

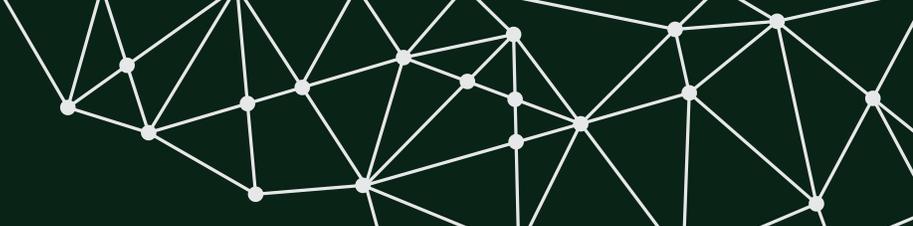
# Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

## **RÉGULATION, INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET PLATEFORMES NUMÉRIQUES : UNE INCERTITUDE ACCRUE ?**

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

Rapport d'analyse, mars 2025

Le rapport de mars débute par le nouveau mémorandum du gouvernement des États-Unis qui cherche « à défendre les entreprises et les technologies américaines » contre « l'extorsion à l'étranger », en attaquant directement des réglementations technologiques dans plusieurs pays et régions, telles que la Loi sur les marchés numériques (Digital Markets Act) et la Loi sur les services numériques (Digital Services Act) de l'Union Européenne (UE) et en menaçant de recourir à des représailles tarifaires. Parmi d'autres mesures politiques qui « dictent la manière dont les entreprises américaines interagissent avec les consommateurs de l'Union européenne », le mémorandum énumère les exigences en matière de contenu local pour les services de diffusion en continu. Le rapport met également l'accent sur les discussions en France concernant les obligations d'investissement des plateformes transnationales de vidéo à la demande (VOD) dans le contenu audiovisuel national, ainsi que sur une nouvelle étude publiée par l'Observatoire européen de l'audiovisuel sur l'impact des entrées au cinéma sur l'utilisation de la vidéo à la demande par abonnement (SVOD). Enfin, le rapport se concentre sur les nouveaux partenariats et plans d'affaires dans l'économie basée sur les plateformes, en mettant l'accent sur Amazon Prime Video, Netflix, Warner Bros. Entertainment et YouTube.

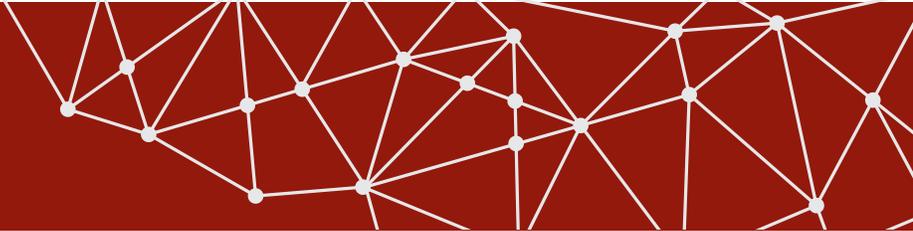


## Réglementations, commerce numérique et culture

### **L'administration Trump contre la réglementation numérique de l'UE**

Le 21 février, le président américain Trump a signé un mémorandum visant à défendre les entreprises et les technologies américaines contre « l'extorsion à l'étranger », attaquant directement les réglementations technologiques de l'UE telles que la Loi sur les marchés numériques et la Loi sur les services numériques et menaçant de représailles tarifaires. Selon l'administration américaine, « les réglementations qui dictent la manière dont les entreprises américaines interagissent avec les consommateurs de l'Union européenne, telles que Digital Markets Act et Digital Services Act seront examinées de près par l'administration ». Le décret énumère « les taxes sur les services numériques qui sont plus lourdes et restrictives pour les entreprises américaines que pour leurs propres entreprises nationales, les restrictions de flux de données transfrontalières, les exigences de contenu local pour les services de diffusion en continu, et les frais d'utilisation du réseau et de terminaison d'Internet parmi les mesures ciblées ». Selon l'administration Trump et le décret, « toutes ces mesures violent la souveraineté américaine, délocalisent les emplois américains, limitent la compétitivité mondiale des entreprises américaines et augmentent les coûts opérationnels américains tout en exposant nos informations sensibles à des régulateurs étrangers potentiellement hostiles ». Le décret ajoute que l'administration, lorsqu'elle constate qu'« un gouvernement étranger, par le biais de sa structure fiscale ou réglementaire, impose une amende, une pénalité, une taxe ou une autre charge qui est discriminatoire, disproportionnée ou conçue pour transférer des fonds importants ou de la propriété intellectuelle des entreprises américaines vers le gouvernement étranger ou les entités nationales favorisées par le gouvernement étranger », « agira en imposant des droits de douane et en prenant d'autres mesures nécessaires pour atténuer le préjudice causé aux États-Unis et pour réparer tout déséquilibre qui en résulte ».

