

# Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

## **CULTURE, INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET PLATEFORMES : ENTRE ENJEUX DE RÉGLEMENTATION ET NOUVEAUX PLANS D’AFFAIRES**

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

Rapport d'analyse, mai 2024

Le rapport de mai débute par des discussions sur le projet de loi intitulé *Nurture Originals, Foster Art, and Keep Entertainment Safe Act (NO FAKES Act)* aux États-Unis et par la façon dont les différentes parties prenantes abordent le nouveau projet de loi. Le rapport met aussi en lumière le *Ensuring Likeness, Voice, and Image Security Act (ELVIS Act)* récemment adopté par l'État du Tennessee. En outre, il se concentre sur l'initiative du gouvernement canadien d'adopter une nouvelle taxe sur les services numériques, ciblant les grandes entreprises technologiques multinationales opérant dans le pays. Il s'intéresse également aux nouveaux plans d'affaires et à la lutte pour les abonnés parmi les services de streaming, en traitant de TikTok, Universal Music Group, Netflix, Prime Video et Spotify. Enfin, il met l'accent sur les nouveaux partenariats dans une économie basée sur les plateformes, en se concentrant sur Paramount Plus et Disney Plus.

## Réglementations, commerce numérique et culture

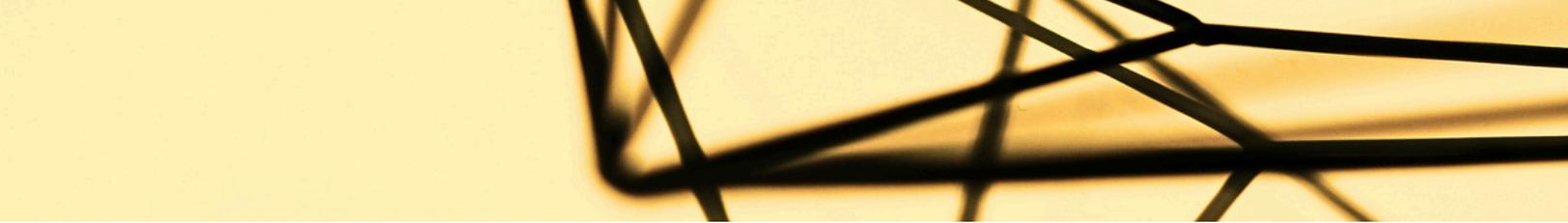
### Intelligence artificielle et projet de loi américain

Selon [Billboard](#), la Commission judiciaire du Sénat américain s'est réunie le 30 avril pour discuter d'un projet de loi intitulé *Nurture Originals, Foster Art, and Keep Entertainment Safe Act (NO FAKES Act): Protecting Americans from Unauthorized Digital Replicas* - qui créerait un droit de publicité fédéral permettant aux artistes, acteurs et autres de poursuivre en justice ceux qui créent des répliques numériques de leur image, de leur voix ou de leur ressemblance visuelle sans autorisation. Au cours des auditions, [Robert Kyncl](#), PDG de Warner Music Group, a souligné qu'« il est impératif de prendre de l'avance sur l'[intelligence artificielle] IA pour protéger les moyens de subsistance des artistes et des sociétés de divertissement ». Par ailleurs, [Graham Davies](#), PDG de la Digital Media Association, s'est exprimé du point de vue des fournisseurs de services numériques, soulignant que « les plateformes n'ont pas eu de difficultés à retirer rapidement les contenus truqués. Nous ne pensons pas que nos membres aient besoin de charges ou d'incitations supplémentaires. Mais s'il doit y avoir une responsabilité secondaire, nous voudrions vraiment établir une sphère de sécurité pour des retraits efficaces ».

Par ailleurs, fin mars 2024, le [Tennessee](#) est devenu le premier État américain à adopter des mesures destinées à protéger les auteurs-compositeurs, les interprètes et les autres professionnels de l'industrie musicale contre les risques potentiels de l'IA. L'objectif du projet de loi est de garantir que les outils d'IA ne puissent pas reproduire la voix d'un artiste sans son consentement. Le *Ensuring Likeness, Voice, and Image Security Act (ou ELVIS Act)* crée une nouvelle action civile dans le cadre de laquelle les personnes peuvent être tenues responsables si elles publient ou interprètent la voix d'un individu sans autorisation, ou si elles utilisent une technologie pour produire le nom, les photographies, la voix ou la ressemblance d'un artiste sans l'autorisation appropriée. La loi entrera en vigueur le 1er juillet.

