

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

CEIM | GRIC | FICDC ◀

DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : ENJEUX DE RÉGULATION

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

Rapport d'analyse, été 2025

Le rapport d'été débute par l'Office de l'intelligence artificielle (IA) de l'Union européenne (UE), qui a publié un code de conduite volontaire pour les modèles d'IA à usage général, visant à orienter leur conformité avec la législation européenne sur l'IA. Cependant, une coalition de titulaires de droits issus des secteurs culturel et créatif a vivement critiqué ce code ainsi que les outils associés, estimant qu'ils ignorent les préoccupations liées au droit d'auteur et favorisent les développeurs d'IA. Parallèlement, en Corée du Sud, le ministre pressenti de la Culture, Chae Hwi-young, a présenté des plans visant à faire croître le secteur culturel jusqu'à 215 milliards USD, en mettant l'accent sur la création de contenus propulsés par l'IA et la nécessité de soutenir la production cinématographique indépendante. En outre, le rapport souligne que le gouvernement britannique a rejeté une taxe de 5% sur le streaming, invoquant l'importance d'une « écologie de production mixte » dans sa politique audiovisuelle, tandis que la République tchèque a introduit une obligation d'investissement de 3,5% dans la diffusion en continu dans le cadre d'une nouvelle loi sur l'audiovisuel, étendant aussi le soutien aux séries et aux jeux vidéo. Par ailleurs, aux États-Unis, quatre membres du Congrès issus de deux partis ont proposé le projet de loi CREATE, visant à prolonger et renforcer les incitations fiscales prévues par la section 181 pour le cinéma et la télévision jusqu'en 2030. Enfin, le rapport aborde les évolutions récentes concernant les plateformes numériques, notamment Netflix, YouTube, Amazon et TikTok.



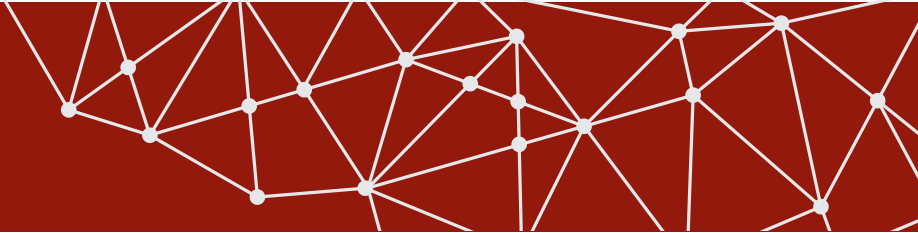
Réglementations, commerce numérique et culture

Déclaration conjointe concernant les mesures de mise en œuvre de la législation européenne sur l'IA

Le 10 juillet 2025, l'Office de l'IA a publié la version finale du Code de conduite pour les modèles d'IA à usage général (le « Code »). Ce Code constitue un outil de conformité volontaire destiné à aider les entreprises à satisfaire aux obligations prévues par la législation européenne sur l'IA pour les fournisseurs de modèles d'IA à usage général (GPAI). L'Office de l'IA et le Conseil de l'IA vont à présent évaluer le Code et pourraient l'approuver par une décision d'adéquation. « En cas d'approbation, la Commission européenne devrait l'adopter formellement par un acte d'exécution ». Le Code décrit comment les fournisseurs de GPAI peuvent se conformer à leurs obligations au titre de la législation sur l'IA (AI Act), et s'organise autour de trois grands chapitres : Transparence, Droit d'auteur, Sécurité et sûreté.

Cependant, le 30 juillet, une large coalition de titulaires de droits issus des secteurs culturels et créatifs de l'UE a publié une déclaration conjointe concernant les mesures de mise en œuvre de la législation européenne sur l'IA. Cette déclaration exprime un fort mécontentement à l'égard : du Code de conduite GPAI publié, des lignes directrices associées, du modèle de formulaire pour la divulgation d'un résumé suffisamment détaillé des données d'entraînement, tel que requis par l'article 53 de la législation sur l'IA.

Selon les signataires, les articles 53(1)(c) et (d) ainsi que d'autres dispositions connexes ont été spécifiquement conçus pour aider les titulaires de droits d'auteur et de droits voisins à exercer et faire valoir leurs droits en vertu du droit de l'UE – notamment en réponse à l'utilisation massive, non autorisée, de contenus protégés par les fournisseurs de modèles d'IA générative. La déclaration critique le processus en affirmant que « les retours des parties prenantes que ces dispositions visaient précisément à protéger ont été largement ignorés ». Selon eux, cela compromet « les objectifs de la législation sur l'IA et favorise de manière disproportionnée les développeurs de GPAI, dont certains continuent à enfreindre les droits d'auteur et droits voisins pour entraîner leurs modèles ». De plus, la coalition rejette toute affirmation selon laquelle le Code établirait un équilibre juste et applicable, ou que le modèle de résumé fournirait une transparence suffisante quant aux œuvres protégées ou autres matériaux utilisés pour l'entraînement des modèles GPAI. Ils qualifient de mensongères ces affirmations, y voyant une trahison des objectifs de la législation européenne sur l'IA.



