

# Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

## CONTENU NUMÉRIQUE, RELATIONS DE POUVOIR ET ENJEUX DE RÉGLEMENTATION

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

Rapport d'analyse, octobre 2021

Le rapport d'octobre traite d'abord de la première réunion du Conseil de commerce et technologie entre les États-Unis et l'Union européenne (UE) et des récentes initiatives commerciales menées par l'administration américaine en vue de contrer la montée en puissance de la Chine dans les secteurs numériques. Il se concentre également sur les récents développements réglementaires concernant le contenu numérique en Chine, aux Philippines, en Thaïlande et en Suisse. Ensuite, il se tourne vers plusieurs activités transnationales de plateformes en ligne, mettant en évidence les nouvelles initiatives développées par des plateformes mondiales en Afrique et mettant l'accent sur les nouvelles acquisitions et alliances dans le marché de diffusion en continu.

### Enjeux de réglementation, commerce numérique et culture

#### **Vers un alignement entre les États-Unis et l'UE dans le commerce numérique ?**

Des responsables américains et européens ont annoncé qu'ils organiseront la première réunion du Conseil du commerce et de la technologie (CCT) UE-États-Unis à la fin du mois de septembre. L'objectif du CCT, mis en place le 15 juin lors du Sommet entre les États-Unis et l'UE, est de servir de forum pour « coordonner les approches concernant les principales questions commerciales, économiques et technologiques mondiales et pour approfondir les relations commerciales et économiques transatlantiques ».



Les États-Unis et l'UE ont établi dix groupes de travail au sein du CCT, comme sur la gouvernance des données et les plateformes technologiques, l'examen des investissements, les défis du commerce mondial, le contrôle des exportations, etc. En outre, selon un projet de note (draft memo) consulté par [Reuters](#), les États-Unis et l'UE prévoient développer une approche commune pour limiter la montée en puissance des entreprises technologiques.

Selon [Politico](#), l'administration américaine cherche, à travers le CCT, à créer une plateforme diplomatique pour établir un front commun qui visera à contrer la montée en puissance de la Chine dans les secteurs numériques. Au contraire, les responsables de l'UE ont déclaré que le CCT ne servirait pas de plateforme conflictuelle pour des pourparlers bilatéraux visant à s'opposer à la Chine, ajoutant que les États-Unis « ne seront pas en mesure de suggérer des 'changements' aux nouvelles propositions législatives de l'UE », telles que la cadre réglementaire de l'intelligence artificielle, la loi sur les services numériques et la loi sur le marché numérique.

Enfin, mi-septembre, dans une lettre adressée à la représentante américaine au commerce Katherine Tai, plus d'une douzaine de groupes industriels et commerciaux, dont la Chambre de commerce américaine, l'Information Technology Industry Council ou la Coalition of Services Industries, ont appelé l'administration Biden à développer des règles commerciales numériques avec des « partenaires de confiance » dans la région Indo-Pacifique. Selon la lettre, « le développement de règles commerciales numériques inclusives avec des partenaires de confiance dans l'Indo-Pacifique, que ce soit par l'élaboration d'un nouvel accord plurilatéral ou en poursuivant l'expansion des accords existants, devrait être un élément essentiel d'un agenda commercial américain plus large en vue de contrer les tendances protectionnistes dans l'économie numérique ».

### **De nouvelles réglementations chinoises pour les plateformes en ligne**

Récemment, la Chine a adopté deux nouvelles lois liées au commerce numérique : la loi sur la sécurité des données et la loi sur la protection des informations personnelles. Comme l'a mentionné le [South China Morning Post](#), à travers la mise en œuvre de ces deux lois, « la Chine dispose d'une série de mesures qui restreignent les flux de données transfrontaliers et imposent la localisation des données ».



En outre, le régulateur chinois du marché a souligné que les licences peuvent être révoquées si les plateformes ne prennent pas de mesures contre les entreprises et les commerçants qui enfreignent les droits de propriété intellectuelle.

En vertu des nouvelles lois, les entreprises qui cherchent à transférer des données à l'étranger doivent subir un examen pour répondre aux problèmes de confidentialité, de sécurité et de cyber-sécurité. En ce sens, selon la loi américaine de 2018 Clarifying Lawful Overseas Use of Data Act, les États-Unis pourraient exiger l'accès aux données, quel que soit l'endroit où elles sont stockées. À la suite de la nouvelle loi chinoise, si une entreprise détient des données appartenant à un citoyen américain stockées sur un serveur chinois, elle peut ne pas être en mesure de transférer légalement ces données au gouvernement américain sans l'approbation appropriée.

En outre, mi-septembre, quatorze grandes sociétés de contenu en ligne en Chine ont signé une « Convention d'autodiscipline » qui s'accompagne de mesures de censure étendues et qui vise à aider le gouvernement chinois à faire respecter l'ordre en ligne. Selon l'accord, « les plateformes participantes sont parvenues à un consensus selon lequel, afin de maintenir un environnement cybernétique propre et de renforcer la construction de contenus culturels en ligne, les entreprises devraient exercer une autodiscipline plus proactive ». La liste des entreprises qui ont signé l'accord comprend des plateformes de partage de vidéos et de musique comme iQiyi, Tencent Video, YouKu, QQ Music.

