



▶ AVRIL 2023 | N°33

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

CEIM | GRIC | FICDC ◀

GOVERNANCE CULTURELLE NUMÉRIQUE : ENJEUX DE RÉGLEMENTATION, DÉFIS D'IA ET PARTÉNARIATS INDUSTRIELS

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

Rapport d'analyse, avril 2023


Le rapport d'avril débute par la visite du président américain Joe Biden au Canada et les réticences exprimées par un ensemble d'associations industrielles basées aux États-Unis concernant la loi canadienne sur la diffusion continue en ligne et sa compatibilité avec les dispositions de l'Accord Canada-États Unis-Mexique (ACEUM). Le rapport traite également d'une lettre émanant des plateformes de musique concernant les pratiques anticoncurrentielles et déloyales d'Apple. En outre, le rapport met l'accent sur la lutte pour acquérir des abonnés et l'expansion géographique des plateformes en ligne, en se concentrant sur la nouvelle plateforme de vidéo panafricaine, créée par le groupe de médias sud-africain, MultiChoice, NBCUniversal de Comcast et Sky, ainsi que sur les débats liés aux investissements de contenu issus de Netflix et des radiodiffuseurs européens. Le rapport se penche enfin sur les nouveaux partenariats et plans d'affaires, abordant des discussions sur le traitement des outils d'intelligence artificielle (IA) par la Writers Guild of America et de l'accord entre Universal, Deezer et TIDAL.

Enjeux de régulation, commerce numérique et culture

Des groupes d'intérêt américains face à la réglementation canadienne sur les plateformes en ligne

Selon Inside US Trade, à la mi-mars, un regroupement d'associations industrielles américaines a fait part au président Joe Biden de ses réticences quant aux réglementations canadiennes à venir ayant un impact sur les activités des plateformes en ligne. Dans leur lettre adressée à Joe Biden le 20 mars, les groupes d'intérêt mentionnent que « le Canada poursuit un certain nombre de propositions et d'actions problématiques qui pourraient limiter de manière significative la capacité des entreprises américaines à exporter leurs biens et services et à bénéficier d'une concurrence loyale sur le marché canadien. Il est essentiel que les États-Unis tiennent le Canada responsable en vertu de l'ACEUM ». Plus précisément, en ce qui concerne la loi sur la diffusion continue en ligne (projet de loi C-11), les groupes d'intérêt ont fait part de leurs réticences en soulignant que le projet de loi vise « à obliger les services de diffusion en ligne et les plateformes de médias sociaux des États-Unis à financer et/ou à promouvoir le contenu canadien sur leurs plateformes par le biais d'actions réglementaires extraterritoriales. Par conséquent, les créateurs de contenu des États-Unis - qu'il s'agisse d'un éditeur établi ou d'un créateur de contenu individuel - seront désavantagés. En fonction des exigences réglementaires en matière de financement et des exigences techniques pour la promotion du contenu canadien, le coût des activités au Canada augmentera pour les services de diffusion en ligne et les plateformes de médias sociaux américains. Ce coût se répercutera en fin de compte sur les consommateurs canadiens, qui bénéficieront également d'un choix et d'une personnalisation moindres sur les plateformes ». Dans leur lettre, les groupes d'intérêt ajoutent que le projet de loi C-11 risque d'avoir « des conséquences désastreuses pour la production et la distribution de contenu et pourrait inciter d'autres pays à mettre en œuvre des systèmes de préférence de contenu similaires ». Les entreprises ont également exprimé leurs préoccupations concernant la loi sur l'information en ligne (C-18) et l'introduction d'une taxe sur les services numériques au Canada.

La Chambre de commerce des États-Unis, la Coalition des industries de services et le Conseil de l'industrie des technologies de l'information figurent parmi les dix signataires de la lettre. Soulignons que Joe Biden s'est rendu au Canada les 23 et 24 mars pour rencontrer le Premier ministre canadien Justin Trudeau et s'adresser au Parlement canadien.



