

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

CEIM | GRIC | FICDC ◀

CULTURE ET COMMERCE NUMÉRIQUE : DES ENJEUX POLITIQUES ET ÉCONOMIQUES

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

Rapport d'analyse, décembre 2024

Le rapport de décembre se penche sur les inquiétudes suscitées par la nouvelle politique commerciale des États-Unis sous l'administration Trump et les implications sur la législation canadienne concernant les plateformes de streaming, telle que la Loi sur la diffusion continue en ligne. Ensuite, le rapport met en lumière le débat européen sur la redevance pour la copie privée, ainsi que la nouvelle alliance créée par les plus grands diffuseurs français et les organisations cinématographiques nationales pour protéger le modèle financier audiovisuel du pays mis à l'épreuve par des transformations technologiques. En outre, le rapport se concentre sur une nouvelle étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel qui fournit un aperçu complet de l'industrie du jeu vidéo et de ses nombreux défis économiques et juridiques. En plus, il traite d'une étude publiée par les autorités françaises détaillant l'impact national des obligations d'investissement des streamers mondiaux introduites en 2021 en France. Par ailleurs, le rapport met l'accent sur une étude soulignant la croissance importante que les revenus des droits d'auteur musicaux mondiaux ont connue après la pandémie de COVID-19, ce qui a conduit l'industrie des droits d'auteur musicaux à dépasser les revenus du box-office du cinéma. Enfin, il met en évidence de nouveaux partenariats et plans d'affaires dans l'économie basée sur les plateformes, en se concentrant sur Netflix, Hulu, MUBI et Apple.



Réglementations, commerce numérique et culture

Inquiétudes concernant la politique commerciale de Trump

Selon [Inside US Trade](#), le Conseil canadien des affaires (CCA), un groupe qui comprend des membres de grandes entreprises canadiennes, est d'avis que le Canada devrait adopter une approche dite des « mains propres (clean hands) » lors de la prochaine révision de l'accord Canada-États-Unis-Mexique (ACEUM). « Le gouvernement doit veiller à ce que le Canada respecte et soit perçu comme respectant tous ses engagements », a écrit le groupe. « Lorsque des problèmes et des irritants existent entre le Canada, les États-Unis et le Mexique - qu'ils soient couverts par l'ACEUM ou qu'ils soient collatéraux à l'accord - le gouvernement devrait proposer de manière proactive et rapide des solutions pour y remédier ». Selon le [CCA](#), le Canada doit répondre aux préoccupations des États-Unis concernant les politiques numériques canadiennes. Après la signature de l'[ACEUM](#), le gouvernement fédéral a introduit une série de changements dans la politique numérique qui, selon l'administration des États-Unis, sont incompatibles avec les engagements pris dans le cadre de l'ACEUM. Les deux changements les plus fréquemment cités par l'administration Biden et le Congrès sont la Loi sur la diffusion continue en ligne (ancien projet de loi C-11) et la taxe unilatérale sur les services numériques (DST). Plus précisément, le CCA a noté « le large consensus parmi les experts en politique commerciale selon lequel le fait que le Canada ait invoqué l'exemption culturelle en vertu de l'ACEUM pour justifier l'adoption de la Loi sur la diffusion continue en ligne permet désormais aux États-Unis de prendre immédiatement des mesures de rétorsion ayant un effet commercial équivalent, s'ils le souhaitent, sans nécessiter au préalable une procédure de règlement des différends comme dans le cas de la DST ou d'autres différends. Cela aurait un effet dévastateur ».

Il convient de rappeler que la [Loi sur la diffusion continue en ligne](#) a reçu la sanction royale le 27 avril 2023 et qu'il s'agit de la première réforme majeure de la loi sur la radiodiffusion canadienne depuis 1991. Il s'agit de faire en sorte que les radiodiffuseurs, y compris les services de diffusion continue en ligne, mènent des actions clés pour la pérennité du secteur audiovisuel canadien, comme « mettre en valeur les histoires et la musique canadiennes , contribuer à la production d'histoires et de musique canadiennes en anglais, en français et en langues autochtones , soutenir un système de radiodiffusion qui reflète la diversité du Canada , et aider à rendre les programmes accessibles sans obstacles aux personnes handicapées ».

Débat sur la redevance pour la copie privée


Selon la [CMU](#), alors que la nouvelle Commission européenne a été nommée, le groupe de pression européen de l'industrie des technologies de l'information [DigitalEurope](#) a proposé une révision majeure de la redevance pour la copie privée en Europe. Selon l'industrie musicale, « les changements proposés ne profiteraient qu'aux fabricants d'appareils des États-Unis et d'Asie du Sud-Est et ne devraient pas être envisagés ». La Finlandaise Henna Virkkunen est la nouvelle commissaire européenne chargée de la souveraineté technologique et supervisera la politique technologique au sein de la nouvelle Commission européenne. Dans ce contexte, [DigitalEurope](#) a publié son nouveau livre blanc qui plaide en faveur d'une modification de la redevance pour la copie privée, en soutenant le modèle déjà utilisé en [Finlande](#).

L'Observatoire européen de l'audiovisuel sur l'industrie du jeu vidéo

L'[Observatoire européen de l'audiovisuel](#), qui fait partie du Conseil de l'Europe basé à Strasbourg, a publié son dernier rapport intitulé « [Legal challenges and market dynamics in the video games sector](#) ». C'est la première fois que l'Observatoire se penche sur l'industrie des jeux vidéo et le résultat est un tour d'horizon complet de l'état actuel du paysage juridique et économique en Europe. Le rapport décrit « la transformation de l'industrie des jeux vidéo, qui est passée d'un marché de niche à une industrie puissante représentant près de 187 milliards USD de recettes mondiales ». Le développement des jeux vidéo en Europe a bénéficié à la fois « des progrès technologiques et de l'évolution du comportement des consommateurs ». Le rapport souligne que les marchés européens clés tels que le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne « sont définis comme des acteurs établis, tandis que la Suède et la Pologne émergent comme de nouveaux centres créatifs importants ». En outre, le rapport explique l'importance et la difficulté de définir les « jeux vidéo » afin de clarifier le cadre réglementaire qui s'applique au secteur, notant « un passage des produits physiques aux services numériques interactifs, avec trois segments principaux : les jeux pour consoles, les jeux pour PC et les jeux mobiles occasionnels ». La difficulté de définir les jeux vidéo peut avoir « une incidence sur le respect des lois relatives à la propriété intellectuelle, à la protection des consommateurs et à la réglementation en matière d'intelligence artificielle ».

Une alliance pour protéger le modèle financier de l'audiovisuel français

Selon [ScreenDaily](#), les plus grands diffuseurs français et les organisations cinématographiques nationales ont pris la décision de travailler ensemble pour créer un organisme destiné à protéger le modèle financier de l'audiovisuel du pays.



LaFA (La Filière Audiovisuelle) a réuni les chaînes habituellement concurrentes telles que TF1, M6 et France Télévisions, le syndicat des producteurs SPI et l'organisation des auteurs et compositeurs SACD, parmi d'autres. Leurs objectifs sont de « veiller à ce que le gouvernement français maintienne le financement de l'audiovisuel public, que les régimes d'indemnisation des intermittents du spectacle soient préservés, que le système de crédit d'impôt pour le cinéma, l'audiovisuel et la musique soit maintenu, et que la propriété intellectuelle soit protégée de l'IA tant en France qu'en Europe avec un cadre réglementaire pour les plateformes numériques sur l'ensemble du continent ».

France : rapport sur les obligations d'investissement des plateformes de vidéo-à-la-demande

Selon Deadline, fin novembre, les autorités françaises ont publié une étude complète détaillant l'impact des obligations d'investissement introduites en 2021 obligeant les streamers mondiaux à investir au moins 20% de leur chiffre d'affaires annuel local dans la production cinématographique et télévisuelle française. Ces obligations ont été introduites dans le cadre de la transposition en droit français de la directive de 2018 de l'Union européenne sur les services audiovisuels et médiatiques. Le rapport - compilé par le Centre national du cinéma (CNC) de France et l'autorité audiovisuelle ARCOM - a montré que les streamers mondiaux avaient investi plus de 974,6 millions d'euros (1,02 milliard USD) dans les films et émissions de télévision français de 2021 à fin 2023. Netflix, Amazon Prime Video et Disney+ ont considérablement augmenté leurs investissements dans l'audiovisuel français, les trois contribuant à hauteur de 866 millions d'euros (906 millions USD) de 2021 à 2023. Plus concrètement, Netflix est en tête du classement, investissant dans 66 œuvres, soit 40,2 % du total, devant Amazon Prime Video avec 53 œuvres (32,2 %) et Disney+, avec 36 œuvres (22 %). Les autres plateformes Apple TV+, Paramount+ et Max ont soutenu neuf projets au total.


Selon Variety, en réponse aux préoccupations des syndicats de producteurs nationaux - qui estiment que « négocier sans une analyse économique plus complète les désavantage injustement » - les administrateurs de l'ARCOM examinent actuellement une initiative législative sur les protections des secrets commerciaux qui maintiennent l'opacité des données de diffusion en continu. « Des exceptions peuvent être faites lorsqu'elles servent un intérêt public », a déclaré Antoine Boilley, de l'ARCOM. « Nous pensons que le financement de la création audiovisuelle et cinématographique constitue un intérêt public en France ».

Activités mondiales des plateformes en ligne

Nouveaux plans d'affaires et expansion géographique

Les recettes annuelles provenant de la musique protégée par le droit d'auteur se sont élevées à 45,5 milliards USD l'année dernière, soit une hausse de 11% par rapport à l'année précédente, une augmentation d'un quart depuis 2021 et un doublement par rapport à 2014, selon un rapport basé sur des données provenant de rapports de l'industrie. « Ne vous y trompez pas : c'est l'heure du boom », a déclaré [Will Page](#), l'auteur du rapport, ancien économiste en chef de la plateforme de streaming musical Spotify et membre de la London School of Economics. Son étude passe en revue divers rapports du secteur, notamment ceux publiés par l'IFPI, la CISAC, l'IMPF, MiDIA et Music & Copyright. Selon le [Financial Times](#), « les revenus des maisons de disques et de leurs artistes se sont élevés à 28,5 milliards USD, soit une hausse de 12% par rapport à l'année précédente », ce qui montre que le secteur a profité de la croissance de la consommation de musique favorisée par la popularité des services de diffusion en continu. Ainsi, la croissance que les revenus mondiaux des droits d'auteur musicaux ont connue après la pandémie de COVID-19 a conduit l'industrie des droits d'auteur musicaux à dépasser de 38% les revenus du box-office cinématographique. « Le box-office mondial du cinéma a totalisé 33,2 milliards USD en 2023, soit une augmentation de 29% par rapport à 2022, mais toujours 8,7 milliards USD en-dessous de son pic de 2019 de 41,9 milliards USD ».

Une étude du cabinet de conseil [Oliver Wyman](#) révèle que la croissance des abonnements européens à la diffusion continue ralentit en 2024. Alors que 70% des consommateurs au Royaume-Uni, en Espagne, en France, en Allemagne et en Italie sont abonnés à au moins un service de streaming (avec une moyenne de 1,5 abonnement par personne), près d'un Européen sur 10 envisage d'annuler son abonnement à un service de streaming. « [Cinquante-cinq]% des Européens interrogés ont déclaré que le manque de contenu attrayant à regarder était le facteur le plus important, suivi par 35% qui ont blâmé les augmentations de prix. Seuls 6 % ont déclaré que leur décision était due au fait qu'il y avait trop de services de vidéo à la demande (SVOD) ». En outre, « les jeunes adultes dominent le marché des services vidéo, environ 90 % d'entre eux étant abonnés à au moins un fournisseur de services ».



Netflix et Universal Filmed Entertainment Group de NBCUniversal ont annoncé le renouvellement de leur accord de licence pour les films d'animation d'Illumination et de DreamWorks Animation. Désormais, Netflix disposera des droits américains sur les films en prises de vue réelles de Universal Pictures et de Focus Features « au plus tard huit mois » après leur sortie en salle. En outre, Fox Entertainment et Hulu, la plateforme de streaming appartenant à Disney, ont annoncé un accord de contenu pluriannuel en vertu duquel « la plateforme de streaming contrôlée par Walt Disney conservera les droits de diffusion en continu de la vaste gamme de programmes de Fox ». L'accord comprend « une extension de l'accord de marketing de la plateforme, qui serait évalué à plus de 1,5 milliard USD sur quatre ans », selon Deadline.

MUBI, distributeur, diffuseur et producteur de films d'art et d'essai, a annoncé le lancement de sa maison d'édition mondiale, MUBI Editions, pour avril 2025, dédiée au cinéma et aux arts. La nouvelle maison d'édition publiera deux ou trois titres au cours de son année inaugurale. La société a déclaré : « MUBI Editions marque un nouveau chapitre passionnant pour MUBI, s'appuyant sur sa longue histoire de défense de la culture cinématographique à travers le visionnage de films et l'édition de films ».

Lancé en 2019, le service de streaming d'Apple a dépensé plus de 20 milliards USD pour constituer un catalogue en ligne compétitif. Par exemple, Apple a dépensé environ 700 millions USD pour trois longs métrages en 2023 : Killers of the Flower Moon, Napoleon et Argylle. Malgré cela, l'Apple TV+ n'a capté que 0,3 % du temps de visionnage sur écran aux États-Unis en juin 2024, selon Nielsen. L'un des facteurs clés est la stratégie de marketing d'Apple. Alors qu'Apple a fortement promu des produits tels que l'iPhone, ses dépenses publicitaires pour Apple TV+ ont été beaucoup plus modestes. En octobre 2019, « Apple a dépensé 14,9 millions USD en publicités pour l'Apple TV+, contre 28,6 millions USD pour l'iPhone ».

Des lectures supplémentaires pour le rapport de décembre :

- Opening the black box: how “explainable AI” can help us understand how algorithms work, The Conversation, 3 décembre 2024, Lien.
- DIY musicians: how digital “bedroom pop” has transformed the music industry, The Conversation, 23 novembre 2024, Lien.

Sources indicatives

- Canadian business group urges Ottawa to resolve DST, dairy disputes, Inside US Trade, 4 novembre 2024, [Lien](#).
- French broadcasters and film groups create body to protect France's audiovisual sector, ScreenDaily, 15 novembre 2024, [Lien](#).
- What's the current state of the video games industry in Europe?, European Audiovisual Observatory, 8 novembre 2024, [Lien](#).
- France champions EU AVMS directive as streamers invest \$1B in French content over three years, Deadline, 27 novembre 2024, [Lien](#).
- Subscription streaming market starts to slow in Europe, The Desk.net, 28 novembre 2024, [Lien](#).
- Fox and Hulu announce multi-year content streaming partnership, Reuters, 21 novembre 2024, [Lien](#).
- Apple TV+ struggles to compete despite \$20 billion investment in original content, Tribune, 20 novembre 2024, [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.