Enfin, en Chine, le gouvernement envisage de durcir les règles déjà strictes sur le temps que les enfants passent à jouer en ligne. L'objectif est d'interdire totalement aux mineurs de jouer aux jeux vidéo entre le lundi et le jeudi et d'autoriser une heure par jour le vendredi, les weekends et jours fériés. Afin de mettre en œuvre la nouvelle législation, le gouvernement s'appuiera sur l'industrie du jeu pour faire respecter les règles en utilisant la reconnaissance faciale.

### **Taxes numériques**

En Suisse, à la suite d'une proposition du gouvernement suggérant une révision de la loi nationale sur l'audiovisuel, les deux chambres du Parlement sont parvenues à un accord pour percevoir une taxe sur les services étrangers de diffusion en continu. Ainsi, plusieurs plateformes, comme Netflix, Amazon Prime, Disney Plus, devront investir 4 % de leurs revenus bruts perçus en Suisse dans la production cinématographique nationale.



L'industrie cinématographique suisse pourrait alors bénéficier de 19,6 millions USD supplémentaires par an. La proposition de loi obligerait également les plateformes de diffusion en continu à avoir au moins 30 % de films européens dans leurs catalogues, comme c'est le cas en vertu de la Directive sur les Services de Médias Audiovisuels adoptée par l'Union européenne en 2018. Cependant, la réforme proposée pourrait être contestée à travers un référendum, car « un groupe de partis politiques de droite et de centre a menacé de [consulter] l'opinion publique sur la question ».

Aux Philippines, la chambre basse du Congrès a approuvé un projet de loi imposant une taxe sur la valeur ajoutée (TVA) de 12 % sur les transactions numériques dans le pays. Il s'agit d'exiger des fournisseurs de services numériques non-résidents, tels que Facebook, Netflix ou YouTube, qu'ils évaluent, collectent et versent la TVA sur les transactions qui passent par leur plateforme. Le projet de loi vise à percevoir environ 580 millions USD. Enfin, depuis le 1er septembre, la Thaïlande impose une TVA de 7 % aux opérateurs étrangers de services numériques. Selon le Bangkok Post, jusqu'à présent, environ 70 fournisseurs étrangers se sont enregistrés pour payer la TVA en Thaïlande, y compris Netflix, Spotify, Viu et Tiktok.

## Activités mondiales des plateformes en ligne

### **Nouveaux projets et nombre d'abonnements en Afrique**

Netflix cherche à renforcer son service sur de nouveaux marchés en expérimentant une gamme de nouveaux forfaits. Fin septembre, la société de vidéo à la demande a lancé un forfait mobile gratuit et sans publicité au Kenya, qui sera offert dans les semaines à venir à tout utilisateur âgé de 18 ans ou plus disposant d'un téléphone Android. Selon le nouveau projet, Netflix n'obligera pas les utilisateurs à fournir des informations de paiement lors de l'inscription et il mettra environ un quart de son catalogue de films et d'émissions de télévision à la disposition des internautes. Comme l'a souligné Variety, « l'entreprise de diffusion en continu espère qu'en offrant un niveau 100 % gratuit, qui comprend environ un quart du contenu disponible dans son catalogue payant au Kenya, davantage de personnes essaieront le service et finiront par s'abonner ».



Par ailleurs, Netflix pourrait terminer l'année 2021 avec 2,61 millions d'abonnés en Afrique. Selon le Hollywood Reporter, « l'Afrique du Sud et le Nigeria en fourniront ... 2,3 millions et seront les seuls pays d'Afrique à compter plus d'un million d'abonnements ». Showmax, détenu par la société multimédia sud-africaine MultiChoice, est actuellement classé deuxième avec environ 0,86 million d'abonnés à la fin de 2021. Enfin, Disney Plus sera lancé dans la région en 2022, « mais seulement dans 12 pays ».

### **Nouvelles alliances et acquisitions**

Fin août 2021, Apple a annoncé l'acquisition de Primephonic, le célèbre service de diffusion de musique classique en continu, créé en 2017. Depuis le début de septembre, Apple a fermé l'application Primephonic et ajouté ses listes de lecture et d'autres contenus audio exclusifs à Apple Music et prévoit de lancer une nouvelle application de musique classique l'année prochaine. L'acquisition de Primephonic offre à Apple une base de données précieuse pour essayer de concurrencer ses rivaux comme Spotify, YouTube Music et Apple Music. Primephonic a déclaré qu'en tant que startup, il n'aurait pas été en mesure « d'atteindre la majorité des auditeurs de musique dans le monde et qu'il devait s'associer à une plus grande société de diffusion de musique en continu ».