### Taxe sur les services numériques au Canada

Le projet de loi [C-59](#), nommée *Loi de la taxe sur les services numériques*, est en cours d'examen à la Chambre des communes du Canada. Cette taxe à un taux de 3 % devrait considérablement augmenter les recettes du Canada, avec des attentes de plus de 3 milliards USD au cours des cinq prochaines années.



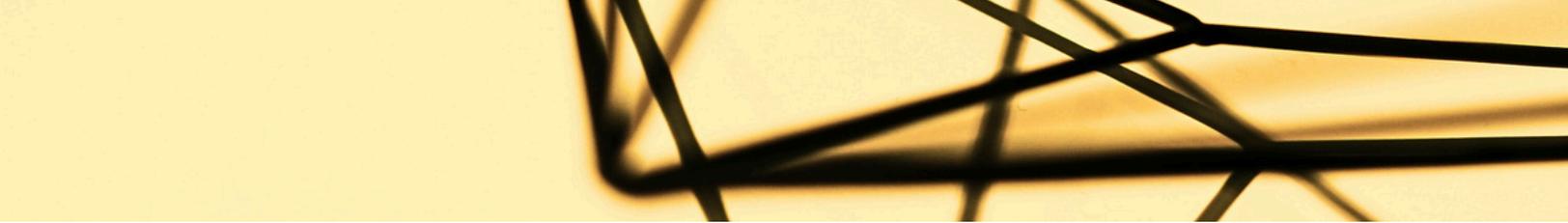
L'initiative canadienne a suscité des inquiétudes de la part d'entreprises technologiques basées aux États-Unis, telles que la Computer and Communications Industry Association, qui a fait valoir que la taxe proposée sur les services numériques « utilise des seuils qui semblent avoir été définis » pour cibler les entreprises américaines et exclure les entreprises canadiennes, en ajoutant que la taxe proposée est un exemple classique de gouvernement étranger proposant de discriminer les employeurs et les exportations américains ».

En outre, à la mi-avril 2024, une coalition de groupes industriels a appelé la Maison Blanche à réaffirmer le leadership des États-Unis en matière de commerce numérique. Dans une lettre, les signataires ont exhorté l'administration américaine à faire avancer un programme commercial numérique qui servira les intérêts de l'économie, des entreprises et des travailleurs de notre pays » Par ailleurs, John Murphy, responsable des affaires internationales à la Chambre de commerce des États-Unis, s'est dit préoccupé par le fait que « l'administration adopte une approche de laisser-faire à l'égard des barrières commerciales étrangères qui excluent souvent les biens et les services américains des marchés étrangers ». Parmi les signataires, il convient de mentionner la Chambre de commerce des États-Unis, la Computer & Communications Industry Association, et la Coalition of Services Industries.

## **Activités mondiales des plateformes en ligne**

### **Nouveaux plans commerciaux et lutte pour des abonnés**

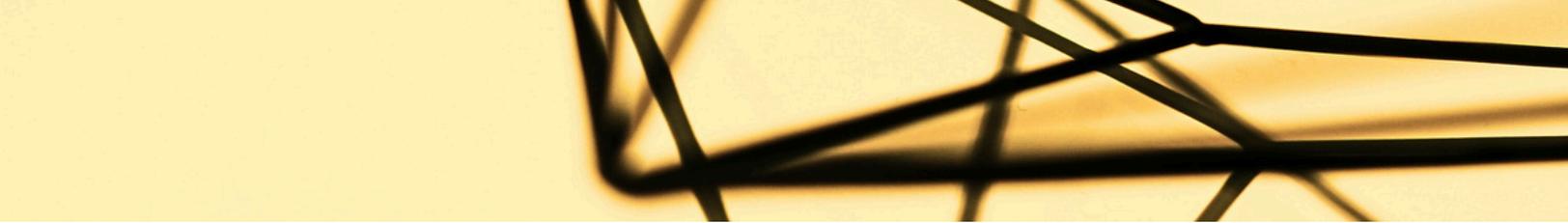
Selon The Verge, Universal Music Group (UMG) a conclu un nouvel accord « multidimensionnel » avec TikTok qui verra « sa liste d'artistes revenir sur la plateforme de médias sociaux ». L'accord répondra aux préoccupations de la part d'UMG concernant l'IA générative et inclura de nouvelles opportunités de monétisation qui « découlent des capacités croissantes de TikTok en matière de commerce électronique ». Dans une déclaration commune, les deux sociétés ont indiqué qu'elles travailleraient ensemble sur des campagnes soutenant les artistes d'UMG à travers des genres et des territoires dans le monde entier ». Selon UMG, TikTok représente « 1 % de son chiffre d'affaires annuel, soit environ 110 millions de dollars en 2023. En revanche, YouTube a versé à l'industrie de la musique 1,8 milliard de dollars grâce au contenu généré par les utilisateurs au cours des 12 mois précédant juin 2022 ».



Selon [Deadline](#), le PDG d'Amazon, Andy Jassy, « a salué les progrès de l'entreprise en matière de publicité vidéo dans sa [lettre](#) annuelle aux actionnaires. Les recettes publicitaires globales ont augmenté de 24 % en 2023 par rapport à 2022. En outre, les ventes de publicité pour le premier trimestre de [2024](#) ont augmenté de 24 % par rapport à l'année précédente et ont marqué un nouveau record pour le premier trimestre. Il convient de mentionner que depuis le début de l'année 2024 Prime Video a commencé à inclure des publicités dans les émissions et les films. Contrairement à Disney et Netflix, Prime Video « a introduit les publicités comme un élément standard de son service et tout membre Prime souhaitant éviter les publicités vidéo doit payer trois dollars de plus par mois ». [Prime Video](#) a promis de diffuser « nettement moins de publicités que la télévision linéaire et les autres fournisseurs de télévision en continu » et a débuté à diffuser des publicités aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne et au Canada. La France, l'Italie, l'Espagne, le Mexique et l'Australie suivront dans le courant de l'année. Le PDG d'Amazon a indiqué que les services de streaming d'Amazon comptaient 200 millions de téléspectateurs mensuels pour les films et les émissions, les productions originales d'Amazon MGM et les sports en direct.

Netflix a gagné 9,3 millions d'abonnés supplémentaires au premier trimestre de 2024. Comme le mentionne [Associated Press](#), cette performance démontre que « Netflix continue sur sa lancée de l'année dernière, lorsque la répression des téléchargements gratuits reposant sur des mots de passe partagés et le déploiement d'une option à bas prix incluant des publicités ont relancé sa croissance ». Ces résultats impressionnants font suite à l'ajout de 13,1 millions d'abonnés au quatrième trimestre de 2023, un chiffre supérieur aux prévisions. Au 31 mars 2024, le nombre total d'abonnés à Netflix s'élevait à 269,6 millions. Cependant, [Netflix](#) a annoncé qu'il « ne communiquera plus le nombre d'abonnés - qui a été un indicateur clé pour les services de streaming pendant des années - à partir du premier trimestre de 2025 ».

Selon [TechCrunch](#), Spotify a décidé de faire payer les utilisateurs pour sa fonction « paroles », auparavant gratuite. Ainsi, en plaçant les paroles derrière un pare-feu, Spotify a mis en place « un nouveau moyen de pousser ses utilisateurs gratuits vers un abonnement payant ». L'entreprise n'a pas fait de déclaration officielle concernant ce changement.



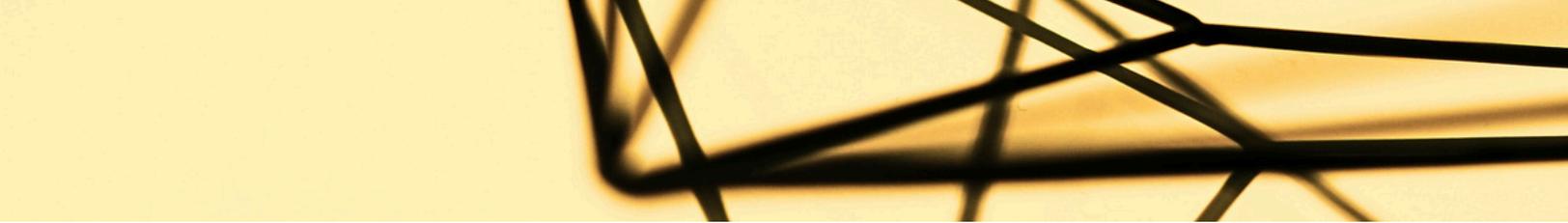
Selon The Verge, TikTok prévoit « d'ajouter une fonction de créateur d'IA à sa plateforme, qui pourrait concurrencer les publicités sponsorisées que les influenceurs humains réalisent sur le site ». Ces influenceurs d'IA feront la promotion et la vente d'articles sur la plateforme, en lisant des scripts à partir d'invitations générées par des annonceurs ou des vendeurs sur la boutique de TikTok.

### **Nouveaux partenariats**

À la fin d'avril, Disney a annoncé la mise en place d'une chaîne de télévision financée par la publicité sur sa plateforme. Contrairement au cadre du service de diffusion en continu qui permet aux utilisateurs de regarder des films et des séries à la demande, cette chaîne de télévision à l'ancienne offrira un contenu linéaire et diffusera en continu des genres spécifiques, notamment Star Wars, les émissions de Marvel et les films de Pixar, comme l'a affirmé un rapport de The Information. En tant que telle, la fonctionnalité serait probablement similaire à "ce que Pluto ou Tubi, des services de streaming gratuits financés par la publicité, offrent".

En outre, le Financial Times a mentionné que ESPN, qui appartient à Disney, Fox et Warner Bros Discovery prévoient de lancer dans le courant de l'année un service de streaming sportif qui regroupera les matchs proposés par les réseaux de télévision traditionnels de ces groupes de médias. Ce service rassemblera les portefeuilles de réseaux sportifs des entreprises, regroupant environ 16 milliards de dollars de droits sportifs, et il sera destiné aux consommateurs américains qui ont « abandonné les offres traditionnelles de télévision payante au profit des abonnements à Disney+, Hulu et Max ». En outre, à la mi-avril 2024, Disney+ a obtenu les droits de l'UEFA Europa League et de l'UEFA Conference League au Danemark et en Suède d'ici la fin de la saison 2026/27. Les matchs seront diffusés en direct exclusivement sur Disney+, sans coût supplémentaire pour les clients Disney+. C'est la première fois que Walt Disney Company acquiert des droits sportifs exclusifs pour sa plateforme de diffusion en continu, à l'exception du cricket en direct sur Disney+ Hotstar en Inde.

Depuis le début du mois d'avril, Paramount Global est en négociation avec la société de production américaine Skydance Media et elles discutent en exclusivité d'un éventuel accord qui fusionnerait Paramount et Skydance et mettrait en place un nouveau régime de gestion dirigé par Skydance. Parallèlement, Sony Pictures Entertainment et Apollo Global Management discutent également d'une offre conjointe concurrente pour Paramount Global.



Enfin, début avril 2024, [Michael O'Leary](#), le nouveau PDG de la National Association of Theater Owners aux États-Unis, a explicitement souligné qu' « il ne suffit pas de s'appuyer uniquement sur les superproductions - nous devons avoir un marché fort et dynamique pour les films à budget plus petit ou moyen », en ajoutant qu' « une variété de films qui attirent les cinéphiles est essentielle ».

### **Des lectures supplémentaires pour le rapport de mai :**

Should Netflix rivals imitate its decision to stop disclosing subscriber numbers? *Variety*, 26 avril 2024, [Lien](#).

Spotify just made a record profit. What can the platform do now to maintain momentum? *The Conversation*, 25 avril 2024, [Lien](#).

## Sources indicatives

- WMG's CEO lays out his vision & proposed rules for AI during Senate hearing on Deepfakes Bill, *Billboard*, 30 avril 2024, [Lien](#).
- Tennessee just became the first state to protect musicians and other artists against AI, *Associated Press*, 21 mars 2024, [Lien](#).
- TikTok and Universal Music Group end feud with new agreement, *The Verge*, 2 mai 2024, [Lien](#).
- Spotify quietly moves lyrics behind a paywall, *TechCrunch*, 2 mai 2024, [Lien](#).
- Sony, Apollo discuss joint bid for Paramount, says source, *Reuters*, 19 avril 2024, [Lien](#).
- Theater owners chief warns studios against relying on blockbusters, *Variety*, 9 avril 2024, [Lien](#).
- Prime Video advertising "off to a strong start", Amazon CEO Andy Jassy says, *Deadline*, 11 avril 2024, [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