

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

RÈGLES DU JEU ÉQUITABLES DANS LE MARCHÉ NUMÉRIQUE : UN ENJEU TRANSNATIONAL

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


Rapport d'analyse, Octobre 2020

Dans le contexte de la pandémie mondiale de COVID-19, il devient de plus en plus crucial pour un grand nombre d'acteurs impliqués d'établir des règles du jeu équitables dans le marché numérique. L'objectif est de repenser la contribution financière des plateformes numériques mondiales et de créer les conditions pour une rémunération juste et équitable des créateurs de contenu. Le rapport d'octobre revient sur les discussions autour du nouveau code de conduite australien pour les plateformes en ligne, en se concentrant sur de nombreuses préoccupations exprimées par des plateformes numériques. En outre, il s'agit d'analyser la confrontation politique entre les plateformes numériques mondiales, les autorités publiques et les créateurs de contenu dans d'autres contextes nationaux. Enfin, le rapport met en lumière à la fois les débats au sein de l'Union européenne (UE) et de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) concernant la taxe sur les services numériques et les négociations bilatérales en cours entre les États-Unis et le Royaume-Uni.

Lutte pour des règles du jeu équitables

Des discussions en Argentine et au Brésil

Les débats entourant la régulation des géants du Web se font plus nombreux en Amérique latine depuis les derniers mois.



Au début de septembre, la Commission des communications et de l'informatique de la Chambre des députés argentine a organisé une réunion, portant sur les "Régulation, co-régulation et responsabilités des plateformes pour un Internet libre et ouvert", ce qui a permis de susciter un débat sur les différentes perspectives de la réglementation des plateformes numériques en Argentine.

Dans la même veine, lors d'un événement organisé par le Laboratoire des Politiques de Communication (LaPCom) de l'Université de Brasilia (UnB), Cristiano Flores, président de l'Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT), a souligné la nécessité de mener des discussions en vue de construire de nouvelles normes pour les médias et les plateformes numériques. « Il faut avancer dans la symétrie de traitement entre les acteurs qui agissent sur Internet et ceux qui agissent via d'autres médias ». Au Brésil, des débats se poursuivent au Congrès sur un projet de loi sur les fake news, initialement présenté au début de juillet 2020.

Le Canada envisage de préparer une nouvelle loi

Au Canada, lors de son discours du Trône fédéral, le gouvernement libéral a exprimé sa volonté politique d'adopter une nouvelle loi afin de réglementer davantage les géants du numérique, comme Netflix ou Google, lutter contre l'évasion fiscale de la part des plateformes en ligne mondiales, ainsi que d'aborder la question de la découvrabilité culturelle et de la contribution financière des plateformes numériques dédiée aux expressions culturelles. Selon le discours du Trône, « les géants du Web empochent l'argent des Canadiens et imposent leurs propres priorités. Les choses doivent changer et elles vont changer. Le gouvernement agira afin d'assurer un partage avec nos créateurs et nos médias, en plus d'exiger qu'ils contribuent à la création, à la production et à la diffusion de nos histoires à l'écran, en parole, en musique et à l'écrit ».

À cet égard, le gouvernement canadien cherche à imposer des obligations, notamment financières, aux médias sociaux mondiaux, tels que Google et Facebook, ainsi qu'à des plateformes de divertissement en ligne, telles que Netflix ou Disney, afin d'établir un équilibre plus juste vis-à-vis des industries culturelles nationales, des professionnels de la culture et des médias traditionnels. Le Canada emboîterait donc le pas à certains pays au sein de l'Union européenne (UE), comme la France, l'Allemagne, l'Italie, le Danemark, la Pologne et la Communauté flamande de Belgique, qui ont développé des obligations pour les fournisseurs non nationaux de services de médias audiovisuels à la demande.

Préoccupations concernant le code de conduite obligatoire pour les médias d'information et les plateformes numériques

À la mi-septembre, Rob Sims, l'auteur du projet de loi australien sur les plateformes en ligne et la rémunération des créateurs de contenu, a déclaré que le projet de loi serait modifié afin d'inclure certaines préoccupations exprimées par des plateformes numériques, telles que Google et Facebook. Rob Sims, président de l'Australian Competition and Consumer Commission, a souligné que parmi les préoccupations se trouve la crainte qu'en vertu du Code, « les entreprises de presse soient en mesure de contrôler d'une manière ou d'une autre les algorithmes des plateformes numériques », ajoutant également que « il n'y a rien dans le code qui oblige Google ou Facebook de partager les données des utilisateurs ».

Le code de conduite pour les médias d'information et les plateformes numériques - préparé par l'Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) - permettrait aux médias d'information et aux plateformes numériques globales de participer à des négociations visant à fixer des rémunérations équitables pour le contenu qui apparaît dans les fils d'actualité et les résultats de recherche. À cet égard, si Google et Facebook souhaitent continuer à bien opérer dans le marché numérique australien, ils seront contraints de se conformer au Code, même si ce dernier ne définit pas le montant de rémunération pour les créateurs de contenu.

Le Code prévoit également d'attribuer des pouvoirs d'arbitrage auprès de l'Australian Communications and Media Authority, qui pourrait remédier au déséquilibre de négociation entre les géants du numérique et les médias traditionnels. En ce sens, si les négociations échouent, la question pourrait être arbitrée par l'Autorité, qui choisirait laquelle des offres finales des deux parties est la plus raisonnable dans un délai de 45 jours ouvrables. Le Code ne s'appliquera initialement qu'à Google et Facebook. L'Autorité pourrait aussi infliger une amende d'environ 81 000 USD aux géants de la technologie pour des infractions mineures liées au code. Si l'affaire devait être portée devant les tribunaux, le montant le plus élevé atteindrait environ 6 millions USD. Cependant, il convient de noter qu'en Australie, les revenus publicitaires de Google s'élèvent à 4,3 milliards USD en 2019 et ceux de Facebook à 0,7 milliard USD.

Réactions de la part de Google et Facebook

Si le gouvernement australien insiste sur ce changement de réglementation, Google et Facebook semblent déterminés à ne pas payer pour le contenu qui apparaît sur leurs principaux services, tels que le moteur d'actualité de Google et le fil d'actualité de Facebook. Facebook menace de supprimer toutes les actualités des pages de Facebook australiennes et d'empêcher les utilisateurs australiens de partager des actualités sur sa plateforme. Il faut mentionner que plus d'un tiers des Australiens reçoivent les actualités sur Facebook. Selon le Digital News Report de 2020, plus de la moitié des Australiens reçoivent des actualités sur les réseaux sociaux ; par ailleurs, moins d'utilisateurs australiens (39%) utilisent le fil d'actualité de Facebook pour les actualités que la moyenne mondiale (42%).

Will Easton, le directeur général de Facebook en Australie et Nouvelle-Zélande, a souligné que le projet de loi « saisit mal la dynamique d'Internet et nuira aux médias et entreprises de presse que le gouvernement tente de protéger ». En outre, dans une lettre ouverte, publiée à la mi-août, la directrice générale de Google en Australie, Mel Silva, a déclaré que le projet de code était « irréalisable » et qu'il ignorait « l'importante valeur que Google offre aux éditeurs d'actualités ».

Diviser pour mieux régner

Fin juin 2020, Google a annoncé le lancement d'un programme de licence afin de rémunérer les éditeurs de presse locaux et nationaux et de les aider à monétiser leur contenu. À la suite de cette annonce, Google a noué des accords avec environ 200 médias en provenance d'Allemagne, du Brésil, du Royaume-Uni, d'Argentine ou du Canada : Der Spiegel, Die Zeit, El Litoral, Stern ...


L'objectif du géant californien est de reprendre de contenus de qualité dans un nouvel espace de son service d'actualités, appelé Google News Showcase et déployé depuis le 1er octobre. Google, qui compte consacrer à ce nouveau service 1 milliard de dollars sur trois ans, consent alors à payer pour des contenus. En ce sens, Google vise à propager son modèle de rémunération basé sur des accords de licence établis avec des éditeurs et à saper les initiatives des autorités publiques dans plusieurs pays en vue d'instaurer un « droit voisin » qui permettrait la rémunération pour la reprise du contenu.

