

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES : ENTRE NOUVELLES RÉGLEMENTATIONS ET DURABILITÉ DE LEUR MODÈLE D'AFFAIRES

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

Rapport d'analyse, mai 2022

Le rapport de mai débute par les discussions sur le projet de loi sur les données au sein de l'Union européenne (UE), ainsi que sur la nouvelle réglementation britannique sur les services de vidéo à la demande (VOD). Il traite également de la politique de retour des livres électroniques d'Amazon et des vives critiques qu'elle suscite de la part de plusieurs auteurs. Ensuite, le rapport se tourne vers la perte d'abonnés de Netflix, qui montre que le pionnier des services de VOD est de plus en plus concurrencé par un nombre croissant de plateformes numériques, suscitant en même temps des inquiétudes sur la durabilité du modèle d'affaires des services de VOD. En outre, le rapport met l'accent sur l'expansion mondiale de plusieurs plateformes de diffusion en continu, telles que Paramount Plus, Disney Plus, Viaplay. Enfin, de nouvelles données sont mises en lumière quant aux plans d'affaires et aux partenariats stratégiques des plateformes, en se concentrant sur Amazon, Apple Music et Netflix.

Enjeux de régulation, commerce numérique et culture

Projet de loi européen sur les données

Fin février, la Commission européenne a présenté son projet de loi sur les données. Selon [EURACTIV](#), la nouvelle loi sur les données se penchera sur le manque de disponibilité en matière de données et les pratiques commerciales déloyales.



Elle cherchera à fournir une législation horizontale pour le partage des données à caractère non personnel en introduisant des obligations pour les plateformes numériques de donner aux utilisateurs l'accès aux données qu'ils contribuent à générer et de garantir que les organismes publics aient accès aux données privées dans des circonstances exceptionnelles.

En avril, la Commission européenne a fait une série de présentations auprès des États membres de l'UE qui ont demandé des éclaircissements sur « comment la nouvelle loi sur les données s'appliquera » et comment elle interagira avec d'autres législations, telles que le règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'UE, la loi sur la gouvernance des données et la Directive sur les bases de données. Trois autres ateliers devraient avoir lieu avec des experts nationaux d'ici le 25 mai.

Politique de retour des livres électroniques d'Amazon

Dans le cadre de la politique de retour des livres électroniques d'Amazon, les clients ont la possibilité de recevoir un remboursement complet dans les 14 jours suivant l'achat. Selon The Times, au Royaume-Uni, des auteurs, dont Ian Rankin et Jeanette Winterson, ont critiqué Amazon pour avoir permis aux clients d'obtenir des remboursements sur les livres électroniques qu'ils ont fini de lire. Au début d'avril, une pétition en ligne a été lancée pour demander que cette politique soit modifiée. Jusqu'à présent, la pétition a été signée par plus de 45 000 personnes. La Société britannique des auteurs (SoA) a demandé à Amazon de réduire à 48 heures sa fenêtre de retour des livres électroniques. D'ailleurs, les auteurs doivent payer des frais de téléchargement pour les achats des clients, qui ne sont pas remboursés lorsque les lecteurs retournent le livre.

Selon Nicola Solomon, directeur général de la SoA, « sept jours sont plus que suffisants pour lire un livre électronique entier et échanger, et il n'est pas juste de déduire la redevance de l'auteur pour des livres qui ont été ou auraient pu être lus ». En outre, Jeanette Winterson a déclaré que « Jeff Bezos a commencé à vendre des livres parce qu'ils ont une longue durée de vie, sont faciles à emballer et leur système ISBN est un rêve algorithmique. L'homme ne s'est jamais soucié des livres, des librairies ou des écrivains ».

Réglementation britannique sur les plateformes de diffusion en continu

Selon [Bloomberg](#), le gouvernement britannique a proposé des changements dans la manière dont les services de VOD sont réglementés dans le pays. À cet égard, le Royaume-Uni obligera les services de VOD, comme Netflix, « à limiter les contenus jugés nocifs, tels que les allégations fausses en matière de santé ».

Le nouveau projet de loi sur la radiodiffusion permettra aux gens de « se plaindre d'un contenu qui échappe actuellement à la réglementation », et permettra au régulateur des médias Ofcom d'enquêter sur ces plaintes, entraînant des avertissements et des amendes. D'ailleurs, selon la nouvelle réglementation, les services de diffusion en continu qui fournissent un contenu de type TV seront réglementés par l'[Ofcom](#). À l'heure actuelle, seuls la télévision linéaire et BBC iPlayer relèvent de sa compétence.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Lutte mondiale pour les abonnés

[Netflix](#) a perdu 200 000 abonnés au premier trimestre de 2022 et s'attend à en perdre encore deux millions au deuxième trimestre. En janvier, Netflix a enregistré 221,84 millions d'abonnés, tandis qu'en avril, le nombre total est tombé à 221,64 millions, marquant la première fois que la plateforme de VOD mondiale a perdu des abonnés pendant un trimestre en dix ans.