Parmi les signataires figurent : la Confédération internationale des sociétés d'auteurs et compositeurs (CISAC), la Guilde européenne pour la régulation de l'intelligence artificielle, le Club des producteurs européens, le Conseil européen des éditeurs, la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI).

Le candidat au poste de ministre de la Culture en Corée souhaite développer l'industrie culturelle

Selon Deadline, Chae Hwi-young, désigné pour devenir ministre de la Culture, des Sports et du Tourisme en Corée du Sud, a déclaré mardi, lors de son audition devant le parlement, qu'il prévoyait de faire croître l'industrie culturelle coréenne jusqu'à 300 000 milliards de wons (215,7 milliards de dollars). Âgé de 61 ans et spécialiste des plateformes technologiques, Chae a souligné l'importance économique croissante des exportations culturelles coréennes, en citant la popularité mondiale de la K-pop, des K-dramas, des jeux vidéo, des webtoons et de l'édition. D'après les données de l'industrie en 2023, il a indiqué que le secteur avait généré environ 110 milliards USD de revenus domestiques et 13,3 milliards USD à l'exportation.

Pour atteindre cet objectif ambitieux, Chae a mis en avant le rôle central de l'IA. « L'IA générative devient partie intégrante de la vie quotidienne, amorçant une nouvelle vague de transformation. Nous devons aborder chaque domaine culturel – y compris les arts, le sport et le tourisme – avec une perspective renouvelée, adaptée à cette ère en mutation », a-t-il déclaré. Il a poursuivi : « Nous élaborerons une stratégie d'innovation pour la création, la production et la distribution de contenus basés sur l'IA, et nous investirons dans des ensembles de données d'entraînement reflétant l'histoire et la culture coréennes ».

Chae a également reconnu les difficultés que traverse l'industrie cinématographique coréenne, notamment la contraction du marché intérieur et les préoccupations liées au fait que les producteurs locaux se retrouvent de plus en plus cantonnés à des rôles de sous-traitants pour les plateformes mondiales de diffusion en continu. « K-pop Demon Hunters, par exemple, a été créé par Sony et distribué par Netflix. En Corée, notre participation a été minime – limitée à une simple contribution. La production en elle-même n'a pas été réalisée au sein de l'industrie cinématographique coréenne », a-t-il expliqué.



Il a donc insisté sur l'urgence de renforcer les capacités de production indépendantes : « Nous devons de toute urgence réfléchir à comment produire des films de haute qualité de manière indépendante, les diffuser à grande échelle à l'international, et établir un écosystème durable dans lequel les bénéfices sont réinvestis dans la création d'œuvres encore meilleures ».

Pas de taxe sur le streaming au Royaume-Uni

D'après Variety, le gouvernement britannique a fermement rejeté les propositions d'instauration d'une taxe de 5% sur les plateformes de streaming et de règles obligatoires en matière de rétention des droits de propriété intellectuelle. Dans sa réponse officielle, publiée le 3 juillet, aux recommandations parlementaires sur le cinéma britannique et les séries télé haut de gamme, le gouvernement a souligné l'importance d'une « écologie mixte » équilibrant investissements internationaux et production locale.

Il a rejeté plusieurs suggestions du comité, tout en réaffirmant son engagement à maintenir le Royaume-Uni comme un hub mondial de production. En 2024, les dépenses de production au Royaume-Uni ont atteint 5,6 milliards de livres (7,9 milliards USD) – soit une hausse de 31% par rapport à 2023, dont 4,8 milliards de livres (6,5 milliards USD) provenaient d'investissements étrangers et de coproductions. Le gouvernement a mis en avant le rôle des services de vidéo à la demande par abonnement (SVOD) dans le dynamisme de l'industrie nationale, en citant notamment l'initiative Video Pathway d'Amazon Prime et les investissements de Disney dans la National Film and Television School du Bedfordshire. Il a aussi souligné l'impact économique de grandes productions comme Barbie et Bridgerton, qui ont contribué respectivement à hauteur de 80 millions de livres (109 millions USD) et 275 millions de livres (375 millions USD) à l'économie britannique au cours des cinq dernières années.

Nouvelle obligation d'investissement pour les plateformes au sein de la loi audiovisuelle tchèque

Le Fonds tchèque du film a récemment été renommé Fonds audiovisuel tchèque suite à l'adoption de la nouvelle loi audiovisuelle du pays. L'une des réformes majeures introduites est une obligation d'investissement de 3.5% imposée à toutes les plateformes de diffusion en continu opérant en République tchèque, y compris les acteurs internationaux comme Netflix, Amazon Prime Video et Disney+.



Jusqu'à présent, seules les plateformes locales comme Voyo étaient soumises à une contribution obligatoire, fixée à 0,5%. Désormais, « l'obligation de 3,5% comprend : une taxe parafiscale de 1% destinée à soutenir l'industrie audiovisuelle tchèque, et 2,5% partagés entre une autre taxe et des investissements directs ».

Cette réforme élargit également le soutien aux séries et aux jeux vidéo, témoignant d'une approche plus inclusive pour le développement du secteur. « Nous n'avons aucune idée du montant que nous recevrons des plateformes de VOD », a déclaré le ministre tchèque de la Culture, Baxa, précisant que la première évaluation des contributions n'aura lieu que dans un futur proche. Il a expliqué que les options d'investissement direct incluent par exemple : « Netflix créant un contenu original ou acquérant un film tchèque. Cela signifie que nous devons attendre leur premier versement ».

Vers une extension de l'incitation fiscale américaine Section 181 pour le cinéma et la télévision

Dans une lettre adressée au président le 12 mai, Jon Voight et Sylvester Stallone, rejoints par de grands syndicats et associations de l'industrie – dont la Motion Picture Association (MPA), SAG-AFTRA, la Writers Guild, la Directors Guild et les Teamsters – ont demandé à Washington d'étendre et de renforcer les incitations fiscales pour rapatrier les productions cinématographiques et télévisuelles aux États-Unis. Ils ont notamment appelé Donald Trump à soutenir trois dispositions fiscales : les sections 199, 181 et 461 du Code des impôts dans le cadre du prochain projet de loi budgétaire.

Bien que ces dispositions n'aient pas été incluses dans le projet de loi « One Big Beautiful Bill Act », début août, un groupe bipartite de quatre membres du Congrès américain a présenté une législation visant à prolonger et améliorer la Section 181 – qui constitue le principal mécanisme fédéral de soutien à la production audiovisuelle. Le projet de loi CREATE (Creative Relief and Expensing for Artistic Entertainment) prévoit de : prolonger la Section 181 jusqu'en 2030 (elle expire à la fin de cette année) , relever le plafond des coûts de production admissibles à 30 millions ou 40 millions USD, selon le lieu de tournage ,introduire un ajustement annuel basé sur l'inflation. « Ce projet vise à offrir une stabilité à long terme et à renforcer le soutien à la production cinématographique et télévisuelle domestique ».



De son côté, [Charles Rivkin](#), PDG de la MPA, a déclaré : « prolonger et renforcer la Section 181 entraînera plus de productions sur le sol américain et plus d'emplois pour les Américains. La MPA salue l'initiative des sénateurs Blackburn et Warnock, ainsi que des représentants Malliotakis et Chu, pour avoir présenté ce texte dans leurs chambres respectives, et espère son adoption rapide par le Congrès ».

Activités mondiales des plateformes en ligne

Selon [Variety](#), le Alexa Fund d'Amazon – son outil d'investissement en capital-risque – a investi dans Fable Studio, une start-up basée à San Francisco. Cette dernière propose un service d'IA baptisé Showrunner, qui permet à l'utilisateur de saisir quelques mots pour générer une scène ou un épisode entier de série télévisée, soit à partir de zéro, soit à partir d'un univers narratif existant créé par un tiers. Le montant de l'investissement d'Amazon dans ce nouveau service de séries générées par IA n'a pas été divulgué. « Showrunner sera gratuit dans un premier temps, mais l'entreprise prévoit de facturer ultérieurement entre 10 et 20 dollars par mois », donnant droit à des crédits permettant de générer des centaines de scènes. Selon [Mashable](#), en 2023, Fable Studio a publié un clip de 20 minutes dans le style de South Park, entièrement écrit, doublé et illustré par une IA générative – sans autorisation des créateurs originaux. Fable a déclaré qu'il s'agissait « d'une expérimentation non commerciale, visant à explorer le potentiel de l'IA, de la synthèse vocale et de l'apprentissage profond ».

D'après [The Hollywood Reporter](#), plus de 50% des abonnés Netflix – soit plus de 150 millions de foyers, représentant environ 300 millions de spectateurs – regardent désormais des anime japonais. En cinq ans, l'audience des anime sur la plateforme a triplé, et 2024 a établi un record : 33 titres d'anime ont figuré dans le Top 10 mondial (contenu non anglophone) de Netflix, soit plus du double par rapport à 2021. En 2024, le contenu d'anime a été visionné plus d'un milliard de fois dans le monde, avec 80 à 90% des utilisateurs optant pour des versions doublées. Pour répondre à cette demande croissante, Netflix propose désormais des anime doublés et sous-titrés dans 33 langues.

Selon [The Guardian](#), YouTube est désormais la plateforme de télévision préférée de la Génération Alpha, selon une enquête approfondie sur les habitudes de visionnage au Royaume-Uni menée par [Ofcom](#), l'autorité de régulation britannique des communications. Un téléspectateur sur cinq âgé de 4 à 15 ans s'est tourné directement vers [YouTube](#) l'an dernier, Netflix arrivant juste derrière. BBC One reste dans le top 5, bien que les enfants soient tout aussi enclins à utiliser BBC iPlayer.



La présence croissante de YouTube sur les écrans de télévision ne se limite pas aux jeunes : « les téléspectateurs de 55 ans et plus ont presque doublé leur temps de visionnage sur YouTube, passant de 6 à 11 minutes par jour entre 2023 et 2024 ». Fait notable : 42% de ce visionnage se fait désormais sur des téléviseurs. YouTube s'impose comme un concurrent direct des diffuseurs traditionnels : la moitié de ses vidéos les plus tendance adoptent désormais des formats télévisuels classiques tels que les interviews longues ou les jeux télévisés. « Ce changement pousse les chaînes de service public comme la BBC, ITV ou Channel 4 à revoir leurs stratégies numériques. Bien que partager du contenu sur YouTube permette de toucher un jeune public, cela détourne du trafic de leurs propres plateformes et transfère les revenus publicitaires vers la Big Tech ».

Deadline a souligné que le MBC Group, basé à Riyad – plus grand groupe média et de divertissement du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord (MENA), majoritairement détenu par le gouvernement saoudien – a annoncé un partenariat innovant avec Netflix. Grâce à cet accord, les abonnés de MBCNOW – le nouvel agrégateur de services de divertissement lancé par le groupe – auront un accès fluide à l'intégralité du catalogue de Netflix, ainsi qu'à Shahid (la plateforme de streaming phare de MBC) et aux chaînes TV linéaires du groupe, le tout via un abonnement unique. Ce partenariat est stratégique pour Netflix, devenu leader dans la région MENA après son lancement en 2015, mais désormais confronté à une concurrence croissante de Shahid.

D'après Fortune, TikTok et Instagram travaillent sur des applications spécifiquement conçues pour la télévision. Cette démarche fait suite au succès de l'application TV de YouTube, mais aucun des deux réseaux sociaux ne cherche à conclure de partenariats avec les diffuseurs traditionnels. YouTube TV compte actuellement environ 9,4 millions d'abonnés.

Selon l'édition 2025 du rapport PwC Global Entertainment & Media Outlook, le marché américain de l'OTT (contenus audiovisuels par internet) devrait connaître un taux de croissance annuel moyen de 5,9% sur les cinq prochaines années, atteignant 112,7 milliards USD d'ici 2029. Cela représente une hausse de 33% par rapport au total de 84,7 milliards USD en 2024.

Netflix a révélé avoir utilisé pour la première fois l'IA générative dans les effets visuels d'une de ses séries originales. Le co-PDG Ted Sarandos a annoncé que la technologie – capable de générer des vidéos et images à partir d'instructions textuelles – a été employée pour créer une scène d'effondrement d'immeuble dans la série de science-fiction argentine The Eternaut.



« L'utilisation de l'IA a permis à l'équipe de production de réaliser des séquences complexes plus efficacement et à moindre coût, marquant une étape significative dans l'intégration des technologies avancées dans les processus créatifs », a déclaré Sarandos.

Des lectures supplémentaires pour le rapport d'été :

- As streaming services chase profitability, kids' content is king, CNBC, 18 juillet 2025, [Lien](#).
- Rise of the Machines: Inside Hollywood's AI Civil War, The Hollywood Reporter, 16 juillet 2025, [Lien](#).

Sources indicatives

- Korea's Culture Minister Nominee wants to grow culture industry to 215 billion USD and integrate AI, Deadline, 29 juillet 2025, [Lien](#).
- UK government formally rejects streaming levy, doubles down on mixed production ecology, Variety, 3 juillet 2025, [Lien](#).
- Bipartisan bill calls for expansion of US Section 181 film and TV production incentive, Screen Daily, 2 août 2025, [Lien](#).
- Netflix says 50 percent of global users now watch anime, reveals expanded slate, The Hollywood Reporter, 6 juillet 2025, [Lien](#).
- YouTube most popular first TV destination for children, Ofcom finds, The Guardian, 30 juillet 2025, [Lien](#).
- Netflix uses AI effects for first time to cut costs, BBC, 18 juillet 2025, [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.



FÉDÉRATION INTERNATIONALE
DES COALITIONS POUR
LA DIVERSITÉ CULTURELLE