

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

LES PLATEFORMES NUMÉRIQUES : ENTRE OBLIGATIONS DE CONTENU ET EXPANSION MONDIALE

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


Rapport d'analyse, Juillet 2022

Le rapport de juillet débute par les discussions concernant le Digital Markets Act, la nouvelle législation de l'Union européenne (UE) destinée aux larges plateformes en ligne, et les critiques en provenance de l'administration des États-Unis. Il traite également de la mise en œuvre des mesures principales de la Directive européenne sur les services de médias audiovisuels concernant l'obligation pour les fournisseurs de services audiovisuels à la demande de respecter des quotas d'œuvres européennes dans leurs catalogues en ligne. Ensuite, le rapport met l'accent sur l'expansion mondiale de nombreux services de diffusion en continu, tels que Disney Plus et Paramount Plus. En outre, le rapport se tourne vers de nouveaux plans d'affaires et des partenariats stratégiques des plateformes de diffusion en continu, en se concentrant sur Netflix, Spotify et Disney Plus.

Enjeux de régulation, commerce numérique et culture

Nouvelle réglementation européenne concernant les plateformes en ligne

Fin mars 2022, le Parlement et le Conseil européens sont parvenus à un accord politique sur le Digital Markets Act (DMA). L'objectif de la nouvelle législation est de mettre en place une série d'obligations pour les grandes plateformes en ligne - les plateformes dites «gardiennes» (gatekeepers) - dont Google, Meta, Amazon. La nouvelle législation se concentrera sur les pratiques anticoncurrentielles des grandes plateformes en ligne, en élargissant le choix des consommateurs et en permettant aux entreprises de contourner les plateformes pour atteindre leurs clients.




Selon Inside US Trade, la Commission européenne s'attend à ce que « 10 à 15 entreprises entrent dans le champ d'application de la DMA ». Une fois la législation entrée en vigueur, la Commission qualifiera de « gardiennes » certaines entreprises puissantes qui fournissent des « services de plateforme de base ». Les services de plateforme de base comprennent les services numériques, notamment les services de réseaux sociaux en ligne, les moteurs de recherche en ligne, les services de plateforme de partage de vidéos, etc. Pour être qualifiée de « gardienne », une entreprise doit fournir des services de plateforme de base et compter au moins 45 millions d'utilisateurs finaux mensuels et 10 000 utilisateurs professionnels annuels.

Il convient de mentionner que le Bureau du représentant américain au commerce (USTR) a signalé une série de barrières commerciales numériques dans son dernier Report on Foreign Trade Barriers. Ce rapport annuel mentionne que « sur la base des déclarations publiques de certains fonctionnaires européens clés, l'industrie américaine craint que les propositions de la Commission ne ciblent les grands fournisseurs de services américains et n'entravent leur capacité à fournir des services basés sur Internet dans l'UE ».

Obligations de contenu pour les plateformes en ligne sur le marché audiovisuel européen

En novembre 2018, l'UE a adopté une révision de la réglementation européenne sur les médias audiovisuels, par le biais de la Directive Services audiovisuels et médias (SMA). La législation mise à jour (Règlement (UE), 2018/1808) introduit de nouvelles obligations pour les fournisseurs de services audiovisuels à la demande afin de respecter au moins un quota de 30% d'œuvres européennes dans leurs catalogues en ligne. Le quota de programmation s'applique à tous les services de diffusion en continu opérant en Europe.

En juillet 2020, la Commission a adopté des lignes directrices sur la définition des services de plateformes de partage de vidéos et sur les obligations de promotion des œuvres européennes. En ce qui concerne la part de 30 % d'œuvres européennes, les lignes directrices recommandaient une méthode de calcul basée sur le nombre de titres dans le catalogue. La Commission a estimé que, dans le cas des services de vidéo à la demande, en raison de leurs caractéristiques, « il est effectivement plus approprié de calculer la part des œuvres européennes dans les catalogues sur la base des titres et non du temps de transmission (visionnage) ».




Par ailleurs, le calcul fondé sur les titres est également « plus à même de favoriser la création d'une offre plus diversifiée d'œuvres européennes, de présenter moins de contraintes pour les fournisseurs de services de vidéo à la demande que le calcul fondé sur la durée et de faciliter le suivi et la surveillance par les autorités nationales ».