Fin septembre, Netflix a annoncé un accord d'un milliard de USD avec la Roald Dahl Story Co., comprenant un certain nombre de livres de Dahl tels que Charlie et la chocolaterie, Matilda et d'autres. L'objectif de Netflix est de créer plusieurs séries animées basées sur le travail de Roald Dahl, mettant en place « une franchise potentielle pour les familles ». Selon le Hollywood Reporter, l'accord de Netflix pourrait être l'un des plus gros investissements jamais réalisés dans la programmation pour enfants.

Enfin, selon le journal Telegraph, quatre diffuseurs britanniques – la BBC, ITV, Channel 4 et Channel 5 – parviendraient à un accord d'ici novembre afin de mettre en place une application de diffusion en continu qui va inclure le contenu des quatre opérateurs. Par ailleurs, les quatre diffuseurs cherchent à conclure un accord avec les fabricants de téléviseurs afin de voir des boutons dédiés à l'application sur les télécommandes des téléviseurs, comme cela est déjà fait pour Netflix dans plusieurs cas. Il convient de noter que la BBC et l'opérateur privé ITV possèdent conjointement la plateforme britannique de diffusion en continu BritBox, disponible aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Canada, en Australie et en Afrique du Sud.

## Des modèles économiques et le futur marché de diffusion en continu

Selon un entretien publié dans le magazine d'information allemand Der Spiegel, le PDG de Netflix, Reed Hastings, a souligné que le marché de diffusion en continu est loin d'avoir atteint « son point de saturation », ajoutant qu'il faudra attendre « encore dix voire vingt ans avant que la télévision linéaire ne disparaisse complètement ». Il a précisé que le modèle commercial de Netflix ne devrait pas être basé sur les actualités ou les sports en direct. Il a expliqué que Netflix est une entreprise de divertissement qui ne fait pas de journalisme, ajoutant qu'« il est difficile de diffuser des informations sans se faire des ennemis, surtout en tant qu'entreprise mondiale ». Concernant les programmes sportifs, Hastings a souligné que « Netflix ne peut pas contrôler la source, dans la mesure où un championnat national de football peut conclure des accords avec qui il veut ». En ce sens, le modèle économique de Netflix continuera de s'appuyer sur les séries, les films et les jeux vidéo. Il convient de noter que, dans le cadre d'un test, Netflix a lancé deux jeux mobiles pour les abonnés à télécharger et à jouer, basés sur la série Stranger Things. Ces jeux sont actuellement disponibles en Pologne.

Enfin, dans un article publié par Variety, le chercheur et universitaire Gene del Vecchio a affirmé que Disney est « obsédé par l'augmentation des abonnements » pour sa plateforme de diffusion en continu Disney Plus même si « cela signifie sacrifier les revenus des salles ». Le film Black Widow est un cas représentatif. Le lancement simultané en salles et sur Disney Plus a entraîné une perte de revenus au box-office, car le film a connu une chute massive d'entrées lors du second weekend de sa projection. « Disney a gagné moins d'argent au box-office, mais, avec son nouveau modèle commercial, Disney gagne plus d'argent en vendant un abonnement de plus qu'en vendant un billet de plus ».

### Des lectures supplémentaires pour le rapport de septembre :

Plans for more distinctly 'British' TV could threaten the industry's potential for diverse brilliance, The Conversation, 22 septembre, Lien.

How to improve transatlantic relations without caving to Europe on technology and trade, The Hill, 17 septembre 2021, Lien.

La bataille pour la régulation des magasins d'application va se poursuivre, Le Monde, 16 septembre 2021, Lien.

China's new regulation of platforms: a message for American policymakers, Brookings, 14 septembre 2021, Lien.

## Sources indicatives

- Transatlantic trade deal rises from the grave to fight China, Politico, 9 septembre, [Lien](#).
- Exclusive: Big Tech targeted by US and EU in draft memo ahead of tech and trade meeting, Reuters, 23 septembre, [Lien](#).
- EU official: Trade and tech council should not turn into an 'anti-China exercise', Inside US Trade, 17 septembre, [Lien](#).
- Letter by industry and business groups to US Trade Representative Katherine Tai, 10 septembre, [Lien](#).
- What China's new data laws are and their impact on Big Tech, South China Morning Post, 1er septembre, [Lien](#).
- 14 Chinese content platforms signed a pledge to be 'self-disciplined' as the government cracks down on toxic fan behavior and celebrity worship, Insider, 13 septembre, [Lien](#).
- Streaming services must now contribute towards the funding of Swiss cinema, Cineuropa, 20 septembre, [Lien](#).
- Philippines lower house approves VAT for big tech firms, Reuters, 22 septembre, [Lien](#).
- Netflix Launches a Totally Free Streaming Plan, Available Only in Kenya for Now, Variety, 20 septembre, [Lien](#).
- Apple just bought a classical music streaming service, Fortune, 30 August, [Lien](#).
- Disney's Addiction to Subscriber Gains Drives Disruption at the Expense of Theatrical Revenue, Variety, 30 août, [Lien](#).

**Ce numéro bénéficie du soutien de la Coalition autrichienne pour la diversité culturelle.**

### 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