Selon [Variety](#), la perte d'abonnés de Netflix s'explique par deux raisons principales : premièrement, par la guerre en Ukraine, puisque Netflix a suspendu ses services en Russie, et, deuxièmement, « par le fait fondamental que Netflix existe désormais dans un univers de VOD hyperconcurrentiel qu'il a créé » - à savoir la montée en puissance d'autres services de VOD mondiaux comme Disney Plus, Apple TV Plus, Paramount Plus et HBO Max, mais aussi de plusieurs acteurs locaux et régionaux, comme Stan en Australie, Blim au Mexique, Viaplay en Europe du Nord et VIU en Asie du Sud-Est. En ce qui concerne la forte concurrence des autres acteurs, [Netflix](#) a souligné qu'« au cours des dernières années, dans la mesure où les sociétés de divertissement traditionnelles ont réalisé que la diffusion en continu serait l'avenir, de nombreux nouveaux services de VOD ont également été lancés ».



En ce sens, selon [The Conversation](#), il devient de plus en plus difficile pour les sociétés mondiales de diffusion en continu, comme Netflix, « de rivaliser non seulement avec d'autres sociétés de médias mondiales, mais aussi avec des services locaux et régionaux et leurs relations plus étroites avec le public ». En conséquence, l'image de Netflix « en tant que locomotive imparable de la nouvelle ère de l'industrie du divertissement a pris un coup majeur ». D'ailleurs, le pionnier des services de VOD n'a enregistré de croissance que dans une seule région : [l'Asie-Pacifique](#), où le nombre d'abonnés payants a augmenté de 1,1 million. En outre, afin de gagner plus d'argent dans un marché de diffusion en continu fortement concurrentiel, [Netflix](#) pourrait proposer deux mesures : un service d'abonnement à moindre coût financé par la publicité et une limite au partage de mots de passe entre les ménages.

De plus, selon [The Verge](#), HBO a ajouté près de 13 millions d'abonnés l'année dernière sur HBO traditionnel et HBO Max, y compris une croissance de trois millions au dernier trimestre. Les deux services regroupent au total 76,8 millions d'abonnés dans le monde.

Enfin, [Spotify](#) a publié ses résultats financiers pour le premier trimestre de 2022, révélant qu'il comptait 422 millions d'utilisateurs actifs mensuels et 182 millions d'abonnés premium à la fin de mars, en hausse respectivement de 19 % et 15 % sur un an. Le service de diffusion en continu a enregistré des revenus de 2,82 milliards USD pour le premier trimestre, soit une augmentation de 24 % annuellement.

Expansion mondiale

Avec une présence sur 26 marchés fin 2021, [Paramount Plus](#), le service de diffusion en continu de Paramount Global, sera lancé au Royaume-Uni, en Irlande et en Corée du Sud en juin, avec des plans pour rendre le service également disponible en Inde en 2023. Le service de diffusion en continu est en ligne depuis [2021](#) aux États-Unis, et puis il a été déployé en Amérique latine, au Canada, en Australie et dans les pays nordiques, tels que la Norvège, la Suède et la Finlande. D'ailleurs, selon le [Hollywood Reporter](#), en août dernier, Paramount Global avait conclu un accord avec Sky, le service européen de télévision payante et de diffusion en continu de Comcast, pour lancer Paramount Plus sur les plateformes de Sky au Royaume-Uni, en Irlande, en Italie, en Allemagne et en Autriche en 2022. Au cours du premier trimestre de 2022, Paramount Plus a atteint 39,6 millions d'abonnés, avec pour objectif d'atteindre 100 millions d'ici 2024.



En plus, au cours de cet été, l'expansion mondiale de Disney Plus va se poursuivre, dans la mesure où le service de diffusion en continu prévoit d'être lancé dans 42 pays et 11 nouveaux territoires en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique. En mai, Disney Plus sera lancé en Afrique du Sud, suivi par d'autres pays, dont l'Algérie, l'Égypte, Israël, l'Arabie saoudite et la Tunisie en juin.

Fin avril, BritBox, le service de diffusion en continu conjoint BBC-ITV, a été lancé en Suède, au Danemark, en Norvège et en Finlande. Le lancement dans la région nordique étendra Britbox dans un total de huit pays, dont les États-Unis, le Canada, l'Australie, l'Afrique du Sud et le Royaume-Uni.

Enfin, le service en ligne nordique Viaplay, propriété du groupe NENT, a lancé une nouvelle marque de contenu, Viaplay Select, qui sera disponible dans au moins cinq pays en 2022, en débutant au Japon via le diffuseur WOWOW. En offrant jusqu'à 450 heures de contenu, Viaplay vise à amener la marque de contenu dans au moins 21 pays d'ici la fin de 2023, tandis que l'application Viaplay sera disponible dans au moins 16 pays à la même date. Selon Anders Jensen, président et chef de la direction du groupe NENT, « le caractère unique du contenu nordique crée une demande mondiale importante pour ce type de narration - et personne ne fournit une qualité ou des volumes supérieurs à nous ». Viaplay comptait 4,7 millions d'abonnés à la fin du premier trimestre de 2022.

Nouveaux plans d'affaires et partenariats stratégiques

Fin avril, Amazon a annoncé une forte expansion en Inde, introduisant 41 nouveaux titres de séries et de films originaux produits localement pour la région. En ce sens, Amazon prévoit de doubler son investissement local dans son service de diffusion en continu Amazon Prime Video, lancé en Inde en 2017. Jusqu'à présent, Amazon avait investi plus de 6,5 milliards de dollars dans la région.

En plus, fin avril, Netflix a signé un partenariat avec le studio japonais Colorido. Netflix coproduit trois longs métrages d'animation avec Studio Colorido, dont le long métrage annoncé Drifting Home, qui fera ses débuts sur le service le 16 septembre. Selon Reuters, Netflix prévoit d'investir davantage dans l'animation originale, car l'animation s'est avérée « un succès pour Netflix à la fois au Japon, où près de 90 % de ses utilisateurs la regardent, et dans le monde, où la moitié des utilisateurs se sont connectés durant l'année dernière ».



Début mai, Apple a annoncé qu'Apple Music serait disponible pour les clients Roku. Roku est un fabricant d'appareils de diffusion en continu, offrant un accès au contenu de multimédia à partir de services en ligne. Au premier trimestre de 2021, Roku a enregistré un total d'environ 61,3 millions d'utilisateurs actifs mensuels aux États-Unis. Ainsi, les abonnés d'Apple Music pourront télécharger l'application d'Apple Music sur n'importe quel appareil Roku. Selon TechChurch, Roku prend une part de revenus de 20 % sur les chaînes de sa plateforme ; cependant, Apple et Roku n'ont pas rendu public leur accord de partage des revenus.

Enfin, le Kindle d'Amazon prendra en charge le format ePub. La mise à jour est prévue pour fin 2022. En convertissant les fichiers ePub dans un format pouvant être ouvert sur la liseuse, le Kindle d'Amazon sera compatible avec ePub, qui est le format de livre électronique le plus utilisé.

Des lectures supplémentaires pour le rapport de mai :

- Are you still watching? Netflix and the future of streaming, The Financial Times, 22 avril 2022, [Lien](#).
- In a market swamped with streaming services, Netflix's massive loss of subscribers is a big deal, The Conversation, 26 avril 2022, [Lien](#).
- Netflix lost subscribers, but it really lost something larger, The Conversation, 30 avril 2022, [Lien](#).

Sources indicatives

- EU Commission explains Data Act's legal implications to member states, EURACTIV, 4 mai 2022, [Lien](#).
- Writers riled by Amazon offering refunds – after readers finish ebooks, The Times, 3 avril 2022, [Lien](#).
- UK reveals TV reforms to regulate Netflix, sell Channel 4, Bloomberg, 28 avril 2022, [Lien](#).
- Netflix Loses 200 000 subscribers in Q1, predicts loss of 2 million more in Q2, Variety, 19 avril 2022, [Lien](#).
- HBO and HBO Max added 13 million subscribers last year, as Netflix's growth slowed, The Verge, 21 avril 2022, [Lien](#).
- Paramount+ to launch in UK and South Korea in June, with India set for 2023, The Hollywood Reporter, 3 mai 2022, [Lien](#).
- Spotify's subscribers rise to 182M despite Joe Rogan controversy, The Verge, 27 avril 2022, [Lien](#).
- Amazon unveils slate of 41 local shows and new rental services in India, as regional battle with Netflix and Disney heats up, NextTV, 30 avril 2022, [Lien](#).
- Amazon's Kindle with finally add ePub support, Engadget, 5 mars 2022, [Lien](#).
- Apple Music added to Roku devices, BroadbandTV News, 4 mai 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. avlassis@uliege.be

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.



FICDC
FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES COALITIONS
POUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE