

# Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

CEIM | GRIC | FICDC ◀

## **DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : ENJEUX DE RÉGLEMENTATION**

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

Rapport d'analyse, novembre 2025

Le rapport de novembre débute avec le Parlement européen, qui soutient fermement la directive de l'Union européenne (UE) sur les services de médias audiovisuels, tout en mettant en garde contre les pressions des États-Unis visant à affaiblir les règles européennes en matière de médias audiovisuels. Pendant ce temps, en Australie, le gouvernement prévoit de nouvelles obligations de contenu pour les plateformes de streaming telles que Netflix et Prime Video, exigeant que 10% des dépenses ou 7,5% des revenus soient consacrés au financement de productions locales. En outre, le rapport met l'accent sur Spotify, qui a lancé une initiative avec les principales maisons de disques afin de développer des outils d'intelligence artificielle (IA) favorisant les artistes et la protection du droit d'auteur. Cependant, la Confédération internationale des éditeurs de musique accuse les géants technologiques tels que Google, Microsoft et OpenAI d'utiliser de la musique protégée par le droit d'auteur pour l'entraînement de l'IA, qualifiant cela de « plus grand vol de propriété intellectuelle de l'histoire humaine ». Par ailleurs, les plateformes mondiales de streaming, qui ont investi deux milliards d'euros dans des productions originales espagnoles en 2024, ont fait de l'Espagne le deuxième marché européen en matière d'investissements des plateformes. Enfin, le rapport met en lumière les récents plans d'affaires et les activités économiques des plateformes numériques, en se concentrant sur Netflix, TikTok, YouTube et Spotify.



## Réglementations, commerce numérique et culture

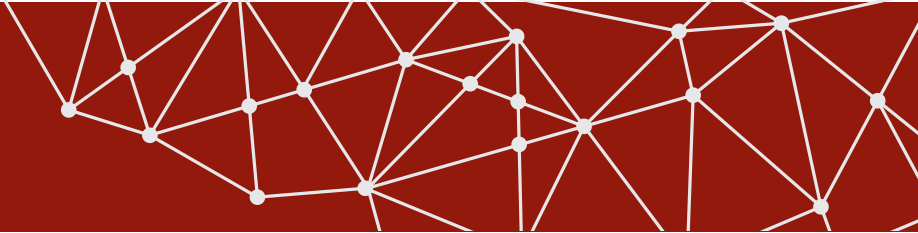
### **La SMA soutenue par le Parlement européen**

Le Parlement européen a exprimé un soutien ferme à la directive de l'UE sur les services de médias audiovisuels (SMA ou [AVMSD](#)), mettant en garde contre ce qu'il qualifie de pressions extérieures des États-Unis visant à atténuer la réglementation européenne des médias audiovisuels. Dans une [résolution](#) adoptée le 23 octobre à [Strasbourg](#), les députés européens ont réaffirmé que la [AVMSD](#) s'applique uniformément à tous les diffuseurs opérant au sein de l'UE – y compris les plateformes de streaming et en ligne basées aux États-Unis – sans discrimination fondée sur l'origine. Le Parlement a souligné que la directive vise à maintenir des conditions de concurrence équitables tout en préservant la diversité culturelle, le pluralisme médiatique et l'intérêt public.

Les députés appellent donc les États membres de l'UE à veiller à ce que les services de médias audiovisuels demeurent exclus des engagements pris dans le cadre de l'accord commercial avec les États-Unis, réaffirmant ainsi le principe de l'exception culturelle européenne. Le commissaire européen à l'Énergie et au Logement, Dan Jørgensen, a qualifié cette question de sujet relevant de la souveraineté culturelle plutôt que du simple accès au marché. S'adressant aux députés, il a déclaré que l'objectif est de « réaffirmer les principes de la directive sur les services de médias audiovisuels et de préserver ce qui fait la singularité de l'Europe : notre diversité culturelle et linguistique, et notre conviction commune que la culture et les médias constituent le fondement de notre démocratie ».

### **Quotas de contenu pour les plateformes de diffusion en continu en Australie**

Selon [Deadline](#), le gouvernement australien a annoncé de nouveaux quotas de contenu pour les plateformes mondiales de streaming. En vertu des nouvelles règles, les principaux services tels que [Netflix](#) et Prime Video – qui comptent plus d'un million d'abonnés en Australie – seront tenus d'allouer 10% de leurs dépenses totales en Australie, ou 7,5% de leurs revenus locaux, à la production de contenus originaux australiens. Cela inclut des programmes de fiction, pour enfants, des documentaires ainsi que des émissions artistiques ou éducatives. Cette régulation des services de streaming intervient à la suite d'une baisse de 18% des dépenses consacrées au cinéma et à la télévision ([TV](#)) sur l'ensemble du secteur en 2023-2024, y compris celles des diffuseurs publics, de la télévision payante et des chaînes commerciales, selon le Rapport de [Screen Australia's Drama](#). Le projet de loi doit être présenté au Parlement australien à la suite de cette annonce.



Le gouvernement travailliste avait depuis longtemps l'intention de mettre en œuvre ces quotas dans le cadre de sa politique culturelle Revive. Cependant, les retards répétés avaient suscité des doutes dans l'industrie locale quant à l'engagement réel du gouvernement envers ce plan. Selon Deadline, « les plateformes mondiales de streaming se sont généralement opposées à ces quotas, arguant que leurs investissements actuels dans le contenu et l'emploi en Australie remplissent déjà l'objectif recherché ».

### **Intelligence artificielle et industrie musicale**

Spotify, la plus grande plateforme mondiale de streaming musical, a annoncé une nouvelle collaboration avec les principales maisons de disques pour développer des outils d'IA de manière « responsable » et centrée sur les artistes. L'entreprise affirme vouloir créer des technologies d'IA qui « placent les artistes et les auteurs-compositeurs au premier plan » tout en protégeant leurs droits d'auteur. Dans le cadre de cette initiative, Spotify obtiendra des licences auprès des trois principaux acteurs du secteur – Sony Music, Universal Music Group et Warner Music Group – ainsi que de l'organisation de droits musicaux, Merlin et de la société musicale numérique, Believe. Bien que Spotify n'ait pas encore précisé la nature exacte de ces outils d'IA, elle a confirmé que leur développement était déjà en cours. Toutefois, certains critiques avertissent que l'augmentation du rôle de l'IA sur la plateforme pourrait réduire les revenus de streaming des artistes humains.

En septembre, la Confédération internationale des éditeurs de musique (ICMP) a publié un nouveau rapport accusant plusieurs grandes entreprises technologiques – notamment Google, Microsoft, Meta, OpenAI et X – d'avoir utilisé de la musique protégée par le droit d'auteur pour entraîner leurs systèmes d'IA. Les œuvres concernées incluraient des chansons d'artistes tels que les Beatles et Michael Jackson. « Il s'agit du plus grand vol de propriété intellectuelle de l'histoire humaine », a déclaré le directeur général de l'ICMP, John Phelan, à Billboard. « Ce n'est pas une exagération. Nous assistons à la violation de dizaines de millions d'œuvres chaque jour ». Le rapport, élaboré sur deux ans, s'appuie sur un large éventail de sources, notamment des registres publics, des dépôts d'accès libre, des documents internes divulgués, des articles de recherche et des analyses indépendantes d'experts en IA. Selon l'ICMP, les preuves montrent que les entreprises technologiques exploitent la création de millions d'artistes et d'auteurs-compositeurs à une échelle mondiale et extrêmement vaste. Le document présente de nombreuses accusations de violation, couvrant aussi bien les paroles, les pochettes d'album que les compositions musicales complètes. Selon Billboard, « plusieurs entreprises d'IA, comme Udio et Suno, sont accusées d'avoir extrait de la musique de YouTube sans autorisation, à partir de données précédemment non divulguées ».




## Les plateformes de diffusion en continu et l'investissement dans le marché audiovisuel espagnol

En 2024, les plateformes mondiales de streaming ont investi deux milliards d'euros (2,2 milliards USD) dans des productions originales espagnoles, faisant de l'Espagne le deuxième marché européen en termes de dépenses des plateformes, derrière le Royaume-Uni (**UK**), qui a reçu 2,9 milliards d'euros (3,1 milliards USD), selon un rapport récent de l'Observatoire européen de l'audiovisuel ([European Audiovisual Observatory](#)). Ce chiffre dépasse largement les niveaux d'investissement observés en France et en Allemagne (environ 800 millions d'euros chacun) ainsi qu'en Italie (700 millions d'euros). Près de 70% des investissements audiovisuels totaux de l'Espagne proviennent désormais des plateformes de streaming, contre seulement 24% en France - une différence qui façonne profondément le paysage audiovisuel du pays. Le financement dépend de plus en plus de ces plateformes, dont l'influence en fait des partenaires incontournables pour la plupart des nouvelles productions. « Aujourd'hui, il nous est tout simplement impossible de lancer une série sans qu'une plateforme ne soit impliquée dans l'équation », déclare Ghislain Barrois, PDG du groupe Méditerranée Mediaset España et de Telecinco Cinema. « Les coûts sont trop élevés, et la pression sur les talents et les équipes est énorme. Les plateformes apportent de l'oxygène - mais elles changent aussi les règles du jeu ».

### Activités mondiales des plateformes en ligne


Dans son rapport financier publié fin octobre, [Netflix](#), le plus grand service de streaming au monde en nombre d'abonnés, a identifié l'IA comme un axe stratégique clé. « Depuis de nombreuses années, l'apprentissage automatique et l'IA alimentent nos recommandations de titres, ainsi que nos technologies de production et de promotion », a indiqué [Netflix](#) dans une lettre adressée à ses actionnaires. La plateforme a décrit l'IA générative comme une « opportunité majeure » pour renforcer plusieurs aspects de son activité - de l'amélioration des recommandations et de la publicité à la création de nouveaux films et séries. « Nous équipons les créateurs d'un large éventail d'outils d'IA générative afin de les aider à concrétiser leur vision et à proposer des titres encore plus captivants à nos abonnés », a précisé la firme multinationale. Netflix a cité plusieurs exemples récents pour cette approche, notamment l'utilisation d'outils d'IA générative pour rajeunir numériquement des personnages dans *Happy Gilmore 2*, ainsi que pour aider à la conception des costumes et des décors lors de la préproduction de la série *Billionaires' Bunker*.