Il est utile de rappeler que plusieurs régions et pays élaborent actuellement des mesures de politique publique, telles que des quotas de contenu et des obligations d'investissement, pour impliquer les grandes plateformes de diffusion en continu dans le financement, la distribution et la visibilité des contenus audiovisuels. L'exemple-clé est celui de l'Union européenne (UE), qui a adopté en 2018 une version révisée de la directive sur les services de médias audiovisuels. À cet égard, les États membres de l'UE sont tenus de mettre en œuvre des quotas de contenus européens/nationaux dans les catalogues en ligne des plateformes de vidéo à la demande (VOD), tandis que plusieurs États membres de l'UE - à savoir l'Allemagne, la France, la Croatie, l'Espagne, le Danemark, la Slovénie, l'Italie, le Portugal, la Pologne, la Belgique (communautés française et flamande) - et la Suisse développent également des obligations d'investissement pour les plateformes de VOD. Dans le même ordre d'idées, des débats en cours en Australie, au Mexique et en Afrique du Sud traitent de la perspective d'établir des mesures similaires pour les diffuseurs en ligne dans la nouvelle économie audiovisuelle basée sur les plateformes.

Pratiques déloyales : Spotify et Deezer contre Apple


Selon Reuters, dans une lettre commune adressée à Margrethe Vestager, vice-présidente exécutive du régulateur antitrust de l'UE, plusieurs plateformes de musique, tels que Spotify et Deezer, et des associations, comme le Conseil des éditeurs européens, ont demandé à la Commission européenne de « prendre des mesures contre Apple pour pratiques anticoncurrentielles et déloyales ». Plus précisément, les signataires mentionnent explicitement que « depuis des années, Apple impose des restrictions injustes à nos entreprises. Ces restrictions entravent notre développement et nuisent aux consommateurs européens. Elles incluent le lien de l'App Store au système de paiement propriétaire d'Apple, avec ses commissions excessives pour les développeurs d'applications ; la création d'obstacles artificiels qui empêchent nos entreprises de communiquer librement avec des clients ; des restrictions à l'accès des développeurs aux données de leurs propres utilisateurs ; et des modifications capricieuses des conditions générales ». Enfin, dans leur lettre, les signataires soulignent que « la Commission devrait également appliquer rapidement la loi sur les marchés numériques, en donnant la priorité à la désignation d'Apple en tant que gardien (gatekeeper) et en veillant à ce qu'il respecte toutes les obligations liées aux magasins d'applications et aux écosystèmes mobiles ».

Activités mondiales des plateformes en ligne

Expansion géographique et lutte pour les abonnés

Le groupe de médias sud-africain [MultiChoice](#), qui opère actuellement le service de vidéo en ligne Showmax, s'associe à NBCUniversal de Comcast et à Sky pour établir et lancer un nouveau grand service de diffusion en continu en Afrique. Selon [BusinessTech](#), le nouveau service va opérer également sous le nom de Showmax, combinant « l'investissement de MultiChoice dans le contenu local avec le contenu international sous licence de NBCUniversal et Sky » et offrant un accès à tout le contenu africain de MultiChoice. Ces contenus seront complétés par des productions tiers provenant de HBO, Warner et Sony, ainsi que par des matchs de football en direct de la Premier League anglaise. La nouvelle société sera détenue à 70% par MultiChoice et à 30% par NBCUniversal. [MultiChoice](#), qui détient la plus grande part du marché de la télévision payante en Afrique, a déclaré qu'« en utilisant la technologie mondiale de Comcast - en particulier la plateforme Peacock de NBCUniversal qui compte déjà plus de 20 millions d'abonnés payants aux États-Unis - et son important portefeuille de contenus internationaux, le nouveau groupe Showmax sera exceptionnellement bien placé pour croître rapidement et devenir la première plateforme d'Afrique ». De plus amples détails sur le nouveau service Showmax, y compris la date de lancement, seront annoncés ultérieurement. Il convient de noter que Showmax a été lancé en Afrique du Sud en 2015. Aujourd'hui, il est déployé dans 60 pays d'Afrique et hors d'Afrique (Australie, France, Allemagne, Royaume-Uni et autres).

En ce qui concerne l'expansion géographique de Netflix, Reed Hastings, fondateur et président exécutif de la plateforme, a souligné début mars la capacité de Netflix à « attirer les téléspectateurs d'un pays vers le contenu d'un autre », en mentionnant que [Netflix](#) est devenu « le plus grand bâtisseur de culture transeuropéenne dans l'UE ». Cela s'explique en partie par le fait que tous les autres réseaux sont des « opérateurs nationaux spécialisés dans un groupe linguistique ». Par contre, Netflix « se spécialise dans la connexion ». D'ailleurs, en 2022, la région Europe-Moyen-Orient-Asie est devenue la région la plus importante en termes d'abonnés, avec 76,7 millions, dépassant les 74,3 millions d'abonnés aux États-Unis et au Canada.




Suite aux propos de Hastings, l'Union européenne de radio-télévision (UER), qui représente les opérateurs de radiodiffusion publics européens, dont la BBC, France Télévisions et ZDF, a réagi en soulignant que les membres de l'UER dépenseront 21 milliards USD en 2022 pour des « contenus locaux », ce qui est bien supérieur à l'investissement des services de VOD en Europe. Selon la déclaration de l'UER, « les médias de service public sont fiers d'être les plus gros investisseurs dans le contenu européen. Nos membres financent 43% de l'ensemble du contenu européen, à l'exclusion de l'information et du sport. Les membres de l'UER ont donné la priorité au contenu européen sur leurs plateformes de VOD, avec 95% des programmes provenant d'un pays européen, contre seulement 31% du contenu disponible sur Netflix ».

Nouveaux partenariats et plans d'affaires

Selon Variety, la Writers Guild of America (WGA) a proposé d'autoriser l'IA à écrire des scénarios, « en autant que cela n'affecte pas les crédits ou les droits résiduels des scénaristes ». En d'autres termes, la proposition de la WGA de réglementer l'IA vise à garantir que « les studios ne peuvent pas utiliser l'IA pour saper les normes de travail des scénaristes, y compris la rémunération, les droits résiduels, les droits séparés et les crédits ». Ainsi, contrairement à certaines attentes, la WGA, principal syndicat représentant les scénaristes de cinéma et de télévision aux États-Unis, n'a pas proposé d'interdire l'utilisation de la technologie de l'IA ; au contraire, elle considère l'IA comme un « outil d'assistance pour les scénaristes humains » plutôt que comme un créateur humain ; ainsi, un scénariste pourrait utiliser des outils d'IA, tels que ChatGPT développé par Open AI, pour l'aider à écrire un scénario sans avoir à partager le crédit d'écriture et à diviser les droits résiduels. De même, « un directeur de studio pourrait remettre au scénariste un scénario généré par l'IA » pour qu'il le modifie ou le peaufine, et le scénariste serait toujours considéré comme le premier auteur du projet.

De son côté, Greg Brockman, cofondateur et président d'Open AI, a souligné que la question des droits de propriété intellectuelle revenait à « poser la question sur la manière dont les droits d'auteur devraient fonctionner au moment de la création de l'imprimerie de Gutenberg. Nous aurons une réponse ». Le 16 mars, l'Office américain du droit d'auteur a déclaré que les œuvres assistées par l'IA pouvaient bénéficier de la protection du droit d'auteur.



Selon [The Guardian](#), Marc Guggenheim, qui compte de nombreux films et émissions de télévision à son actif, a souligné que « pour l'instant, je ne pense pas que l'IA soit prête à écrire des scénarios ou des histoires, mais je vois un monde où elle sera absolument capable de le faire. Regardez la vitesse à laquelle la technologie a progressé au cours des deux derniers mois. Elle constituera probablement une véritable menace pour les écrivains dans l'avenir », ajoutant que « si l'IA va raconter des histoires du point de vue de ses programmeurs, essentiellement, il faut aussi s'inquiéter du manque de diversité parmi les programmeurs ».

En outre, selon [Billboard](#), les plateformes de musique TIDAL, Deezer et Universal Music Group ont annoncé qu'elles s'associaient pour tester de nouveaux modèles de paiement potentiels qui récompenseraient plus équitablement les artistes et développeraient un service de diffusion en continu plus juste pour les artistes. Le directeur général de Deezer, Jeronimo Folgueira, a souligné que « travailler ensemble avec les labels et les artistes pour trouver des moyens d'aider l'artiste à accéder directement à sa base de fans et à monétiser cette base de fans serait bénéfique pour nous et pour eux ... les plateformes comme [Deezer](#) et Spotify, nous ne faisons pas assez de profits. En plus, de nombreux artistes ont du mal à gagner leur vie. Donc, pour que le système soit viable, nous devons augmenter le gâteau. C'est notre priorité absolue ».

Selon Michael Nash, responsable des affaires numériques d'[Universal](#), « il est trop tôt pour décrire le nouveau modèle ... mais il sera primordial de récompenser les artistes qui amènent les fans sur les services de diffusion en continu et les y maintiennent plus longtemps, ainsi que d'offrir aux fans des services différents pour leur adhésion ». Il convient de noter que la plateforme française [Deezer](#) a été l'une des premières plateformes à s'engager « à explorer des modèles de paiement alternatifs pour s'assurer que les artistes soient rémunérés équitablement et, en septembre, elle a lancé une campagne en faveur d'un système de paiement centré sur l'utilisateur ». En outre, [TIDAL](#) pratique déjà des tarifs de diffusion en continu parmi les plus élevés du secteur, étant l'une des rares à payer plus d'un cent par stream, alors que la moyenne serait de 0,0128 USD par stream.



Enfin, selon [Hollywood Reporter](#), les dépenses en contenu original des diffuseurs en ligne transnationaux atteindront 26,5 milliards USD en 2023, soit une augmentation de 14% par rapport aux 23,2 milliards USD de 2022, ce qui représente « plus d'un quart des dépenses totales en contenu original dans le monde ». Cependant, comme le mentionne le cabinet de recherche Ampere Analysis, ce taux de croissance des investissements est plus lent comparé aux années précédentes et il montre « un net ralentissement par rapport à l'augmentation de 45% enregistrée entre 2021 et 2022 ». L'accent est mis sur six diffuseurs transnationaux clés : Netflix, Amazon Prime Video, Apple TV+, Disney+, HBO Max et Paramount+. En outre, selon [Variety](#), Netflix devrait dépenser 1,9 milliard USD en contenus locaux dans la région Asie-Pacifique en 2023, ce qui représente une augmentation de 15% par rapport à l'année dernière.

Des lectures supplémentaires pour le rapport d'avril :

Interactive cinema: how films could alter plotlines in real time by responding to viewers' emotions, *The Conversation*, 20 mars 2023, [Lien](#).

Junos 2023 reminds us how Canadian content regulations and funding supports music across the country, *The Conversation*, 14 mars 2023, [Lien](#).

AI isn't Hollywood's Villain – it's a flawed hero, *WIRED*, 13 janvier 2023, [Lien](#).

Sources :

- Business groups to Biden: Raise trade concerns during Canada visit, *Inside US Trade*, 28 mars 2023, [Lien](#).
- Spotify joins media firms to urge EU action against Apple's 'unfair practices', *Reuters*, 19 janvier 2023, [Lien](#).
- WGA would allow artificial intelligence in scriptwriting, as long as writers maintain credit, *Variety*, 21 mars 2023, [Lien](#).
- Multichoice is launching a new mega streaming service with Comcast, *BusinessTech*, 2 mars 2023, [Lien](#).
- Reed Hastings says Netflix is "biggest builder of cross-European Culture", *Deadline*, 6 mars 2023, [Lien](#).
- 'Of course it's disturbing': will AI change Hollywood forever? *The Guardian*, 23 mars 2023, [Lien](#).
- AI meets Hollywood, *Forbes*, 23 mars 2023, [Lien](#).
- Can Deezer pioneer a new streaming royalty model with 'more flexibility', *Billboard*, 22 mars 2023, [Lien](#).
- Global streamers' original content spend increase to slow in 2023 amid "more cautious approach", *The Hollywood Reporter*, 24 mars 2023, [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.



FICDC
FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES COALITIONS
POUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE