

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

PLATEFORMES, COMMERCE NUMÉRIQUE, ET CULTURE : ASSURER UN ESPACE POLITIQUE

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

Rapport d'analyse, décembre 2023

Le rapport de décembre débute par la décision de l'administration américaine de ne plus soutenir des propositions sur les flux de données, la localisation des données et le code source discutées dans le cadre des négociations de l'Organisation mondiale du commerce sur le commerce électronique, ce qui représente un changement majeur dans la politique commerciale des États-Unis. Le rapport traite également du *Digital Markets Act* (DMA) et des trois défis juridiques auxquels l'Union européenne est confrontée en ce qui concerne son nouveau cadre juridique visant à réglementer la concurrence sur le marché numérique européen. En outre, le rapport met en lumière les débats en cours en Inde et en Nouvelle-Zélande au sujet de la réglementation des plateformes de vidéo à la demande (VOD). Le rapport met aussi l'accent sur de nouveaux partenariats et plans d'affaires, en se concentrant sur Spotify et TikTok. Enfin, il aborde la lutte pour les abonnés et l'expansion géographique parmi les services de diffusion en continu, avec ceux de Netflix et Disney+.

Réglementation, commerce numérique et culture

Un changement majeur dans la politique commerciale numérique des États-Unis


L'administration de Joe [Biden](#) va cesser « de soutenir les propositions relatives aux flux de données, à la localisation des données et au code source qui font l'objet de discussions dans le cadre des négociations de l'Organisation mondiale du commerce sur le commerce électronique, afin de laisser aux États-Unis et à d'autres pays un espace politique suffisant pour évaluer leurs approches du commerce numérique ». Dans une déclaration, le Bureau du représentant américain au commerce (USTR) a indiqué qu'« afin d'assurer un espace politique suffisant pour le déroulement de ces débats, les États-Unis ont supprimé leur soutien aux propositions susceptibles de porter préjudice ou d'entraver ces considérations de politique intérieure ». Comme le souligne [The Hill](#), jusqu'à présent, les États-Unis se sont opposés « aux taxes sur les flux de données transfrontaliers, à l'obligation de stocker les données sur un marché d'exportation (c'est-à-dire la 'localisation des données') et à l'obligation de partager le code source d'un logiciel avec un pays importateur ». Ces dernières années, ces positions ont constitué un élément clé de la politique commerciale des États-Unis et ont été « inscrites dans l'accord [Canada-États-Unis-Mexique](#) ». En outre, à la mi-novembre, l'administration américaine a annoncé son intention de reporter les négociations du cadre économique [indopacifique](#) sur des normes numériques de haut niveau.

Par ailleurs, même si des [entreprises](#) technologiques ont fermement condamné le revirement dans la politique commerciale des États-Unis, « toutes n'y sont pas opposées ». Comme l'explique [The New York Times](#), « de nombreuses petites entreprises technologiques se plaignent que les grands acteurs adoptent un comportement monopolistique qui devrait être réglementé. Par exemple, Google a été accusé de privilégier ses propres produits dans les résultats de recherche, tandis qu'Apple a été accusé de faire payer à certains développeurs des frais exorbitants pour figurer dans son App Store. Un groupe de petites entreprises technologiques, la [Coalition for App Fairness](#), a remercié le Représentant américain au commerce d'avoir renoncé à soutenir l'ordre du jour de l'Organisation mondiale du commerce, qui est favorable aux grandes entreprises technologiques ».

Les plateformes contre le Digital Markets Act de l'Union européenne

L'Union européenne (UE) est confrontée à au moins trois défis juridiques majeures concernant son nouveau cadre juridique relatif à la concurrence sur le marché numérique européen. Selon [Reuters](#), à la mi-novembre, Meta, TikTok et Apple ont intenté des actions en justice pour contester les décisions prises par la Commission européenne dans le cadre du [Digital Markets Act](#) (DMA) récemment introduit, « une loi de l'UE, qui devrait entrer en vigueur au premier trimestre de 2024, énonçant des règles plus strictes pour les entreprises technologiques et facilitant le passage des utilisateurs entre les services concurrents ». Bien que les détails n'aient pas été rendus publics, Apple contesterait « l'inclusion de son App Store dans la liste des contrôleurs d'accès ». Meta a déclaré qu'elle n'était pas d'accord avec la décision de la Commission de classer ses services Messenger et Marketplace dans la catégorie des contrôleurs d'accès du DMA. Par ailleurs, TikTok, propriété de la société chinoise ByteDance, a déclaré que sa désignation risquait « d'asseoir le pouvoir des entreprises technologiques dominantes [...] et d'entraver la capacité de l'entreprise à se développer ». Microsoft, Google et Amazon n'ont pas encore contesté les désignations de leurs services dans le cadre du DMA, tandis que Meta n'a pas fait appel du statut de Facebook, Instagram et Whatsapp. Comme l'indique [The Financial Times](#), « les entreprises ont jusqu'au 6 mars pour se conformer aux nouvelles règles. Leurs recours ne leur permettent toutefois pas de se soustraire à la législation. Un tribunal luxembourgeois devrait statuer sur les recours dans quelques mois, et non dans plusieurs années comme c'est traditionnellement le cas pour les enquêtes antitrust ».

Rappelons que début septembre, la [Commission européenne](#) a dévoilé sa liste de services en ligne désignés comme contrôleurs d'accès (*gatekeepers*), qui « auront désormais six mois pour s'adapter à des pratiques antitrust strictes sous peine de se voir infliger des amendes pouvant aller jusqu'à 20 % du chiffre d'affaires annuel total ». Cette liste comprend Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta et Microsoft. ByteDance, la société mère de TikTok, est le seul géant technologique non-américain figurant sur la liste. La désignation de « contrôleur d'accès » concerne des entreprises qui possèdent des « services de plateforme essentiels » qui contrôlent l'accès au marché numérique entre les entreprises vendeuses et les consommateurs finaux dans l'espace numérique. Elle concerne des moteurs de recherche, des médias sociaux, des services d'intermédiation ou des systèmes d'exploitation.



Alphabet est désigné comme contrôleur d'accès pour huit services de plateforme essentiels; dans le cas de Meta, la liste comprend cinq de ses services; trois services d'Apple ont été désignés; Microsoft et Amazon ont respectivement deux services concernés et ByteDance n'est concerné que pour son application TikTok. Ainsi, 21 des 22 services de plateforme essentiels sont opérés par des entreprises basées aux États-Unis.

L'Inde et les services de diffusion en continu

En Inde, les plateformes de diffusion en continu, telles que [Netflix](#), Prime Video, Disney+ Hotstar, risqueraient probablement d'être soumises à l'avis des conseils de surveillance du contenu numérique, qui seraient en grande partie contrôlés par le gouvernement nationaliste indien et peu représentatifs de la diversité des milieux culturels et audiovisuels du pays. Plus concrètement, le ministère indien de l'information et de la radiodiffusion a préparé un [projet de loi](#) sur les services de radiodiffusion, qui vise à remplacer l'actuelle loi de 1995 sur les réseaux de télévision par câble. Le nouveau projet de loi vise à consolider le cadre juridique du secteur de la radiodiffusion et à l'étendre aux plateformes numériques et à l'information numérique. Cependant, il introduit à la fois des « comités d'évaluation du contenu », un organisme d'auto-certification qui certifiera le contenu des radiodiffuseurs, et un « conseil consultatif de la radiodiffusion » chargé de « conseiller le gouvernement central sur les violations du code des programmes et du code de la publicité ». Le conseil consultatif de la radiodiffusion qui sera mis en place compte surveiller le contenu des services de diffusion en continu. Ce conseil sera composé de cinq membres du gouvernement et de cinq membres appelés « indépendants » issus des médias, du divertissement, de la radiodiffusion, des droits de l'enfant, qui seront néanmoins nommés par le gouvernement. « La violation du code de conduite peut entraîner une suspension temporaire, une expulsion, des avertissements, une condamnation et des amendes pour les plateformes numériques ». En ce sens, les pouvoirs attribués au [gouvernement nationaliste](#) indien – et par conséquent à la droite hindoue - soulève des fortes préoccupations auprès des plateformes de diffusion en continu, telles que Netflix, Disney Plus Hotstar et Prime Video. Selon [The Washington Post](#), « aujourd'hui, les cadres des bureaux indiens de Netflix et Prime Video et leurs avocats demandent des changements importants pour retravailler les intrigues politiques et supprimer les références à la religion qui pourraient offenser la droite hindoue ou le parti politique au pouvoir, le Bharatiya Janata Party ».


Nouvelle-Zélande : de nouvelles mesures à l'égard des plateformes de VOD ?

Selon The Spinoff, en Nouvelle-Zélande, SPADA, l'association des producteurs d'audiovisuel, lance une campagne qui vise à faire payer aux grands services de diffusion en continu, tels que Netflix et Disney+, une taxe sur leurs revenus néo-zélandais. L'objectif de cette proposition de la SPADA est d'exiger une taxe sur les services de diffusion en continu qui serait réinvestie dans les productions locales par l'intermédiaire des agences de financement. « La proposition initiale est une taxe d'environ 5 %, ce qui pourrait rapporter environ 11 millions de dollars par an à un secteur qui souffre à la fois d'un climat macroéconomique difficile et de l'impact prolongé de la grève des acteurs, toujours d'actualité ». Il est intéressant de noter que dans un entretien dans The Spinoff, Irene Gardiner, présidente de la SPADA, a souligné qu'« au niveau international, certains territoires optent pour des quotas, d'autres pour des prélèvements, d'autres encore pour un mélange des deux. Les quotas, qui sont un autre moyen mobilisé par d'autres pays, sont très délicats en raison des accords commerciaux que la Nouvelle Zélande a conclus [...] Les diffuseurs en ligne utilisent notre infrastructure à large bande, qui a été en partie payée par les contribuables néo-zélandais. Ils n'ont aucune réglementation en matière de radiodiffusion. Et comme tout le monde le sait, ils ont eu un effet dévastateur sur l'audience des radiodiffuseurs locaux traditionnels à accès libre ».

Activités mondiales des plateformes en ligne

Nouveaux partenariats et plans commerciaux

Selon Billboard, Spotify prévoit apporter trois changements à son modèle de redevances au début de l'année prochaine, qui « affecteront les artistes les moins écoutés, les morceaux non musicaux et les distributeurs et labels qui commettent des fraudes ». Spotify affirme que ces changements permettront aux artistes de toucher un milliard USD supplémentaires, « en redirigeant les paiements qui allaient auparavant à des flux frauduleux, à des contenus parasites ou à des distributeurs qui ne distribuent pas de redevances en deçà d'un certain montant ». Ainsi, selon les nouvelles règles de paiement de diffusion en continu de Spotify, à partir du début de 2024, « les titres devront avoir atteint au moins 1000 streams au cours des 12 derniers mois pour générer des redevances enregistrées ». Spotify ne gagnera pas d'argent supplémentaire avec ce modèle, et utilisera les dizaines de millions de dollars annuels pour augmenter les paiements à tous les titres éligibles ».



Dans le cadre du nouveau système, plus des deux tiers des titres téléchargés sur cette plateforme ne seront pas éligibles pour recevoir des redevances - mais ce changement, notamment, « n'aura d'impact que sur environ 0,5 % de l'ensemble des redevances ». Cette mesure a toutefois suscité un débat au sein de l'industrie de la musique, certains soulignant la dimension éthique « du fait de ne pas payer les artistes pour les flux qu'ils ont recueillis simplement parce qu'ils n'étaient pas assez populaires ». Par ailleurs, il convient de mentionner qu'en juin 2023 des entreprises de musique numérique, telles que DistroKid et UnitedMasters, et des fournisseurs de services numériques, tels que Spotify et Amazon Music, se sont réunis pour créer la Music Fights Fraud Alliance, qui vise à éradiquer la fraude et la manipulation de la diffusion en continu dans les services numériques.

Selon TechCrunch, TikTok s'associe à des services de diffusion en continu de musique, dont Spotify, Amazon Music et Apple Music, « dans le cadre d'une nouvelle fonctionnalité qui permettra aux utilisateurs d'enregistrer directement sur leur application de diffusion en continu musicale préférée les chansons qu'ils entendent dans les vidéos de TikTok ». Cet ajout intervient à un moment où l'influence de TikTok est de plus en plus déterminante pour faire des chansons des succès viraux et pour découvrir de nouveaux artistes et de la nouvelle musique. La fonction « Ajouter à l'application musicale » se présente sous la forme d'un bouton « Ajouter une chanson » située à côté du nom d'une piste au bas d'une vidéo de TikTok. L'application « Ajouter à la musique » de TikTok est lancée pour les utilisateurs des États-Unis et du Royaume-Uni en partenariat avec Spotify, Apple Music et Amazon Music. TikTok a indiqué qu'il déploierait cette fonctionnalité sur d'autres marchés dans les mois à venir. Comme le mentionne Variety, cette fonctionnalité est distincte de TikTok Music, « un service de diffusion en continu musical premium et une application qui est actuellement disponible pour les utilisateurs en Australie, au Brésil, en Indonésie, au Mexique et à Singapour. L'entreprise ne prévoit pas pour l'instant de lancer TikTok Music aux États-Unis ». Enfin, dans une déclaration, Ole Obermann, responsable mondial du développement des activités musicales de TikTok, a souligné que la fonction « Add to Music App » crée « un lien direct entre la découverte sur TikTok et la consommation sur un service de diffusion en continu musical, permettant aux amateurs de musique de profiter plus facilement que jamais de l'intégralité de la chanson sur le service numérique musical de leur choix, générant ainsi une valeur plus grande pour les artistes et les détenteurs de droits ».



Expansion géographique et lutte pour les abonnés

Début novembre, Netflix a annoncé que sa version la moins chère, financée par la publicité, avait atteint 15 millions d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde. Selon [CNBC](#), « c'est le triple du chiffre le plus récent, divulgué en mai, et une croissance notable pour [Netflix](#), alors que l'option d'abonnement a été lancée il y a un an ». Il convient de rappeler que « l'introduction de la publicité en 2022 a été un développement étonnant pour Netflix, qui a passé des années à insister sur le fait qu'il ne diffuserait jamais de publicités ».

En outre, Disney+ a déclaré que le nombre de ses abonnements s'élevait à 150 millions, contre 146,7 millions au trimestre précédent. Au cours du trimestre, le service numérique Hulu de Disney a atteint 48,5 millions d'abonnés et ESPN+ 26 millions. Selon [The New York Times](#), « le modèle économique soutenant les activités de Disney, comme le réseau de diffusion ABC, ne fonctionne plus ». Lors d'un entretien, [Robert A. Iger](#), directeur général de la Walt Disney Company, a expliqué que « le modèle de distribution, le modèle commercial qui est à la base de cette activité et qui a généré d'importants bénéfices au fil des ans, est définitivement cassé. Et nous devons dire les choses telles qu'elles sont ». Disney a donc annoncé son intention de réorganiser sa participation dans ESPN et ABC et de racheter la participation de Comcast dans Hulu pour 8,61 milliards USD, « une décision attendue de longue date qui éloigne l'entreprise de la télévision traditionnelle et accroît son implication dans la diffusion en continu ».

Des lectures supplémentaires pour le rapport de décembre :

Netflix is still growing its subscriber base – here's how a local approach is helping, *The Conversation*, 3 novembre 2023, [Lien](#).

Who will write the rules for AI? How nations are racing to regulate artificial intelligence, *The Conversation*, 8 novembre 2023, [Lien](#).

Sources indicatives

- TikTok and Meta challenge the EU's landmark digital rules, *The Financial Times*, 16 novembre 2023, [Lien](#).
- How the Biden administration took the pen away from Meta, Google and Amazon, *The New York Times*, 27 novembre 2023, [Lien](#).
- US to end support for WTO e-commerce proposals, wants 'policy space' for digital trade rethink, *Inside US Trade*, 24 octobre 2023, [Lien](#).
- Apple files legal challenge to EU's Digital Markets Act, *Reuters*, 17 novembre 2023, [Lien](#).
- Broadcasting Bill: Cable TV like regulation to affect OTTs growth, say experts, *Financial Express*, 14 novembre 2023, [Lien](#).
- Netflix is a wasteland for NZ TV. A bold new campaign hopes to change that, *The Spinoff*, 30 octobre 2023, [Lien](#).
- Spotify unveils new streaming royalty policies, *Variety*, 21 novembre 2023, [Lien](#).
- TikTok's newest feature lets you save favorite songs directly to Spotify, Apple Music and Amazon Music, *TechCrunch*, 14 novembre 2023, [Lien](#).
- Netflix ad-supported tier has 15 million subscribers, triple the previous count, *CNBC*, 1 novembre 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.