

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

DES DÉFIS POLITIQUES ET ÉCONOMIQUES POUR LA GOUVERNANCE DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES

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

Rapport d'analyse, Mai 2021

Le rapport de mai met tout d'abord en évidence la compatibilité entre l'accord États-Unis, Mexique, Canada (AEUMC) et un nouveau projet de loi mexicain visant à imposer des quotas de contenu national sur les catalogues de plateformes audiovisuelles numériques ; il s'agit également d'analyser les récents défis réglementaires liés à l'intelligence artificielle (IA) et la contribution financière des plateformes à la création culturelle. Ensuite, il se tourne vers plusieurs activités transnationales de plateformes en ligne, en se penchant sur leur expansion dans des nouveaux marchés (Afrique subsaharienne, Australie, Nouvelle-Zélande) et sur les enjeux liés à leurs dépenses de contenu original et à la rémunération des créateurs.

Réglementation des plateformes en ligne

Incompatibilité entre la nouvelle législation mexicaine sur les services vidéo en ligne et l'AEUMC ?

Le gouvernement mexicain cherche à promouvoir une nouvelle loi fédérale sur la cinématographie et l'audiovisuel, qui imposerait un quota de 15 % de contenu national aux catalogues des plateformes de streaming, telles que Netflix ou Amazon Prime Video.



Cependant, selon l'Association latino-américaine d'Internet ([ALAI](#)) et l'Alliance for Trade Enforcement ([AFTE](#)), l'introduction de quotas sur le marché mexicain de l'audiovisuel en ligne risquerait de déclencher des arbitrages internationaux contre le Mexique pour violation de l'AEUMC. Dans une interview au [El Heraldo de México](#), Sissi de la Peña, porte-parole de l'ALAI, a mentionné qu'une nouvelle législation qui imposera des quotas de contenu national aux plateformes en ligne « violera les chapitres sur les télécommunications et le commerce numérique de l'AEUMC » et, plus spécifiquement, les dispositions qui indiquent qu'aucune des parties n'accordera un traitement moins favorable à un produit numérique. En effet, à la suite de l'introduction de quotas, les entreprises technologiques pourraient « engager des arbitrages en faisant valoir un traitement discriminatoire ». Par ailleurs, selon l'AFTE, qui réunit 19 associations d'affaires majeures des États-Unis, la nouvelle loi pourrait violer des articles divers de l'AEUMC, tels que les articles 14.4, 14.10, 15.3 et 19.4. Il convient de mentionner que les accords de libre-échange incluent différents types de normes et d'exceptions concernant la définition et le traitement du contenu culturel numérique. À cet égard, si les négociateurs n'introduisent pas de clauses explicites d'exception culturelle dans différents chapitres de l'accord, ce dernier risquerait d'avoir de fortes répercussions sur la capacité des gouvernements et des entités régionales de développer et mettre en œuvre des mesures politiques pour protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique.

En outre, Ricardo Monreal, le chef du Mouvement national de régénération (MORENA) à la chambre haute de la législature mexicaine, a décidé de reporter les discussions du Sénat sur le projet de la nouvelle loi sur la cinématographie et l'audiovisuel. Le report des discussions en septembre est lié aux critiques de la part des professionnels de l'audiovisuel concernant l'introduction du quota de 15 % de contenu national dans les catalogues des plateformes de streaming. Selon les critiques, le quota n'aurait pas le résultat escompté mais il risquerait de générer un résultat inverse qui profiterait au distributeur Videocine plutôt qu'aux producteurs et cinéastes indépendants. Selon l'Institut mexicain de la cinématographie, Videocine est le plus puissant distributeur du cinéma mexicain. En ce sens, les plateformes de streaming « achèteraient les titres de Videocine qui attireraient le plus grand public » afin de respecter les quotas imposés par la nouvelle loi.



Les négociations sur le commerce électronique, un défi à la réglementation de l'intelligence artificielle

L'action de l'Union européenne (UE) pour réglementer l'IA risque d'être limitée par le futur accord plurilatéral sur le commerce électronique, que des membres de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) négocient actuellement. En ce sens, selon un rapport rédigé par l'Institut de droit de l'information de l'Université d'Amsterdam et publié par la Fédération des organisations allemandes des consommateurs, plusieurs initiatives politiques de l'UE destinées à la gouvernance de l'IA, telles que la loi sur les services numériques (Digital Services Act), risquent d'être incompatibles avec la proposition de l'OMC sur le commerce électronique liée « au code source, à moins qu'elles ne correspondent parfaitement aux exceptions générales de l'AGCS (Accord général sur le commerce des services) ».

Plus spécifiquement, l'étude conclut que « la clause de code source dans le droit commercial restreint en effet le droit de l'UE de réglementer dans le domaine de la gouvernance de l'IA à plusieurs égards importants ». Par exemple, l'objectif de l'UE d'imposer des audits externes sur les systèmes d'IA sera « limité à l'espace politique autorisé par le droit commercial ». En ce sens, la clause de code source dans les accords commerciaux restreindrait l'accès aux algorithmes d'ordinateur et d'apprentissage automatique - qui sont exprimés en code source - mais aussi aux interfaces d'un système d'IA.

France : discussions autour du projet de décret sur les services de médias audiovisuels à la demande

Dans le cadre de la transposition de la directive européenne «Services médias audiovisuels», le gouvernement français souhaite mettre en œuvre en juillet le décret SMAD (services de médias audiovisuels à la demande) qui imposera des obligations financières pour les plateformes de vidéo à la demande (VOD). Le projet de décret prévoit trois taux de contribution. Les plateformes devront investir 20 %, 22,5 % ou 25 % de leur chiffre d'affaire en France dans la production française et européenne. Si le taux appliqué est plus élevé, les plateformes pourront proposer des films plus rapidement après leur sortie en salle.



Ces montants seront également soumis à des sous-quotas : 80 % (pour les services de VOD) et 85 % (pour les services par abonnement) des montants investis devront aller aux œuvres d'expression originale française.

Cependant, Kerstin Jorna, directrice générale à la Commission européenne (Marché intérieur, industrie, entrepreneuriat et PME) a exprimé ses réserves, en soulignant que « les taux minimaux de productions en français sont susceptibles de créer des avantages pour les sociétés de production établies en France et s'avèrent nettement plus élevés que ceux considérés comme proportionnels par la jurisprudence ». Par ailleurs, fin mars, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a donné son aval au projet de décret en soulignant cependant que le calcul du chiffre d'affaires des services de VOD s'avérerait fort compliqué. À titre d'exemple, Amazon Prime Video est un service en ligne intégré dans un autre programme plus large (Prime) ou une partie des abonnements de Netflix et de Disney Plus est liée à des distributeurs tiers comme Canal Plus.

Activités mondiales des plateformes en ligne

Services de streaming musical en Afrique

À la mi-mars 2021, le service de streaming musical Boomplay, basé au Nigéria, et Universal Music Group (UMG) ont signé un accord élargi afin d'étendre la licence du catalogue musical d'UMG de 7 à 47 pays à travers le continent africain. Les nouveaux marchés comprennent, entre autres, l'Afrique du Sud, l'Éthiopie, le Cameroun et le Sénégal.

Boomplay a été lancé en 2015. Il est actuellement l'un des principaux services de musique en streaming panafricains et il connaît une croissance rapide. En juillet 2018, il comptait 17 millions d'utilisateurs mensuels, alors qu'en juin 2020, il était passé à 75 millions d'utilisateurs, dont 86 % vivant en Afrique subsaharienne. Boomplay appartient à Transsion Holdings, compagnie chinoise et plus grand fabricant de téléphones en Afrique, et à NetEase, une société d'Internet chinoise qui possède son propre service de musique en cloud NetEase dans son pays d'origine. Comme l'a souligné Quartz Africa, « une grande partie de la croissance de Boomplay est tirée de la pré-installation du service sur les smartphones Transsion ».



Lors du sommet de la musique NY:LON Connect, la directrice générale de Boomplay, Martha Huro, a révélé que 70 % des flux (streams) de Boomplay sont réalisés sur du contenu africain, ajoutant qu'aujourd'hui « notre plus grand concurrent est le piratage. Ce ne sont pas les uns les autres en tant que fournisseurs de services numériques ».

Il convient de mentionner que l’Afrique devient une région où les grandes entreprises technologiques américaines/occidentales et chinoises sont en concurrence directe pour mieux se positionner dans le marché régional de la diffusion de musique en streaming et profiter du fort potentiel de l’industrie musicale africaine. Ainsi, fin février 2021, Spotify a annoncé un lancement majeur dans 39 pays africains supplémentaires, dont l'Angola, le Cameroun, le Nigéria, le Sénégal, la Zambie et l'Ouganda. De son côté, fin avril 2020, Apple Music, auparavant disponible dans 13 pays africains dont l'Afrique du Sud, le Nigéria et le Kenya, a annoncé l'extension de ses services à 25 pays additionnels, comme l'Angola, l'Algérie, le Sénégal.

Dans ce contexte, Apple Music a développé une stratégie ciblée afin de promouvoir de manière dynamique les artistes et les contenus locaux. En juillet 2020, Apple Music a lancé un nouveau programme de découverte d'artistes en Afrique appelé Africa Rising avec pour objectif «l'identification, la mise en valeur et la promotion des talents africains émergents». En mars 2021, Apple Music a également lancé sa campagne Africa to the World, une collection définitive de contenus originaux et exclusifs des artistes du continent. La plateforme musicale est actuellement disponible dans 33 pays d'Afrique subsaharienne.

Enfin, la plateforme de diffusion de musique JOOX, propriété de Tencent, est déjà disponible en Afrique du Sud et prévoit de déployer ses services sur d'autres marchés de musique en Afrique. JOOX, contrôlée par le géant chinois de la technologie, est l'une des plus grandes plateformes musicales dans plusieurs pays d'Asie du Sud-Est, comme la Malaisie, l'Indonésie, le Myanmar et la Thaïlande.

iQIYI en Australie et en Nouvelle-Zélande

La plateforme de vidéo en ligne iQIYI, qui fait partie du géant de technologie chinois Baidu, cherche à démarrer ses activités en Australie et en Nouvelle-Zélande. Elle ouvrira alors un bureau local en mai avec son propre personnel de marketing, de promotion et de développement des affaires.



L'objectif est de mettre en place des opérations via le partenaire local Sun Entertainment Production. Récemment, iQIYI a déployé ses services en Asie du Sud-Est et a ouvert un siège à Singapour pour servir de base à son expansion régionale. Il convient de noter que le marché de la vidéo en ligne en Australie et en Nouvelle-Zélande est dominé par Netflix et des plateformes locales telles que Stan (qui fait partie de Nine Entertainment) en Australie et Neon (qui fait partie du réseau Sky) en Nouvelle-Zélande.

Par ailleurs, en Australie, mi-mars 2021, une coalition d'acteurs, tels que Simon Baker, Bryan Brown et Marta Dusseldorp, a lancé une campagne visant à convaincre le Parlement d'introduire une réglementation exigeant que les services de médias audiovisuels en ligne dépensent 20 % de leurs revenus locaux sur du contenu original australien. Pour sa part, le gouvernement australien vise à moderniser la réglementation en matière de télévision et d'audiovisuel dans le pays. Il a ainsi annoncé une consultation publique, sollicitant des avis sur les mesures incluses dans son Livre vert sur la réforme des médias. Parmi les mesures, le Livre vert propose l'introduction d'une obligation de dépenses de contenu australien sur les services de VOD. Le gouvernement australien a prolongé la consultation publique jusqu'au 23 mai.

Taux de paiement des diffuseurs de musique

Le taux de paiement d'Apple Music pour les artistes et les labels est de 0,01 USD par stream. Ce taux est apparu dans un bulletin électronique envoyé par Apple aux labels, aux éditeurs et à la communauté d'artistes et signalé pour la première fois par le Wall Street Journal le 16 avril. Comme l'a souligné le Wall Street Journal, la divulgation « reflète les efforts croissants des services de musique en streaming de montrer qu'ils sont favorables aux artistes ». Le taux d'Apple Music est nettement plus élevé que celui que Spotify, le plus puissant service de musique en streaming au monde, qui paie les titulaires de droits musicaux par stream. Spotify paie généralement entre 0,003 USD et 0,005 USD par stream. Il convient toutefois de souligner que le paiement par stream dépend du contrat de distribution et de la base d'auditeurs. En d'autres termes, lorsqu'un service de streaming paie des artistes, il est important de se concentrer sur « qui possède chaque chanson et qui la distribue ».

Dépenses de contenu de Netflix et Amazon Prime Video

Netflix a révélé qu'il dépenserait plus de 17 milliards USD en contenu original en 2021, dans la mesure où « les retards de production dûs à la COVID-19 en 2020 mèneront à une augmentation en 2021 ». Les dépenses de contenu de Netflix ont atteint 11,8 milliards USD en 2020 et 13,9 milliards USD en 2019. De son côté, Amazon a considérablement augmenté ses dépenses de contenu pendant la pandémie de COVID-19. Amazon a dépensé 11 milliards USD en séries télévisées, films et musique pour ses services Prime en 2020, soit une augmentation de 41 % par rapport à 7,8 milliards USD en 2019. Selon son rapport annuel, Amazon compte plus de 200 millions de membres Prime dans le monde.

Des lectures supplémentaires pour le rapport de mai :

- Digital trade deal ripe for the Indo-pacific, The Hill, 4 février 2021, [Lien](#).
- Netflix's big bet on foreign content and international viewers could upend the global mediascape - and change how people see the world, The Conversation, 7 avril 2021, [Lien](#).

Sources :

- AI Regulation in the European Union and Trade Law, Report, 26 janvier 2021, [Lien](#).
- ALAI ve arbitraje en contra de México dentro del T-MEC, El Heraldo de Mexico, 26 mars 2021, [Lien](#).
- Discusión de Ley de Cinematografía deberá partir de la óptica de la demanda: analista, Milenio, 26 avril 2021, [Lien](#).
- EU Artificial Intelligence regulation at risk in WTO e-commerce deal, study says, Euractiv, 27 janvier 2021, [Lien](#).
- Quotas d'œuvres françaises et chronologie des médias : la Commission européenne sensible aux arguments de Netflix, Le Monde, 16 avril 2021, [Lien](#).
- Commission européenne, CSA, Netflix : les avis divergent sur le projet de décret SMAD, Les Numériques, 14 avril 2021, [Lien](#).
- Universal Music Group and leading African streaming service Boomplay expand license to cover 47 countries across the continent, Universal Music Group, 17 mars 2021, [Lien](#).
- Chinese Streamer iQIYI Eyes Australia, New Zealand Moves, Variety, 19 avril 2021, [Lien](#).
- How local content rules on streamers could seriously backfire, The Conversation, 17 mars 2021, [Lien](#).
- Apple Music Reveals How Much It Pays When You Stream a Song, The Wall Street Journal, 16 avril 2021, [Lien](#).
- Amazon Spent \$11 Billion on Prime Video and Music Content in 2020, up 41% From Year Prior, Variety, 15 avril 2021, [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