Bataille féroce et longue

Ce n'est pas la première fois qu'un gouvernement national vise à forcer Google et Facebook à payer les médias traditionnels ou les créateurs pour le contenu d'actualité apparu sur leurs plateformes. En 2014, une loi espagnole obligeait les éditeurs à facturer à Google les titres et les extraits de leurs articles publiés sur Google Actualités. En réponse, le géant numérique californien a supprimé le service Google Actualités en Espagne et a retiré les éditeurs espagnols de son service d'actualités dans le monde entier. En plus, en octobre 2019, la France a été le premier pays européen à mettre en œuvre la directive de l'UE sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique. À cet égard, Google a mentionné qu'il ne compterait pas rémunérer les éditeurs de presse pour partager leurs contenus sur son moteur de recherche. Par ailleurs, il a annoncé que sur les résultats de recherche, il ne publierait plus de petits extraits d'articles de presse au-dessous des liens web, également appelés extraits, pour les internautes français.

Pour conclure, au cours de ces dernières années, la dispute est liée au fait qu'un échange réciproque entre géants de la technologie numérique et créateurs de contenu ne conduit pas à un bénéfice mutuel. En d'autres termes, dans l'économie numérique du partage, les créateurs offrent du contenu abondant et les plateformes offrent des canaux de diffusion mondiaux. Cependant, les bénéfices de cet échange réciproque ne sont pas équitablement partagés et les plateformes en ligne génèrent des revenus à partir de contenus qu'elles n'ont pas créés ni payés. À cet égard, les créateurs de contenu exigent un bénéfice plus équitable et juste dans une économie de partage extrêmement prospère. Comme le souligne Terry Flew, professeur à l'Université de technologie du Queensland, « chaque acteur tire profit de l'autre [...] L'Australie a proposé qu'il y ait un juste prix pour l'avantage financier obtenu par les plateformes ».

En outre, pour les régulateurs nationaux, le nouveau code obligatoire australien pourrait créer un précédent juridique, entraînant de nouvelles législations sur la rémunération des créateurs de contenu et résultant en des paiements plus importants dans d'autres pays. Cependant, le code australien reste une réponse individuelle et nationale à un enjeu global, qui affecte la viabilité économique des créateurs de contenu à travers le monde.



Il est clair qu'une action collective, plurilatérale et simultanée, mise en place par plusieurs gouvernements nationaux, pourrait avoir un impact beaucoup plus significatif sur les pratiques des entreprises technologiques et sur leur modèle économique.


Taxe numérique : discussions au sein de l'UE et de l'OCDE

Mi-septembre, la France a proposé que l'UE mette en place une taxe sur les services numériques lors du premier trimestre de 2021, si les négociations multilatérales au sein de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) ne parviennent pas à créer un large consensus pour un cadre mondial quant à la taxe sur les services numériques. À cet égard, le ministre français des Finances, Bruno Le Maire, a souligné que « les États-Unis ne souhaitent pas un accord sur la fiscalité numérique à l'OCDE. Donc, ils créent des obstacles qui nous empêchent de parvenir à un accord, même si le travail technique est fait ». Pour sa part, l'OCDE a l'intention de publier des plans techniques à la mi-octobre sur la manière de taxer les grandes entreprises numériques par-delà des frontières nationales et sur un impôt minimum sur les sociétés au niveau mondial.

À noter qu'à la fin du mois de juin, les États-Unis ont décidé de ne plus participer aux négociations de l'OCDE sur la fiscalité numérique, incluant environ 140 pays. La raison principale est qu'un certain nombre d'États visent à adopter des taxes sur les entreprises numériques au-delà d'un certain seuil de revenus, ce qui affectera notamment les firmes numériques américaines, telles que Google, Facebook, Netflix ou Amazon.

Négociations de libre-échange entre le Royaume-Uni et les États-Unis

Fin septembre, les États-Unis et le Royaume-Uni ont conclu le quatrième cycle de négociations pour un accord commercial bilatéral et un cinquième cycle est prévu pour la mi-octobre. Le cinquième cycle sera le dernier avant les élections américaines de novembre. La secrétaire britannique au Commerce, Liz Truss, a déclaré que « des progrès significatifs ont été accomplis depuis le lancement des négociations en mai 2020, et la plupart des chapitres en sont maintenant à un stade avancé de discussion ». Comme l'a mentionné Inside US Trade, les États-Unis et le Royaume-Uni cherchent à « soumettre l'accord au Congrès avant avril pour s'assurer qu'il soit couvert par la Trade Promotion Authority (anciennement appelée Fast-Track Authority), qui expire l'été prochain ».



Le quatrième cycle s'est concentré, entre autres, sur le commerce transfrontière des services et les subventions industrielles. Des réunions supplémentaires en dehors du cycle officiel ont porté sur les télécommunications, la propriété intellectuelle et l'accès aux marchés.

Début septembre, un groupe consultatif issu du Creative Industries Council (CIC) du Royaume-Uni a proposé aux négociateurs britanniques de rechercher des dispositions plus strictes sur la propriété intellectuelle que celles que l'administration américaine avait convenues dans les accords commerciaux précédents, comme ceux du Partenariat transpacifique et de l'Accord États-Unis-Mexique-Canada. Le CIC est coprésidé par deux membres du cabinet britannique et le directeur général de BBC Studios. Il comprend 25 autres représentants de l'industrie créative et un autre député du Parlement. Un représentant de Google, Ronan Harris, vice-président de Google UK & Ireland, siège également au CIC.

Enfin, vu les positions antérieures de l'administration des États-Unis et du gouvernement conservateur britannique, les négociations commerciales entre les deux pays suscitent de vives inquiétudes concernant l'exception culturelle. Il est probable que l'objectif des États-Unis et du Royaume-Uni serait d'inclure les services culturels et audiovisuels dans l'agenda des négociations et de traiter les services culturels et audiovisuels en ligne dans un seul chapitre consacré au commerce électronique, en éliminant toute forme d'intervention publique en matière de ce type de services. À cet égard, l'impact serait de limiter le droit du gouvernement britannique d'adopter et de mettre en œuvre des politiques pour soutenir la production, la distribution et la consommation de contenu numérique local.

Sources :

- News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code, [Lien](#).
- ACCC Digital Platforms Inquiry, [Lien](#).
- Google open letter to Australians, [Lien](#).
- Digital News Report: Australia 2020, [Lien](#).
- A Stronger and more Resilient Canada, Speech from the Throne, 23 septembre, [Lien](#).
- Intellectual Property in Free Trade Agreements: A briefing paper for UK Trade Negotiators from the Creatives Industries, [Lien](#).
- Google will pay some press publishers in Germany, Australia, Brazil, Politico, 25 juin, [Lien](#).
- Can Australia Force Google and Facebook to Pay for News, Wired, 30 août, [Lien](#).
- Why Google and Facebook are being asked to pay for the news they use, The Guardian, 4 septembre, [Lien](#).
- France: EU should implement digital services tax early in 2021 if no OECD deal is struck, Inside US Trade, 11 septembre, [Lien](#).
- US, UK consolidate chapter texts as talks reach 'advanced stages', Inside US Trade, 22 septembre, [Lien](#).
- OECD sees solid basis for finalising global tax talks, Reuters, 22 septembre, [Lien](#).
- Australia to amend law making Facebook, Google pay for news, Associated Press, 17 septembre, [Lien](#).
- Face aux médias, Google tente d'imposer son modèle d'accords de licence, Le Monde, 1 octobre 2020, [Lien](#).

Ce numéro bénéficie du soutien de la Coalition autrichienne pour la diversité culturelle.

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



Österreichische
UNESCO-Kommission
Austrian Commission
for UNESCO