

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

DES DÉBATS TRANSNATIONAUX SUR LA RÉGLEMENTATION DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES

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

Rapport d'analyse, mars 2023

Le rapport de mars débute par les débats autour du paquet « Espace de connectivité de l'Union européenne (UE) et de la contribution potentielle des entreprises technologiques américaines, telles que Google, Facebook ou Netflix, au financement des infrastructures de télécoms et d'internet européennes. Le rapport met également en évidence les nouveaux plans politiques du gouvernement australien visant à imposer des obligations d'investissement destinées au contenu australien à Netflix, Disney+, Prime Video et d'autres diffuseurs internationaux. Par ailleurs, le rapport traite des négociations plurilatérales sur le commerce électronique au sein de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). En outre, le rapport met l'accent sur la lutte pour les abonnés et l'expansion géographique des plateformes en ligne et, enfin, il se penche sur de nouveaux partenariats et plans d'affaires de services de diffusion en continu transnationaux, en se concentrant sur Netflix, Disney+, Paramount+ et Spotify.




Enjeux de régulation, commerce numérique et culture

Paquet de connectivité de l'Union européenne

Fin février, la Commission européenne a présenté des propositions concernant son paquet de connectivité, comprenant des mesures pour stimuler le déploiement des réseaux à haut débit en Europe et une large consultation exploratoire sur « la rémunération équitable des réseaux ». Le commissaire chargé du marché intérieur, Thierry Breton, a explicitement mentionné que « l'Internet à haut débit nécessite des investissements élevés. C'est pourquoi, en plus de faciliter le déploiement du réseau à court terme, la Commission explore la question importante de savoir qui devrait payer pour la prochaine génération d'infrastructures de connectivité ». Ainsi, pour la Commission européenne, l'un des principaux objectifs de la consultation publique sera de lancer un dialogue ouvert avec les parties prenantes « sur la nécessité potentielle pour tous les acteurs bénéficiant de la transformation numérique de contribuer équitablement aux investissements dans les infrastructures de connectivité ». Ici, la question se concentre sur la « part équitable » des entreprises technologiques américaines, telles que Google, Facebook ou Netflix, dans le financement des infrastructures de télécoms et d'internet européennes - notamment le déploiement de la 5G et des câbles fibre -, dans la mesure où ces entreprises technologiques utilisent une part importante du trafic en ligne. Il convient de rappeler que, fin septembre 2022, les grandes entreprises de télécommunications européennes, telles que Deutsche Telekom, Telefonica, Vodafone et Orange, ont publié une déclaration qui se concentre sur la crise énergétique et les objectifs de l'UE en matière de changement climatique et ont appelé à une « contribution équitable » de la part des plus grands générateurs du trafic en ligne, tels que Google, Netflix ou Facebook, aux « coûts considérables qu'ils occasionnent actuellement aux réseaux européens ».

De leur côté, les entreprises technologiques considèrent cette initiative comme une taxe sur Internet « qui sapera les règles de neutralité du réseau de l'UE » en vue de traiter tous les utilisateurs de manière égale. Cette préoccupation émane également de certaines organisations de la société civile, dont les préoccupations portent sur les conséquences potentielles concernant la neutralité de l'internet, soit "le principe selon lequel les fournisseurs de services internet doivent fournir un accès à tous les contenus à la même vitesse".



Par ailleurs, en octobre dernier, l'Organe des régulateurs européens des communications électroniques ([BEREC](#)) a rendu un avis négatif sur l'initiative de la Commission européenne, considérant d'éventuelles violations du principe de neutralité du net. Le BEREC a souligné que « l'internet a une capacité éprouvée à s'adapter aux conditions changeantes, y compris l'augmentation du volume de trafic et l'évolution des modèles de demande » et a insisté sur le fait que les plateformes devraient optimiser « l'efficacité des données sur leurs services via les choix de techniques appropriées, en vue de réduire leur empreinte environnementale ». Selon [EURACTIV](#), l'initiative de l'UE visant à « faire contribuer les plateformes de contenu en ligne au coût de l'infrastructure numérique » est aussi liée « aux volumes croissants de données utilisées par le métaverse et les mondes virtuels ».