Selon [The Hollywood Reporter](#), YouTube a généré 10,3 milliards USD de revenus publicitaires au cours du troisième trimestre, confirmant sa position dominante sur le marché mondial de la publicité numérique. La société mère [Alphabet](#) a annoncé un chiffre d'affaires total de 102,35 milliards USD, en hausse de 16% sur un an - dépassant les prévisions des analystes, qui tablaient sur 100,14 milliards USD de revenus. Les revenus publicitaires de YouTube ont augmenté de 15% par rapport aux 8,9 milliards USD enregistrés à la même période l'an dernier, et sont également en hausse par rapport aux 9,8 milliards USD du trimestre précédent. Selon [The Hollywood Reporter](#), « cette croissance reflète la position dominante de YouTube dans la part d'audience télévisuelle aux États-Unis, où la plateforme a représenté 12,6% de l'ensemble des visionnages en septembre - devant Netflix et les autres grands concurrents du streaming ».

Selon [TechCrunch](#), TikTok a révélé début novembre qu'il organiserait sa toute première cérémonie des [TikTok Awards](#) aux États-Unis. L'événement récompensera les créateurs les plus talentueux dans plusieurs catégories, notamment « Créateur de l'année », « Vidéo de l'année », « Muse de l'année » et « Artiste révélation de l'année », entre autres. Cette annonce a été faite à la suite du lancement du programme « Ring » d'[Instagram](#), mais à la différence de ce dernier - qui reste un projet purement numérique -, « TikTok opte pour un format plus traditionnel : une cérémonie de remise de prix en direct, en présence du public, où les lauréats seront annoncés sur scène. ». Selon l'entreprise, l'événement comprendra « un tapis rouge, des performances en direct et un public composé de centaines de créateurs ».

D'après le UK Video Trends Report 2025 publié par [TiVo](#), les téléspectateurs du Royaume-Uni regardent désormais davantage la télévision des chaînes publiques via les applications que par diffusion hertzienne traditionnelle. Le rapport indique que 52,7 % de la consommation de la télévision des diffuseurs se fait aujourd'hui via des applications, contre 48,3% par voie hertzienne - en baisse par rapport à 52,9% en 2024 et 61,2% en 2023. Cela marque un tournant majeur dans la manière dont les spectateurs accèdent aux contenus de la [BBC](#), d'ITV, de Channel 4 et d'autres diffuseurs du service public.



Paramount et Comcast ont investi ensemble plus d'un milliard USD dans SkyShowtime, mais la plateforme européenne de streaming détenue conjointement continue d'afficher des pertes. Marquant son troisième anniversaire depuis son lancement dans 20 marchés - dont l'Espagne et la Pologne - en septembre 2022, SkyShowtime a enregistré une perte opérationnelle de 543,7 millions d'euros (630,5 millions USD) l'an dernier. Toutefois, ce chiffre représente une amélioration de 3% par rapport à 2023, lorsque les pertes s'élevaient à 561,9 millions d'euros.

Netflix fait officiellement son entrée dans le secteur du podcast. Le géant du streaming a signé un accord avec Spotify pour proposer à ses abonnés dans le monde entier une sélection de podcasts originaux, dont plusieurs émissions issues de The Ringer, fondé par Bill Simmons. « Les entreprises n'ont pas révélé les détails financiers ni la durée de l'accord de licence ». Selon leur communiqué conjoint, ce partenariat introduira une sélection de podcasts consacrés au sport, à la culture, au style de vie, produits par Spotify Studios et The Ringer. Ces contenus « complètent la programmation existante de Netflix et offrent aux émissions un accès à de nouveaux publics et une plus large distribution ».

### **Des lectures supplémentaires pour le rapport de novembre :**

- New laws will force streaming giants to invest in local content – but it's too soon to celebrate, The Conversation, 6 novembre 2025, [Lien](#).
- Why industry-standard labels for AI in music could change how we listen, The Conversation, 13 octobre 2025, [Lien](#).

## Sources indicatives

- Parliament wants the EU to protect its film industry in negotiations with the US, News European Parliament, 23 octobre 2025, [Lien](#).
- Australia introduces 'landmark' streaming content quotas, Deadline, 4 novembre 2025, [Lien](#).
- Spotify working on AI music tools with major record labels, BBC, 16 octobre 2025, [Lien](#).
- The largest IP theft in human history' breaking down the years-long investigation into how AI films are stealing music, Billboard, 2 septembre 2025, [Lien](#).
- YouTube advertising hits \$10.3 billion as it takes growing share of TV market, The Hollywood Reporter, 29 octobre 2025, [Lien](#).
- TikTok announces its first awards show in the US, TechCrunch, 3 novembre 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.