et lutte pour les abonnés

Selon Reuters, le plus grand opérateur de télécommunications en Inde, Reliance Jio Infocomm, a annoncé qu'il avait lancé un abonnement pour Netflix sur ses 400 millions de forfaits prépayés, « une mesure qui pourrait intensifier la concurrence entre les entreprises de télécommunications nationales et aider le fournisseur de vidéo en continu à trouver d'autres moyens de gagner de l'argent et d'élargir sa base d'abonnés sur le marché clé de l'Asie ». Comme le mentionne TechCrunch, « l'approfondissement du partenariat entre les deux sociétés souligne l'approche unique de Netflix en Inde, où le revenu moyen par abonné est inférieur à celui des États-Unis et du Royaume-Uni ».

Paramount a déclaré avoir ajouté 0,7 million d'abonnés à Paramount+ au deuxième trimestre de 2023 après que la société a lancé un nouveau service à la suite de l'intégration de Showtime en juin. Aujourd'hui, Paramount+ compte globalement 61 millions d'abonnés, soit un gain de 5 millions par rapport à près de 56 millions à la fin de 2022. Enfin, selon Variety, Warner Bros. Discovery a perdu 1,8 million d'abonnés à la diffusion en continu entre le 1er avril et le 30 juin, date à laquelle elle a lancé le nouveau service combiné Max. Warner Discovery a remplacé HBO Max par Max en mai, regroupant le contenu de HBO et de Discovery+. Warner Bros. Discovery a déclaré avoir 95,8 millions d'abonnés dans le monde pour l'ensemble de ses services - HBO, Max et Discovery+ - contre 97,6 millions à la fin du premier trimestre de cette année.

Des lectures supplémentaires pour le rapport d'octobre :

- Amid the Hollywood strikes, Tom Cruise's latest 'Mission: Impossible' reveals what's at stake with AI movies, The Conversation, 12 septembre 2023, [Lien](#).
- AI-narrated audiobooks are here – and they raise some serious ethical questions, The Conversation, 7 septembre 2023, [Lien](#).

Sources indicatives

- Digital competition law: EU Commission unveils its 'gatekeepers' list, EURACTIV, 6 septembre 2023, [Lien](#).
- EU confirms six (mostly US) tech giants are subject to Digital Markets Act, TechCrunch, 6 septembre 2023, [Lien](#).
- Is the Hollywood writers' strike over? The provisional deal explained, The Guardian, 25 septembre 2023, [Lien](#).
- Google and Universal Music might license artists' voices for AI-generated music, Mashable, 10 août 2023, [Lien](#).
- Deezer and Universal to launch 'artist-centric' streaming model, BBC, 6 septembre 2023, [Lien](#).
- TikTok is tracking its most popular songs with a Billboard top 50 chart, The Verge, 14 septembre 2023, [Lien](#).
- Universal Music Group and Deezer launch new, artist-centric streaming payment model, Variety, 6 septembre 2023, [Lien](#).
- India's Reliance Jio launches Netflix subscription on prepaid plans, Reuters, 18 août 2023, [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.