L'Australie prévoit d'imposer des quotas d'investissement sur les plateformes de diffusion en continu

Fin janvier, le gouvernement australien a dévoilé son plan d'imposer des obligations d'investissement pour le contenu australien à Netflix, Disney+, Prime Video et d'autres diffuseurs internationaux. Cette initiative fait partie de la nouvelle proposition du gouvernement sur la politique culturelle nationale « [Revive](#) », un plan quinquennal visant à raviver et à renouveler le paysage culturel au sens large, en se concentrant sur le secteur des arts, du divertissement et de la culture. Selon [Deadline](#), les quotas d'investissement seront mis en place d'ici le 1er juillet 2024 et le niveau d'investissement requis sera fixé à 20 %, même si cela n'a pas été confirmé et que des consultations avec les diffuseurs auront lieu au cours des six prochains mois pour définir la législation. De leur côté, les diffuseurs nationaux ont déjà des obligations d'investissement et Foxtel de News Corp, le leader du marché de la télévision payante, est tenu de consacrer 10 % de ses dépenses à la production locale. Selon [ScreenDaily](#), la proposition du gouvernement australien reconnaît que « les plateformes produisent du contenu australien de haute qualité. Cependant, contrairement aux services de diffusion en clair et de télévision par abonnement, ces services n'ont aucune obligation de mettre du contenu australien disponible dans leurs catalogues. La disponibilité immédiate de contenus produits dans d'autres pays, en particulier aux États-Unis, risque d'étouffer la voix des récits australiens ». Enfin, selon la [proposition](#), « les Australiens regardent désormais plus de contenu sur les plateformes de diffusion en continu que via les diffuseurs traditionnels et l'industrie nationale de la vidéo à la demande en ligne a augmenté de 50 % en 2021 pour atteindre 1,7 milliards USD de revenus totaux ».




Négociations sur le commerce électronique à l'OMC

Selon [Inside US Trade](#), les participants aux négociations plurilatérales sur le commerce électronique de l'OMC souhaitent conclure leurs pourparlers d'ici la fin de l'année 2023, même si des questions cruciales, telles que les flux transfrontaliers, restent en suspens. Le nombre total de membres de l'[OMC](#) participant aux négociations est de 88, dont l'UE, les États-Unis, la Chine et le Japon. L'objectif de l'accord est d'établir un ensemble de règles internationales pour régir l'économie numérique. Selon l'OMC, lors des réunions de février, les participants se sont concentrés sur le traitement non discriminatoire des produits numériques.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Expansion géographique et lutte pour les abonnés

La société de diffusion en continu [Netflix](#) a décidé de baisser ses tarifs dans plus de 30 pays, alors qu'elle cherche à attirer plus d'abonnés. Les tarifs ont été réduits dans un grand nombre de pays d'Asie, d'Europe, d'Amérique latine, d'Afrique subsaharienne et du Moyen-Orient, dont l'Indonésie, la Thaïlande, la Croatie, la Bulgarie, le Venezuela, l'Iran et le Kenya. En revanche, les prix restent les mêmes sur des marchés-clés pour [Netflix](#) tels que les États-Unis, le Royaume-Uni, le Canada, l'Allemagne, la France, l'Inde, le Mexique et le Brésil. Plus précisément, dans la région subsaharienne de l'[Afrique](#), le forfait mobile de Netflix coûte environ 3 USD et il est conçu pour « être accessible à la grande majorité de la population ». Il convient de noter que le nombre d'abonnements à la vidéo à la demande en Afrique devraient atteindre 13,7 millions en 2027, contre 4,89 millions à la fin de 2021. Comme l'a mentionné le [Wall Street Journal](#), « Netflix a réduit le coût de son service, alors qu'il essaie d'attirer des clients qui disposent déjà d'une liste croissante d'options de diffusion en continu », en cherchant à rendre Netflix plus compétitif par rapport aux autres services régionaux. Par exemple, dans la région subsaharienne de l'Afrique, [Showmax](#), propriété du géant sud-africain des médias MultiChoice, opère dans les 50 pays de la région et a été le premier service de diffusion en continu sur le continent à proposer un abonnement mobile.




Disney+ a perdu 2,8 millions d'abonnés nets au cours des trois derniers mois de 2022 et la base d'abonnés a diminué pour la première fois depuis le lancement du service en novembre 2019. Disney+ compte désormais 161,8 millions d'abonnés dans le monde contre 164,2 millions abonnés au dernier trimestre. La majorité de ces pertes se sont produites en Inde, où Disney a perdu les droits de diffusion du cricket de la Première ligue Indienne. En outre, le service de Disney, Hulu, a gagné 0,8 million d'abonnés au cours du dernier trimestre pour s'établir à 48,0 millions et ESPN + de Disney en a gagné 0,6 million pour s'établir à 24,9 millions. En outre, Disney prévoit de supprimer 7 000 emplois, ce qui représente 3,2 % de ses effectifs mondiaux.