Fin février, les Coalitions européennes pour la diversité culturelle (CEDC) ont exprimé leur profonde inquiétude quant au mémorandum signé par le Président des États-Unis le 21 février, qui « remet en cause la réglementation numérique de l'Union européenne et rouvre l'enquête sur les taxes sur les services numériques au titre de la section 301 ». Selon les CEDC, « cette démarche agressive, qui vise directement des textes fondamentaux tels que le Digital Markets Act (DMA) et le Digital Services Act (DSA) et potentiellement d'autres textes réglementant la technologie numérique, constitue une atteinte inacceptable à la souveraineté réglementaire de l'UE.



L'accusation selon laquelle ces réglementations entraveraient la « liberté d'expression » ou constitueraient une « extorsion » à l'encontre des entreprises américaines est infondée. Elle remet en cause les efforts déployés pour créer un environnement équitable et transparent pour tous les acteurs du numérique. Par ailleurs, ces règles ne visent aucune entreprise en particulier, comme il a été faussement affirmé, et s'appliquent à toutes les entreprises, américaines, européennes ou non, sans discrimination. Ces règles numériques visent à garantir un cadre équilibré et respectueux des valeurs fondamentales de l'Union, y compris la promotion de la diversité culturelle ».

### **Discussions en France autour de la chronologie des médias**

Disney+ a signé un accord avec l'industrie cinématographique et télévisuelle française dans lequel le diffuseur transnational a accepté des obligations d'investissement dans la production audiovisuelle locale en échange d'une fenêtre de neuf mois entre la sortie en salle d'un film et sa disponibilité sur sa plateforme numérique. Cette période est considérablement réduite par rapport à la période actuelle de 17 mois du diffuseur, et ne dépasse que de trois mois la période exclusive de six mois de l'opérateur national de télévision à péage Canal+. En contrepartie, Disney+ s'est engagé à investir 25% de son chiffre d'affaires annuel net réalisé en France dans le financement d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles européennes et françaises, « en garantissant au minimum la production de 70 films au cours d'une période de trois ans et en veillant à la diversité des genres et des budgets ». Les règles de la France en matière de chronologie de médias s'appliquent aux diffuseurs français et étrangers, ainsi qu'aux chaînes nationales de télévision, et définissent les séquences de droits pour chaque opérateur. Leur position dans la chronologie « dépend de leur niveau d'investissement dans les contenus audiovisuels nationaux et européens ». Au cours des dernières années, les diffuseurs transnationaux « ont dû attendre entre 15 et 17 mois après la sortie d'un film pour le lancer sur leurs services, alors que le groupe de télévision à péage Canal+ bénéficie d'une fenêtre de six mois ».

À la suite de cet accord, Canal+ a menacé « de réduire les sommes qu'elle verse pour financer la production cinématographique française ». La société de télévision payante verse chaque année 220 millions d'euros, ce qui lui permet de diffuser les films six mois après leur sortie en salle ». Selon Maxime **Saada**, président du groupe Canal+, « la compensation proposée par la plateforme américaine s'élève à 115 millions d'euros » sur trois ans pour le financement du cinéma, soit 38 millions d'euros par an en moyenne, au lieu des 45 millions d'euros proposés par Disney, mais en tout cas loin des 220 millions d'euros versés par Canal ».



En outre, selon [Variety](#), Netflix, Max et PrimeVideo sont actuellement en pleine négociation avec les organisations cinématographiques françaises pour « obtenir un accès plus rapide aux films nouvellement sortis en salle dans le cadre d'un processus à l'échelle de l'industrie visant à mettre à jour les règles de la chronologie des médias du pays ». Netflix fait actuellement pression pour que sa fenêtre soit réduite à 12 mois, une demande qui est sur la table depuis 2021. Dans tous les cas, Netflix cherche à éviter d'augmenter ses investissements dans les contenus français « au-delà des dépenses actuelles de l'entreprise, que le diffuseur estime à environ 50 millions d'euros par an pour les films en salle ».

### **Royaume-Uni : Les musiciens protestent contre la réglementation britannique sur l'IA**

Plus de 1,000 musiciens, dont Kate Bush et Cat Stevens, ont publié mardi un album silencieux pour « protester contre les changements proposés aux lois britanniques sur le droit d'auteur, qui pourraient permettre aux entreprises technologiques de former des modèles d'intelligence artificielle (IA) en utilisant leur travail ». Tous les bénéfices de l'album seront reversés à l'organisation caritative [Help Musicians](#). Il est important de noter que récemment le Premier ministre Keir [Starmer](#) a proposé d'assouplir les lois qui donnent actuellement aux créateurs et créatrices d'œuvres littéraires, dramatiques, musicales et artistiques le droit de contrôler la manière dont leur matériel peut être utilisé.

### **L'Observatoire européen de l'audiovisuel sur l'impact des entrées en salles sur l'utilisation de la SVOD**

Début février, la première édition d'un nouveau rapport intitulé L'impact des entrées au cinéma sur l'utilisation de la SVOD (The impact of cinema admissions on SVOD usage) a été publiée par [l'Observatoire européen de l'audiovisuel](#), qui fait partie du Conseil de l'Europe à Strasbourg. Le rapport analyse la relation entre l'utilisation de la SVOD et les entrées au cinéma dans neuf pays de l'UE. En comparant la consommation de films dans les cinémas et sur la SVOD, le rapport illustre deux points principaux : (i) les résultats montrent que les films produits dans l'UE ont « une part plus importante des entrées globales dans les cinémas (28%) que leur part dans la consommation de SVOD (22%) » , (ii) « une excellente performance dans les salles de cinéma ne signifie pas automatiquement une excellente performance sur la SVOD ». Les grands succès européens disponibles depuis 1996 sont encore moins susceptibles « de figurer parmi les films européens les plus regardés sur la SVOD : moins de films européens sont disponibles sur la SVOD, et lorsqu'ils le sont, ils arrivent à peine à figurer dans le top 20 ».

## Activités mondiales des plateformes en ligne

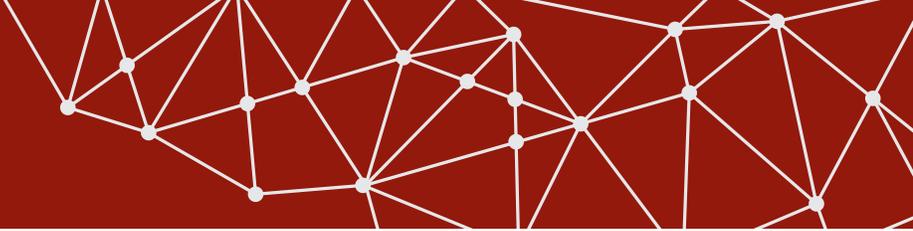
### **Nouveaux plans d'affaires et expansion géographique**

Fin janvier, [Prime Video](#) a signé un accord pluriannuel avec Lionsgate pour la diffusion de films en salles. Prime Video bénéficiera d'une fenêtre de diffusion exclusive sur les films du studio à partir de 2026. L'accord démarrera avec les sorties en salle de 2026 de [Lionsgate](#) disponibles pour les clients américains et Prime Video aura les droits sur un ensemble de films de la liste 2025 du studio. Enfin, l'accord comprend un engagement envers Prime Video pour l'octroi de licences de films et de programmes télévisés de la bibliothèque du studio. « Le diffuseur combinera les films et les programmes télévisés de Lionsgate avec ceux d'Amazon MGM Studios et de ses autres partenaires hollywoodiens ».

Selon [Reuters](#), Netflix étend sa présence dans le secteur des jouets, « en concluant son premier accord de licence principal avec la société Jazwares, à l'origine des populaires peluches Squishmallows, pour développer une ligne de produits inspirée de sa série de science-fiction "Stranger Things" ». Le géant du streaming a accordé au fabricant de jouets le droit de développer une collection « Stranger Things » - comprenant « des figurines, des ensembles de jeu, des véhicules-jouets, des costumes et des peluches - basée sur la série, qui reviendra pour sa cinquième et dernière saison plus tard dans l'année ». En outre, [Netflix](#) envisage de faire une offre pour les droits de diffusion de la Formule 1 aux États-Unis à partir de la saison 2026, à un moment où le service de streaming fait des investissements importants pour développer le contenu sportif en direct.

[Warner Bros. Entertainment](#) a « discrètement adopté une nouvelle approche pour diffuser son contenu sur YouTube ». Depuis le début de l'année 2025, la société « a publié 31 films sur les chaînes YouTube appartenant à Warner Bros », tous disponibles gratuitement. Les films contiennent des publicités, sauf si l'utilisateur est abonné à YouTube Premium. Warner Bros. a publié une liste de lecture sur YouTube avec les films gratuits.

Selon le [Hollywood Reporter](#), la plateforme de vidéo YouTube, propriété de Google, continue d'être « l'acteur dominant de la diffusion en continu financée par la publicité, avec des recettes publicitaires de 10,5 milliards USD au quatrième trimestre, en hausse par rapport aux 9,2 milliards USD de l'année précédente, et dépassant pour la première fois les 10 milliards USD au cours d'un trimestre. YouTube est de loin le plus grand acteur du streaming vidéo financé par la publicité ».



Selon [Variety](#), pour la première fois, en 2025, les diffuseurs en continu dépasseront les radiodiffuseurs commerciaux en termes de dépenses globales de contenu. De nouveaux chiffres publiés par Ampere Analysis prévoient que « les dépenses mondiales en matière de contenu atteindront 248 milliards USD cette année ». De ce chiffre, Ampere affirme que les services de diffusion en continu dépenseront 95 milliards USD en contenu cette année, soit une part de 39%, tandis que les radiodiffuseurs commerciaux en dépenseront 37%. Le reste des dépenses sera couvert par les radiodiffuseurs publics (9%), les studios de cinéma (8%) et la télévision payante (7%).

**Des lectures supplémentaires pour le rapport de mars :**

- Is the international film industry starting to embrace AI?, The Hollywood Reporter, 12 février 2025, [Lien](#).
- Ne Zha 2: the record-breaking Chinese animated film showcases China's ambition on the global stage, The Conversation, 19 février 2025, [Lien](#).

## Sources indicatives

- Trump threatens to launch tariff attack on EU tech regulation, EURACTIV, 22 février 2025, [Lien](#).
- Disney+ signs landmark media chronology agreement in France for reduced nine-month window, Screen Daily, 29 janvier 2025, [Lien](#).
- Netflix, Max and Prime Video negotiate with French film guilds for earlier access to new releases after Disney+ deal, Variety, 6 février 2025, [Lien](#).
- British musicians release a silent album to protest plans to let AI use their work, Associated Press, 25 février 2025, [Lien](#).
- 20% of films perform comparatively better on SVOD than in cinemas, European Audiovisual Observatory, 6 février 2025, [Lien](#).
- Prime Video, Lionsgate Sign Multiyear theatrical movie deal, The Hollywood Reporter, 29 janvier 2025, [Lien](#).
- Netflix expands toy business with 'Stranger Things' licensing deal, Reuters, 29 janvier 2025, [Lien](#).
- YouTube advertising revenues surge past \$10.5B in latest quarter, The Hollywood Reporter, 4 février 2025, [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](mailto:ceim@uqam.ca) / Site web : [www.ceim.uqam.ca](http://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](mailto:coalition@cdc-ccd.org) / Site web : [www.ficdc.org](http://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.

