

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES, INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET CULTURE : ENJEUX POLITIQUES, ÉCONOMIQUES ET INDUSTRIELS

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

Rapport d'analyse, juin 2023

Le rapport de juin débute par les débats autour du Cadre économique indopacifique (IPEF) promu par les États-Unis et les vives inquiétudes exprimées par des groupes d'intérêt américains concernant les priorités en termes d'accord de commerce sur le numérique de l'administration Biden à l'égard de l'IPEF. Le rapport met également en lumière les discussions en cours au sein de l'Union européenne (UE) concernant la loi sur l'intelligence artificielle (IA). En outre, le rapport traite du Global Music Report 2023 publié par la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI) et de la croissance soutenue de la consommation en diffusion en continu dans le marché mondial de la musique. Le rapport met également l'accent sur un nouveau problème épineux lié à l'IA, à l'industrie musicale et aux services de diffusion en continu : les faux auditeurs. Enfin, le rapport se penche sur de nouveaux partenariats et les plans d'affaires des plateformes numériques, en mettant l'accent sur Netflix et Disney+.



Enjeux de régulation, commerce numérique et culture

Inquiétudes des groupes d'intérêt concernant les priorités de l'administration américaine en matière de commerce numérique

Fin mai, les ministres du commerce des 14 pays faisant partis du Cadre économique indopacifique (IPEF) ont conclu un accord visant à rendre les chaînes d'approvisionnement plus résistantes. Toutefois, de puissants groupes d'entreprises ont exprimé de vives réticences quant aux priorités commerciales de l'administration américaine et à l'approche du Président Biden à l'égard de l'IPEF. Plus de 30 groupes d'intérêt ont envoyé une lettre publique auprès de l'administration, soulignant explicitement que les propositions de celle-ci mettent en danger « les intérêts commerciaux et économiques des États-Unis dans la région indopacifique et au-delà ». Selon Inside US Trade, la lettre indique « qu'il n'est pas clair pourquoi certaines priorités commerciales traditionnelles des États-Unis, qui pourraient apporter des avantages significatifs aux exportateurs américains, sont mises à l'écart dans les négociations de l'IPEF. Par exemple, les États-Unis poursuivent depuis longtemps des règles commerciales qui visent à éliminer les obstacles au commerce et d'autres obstacles techniques, les mesures qui découragent (...) des protections inadéquates de la propriété intellectuelle, ainsi que les barrières réglementaires sectorielles qui entravent les exportations de (...) produits de technologies d'information et de communication (TIC) ».

En outre, les groupes se disent « profondément préoccupés par les déclarations de responsables américains et les rapports du troisième cycle de l'IPEF qui suggèrent que l'administration hésite à promouvoir des règles de haut niveau pour le commerce numérique ». La lettre souligne que « les règles des récents accords commerciaux américains visent à garantir que les données (data) puissent circuler librement à travers les frontières, que les entreprises et les entrepreneurs ne soient pas contraints de renoncer à des données propriétaires et que la production numérique des industries créatives ne soit pas désavantagée par le simple fait qu'elle appartient à des Américains ou qu'elle est produite aux États-Unis ».

Les groupes affirment que les accords commerciaux américains, y compris l'Accord États-Unis-Mexique-Canada, n'empêchent pas les gouvernements de « réglementer dans l'intérêt de la vie privée, de la protection contre les préjugés, de la poursuite d'une concurrence loyale sur le marché ou d'autres objectifs de politique publique. Ces règles font partie intégrante des valeurs politiques et économiques des États-Unis. (...)



Les États-Unis devraient profiter des négociations de l'IPEF pour s'appuyer sur les résultats obtenus lors des négociations précédentes et relever les nouveaux défis qui se posent au commerce américain. (...) Si l'IPEF déroge à ces résultats et abandonne le principe fondamental de non-discrimination, l'économie américaine en pâtira en renforçant les pratiques étrangères restrictives en matière de commerce et de données, en sapant les efforts d'alliés partageant les mêmes idées pour promouvoir des normes mondiales élevées et en cédant le leadership des États-Unis en matière d'élaboration de règles pour l'économie numérique ». Les signataires sont l'App Association, la Computer and Communications Industry Association, la Global Data Alliance, la Coalition of Services Industry et le Conseil de l'industrie des technologies de l'information.

Intelligence artificielle : vers de nouvelles réglementations

Selon [EURACTIV](#), les principales commissions parlementaires du Parlement européen ont donné leur feu vert à la loi sur l'IA lors d'un vote à la mi-mai, ouvrant la voie à une adoption en plénière à la mi-juin. L'un des députés à l'origine de la législation, le Roumain Dragos Tudorache, a souligné qu'il s'agissait « de la première législation de ce type au monde, ce qui signifie que l'UE peut montrer la voie en rendant l'IA centrée sur l'homme, digne de confiance et sûre ». Selon [Science Business](#), pour les [entreprises technologiques](#), principalement américaines, à la tête du domaine de l'IA, la loi à laquelle elles s'opposent devrait « intensifier les conflits transatlantiques en matière de réglementation de technologies numériques, qui, à la suite du développement des modèles d'IA générative tels que ChatGPT au cours de l'année écoulée, a fait irruption dans le débat public mondial ».

Activités mondiales des plateformes en ligne

Services de diffusion en continu et marché mondial de la musique

Grâce à la « croissance soutenue de la diffusion en continu », en 2022, les revenus mondiaux de la musique enregistrée ont atteint leur plus haut niveau depuis 1999 et l'industrie de la musique a réussi à doubler ses revenus mondiaux, qui étaient de 13,1 millions USD en 2014, lorsque ces derniers s'étaient effondrés en raison du piratage et de la baisse des ventes physiques. Selon la IFPI, les ventes mondiales de musique ont augmenté pour la septième année consécutive en 2022, avec des recettes totales en hausse de 9 % pour atteindre 26,2 milliards USD.



Le Global Music Report 2023 montre que cette croissance a été permise par la diffusion en continu (comprenant à la fois les abonnements payants et la publicité), qui a augmenté de 11,5 % année par année pour atteindre 17,5 milliards USD et représente désormais 67 % du total des recettes mondiales (voir Tableau 1). Dans ce contexte, les revenus générés par les abonnements payants ont augmenté de 10,3 % pour atteindre 12,7 milliards de dollars, avec un total de 589 millions d'utilisateurs de comptes d'abonnements payants. Selon l'étude, les téléchargements et autres revenus numériques (hors diffusion en continu), qui ne représentent que 3,6 % du total des revenus mondiaux, ont été une fois de plus la seule catégorie de format à connaître une baisse en 2022 (- 11,7 %), montrant que la trajectoire de la consommation de musique numérique continue à passer d'un modèle de propriété à un modèle d'accès et la diffusion en continu continue à « accroître sa position en tant que format numérique dominant ». En revanche, les revenus physiques - CD, vinyles et autres formats physiques - restent relativement solides, augmentant pour la deuxième année consécutive de 4 % en glissement annuel et représentant 17,5 % de l'ensemble du marché. Les ventes de vinyles ont augmenté de 17,1 %. C'est une fois de plus en Asie que les revenus physiques ont enregistré les meilleures performances, la région représentant près de la moitié des revenus physiques mondiaux (49,8 %).

Parmi les régions du monde, l'Afrique subsaharienne est celle qui a connu la croissance la plus rapide, avec une progression remarquable de 34,7 %, « grâce à une augmentation significative des recettes sur le plus grand marché de la région, l'Afrique du Sud (+ 31,4 %) ». L'Amérique latine a enregistré des gains de 25,9 %, suivie par le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (+ 23,8 %), ce qui représente le taux de diffusion en continu le plus élevé de toutes les régions du monde (95,5 %). Enfin, les États-Unis et le Canada – la plus grande région du monde en termes de revenus - ont connu une croissance globale de 5 %, et l'Asie une croissance de 15,4 %. Le Top 10 des marchés de la musique en 2022 comprend les États-Unis, le Japon, le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Chine, la France, la Corée du Sud, le Canada, le Brésil et l'Australie.

Il convient de noter que la IFPI représente plus de 8 000 maisons de disques dans le monde, dont les trois majors, Universal Music Group, Sony Music Entertainment et Warner Music Group.

Tableau 1

Revenus (en USD) / Année	1999	2004	2009	2012	2014	2016	2017	2019	2021	2022
Revenus physiques totaux	22.3	18.0	9.6	6.9	5.4	5.0	4.7	3.9	4.4	4.6
Diffusion en continu totale	-	-	0.4	0.9	1.8	4.4	6.2	10.7	15.7	17.5
Téléchargement et autres revenus numériques	-	0.3	3.5	4.2	3.9	3.1	2.5	1.4	1.1	0.9
Droits de représentation	-	0.8	1.2	1.4	1.7	2.1	2.2	2.4	2.3	2.5
Revenus de synchronisation	-	-	-	0.3	0.3	0.3	0.4	0.5	0.5	0.6
Revenus totaux en USD	22.3	19.2	14.6	13.8	13.1	14.8	15.9	18.9	24.0	26.2

L'industrie de la musique et l'intelligence artificielle

Selon [Forbes](#), au début du mois de mai 2023, Spotify, la plus grande entreprise de streaming audio, a supprimé 7 % des chansons créées avec le service de musique générée par l'IA, Boomy, à la suite de plaintes d'Universal Music faisant état d'une diffusion artificielle suspecte sur les titres Boomy. Le problème ne semble pas concerner les chansons elles-mêmes, mais [Spotify](#) s'est dit « préoccupé pour les auditeurs ». [Universal Music](#) a averti que des robots avaient été utilisés pour gonfler les statistiques d'audience des titres de Boomy. Ainsi, outre la fausse musique, l'IA a créé un énorme « nouveau problème pour les services de diffusion en continu : les faux auditeurs ».

Boomy a vu le jour il y a deux ans et permet aux utilisateurs de choisir parmi différents styles musicaux pour créer des chansons générées par l'IA. « Les utilisateurs peuvent modifier le tempo, l'arrangement et les instruments utilisés et peuvent enregistrer des voix pour les ajouter à leurs chansons ». La société californienne [Boomy](#) a indiqué que ses utilisateurs avaient créé plus de 14,5 millions de chansons, soit 14 % de la musique enregistrée dans le monde. En comparaison, le catalogue complet de [Spotify](#) compte environ 100 millions de chansons.

Lucian Grainge, directeur général d'Universal, a déclaré que « le développement explosif récent de l'IA générative, s'il n'est pas contrôlé, augmentera le flot de contenu indésirable sur les plateformes et créera des problèmes de droits en ce qui concerne la législation existante sur le droit d'auteur ».



Comme [Variety](#) l'a explicitement souligné, l'IA, par le biais de l'apprentissage automatique, « est la dernière menace existentielle pour le secteur de la musique et, contrairement au précédent du piratage de l'ère Napster, qui a ouvert la voie aux téléchargements illégaux, l'industrie s'est rapidement mobilisée pour y répondre ». Cependant, si la violation des droits d'auteur est une raison évidente pour laquelle les différentes parties prenantes cherchent à créer un cadre pour l'octroi de licences sur la musique utilisée par les générateurs d'IA, une autre raison essentielle de ce type de préoccupations est liée aux questions de consommation. « La part de marché de la musique des grandes maisons de disques sur les plateformes de diffusion en continu a diminué lentement mais régulièrement au cours des cinq dernières années » et l'[IA](#) générative devrait stimuler cette tendance de manière exponentielle. « Les grandes entreprises s'en soucient parce qu'elles gagnent des milliards de dollars de redevances qui sont directement liées à leur proportion de flux ».

Lutte pour les abonnés et nouveaux plans commerciaux

Disney+ a perdu quatre millions d'abonnés au premier trimestre 2023, portant son total d'abonnés à 157,8 millions, contre 161,8 millions au trimestre précédent et marquant la deuxième baisse trimestrielle consécutive de la plateforme en ligne. Selon [TechCrunch](#), « la principale raison de ce déclin est Disney+ Hotstar », la version du service proposée en Inde et dans certaines parties de l'Asie du Sud-Est, qui « a perdu 8 % de sa base d'abonnés » ; en fait, de nombreux téléspectateurs sont déçus de la décision de Disney « de ne pas conserver les droits de diffusion en continu de l'Indian Premier Cricket League ». Aux États-Unis et au Canada, [Disney+](#) a perdu environ 0,3 million d'abonnés (pour atteindre 46,3 millions). En outre, selon [Deadline](#), Disney prévoit de « déployer un service de diffusion en continu unique avec des programmes de Hulu et de Disney+ d'ici la fin de l'année ».

En outre, à la fin du mois de mai, Netflix a commencé à sévir contre les utilisateurs qui partagent leurs mots de passe aux États-Unis. Selon [CNN](#), Netflix estime que plus de 100 millions de ménages dans le monde partagent un compte. La société « envoie des courriels à tous les abonnés américains qui partagent leurs mots de passe avec des personnes extérieures à leur foyer, dans le cadre d'une mesure prévue de longue date pour limiter le partage des mots de passe ». En outre, selon [Quartz](#), entre novembre 2022 et mai 2023, le plan de Netflix soutenu par la publicité a recueilli près de cinq millions d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde » et il sera intéressant de voir si le nombre de Netflix évolue avec « la mesure contre le partage de mot de passe ».

Des lectures supplémentaires pour le rapport de juin :

- Online Streaming Act: As we revisit Netflix support for Canadian content, it's about more than money, *The Conversation*, 18 mai 2023, [Lien](#).
- Generative AI is forcing people to rethink what it means to be authentic, *The Conversation*, 1er mai 2023, [Lien](#).

Sources :

- AI's disruptive forces are rapidly reshaping the music industry, *Financial Times*, 12 mai 2023, [Lien](#).
- Biden administration announces Indo-Pacific Deal, clashing with industry groups, *The New York Times*, 27 mai 2023, [Lien](#).
- IFPI Global Report 2023: Music Revenues Climb 9% to 26.2 USD Billion, *Billboard*, 21 mars 2023, [Lien](#).
- Disney+ loses subscribers for second quarter in a row, drops 4M subs, *TechCrunch*, 10 mai 2023, [Lien](#).
- Netflix revealed how many subscribers are paying for its ad-supported plan, *Quartz*, 18 mai 2023, [Lien](#).
- AI vs. the Music Industry: With the Internet full of Fake Drakes and Eminems, who gets paid? *Variety*, 3 mai 2023, [Lien](#).
- World's first artificial intelligence law moves closer to passage in European Parliament, *ScienceBusiness*, 11 mai 2023, [Lien](#).
- The Global Music Report 2023, *IFPI*, [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.