Enfin, Spotify est devenu le premier service de diffusion en continu de musique en dépassant les 200 millions d'abonnés payants. Selon The Verge, le nombre d'abonnés premium de Spotify est passé à 205 millions au 31 décembre, ce qui représente une augmentation de 14 % par rapport à l'an dernier. Les utilisateurs actifs mensuels de Spotify atteignent 489 millions, soit une augmentation de 20 %. Ce nombre inclut les abonnés utilisant le service basé sur la publicité. En outre, Spotify a annoncé des licenciements touchant 6 % de ses effectifs, soit environ 600 salariés.

Nouveaux partenariats et plans d'affaires

Selon TechCrunch, Spotify a lancé fin février une nouvelle fonctionnalité d'intelligence artificielle (IA) appelée « DJ » pour mieux « personnaliser l'expérience d'écoute musicale de ses utilisateurs ». Semblable à une radio, la nouvelle fonctionnalité mettra en file d'attente la musique en fonction des goûts musicaux de l'utilisateur et de l'historique d'écoute et, en même temps, elle fournira un commentaire vocal alimenté par l'IA sur les morceaux et les artistes, en utilisant une « voix incroyablement réaliste ». Comme The Verge l'a mentionné, la fonction « DJ » utilise « une voix synthétisée pour offrir une expérience d'écoute radio personnalisée ». C'est la première fois que Spotify utilise l'IA générative via OpenAI (la société derrière ChatGPT). Selon Spotify, la nouvelle fonctionnalité est « un DJ d'AI génératif, expressif et réaliste qui offre une gamme personnalisée de musique et de commentaires à chaque utilisateur, qui ne sait pas exactement ce qu'il souhaite entendre ». La version de DJ est déployée en anglais pour les utilisateurs de Spotify Premium aux États-Unis et au Canada.



Enfin, selon [Variety](#), Showtime sera intégré au service de diffusion en continu de Paramount+, ce qui entraînera un changement de marque de la chaîne de télévision payante en « Paramount+ With Showtime ». Showtime est un réseau de télévision premium américain appartenant à Paramount Media Networks. À cet égard, le contenu de [Showtime](#) sera intégré au catalogue de Paramount+ et les originaux de Paramount+ rejoindront l'offre linéaire de Showtime. Selon [Paramount](#), Paramount + deviendra « une marque multiplateforme parmi les différentes plateformes numériques - et la première du genre à intégrer de cette manière du contenu linéaire dans la diffusion en continu ». Comme l'a souligné [CNBC](#), « les mesures interviennent alors que les entreprises de médias s'efforcent de rentabiliser leurs activités de diffusion en continu ». En novembre dernier, Paramount a annoncé que Paramount+ comptait 46 millions d'abonnés.

Des lectures supplémentaires pour le rapport de mars :

ChatGPT is a data privacy nightmare. If you've ever posted online, you ought to be concerned, *The Conversation*, 8 février 2023, [Lien](#).

Cultural industries have been captured by billionaires – a new book considers what we can do about it, *The Conversation*, 23 novembre 2022, [Lien](#).

Sources :

- EU Commission launches Connectivity Package with 'fair share' consultation, *EURACTIV*, 23 février 2023, [Lien](#).
- EU Commission moves to link 'fair share' debate with the metaverse, *EURACTIV*, 10 janvier 2023, [Lien](#).
- Australia to impose local content streaming quotas by mid-2024, *ScreenDaily*, 30 janvier 2023, [Lien](#).
- WTO e-commerce participants aim to conclude talks by end of year, *Inside US Trade*, 27 février 2023, [Lien](#).
- Netflix slashes subscription fees in select African countries, *Business Insider Africa*, 22 février 2023, [Lien](#).
- Netflix cuts subscriptions prices in over 30 countries, *The Wall Street Journal*, 23 février 2023, [Lien](#).
- Africa is our home: fighting off global rivals like Netflix African SVODs tout tailor-made local strategies, *Variety*, 2 février 2023, [Lien](#).
- Spotify is first music streaming service to surpass 200M paid subscribers, *The Verge*, 31 février 2023, [Lien](#).
- Spotify launches DJ, a new feature offering personalized music with AI-powered commentary, *TechCrunch*, 22 février 2023, [Lien](#).
- Showtime to combine with Paramount+, rebrand with new name, *CNBC*, 30 janvier 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.



FICDC
FÉDÉRATION INTERNATIONALE DES COALITIONS
POUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE