

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

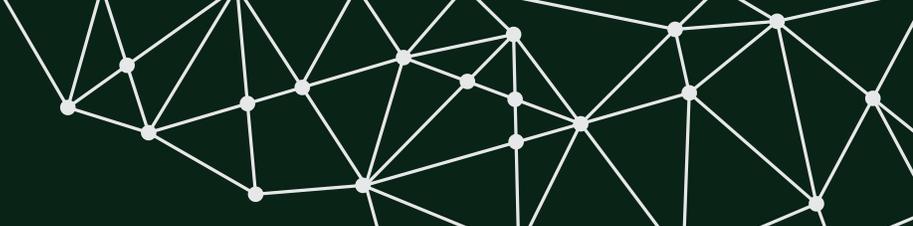
CEIM | GRIC | FICDC ◀

CULTURE, PLATEFORMES NUMÉRIQUES ET RÉGLEMENTATION : ENTRE INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET PLANS D’AFFAIRES

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

Rapport d’analyse, octobre 2024

Le rapport d’octobre débute par l’affrontement entre Netflix et les autorités belges concernant la mise en œuvre de la directive de l’Union européenne (UE) sur les services de médias audiovisuels (SMA) et le taux de contribution des opérateurs numériques au contenu audiovisuel local. Le rapport se concentre également sur une nouvelle étude de l’Observatoire européen de l’audiovisuel sur les investissements dans le contenu original européen par les radiodiffuseurs et les opérateurs numériques, de même que sur une lettre publiée par Meta, Spotify et plusieurs entreprises qui critiquent l’UE pour ses décisions incohérentes concernant la confidentialité des données et l’intelligence artificielle (IA). En outre, il souligne qu’Amazon rejoint la Motion Picture Association (MPA), par l’intermédiaire de Prime Video et d’Amazon MGM Studios. Enfin, il met l’accent sur de nouveaux partenariats et plans d’affaires dans l’économie basée sur les plateformes, en se concentrant sur Google, Sony Pictures, Prime Video, HBO Max et Lionsgate.



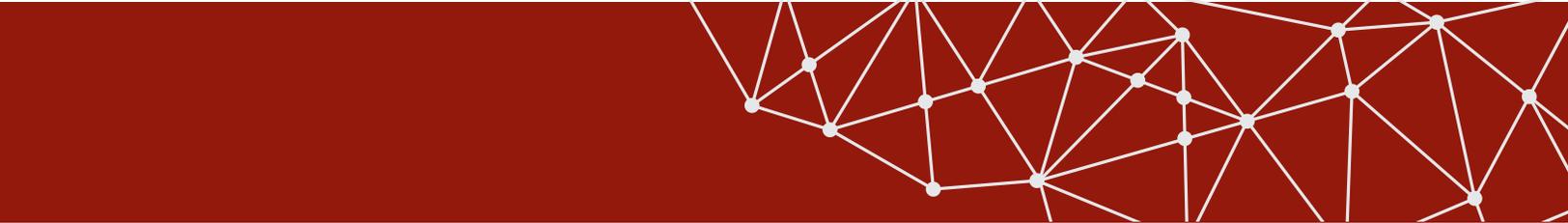
Réglementations, commerce numérique et culture

Netflix contre la Directive SMA de l'UE

Fin août, Netflix a déposé devant la Cour constitutionnelle de Belgique un recours en annulation partielle du décret de la Communauté française (Fédération Wallonie-Bruxelles) du 7 décembre 2023 relatif à la mise en œuvre de la directive SMA et aux services de partage de vidéos. Selon [L'Echo](#), à la suite d'une concertation avec le secteur de la production audiovisuelle indépendante et après l'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel, à partir de 2024, et de manière progressive jusqu'en 2027, tous les groupes du secteur de l'audiovisuel, tels que des diffuseurs et des opérateurs étrangers qui visent le public de la Fédération, devront augmenter leur contribution à la création audiovisuelle locale, prévue précédemment à 2,2 %. Ils devraient contribuer à la production locale jusqu'à hauteur, pour les plus gros, de 9,5 % de leur chiffre d'affaires réalisé en Fédération Wallonie-Bruxelles, contre 2,2 % précédemment. Une douzaine de paliers sont prévus (de moins de 700 000 euros à plus de 150 millions euros). [Netflix](#) estime que cette contribution exigée par la Fédération Wallonie-Bruxelles « est disproportionnée par rapport aux autres régions de l'UE ». Le taux de contribution maximum de 9,5 % est « plus de quatre fois supérieur à ce qui était appliqué dans la précédente version du décret ». Il est aujourd'hui « trois fois supérieur au taux médian de 3,5% appliqué dans les autres États membres de l'UE », assure Netflix.

L'Observatoire européen de l'audiovisuel sur les investissements dans les contenus originaux européens

[L'Observatoire européen de l'audiovisuel](#) a publié un nouveau rapport sur les investissements dans les contenus originaux européens par les radiodiffuseurs et les diffuseurs en continu. Selon le [rapport](#), les dépenses totales pour les œuvres originales européennes (à l'exclusion des droits sur les actualités et les sports) s'élèvent à 22 milliards d'euros en 2023, reflétant une croissance plus lente après le rebond post-pandémique. En outre, les dépenses des plateformes mondiales ont augmenté de 34 % en 2023 (contre 104 % en 2022) pour atteindre 5,7 milliards d'euros et ont représenté 26 % de l'ensemble des dépenses en contenus originaux européens. Les investissements des plateformes mondiales dans les contenus originaux européens ont continué de croître, l'Europe captant une part croissante des investissements des plateformes mondiales dans les contenus, passant de 12 % en 2019 à 20 % en 2023.



En outre, selon le [rapport](#), le Royaume-Uni et l'Espagne ont représenté ensemble 53 % des dépenses des plateformes dans les contenus originaux européens. Netflix représentait environ 35 % des dépenses des diffuseurs en contenu original européen, en baisse par rapport à 58 % en 2021, alors que d'autres services de vidéo à la demande, notamment Amazon Prime Video, ont augmenté leurs investissements. Il convient de mentionner que les radiodiffuseurs publics jouent toujours un rôle clé dans le financement des contenus originaux dans plusieurs pays (par exemple, le Danemark, la Belgique ou l'Allemagne). À l'inverse, les radiodiffuseurs privés sont en tête en Pologne, en Italie et en France, et les diffuseurs en ligne en Espagne.

Amazon rejoint la Motion Pictures Association

La [Motion Picture Association](#), le groupe commercial hollywoodien qui représente les studios de cinéma et de télévision, s'enrichit d'un nouveau membre. Amazon rejoint la MPA, par l'intermédiaire de Prime Video et d'Amazon MGM Studios. [Amazon](#) est à la fois un diffuseur et un studio traditionnel, puisqu'il exploite Prime Video et MGM Studios, qu'il a racheté pour 8,5 milliards de dollars en 2021. Netflix avait pour sa part rejoint la MPA en 2019. « La MPA est la voix mondiale d'une industrie en croissance et en évolution, et l'accueil de Prime Video & Amazon MGM Studios dans nos rangs élargira nos efforts collectifs d'élaboration de politiques et de protection des contenus au nom de nos entreprises les plus innovantes et créatives », a déclaré Charles Rivkin, PDG de la MPA, dans un communiqué. Amazon a déjà travaillé avec la MPA dans le passé, en tant que membre du conseil d'administration du groupe anti-piratage de la MPA, l'Alliance for Creativity and Entertainment, depuis 2017. Comme l'a souligné le [New York Times](#), « la décision du géant de la technologie de rejoindre la MPA après une longue période reflète son ambition dans les secteurs du streaming et du cinéma - ainsi que le besoin de l'association de devenir plus puissante ». Enfin, selon [Reuters](#), Amazon prévoit de plus que doubler le nombre de sorties en salle, qui passerait de six cette année à 16 d'ici à 2027.

La réglementation de l'UE défie les grandes plateformes numériques

Mi-septembre, la [Commission](#) européenne a annoncé qu'elle allait formellement spécifier les mesures qu'Apple doit prendre pour se conformer à la loi sur les marchés numériques (DMA) en ce qui concerne son interopérabilité avec d'autres produits. Cette procédure, qui formalise les discussions en cours entre l'exécutif européen et le géant américain de la technologie dans le cadre de la DMA, marque la première fois que la Commission utilise cet outil de la loi. En vertu de la [DMA](#), Apple doit fournir une interopérabilité gratuite et efficace aux développeurs et aux entreprises tiers avec les caractéristiques matérielles et logicielles contrôlées par les systèmes d'exploitation iOS et iPadOS d'Apple.



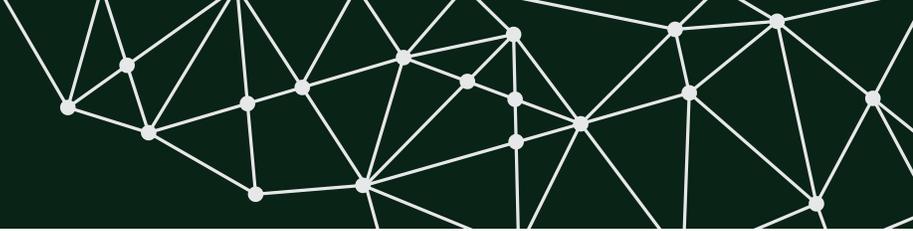
Par ailleurs, [Meta](#) Platforms, Inc., Spotify et plusieurs entreprises ont critiqué l'UE pour ses décisions incohérentes en matière de confidentialité des données et d'IA dans une lettre ouverte publiée à la mi-septembre. Les signataires, qui comprennent des organismes industriels, des chercheurs et des entreprises tels que Stefano Iacus de l'Université Harvard, Ericsson et le géant italien de la mode de luxe [Prada](#) Group, s'inquiètent du fait que l'Europe « prenne encore plus de retard » en matière de compétitivité dans le domaine de l'IA. Ils ont exhorté l'UE à adopter des réglementations « harmonisées, claires et rapides » afin de permettre l'utilisation de données européennes pour la formation à l'IA au profit des Européens. La communication a été publiée sous forme d'annonce dans le Financial Times.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Nouveaux plans d'affaires et expansion géographique

Selon [CNBC](#), YouTube a annoncé des fonctions d'IA pour les créateurs sur sa plateforme Shorts, qui s'appuient sur le modèle de génération de vidéos DeepMind de Google. Ces fonctionnalités, connues sous le nom de Veo, permettront aux créateurs d'ajouter à leurs vidéos des arrière-plans de haute qualité générés par l'IA et d'utiliser des messages écrits pour générer des clips vidéo autonomes de six secondes. Comme le mentionne [The Verge](#), ces fonctionnalités liées à l'IA sur la plateforme « pourraient changer la façon dont les créateurs font des vidéos - et les vidéos qu'ils font ». [TechCrunch](#) souligne que « lors de la conférence des développeurs I/O 2024 de Google, Veo a été dévoilé comme un modèle de génération vidéo de pointe. La technologie est en concurrence directe avec Sora d'OpenAI, ainsi qu'avec d'autres modèles de génération de vidéo rivaux, tels que Pika, Runway et Irreverent Labs ».

En outre, la division Kids de [Sony Pictures](#) TV a lancé une nouvelle chaîne YouTube appelée Kidzuko et destinée aux enfants âgés de 3 à 8 ans. Elle leur offrira (ainsi qu'à leurs parents) un accès gratuit à certains contenus pour enfants de Sony. « Le temps de visualisation des enfants sur YouTube augmente chaque année », a déclaré D'Ambrosia, vice-président exécutif et directeur général de SPT - Kids, lors d'un entretien auprès de [The Hollywood Reporter](#). « L'une des raisons pour lesquelles nous voulions lancer Kidzuko est qu'aujourd'hui, près de 60 % des enfants sont susceptibles de découvrir de nouveaux contenus sur YouTube, et nous savions donc que nous devons être présents ».

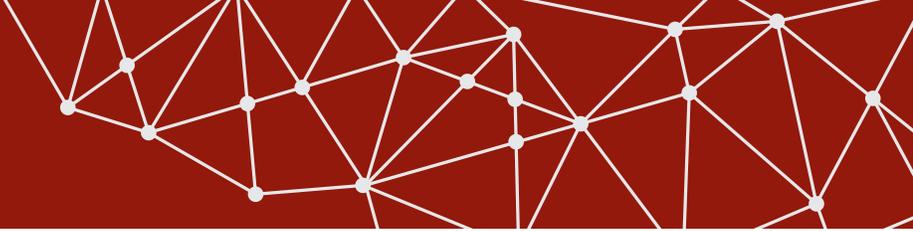


Comme le mentionne [The Verge](#), Lionsgate, le studio derrière Hunger Games, et la société de recherche en IA axée sur la vidéo Runway ont conclu un accord qui permettra autant à Runway de former un nouveau modèle d'IA générative basé sur le contenu de [Lionsgate](#) qu'à la société de divertissement d'utiliser la technologie pour produire de futurs projets cinématographiques et télévisuels. Lionsgate a annoncé qu'elle s'associait à Runway pour créer un nouveau modèle de génération de vidéo personnalisé destiné à aider « les cinéastes, les réalisateurs et les autres talents créatifs à améliorer leur travail ». [Variety](#) souligne que Lionsgate s'attend à économiser des millions et des millions de dollars en utilisant les modèles d'IA de Runway.

Fin mai 2024, une société appelée [Fable Studio](#) a annoncé le lancement de Showrunner, le premier service de streaming généré par l'IA au monde. En quelques mots, Showrunner promet de permettre aux téléspectateurs d'écrire, de chanter et d'animer leurs propres épisodes télévisés. Les utilisateurs pourront ainsi regarder des séries générées par l'IA et créer leur propre contenu, tout en ayant la possibilité de contrôler les dialogues, les personnages et les types de plans. Selon [The Guardian](#), même si Showrunner ne devient pas un succès grand public, l'industrie du divertissement va néanmoins coopter cette technologie en masse. Cela se fera lentement au début : peut-être qu'un studio l'utilisera pour générer des intrigues de films, qui pourront ensuite être peaufinées par les experts humains qu'il a sous la main. En outre, [The Hollywood Reporter](#) a indiqué que les protections syndicales, dont certaines interdisent pour l'instant l'utilisation d'outils d'IA, prendront probablement encore plus d'importance si Fable parvient à prouver qu'il existe un marché pour un contenu entièrement généré par l'IA. « C'est le Netflix de l'IA », a déclaré le fondateur et PDG [Edward Saatchi](#), « Regardez un épisode ou créez un épisode ».

En outre, [Amazon Prime Video](#) est en train d'acquérir les Bray Film Studios au Royaume-Uni, le site historique qui a récemment servi de centre de production pour la deuxième saison de « The Lord of the Rings : The Rings of Power » (Le Seigneur des anneaux : les anneaux du pouvoir). Soulignons que début 2022 [Prime Video](#) a conclu un accord de plusieurs millions de dollars avec les studios britanniques de Shepperton, où Amazon a signé un contrat à long terme pour l'utilisation exclusive de neuf nouveaux plateaux de tournage ultramodernes, d'ateliers et de bureaux, pour un total d'environ 450 000 mètres carrés.

Au troisième trimestre, plus de six millions d'abonnés se sont inscrits à [Max](#), le service de diffusion en continu de Warner Bros. Discovery. David Zaslav, PDG de Warner, a déclaré que Max représentait l'une des meilleures opportunités de croissance pour l'entreprise.



Des lectures supplémentaires pour le rapport d'octobre :

- How Netflix won the streaming wars, Financial Times, 17 septembre 2024, [Lien](#).
- Netflix is trying to get you hooked on more reality TV with better dubbing, The Wall Street Journal, 1 septembre 2024, [Lien](#).

Sources indicatives

- Amazon Prime Video and MGM Studios join Motion Picture Association, The Hollywood Reporter, 19 septembre 2024, [Lien](#).
- Global streamers focus more on non-US content, and so investments in European originals keep up moderate growth, European Audiovisual Observatory, 10 septembre 2024, [Lien](#).
- Netflix attaque la Fédération Wallonie-Bruxelles en justice, Le Soir, 29 août 2024, [Lien](#).
- EU Commission demands Apple to align interoperability with digital competition rules, Euractiv, 19 septembre 2024, [Lien](#).
- YouTube announces AI features from Google DeepMind for Shots creators, CNBC, 18 septembre 2024, [Lien](#).
- Lionsgate will use AI to let filmmakers ‘augment’ their work, Variety, 18 septembre 2024, [Lien](#).
- A new AI service allows viewers to create TV shows. Are we doomed?, The Guardian, 31 mai 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.

