

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

TRANSFORMATIONS DANS LA GOUVERNANCE CULTURELLE : ÉQUITÉ, TRANSPARENCE ET PLATEFORMES NUMÉRIQUES

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

Rapport d'analyse, février 2024

Le rapport de février débute par la nouvelle résolution adoptée par le Parlement européen sur la diversité culturelle et les conditions de travail des auteurs dans le marché européen de la diffusion en continu musicale. La résolution aborde le déséquilibre dans l'allocation des revenus de l'industrie de la musique en ligne et cherche à garantir que les auteurs et les interprètes soient payés et promus équitablement. Elle demande également que les œuvres musicales européennes soient visibles et bien accessibles. Le rapport traite également du code de pratique sur la transparence de la diffusion en continu musicale publié par l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni et du débat autour de la nouvelle taxe sur les plateformes de musique qui sera adoptée en France. En outre, le rapport met en lumière l'affrontement entre Apple et Spotify autour de la mise en œuvre de la loi sur les marchés numériques (*Digital Markets Act-DMA*) et les mesures que les deux plateformes mettront en œuvre pour s'y conformer. Le rapport met aussi l'accent sur de nouveaux partenariats et plans d'affaires, en se concentrant sur la décision d'Universal Music Group de retirer son catalogue de musique de TikTok, ainsi que sur les investissements dans le contenu de la part d'Amazon et de Netflix. Enfin, il aborde la lutte pour les abonnés et l'expansion géographique des services de diffusion en continu, en se penchant sur Netflix et Spotify.

Réglementations, commerce numérique et culture

Le Parlement européen en faveur de l'équité dans le secteur de la musique

Mi-janvier, le Parlement européen a adopté une résolution visant à répondre aux préoccupations concernant l'insuffisance des redevances de diffusion en continu pour les artistes, ainsi qu'à la question des algorithmes de recommandation biaisés. La résolution s'intitule « Sur la diversité culturelle et les conditions pour les auteurs dans le marché européen de la musique en diffusion en continu » et se concentre sur la création d'un écosystème durable pour les auteurs et les artistes-interprètes. La résolution mentionne explicitement que le déséquilibre actuel dans la répartition des revenus sur le marché de la musique en ligne défavorise à la fois les auteurs et les artistes-interprètes et met en péril la durabilité de leurs carrières professionnelles. La résolution appelle l'industrie à explorer de nouveaux modèles de répartition des revenus de diffusion en continu afin d'assurer la distribution la plus égale et la plus équitable possible pour les auteurs et les artistes-interprètes. Il s'agit ainsi de réviser « les taux de redevance pré-numériques » pour aligner les auteurs sur des taux justes et modernes. En même temps, la résolution condamne l'existence de pratiques, telles que celle dite de « payola », qui forceraient les auteurs à accepter des revenus inférieurs ou nuls en échange d'une plus grande visibilité, « réduisant ainsi davantage les revenus déjà très faibles des auteurs en matière de diffusion en continu ».

En outre, la résolution traite de la visibilité et de la découvrabilité des œuvres musicales européennes, compte tenu de « l'énorme quantité de contenu qui ne cesse de croître sur les plateformes de diffusion de musique en continu et de l'absence de règles de l'Union européenne pour les réglementer de manière harmonisée ». À ce titre, elle invite la Commission européenne à réfléchir à « la possibilité d'imposer des mesures concrètes, telles que des quotas d'œuvres musicales européennes sur les plateformes de musique en ligne ». TechCrunch mentionne d'ailleurs qu'au cœur de cette initiative « se trouve le désir d'assurer aux artistes européens une visibilité et une découvrabilité plus équitables sur les plateformes de musique, à l'instar des efforts déployés dans d'autres marchés tels que le Canada, qui a adopté la loi sur la diffusion en continu (*Online Streaming Act*) afin de soutenir les artistes canadiens ». La résolution du Parlement européen a été adoptée par 532 voix pour, 61 voix contre et 33 abstentions.


Transparence et services de streaming musical

Fin janvier, l'Office de la propriété intellectuelle du Royaume-Uni a publié un Code de pratique sur la transparence des services de musique en ligne, à la suite d'une requête parlementaire britannique, qui s'articule autour de trois axes principaux : les données, la transparence et la rémunération. Le code a pour but d'inciter les entreprises et les organisations à communiquer toujours mieux entre elles et avec les musiciens, en encourageant les parties à faire preuve de transparence. Le code définit des normes de bonne pratique entre les labels, les distributeurs, les fournisseurs de services numériques (DSP) et les créateurs de musique. Il mentionne que les artistes devraient avoir un droit contractuel d'auditer les informations financières, y compris la comptabilisation des redevances, liées à la diffusion en continu de leur musique. Le code a été signé par douze organismes de l'industrie musicale, dont la British Phonographic Industry (BPI), la Featured Artists Coalition (The FAC) et l'Independent Society of Musicians (ISM). Le code entrera en vigueur le 31 juillet et un examen formel du code se tiendra deux ans après sa date d'entrée en vigueur afin d'étudier son impact et de vérifier si l'industrie s'y est conformée.

Vers une taxe sur le streaming musical en France

Mi-septembre, le ministère de la Culture français a annoncé que les revenus des plateformes de musique en ligne seront taxés pour promouvoir l'industrie musicale française. La nouvelle taxe financera directement le Centre national de la musique (CNM) fondé en 2020 pour soutenir les acteurs de l'industrie musicale française. Les modalités de la taxe n'ont pas encore été dévoilées. En avril dernier, le rapport présenté au ministère de la Culture suggérait une taxe de 1,75 % sur les revenus des plateformes de musique en ligne.

À la suite de cette décision, des représentants d'Apple, Deezer, Spotify, YouTube, Meta et TikTok ont publié un communiqué de presse commun contre cette initiative politique, soutenant plutôt des mesures de financement volontaire. Ils ont indiqué dans cette déclaration qu'ils avaient convenu d'un système qui permettrait de collecter plus de 14 millions USD en 2025. Un porte-parole de Spotify a déclaré à l'AFP que cette taxe est « un véritable coup porté à l'innovation et aux perspectives de croissance de la musique enregistrée en France. Nous évaluons les suites à donner à la mise en œuvre de cette mesure inéquitable, injuste et disproportionnée ».




Par ailleurs, fin décembre, Spotify a retiré son soutien à deux festivals de musique en France, les Francolies de la Rochelle et le Printemps de Bourges, qu'il soutenait autant financièrement que par d'autres ressources sur le terrain.

Des organisations de la société civile contre l'influence des Big Tech dans le commerce numérique

Selon Inside US Trade, plus de 40 groupes d'intérêt public, de travailleurs et de religion, félicitent l'administration américaine et le représentant américain au commerce d'avoir retiré leur soutien à des propositions « extrêmes » en matière de commerce numérique qui profiteraient aux entreprises du secteur des Big Tech au détriment des travailleurs et des citoyens. En octobre dernier, l'administration Biden a annoncé qu'elle retirait le soutien des États-Unis aux propositions relatives aux flux de données, à la localisation des données, au code source et à la non-discrimination dans le cadre des négociations plurilatérales de l'Organisation mondiale du commerce sur le commerce électronique. Dans leur lettre, les groupes déclarent que cette décision est « un premier pas important pour garantir que les intérêts des Big Tech ne puissent pas réquisitionner les négociations commerciales pour saper les importantes mesures de responsabilité des plateformes élaborées par le Congrès et l'administration des États-Unis ». La lettre est signée par plusieurs syndicats et organisations de la société civile, dont Media Alliance, Public Citizen et Center for Digital Democracy.

Conflit entre Spotify et Apple autour de la loi sur les marchés numériques

Spotify a annoncé qu'à la suite de la mise en œuvre de la loi sur les marchés numériques (Digital Markets Act-DMA), il mettrait à jour son application iPhone dans l'Union européenne pour permettre aux utilisateurs d'acheter des abonnements et des livres audio avec l'application. Dans la plupart des régions, les règles de l'App Store d'Apple interdisent aux entreprises telles que Spotify de facturer les utilisateurs directement dans l'application. Cela signifie que les développeurs d'applications doivent verser à Apple jusqu'à 30 % de toutes les transactions effectuées à l'intérieur de l'application. L'entrée en vigueur du DMA obligerait les entreprises dites « contrôleurs d'accès », telles qu'Apple, à ouvrir leurs services en ligne pour permettre aux petits concurrents d'y accéder. Toutefois, les changements qu'Apple prévoit apporter aux règles de l'App Store pour se conformer au DMA ne satisfont guère Spotify.




Comme le souligne [TechCrunch](#), même si [Apple](#) respecte « à la lettre la loi, il ne respecte pas l'esprit de la loi, qui vise à favoriser une plus grande concurrence ». Les nouvelles conditions d'Apple comprennent une nouvelle « redevance de technologie de base », qui oblige les développeurs à payer 0,50 euro pour chaque première installation annuelle au-delà d'un seuil d'un million, quel que soit leur canal de distribution. Apple prélèvera également une commission sur les biens et services numériques vendus sur le site web d'un développeur dans les sept jours suivant le moment où l'utilisateur a cliqué sur un lien in-app pour effectuer des achats externes ». Le PDG de Spotify, [Daniel Ek](#), a qualifié le plan d'Apple d'« extorsion » et de « farce complète et totale », ajoutant que le DMA donnerait aux créateurs la possibilité de télécharger l'application Spotify directement à partir de son site web.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Nouveaux partenariats et plans commerciaux