Selon une nouvelle étude d'[Ampere Analysis](#), « Netflix a atteint ou dépassé le quota requis de 30% de contenu local sur les principaux marchés européens ». L'étude montre que Netflix dépasse les 30 % requis sur plusieurs marchés en Europe, tels que l'Autriche, la Bulgarie, la Croatie, l'Allemagne, l'Estonie, la Roumanie, les Pays-Bas, l'Espagne, l'Italie. Au contraire, la France, l'Irlande, la Belgique, le Royaume-Uni et la Suisse sont légèrement en-dessous de la barre des 30 %. Par ailleurs, les films produits en Europe représentent en moyenne 38 % des films du catalogue de Netflix en Europe. Le service néerlandais de Netflix atteint 43 % du contenu cinématographique européen, suivi par la République tchèque, l'Estonie, la Lettonie, la Lituanie et la Roumanie avec 42 %. Le Royaume-Uni se situe en bas de l'échelle avec 29 %. Selon [ScreenDaily](#), « en moyenne, les films constituent 57 % de l'offre de Netflix sur ses plateformes européennes, tandis que les programmes télévisés représentent les 43 % restants ».

[Amazon](#) dépasse le quota de 30 % en Allemagne, en Suisse et en Italie, alors que sur les autres marchés, c'est plutôt entre 16 % et 28 % de contenu européen. Enfin, [Disney Plus](#) oscille actuellement autour des 10 % de contenu européen ; en conséquence, la plateforme cherche à créer 60 productions locales d'ici 2024.

Lutter contre le piratage sur Internet

Fin avril, l'Alliance for Creativity and Entertainment ([ACE](#)) a annoncé qu'elle avait contraint Tirexo et Zone-Téléchargement, deux des plus grands services de piratage opérant depuis l'Afrique du Nord, à arrêter leurs services. Opérant depuis le Maroc, Tirexo était le premier service illégal de diffusion en continu en France, attirant environ 19 millions de visites mensuelles et offrant un accès à 131 000 titres de films et 34 000 séries télé. Zone-Téléchargement, un service opérant depuis la Tunisie, était un site de téléchargement, de liaison et de streaming, offrant un accès à 46 000 titres de films et 11 500 épisodes de séries télé.



Fin juin, l'[ACE](#) a élargi ses membres vers l'Asie, en intégrant les deux premières entreprises de médias et de divertissement basées en Asie : Viu, plateforme de streaming vidéo basée à Hong Kong, et True Visions, premier fournisseur thaïlandais de télévision par satellite par câble.

Activités mondiales des plateformes en ligne


Lutte mondiale pour le contenu et l'expansion géographique

Disney Plus poursuit son expansion mondiale. En mai, le service a été lancé en Afrique du Sud et, en juin, [Disney Plus](#) a été mis en ligne sur 41 nouveaux marchés en Europe, comme la Bulgarie, la Grèce, la Croatie, la Hongrie, la Roumanie, la Turquie, la Pologne, ainsi qu'au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, comme l'Algérie, l'Égypte, le Maroc, Israël, la Jordanie, l'Arabie saoudite. En outre, Disney Plus est désormais disponible dans 11 nouveaux territoires, tels que les îles Féroé au Danemark, la Polynésie française en France, Gibraltar, etc. Comme le mentionne [Variety](#), en dehors de l'Europe, Disney Plus a été lancé en Amérique du Nord (États-Unis, Canada), dans plusieurs pays et territoires d'Asie et d'Océanie (Australie, Nouvelle-Zélande, Japon, Corée du Sud, Inde, Indonésie, Malaisie, Thaïlande, Taïwan, Hong Kong) ainsi qu'en Amérique latine.

Selon un communiqué de presse, [Paramount](#) prévoit de commander 150 programmes originaux internationaux pour son service de diffusion en continu Paramount Plus d'ici 2025, avec une liste de séries originales qui débiteront dans le monde entier. [Paramount Plus](#) a été lancé au Royaume-Uni et en Irlande en juin et a annoncé son expansion en Italie en septembre, en Allemagne, Suisse, Autriche et en France en décembre, et en Inde en 2023. Le service est également disponible en Corée du Sud dans le cadre d'un partenariat avec la société de divertissement coréenne CJENM.

Nouveaux plans d'affaires et partenariats stratégiques

Selon un rapport de [Rest of World](#) paru en mars, Netflix a décidé de déployer un nouveau service auprès de ses clients de trois petits marchés d'Amérique latine, « en leur demandant de payer un supplément lorsqu'ils partagent les mots de passe de leur compte en dehors de leur domicile ».



Cette nouvelle politique de partage des mots de passe a été introduite au Pérou, au Chili et au Costa Rica. Elle prévoit des frais mensuels - l'équivalent d'environ deux à trois USD dans la monnaie locale de chaque pays - pour les abonnés qui souhaitent ajouter un compte membre supplémentaire pour une personne vivant en dehors de leur ménage. Au Pérou, la mise en œuvre de cette politique a créé de la confusion auprès des clients de l'entreprise et l'agence péruvienne de protection des consommateurs a recommandé à [Netflix](#) de s'efforcer de clarifier sa définition du « ménage ». Selon les données partagées par Ampere Analysis, Netflix domine actuellement le marché péruvien avec 41 % des abonnés au streaming, suivi par HBO Max et Disney Plus.

Le co-PDG de [Netflix](#) a confirmé fin juin que la société introduirait des publicités dans son service et commencerait à « tester une offre d'abonnement moins chère, soutenue par la publicité », cherchant ainsi à générer davantage de revenus par ce biais. Confrontée à des difficultés boursières, l'entreprise cherche aussi à réduire ses coûts. [Deadline](#) souligne que « jusqu'à présent, Netflix a licencié 450 employés et des dizaines d'entrepreneurs et d'employés à temps partiel », ce qui représente environ 4,5 % de son effectif mondial. Une porte-parole de Netflix a déclaré que Netflix « a fait ces ajustements afin que nos coûts augmentent en fonction du ralentissement de la croissance de nos revenus ». L'entreprise de diffusion en continu emploie environ 11 000 personnes dans le monde.

De leur côté, comme le mentionne [Variety](#), la Walt Disney Company et Starz « se sont associés » pour proposer un abonnement commun de diffusion en continu, comprenant Star Plus, Disney Plus et Starzplay en Amérique latine. L'abonnement commun, proposé au Brésil, au Mexique, en Argentine, au Chili, en Colombie, en Équateur et au Pérou, offrira des abonnements aux trois services de diffusion en continu à un prix unique dans la monnaie locale.

Enfin, [Spotify](#) a annoncé fin mai la création de l'Africa Podcast Grant, visant à « amplifier les histoires et les perspectives sous-représentées dans le podcasting ». Ce fonds de 100 000 USD est ouvert à dix créateurs, nouveaux ou établis. Le directeur général de Spotify pour l'Afrique sub-saharienne a également annoncé une nouvelle campagne Sounds of Africa, visant à « mettre en lumière les talents africains émergents dans le domaine de la musique et du podcasting ».



Des lectures supplémentaires pour le rapport de juillet :

- Domestic and Global Political Impacts of K-Pop: BOA, BTS and Beyond, The Diplomat, 28 juin 2022, [Lien](#).
- Levelling up: why Netflix and TikTok are turning to gaming to secure their future, The Conversation, 21 juin 2022, [Lien](#).
- Blood Sisters: why the mini-series on Netflix sets a new pace for Nollywood, The Conversation, 2 juin 2022, [Lien](#).

Sources :

- USTR Releases 2022 National Trade Estimate Report on Foreign Trade Barriers, 31 mars 2022, [Lien](#).
- Guidelines on the revised Audiovisual Media Services Directives - Questions and Answers, 2 juillet 2020, [Lien](#).
- EU official: Digital Markets Act will hit US, EU, Chinese companies, Inside US Trade, 23 juin 2022, [Lien](#).
- Netflix in Europe: 30% of Content Hails from Continent in Almost All Major Markets, Deadline, 7 juin 2022, [Lien](#).
- European films comprise 38% of all films on Netflix platforms in Europe, Screendaily, 10 juin 2022, [Lien](#).
- Disney Plus is now live in more than 50 countries and territories, The Verge, 14 juin 2022, [Lien](#).
- Netflix cracks down on password sharing, but early efforts in Peru are a mess, Rest of World, 30 mai 2022, [Lien](#).
- Ads are officially coming to Netflix, TIME, 23 juin 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.

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.