Fin janvier, [TikTok](#) n'a pas réussi à « conclure un accord pour renouveler les droits de licence avec Universal Music Group (UMG), entraînant le retrait soudain de millions de chansons de la bibliothèque d'UMG de la plateforme ». UMG a déclaré dans un [communiqué](#) qu'il retirerait ses titres de TikTok en raison de l'absence de compensation pour les artistes et les auteurs-compositeurs. Selon le communiqué, « TikTok a proposé de payer nos artistes et nos auteurs-compositeurs à un taux qui ne représente qu'une fraction du taux payé par les principales plateformes dans une situation similaire ». UMG a ajouté que TikTok ne représente « qu'environ 1 % de notre chiffre d'affaires total, ce qui montre à quel point TikTok rémunère peu les artistes et les auteurs-compositeurs, malgré sa base d'utilisateurs massive et croissante, l'augmentation rapide de ses recettes publicitaires et sa dépendance croissante à l'égard des contenus musicaux ». Le catalogue d'UMG contient près de quatre millions de chansons. [TikTok](#), qui appartient à la société chinoise [Bytedance](#), permet aux utilisateurs de réaliser des vidéos de courte durée, dont la plupart sont accompagnées de musique sous licence ; au fur et à mesure, il est devenu l'une des principales plateformes de découverte et de visibilité de la musique. TikTok a accusé la société de musique de faire passer « sa propre cupidité avant les intérêts des artistes et des auteurs-compositeurs ». Comme le souligne [The Guardian](#), TikTok a conclu des accords similaires avec des sociétés de musique telles que Sony et Warner Music, mais « il reste à voir si elles partagent les préoccupations d'UMG ».



En 2023, les dépenses totales d'Amazon en matière de vidéo et de musique se sont élevées à 18,9 milliards USD, soit une augmentation de 14 % par rapport aux 16,6 milliards USD enregistrés en 2022. Variety a souligné que « tandis que d'autres sociétés de médias ont réduit leurs dépenses de contenu, Amazon a dépensé plus de deux milliards USD en 2023 pour des émissions de télévision, des films et de la musique par rapport à l'année précédente ». Environ sept milliards USD ont été dépensés pour les programmes originaux d'Amazon et les sports en direct, tandis qu'Amazon a consacré une part importante de ses investissements dans le contenu aux licences musicales, en plus de la télévision et des films. Pour 2023, Netflix a déclaré 12,6 milliards USD de dépenses de contenu, en baisse par rapport à l'année précédente, en grande partie à cause des grèves.

Expansion géographique et lutte pour les abonnés

Netflix a enregistré son troisième trimestre consécutif d'accélération de la croissance du nombre d'abonnés au cours des trois derniers mois de 2023. En ce sens, « il a clôturé une année de retour qui comprenait une série de hausses de prix et des mesures drastiques contre des téléspectateurs qui profitaient gratuitement du service de vidéo en continu ». Après avoir attiré 8,76 millions de nouveaux clients au troisième trimestre, Netflix a recruté 13,1 millions d'abonnés dans le monde au cours de la période octobre-décembre, ce qui représente son meilleur dernier trimestre en termes d'ajouts nets et dépasse largement les prévisions des analystes. Le nombre d'abonnés a augmenté de 5,1 millions pour atteindre 88,8 millions en Europe et au Moyen-Orient. La société compte désormais 260.8 millions d'abonnés payants.

En gagnant dix millions d'abonnés Premium au cours du dernier trimestre 2023, Spotify compte désormais 236 millions d'abonnés Premium, soit une augmentation de 4 % par rapport au dernier trimestre. En même temps, Spotify a gagné 28 millions d'utilisateurs actifs mensuels et son nombre total d'utilisateurs actifs mensuels a augmenté de 5 %. Comme le mentionne The Verge, « les résultats viennent couronner une année qui a été marquée par des réductions de coûts et d'augmentations de prix pour le plus grand service d'audio en ligne au monde ». En décembre 2023, Spotify a annoncé qu'il réduisait ses effectifs de 17 %, « une série de licenciements supprimant environ 1 500 emplois sur les 9 000 que compte l'entreprise dans le monde ».



Des lectures supplémentaires pour le rapport de février :

Spotify playlist: algorithms don't just react to your music taste, they shape it, *The Conversation*, 5 février 2024, [Lien](#).

Four ways AI will impact music, from Elvis holograms to interactive soundscapes, *The Conversation*, 22 janvier 2024, [Lien](#).

Sources indicatives

- Music streaming sector: EU must ensure just pay for artists and fair algorithms, *European Parliament*, 17 janvier 2024, [Lien](#).
- EU calls for laws to force greater algorithmic transparency from music-streaming platforms, *TechCrunch*, 17 janvier 2024, [Lien](#).
- Music streaming platforms must pay artists more, says EU, *The Verge*, 17 janvier 2024, [Lien](#).
- UK Voluntary Code of Good Practice on Transparency in Music Streaming, *Intellectual Property Office*, 31 janvier 2024, [Lien](#).
- Spotify reports record growth in a year of layoffs and price hikes, *The Verge*, 6 février 2024, [Lien](#).
- Spotify starts 'disinvesting' in France in response to new music-streaming tax, *TechCrunch*, 22 décembre 2023, [Lien](#).
- Spotify to begin in-app sales on iPhone in Europe after new EU law requires Apple to allow it, *CNBC*, 24 janvier 2024, [Lien](#).
- Universal Music Group threatens to pull song catalog from TikTok in furious open letter, *The Guardian*, 31 janvier 2024, [Lien](#).
- Amazon content spending rose 14% in 2023 to nearly 19 billion USD, *Variety*, 2 février 2024, [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.