

Veille internationale sur la culture et le commerce numérique

GOVERNANCE DES PLATEFORMES NUMÉRIQUES : OBLIGATIONS D'INVESTISSEMENT ET ENJEUX DE RÉGULATION

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

Rapport d'analyse, septembre 2025

Le rapport de septembre débute par les opérateurs télécoms européens qui ont fait pression pour que les grandes entreprises technologiques comme Google et Netflix contribuent au financement des infrastructures de réseau. Cependant, la Commission européenne a assuré à Washington qu'aucune redevance d'utilisation du réseau ne serait introduite, rejetant ainsi le principe de « fair share ». Par ailleurs, une coalition de 84 associations s'est opposée aux redevances obligatoires, avertissant qu'elles pourraient compromettre la neutralité du net, l'accessibilité financière et l'accès aux services numériques. En outre, le rapport met l'accent sur la « Lex Netflix » en Suisse, qui impose aux services audiovisuels d'investir au moins 4% de leurs revenus dans les productions locales, générant ainsi 37 millions USD pour 2024. Le rapport traite également de la décision du régulateur autrichien de la protection des données qui a ordonné à YouTube de donner aux utilisateurs un accès complet à leurs données, à la suite d'une plainte déposée en 2019 par l'association Noyb. De plus, une nouvelle étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel souligne qu'en 2024 les dépenses consacrées aux œuvres européennes originales (sauf informations et sport) ont atteint 25,1 milliards d'euros. Les diffuseurs traditionnels représentaient environ deux tiers de ce montant, tandis que les plateformes mondiales de diffusion en continu contribuaient au tiers restant. Enfin, le rapport revient sur des développements récents concernant les plateformes numériques, notamment Spotify, YouTube, Disney+ et TikTok.

A decorative graphic at the top of the page consisting of a network of white lines and dots on a dark green background, resembling a digital or communication network.

Réglementations, commerce numérique et culture

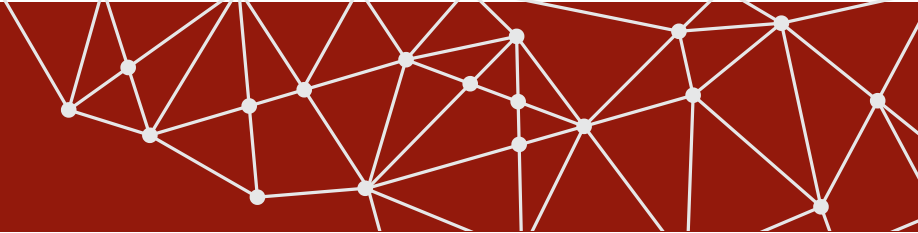
Trafic web, infrastructures télécoms et administration Trump

Alors que les opérateurs européens continuent de pousser pour que [Google](#), Meta, Amazon ou Netflix participent au financement de leurs infrastructures, la Commission européenne a promis à [Washington](#) qu'elle n'introduirait pas de redevances d'utilisation du réseau. Dans la [déclaration conjointe](#), signée le 21 août entre Bruxelles et Washington, afin de clarifier le nouveau cadre commercial conclu le 27 juillet entre les États-Unis et l'Union européenne (EU), l'article [17](#) enterme le principe de « fair share », selon lequel les principaux générateurs de trafic internet – tels que Netflix, TikTok, Meta ou Google – devraient contribuer financièrement à l'entretien des réseaux de télécommunications en proportion du trafic qu'ils génèrent. Le document stipule : « Les États-Unis et l'Union européenne s'engagent à supprimer les obstacles injustifiés au commerce numérique. À cet égard, l'Union européenne confirme qu'elle n'adoptera ni ne maintiendra de redevances d'utilisation du réseau. Les États-Unis et l'Union européenne n'imposeront pas de droits de douane sur les transmissions électroniques ».

De plus, selon Euronews, un groupe de [84](#) associations – dont l'Union européenne de radio-télévision (UER), Euroconsumers et European Digital Rights (EDRi) – a rejeté « l'éventuelle introduction d'une redevance obligatoire destinée à contribuer au développement des infrastructures dans les prochaines propositions télécoms », dans une déclaration commune publiée début juillet. La Digital Networks Act (DNA), une législation visant à réformer les règles des télécommunications pour améliorer la connectivité, doit être présentée par la Commission européenne en décembre. Les organisations affirment regretter que ce mécanisme de « fair share » soit « encore envisagé » dans les discussions en cours, car il met en péril le principe de neutralité du net. « Des mesures introduisant des frais d'interconnexion risqueraient d'augmenter les coûts, de limiter le choix et l'accès ouvert à l'information, et de compromettre l'accessibilité, la qualité et la diversité des produits et services numériques ».

La « Lex Netflix » en Suisse

Le dispositif d'obligation d'investissement en Suisse a permis de collecter 37 millions USD ([30.1](#) millions de CHF) auprès des diffuseurs et plateformes numériques pour l'année 2024, soit une hausse de plus de 30% du financement des films et séries télévisées locales.




Introduite en 2024 à la suite d'un référendum, l'obligation d'investissement suisse – surnommée « Lex Netflix » dans l'industrie – impose à tous les services audiovisuels opérant dans le pays d'investir au moins 4% de leur chiffre d'affaires annuel brut dans la production cinématographique et télévisuelle suisse ou dans sa promotion. Fin mars 2024, plus de 70 entreprises s'étaient enregistrées dans le cadre de ce dispositif, dont 21 étaient effectivement soumises à cette obligation, selon l'Office fédéral de la culture ([FOC](#)).

Services de diffusion en continu et données des utilisateurs

L'Autorité autrichienne de protection des données a ordonné à [YouTube](#) de fournir aux utilisateurs un accès complet à leurs données personnelles, en application des règles du Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'UE. La décision, rendue vendredi, découle d'une plainte déposée en 2019 par le groupe de défense de la vie privée [Noyb](#). En 2019, l'organisation autrichienne de protection de la vie privée Noyb (None of Your Business) avait déposé des plaintes contre huit services de streaming, dont YouTube et Netflix, alléguant des « violations structurelles » des règles européennes en matière de protection des données. La plainte contre YouTube avait été introduite au nom d'un utilisateur autrichien auprès de l'Autorité autrichienne de protection des données. Le régulateur a constaté que YouTube n'avait pas entièrement fourni les informations demandées. Il convient de rappeler qu'à la fin de l'année 2024 l'Autorité néerlandaise de protection des données (DPA) a infligé à [Netflix](#) une amende de 4,75 millions d'euros (4,98 millions USD) pour ne pas avoir correctement informé ses clients sur l'utilisation de leurs données personnelles entre 2018 et 2020. « La DPA a indiqué que son enquête menée en 2019 avait révélé que la déclaration de confidentialité de Netflix n'expliquait pas clairement comment les données des clients étaient traitées ».

Perspectives de l'industrie européenne des médias

Le deuxième rapport [European Media Industry Outlook](#) de la Commission européenne met en lumière les défis croissants auxquels le secteur médiatique de l'UE est confronté. Celui-ci emploie directement 1,32 million de personnes au sein de 245 000 entreprises. Selon [l'étude](#), les acteurs européens subissent une pression sans précédent de la part de concurrents mondiaux. Le rapport souligne que le marché européen des médias – incluant l'audiovisuel, l'information, les jeux vidéo et la XR/VR – est de plus en plus dominé par un petit nombre d'acteurs non européens puissants, en particulier américains et chinois.



« Ces entreprises captent la majeure partie des revenus grâce à leur contrôle des canaux de distribution tels que YouTube, les services de vidéo à la demande par abonnement et les plateformes de réseaux sociaux ». Bien que la télévision traditionnelle conserve encore une certaine importance, elle perd progressivement du terrain face à ces alternatives numériques, qui proposent souvent moins de contenus européens. Un autre sujet de préoccupation est la fragmentation du secteur européen. Selon le rapport, seul un nombre limité d'entreprises dispose d'une taille critique nécessaire pour rivaliser à l'échelle mondiale ou régionale. Le secteur a également été lent à déployer ses propres solutions technologiques, une faiblesse accentuée par des niveaux d'investissement plus faibles que ceux observés aux États-Unis.

Nouveau rapport de l'Observatoire européen de l'audiovisuel

L'Observatoire européen de l'audiovisuel, organe du Conseil de l'Europe basé à Strasbourg, a publié une nouvelle étude intitulée Audiovisual services spending on original European content – 2014-2024 data. S'appuyant sur des chiffres d'Ampere Analysis, le rapport examine comment les diffuseurs et plateformes de streaming investissent dans les productions européennes locales. Les principales conclusions montrent qu'en 2024 les dépenses consacrées aux œuvres européennes originales (hormis actualités et sport) ont atteint 25,1 milliards d'euros. Les diffuseurs représentaient environ deux tiers de ce montant, tandis que les plateformes internationales de streaming contribuaient au tiers restant. En outre, bien que les budgets mondiaux de contenus des grandes plateformes commencent à se stabiliser, la part consacrée aux programmes européens est en hausse, souvent au détriment des contenus axés sur les États-Unis. Disney+, en particulier, a réalisé des progrès notables en augmentant ses investissements dans les productions européennes originales. Enfin, l'équilibre entre les investissements des diffuseurs et des plateformes dans les œuvres européennes originales varie considérablement d'un pays à l'autre. Dans des marchés comme la France, les Pays-Bas, l'Allemagne et la Pologne, les diffuseurs traditionnels restent les principaux financeurs des productions locales. En revanche, en Espagne, en Norvège et en Italie, les plateformes mondiales de diffusion en continu jouent un rôle bien plus influent, contribuant pour près de la moitié – voire davantage – des dépenses totales dans les contenus européens originaux.




Activités mondiales des plateformes en ligne

La musique francophone sur [Spotify](#) a connu une hausse de 192% depuis 2019, portée par des auditeurs bien au-delà des régions traditionnellement francophones. Le dernier Rapport Francophone de [Spotify](#) pour juin 2025 montre que plus de 123 millions d'utilisateurs ont écouté des contenus en français en 2024, dont plus de 100 millions en dehors de la France, du Québec, de la Belgique et d'autres zones historiquement francophones. L'écoute mensuelle dépasse désormais 64 millions d'heures dans le monde.

[Disney](#) a conclu une troisième collaboration avec un grand diffuseur européen, cette fois avec l'espagnol Atresmedia. L'accord fait suite à des partenariats précédents avec la plateforme britannique ITVX et le diffuseur public allemand [ZDF](#). Depuis début septembre, les abonnés de Disney+ en Espagne peuvent visionner plus de 300 heures de programmes en espagnol issus du catalogue d'Atresmedia. Selon [Cineuropa](#), de tels partenariats permettent à Disney de renforcer sa présence auprès des publics espagnols, britanniques et allemands « en rendant accessibles sur Disney+ des contenus locaux et familiers ». La stratégie pourrait aider à attirer de nouveaux abonnés, tandis que « [ZDF](#), ITVX et Atresmedia bénéficieraient d'une visibilité accrue et d'une meilleure reconnaissance de marque grâce à leur présence sur la plateforme Disney+ ».

[Disney+](#) a également signé un accord pluriannuel avec [Nordisk Film](#), filiale du groupe Egmont, pour obtenir les droits exclusifs de première diffusion en continu des sorties cinématographiques locales au Danemark, en Norvège, en Suède et en Finlande à partir de 2026. L'accord couvre environ 90 titres sur la période et positionne Disney+ comme la principale destination post-salles pour le cinéma nordique, renforçant ainsi son offre de contenus locaux dans la région.

Selon [Variety](#), pour la première fois dans la région d'Asie-Pacifique, « les plateformes de diffusion en continu devraient dépasser la télévision payante traditionnelle en matière d'investissement dans les contenus d'ici 2025 », selon le rapport Asia Video Content Dynamics 2025 de Media Partners Asia. Ce jalon marque un tournant majeur dans le paysage audiovisuel de la région. Le rapport, qui analyse les tendances de dépenses, de consommation et de production sur les principaux marchés (Inde, Indonésie, Corée, Malaisie, Philippines, Thaïlande et Vietnam), prévoit une baisse globale des dépenses de contenus de 2% cette année, pour atteindre 15,8 milliards USD.




Selon [Reuters](#), TikTok compte désormais plus de 200 millions d'utilisateurs mensuels en Europe, soit environ un Européen sur trois, d'après les chiffres publiés début septembre par la plateforme de courtes vidéos. Cela marque une hausse notable par rapport aux 175 millions d'utilisateurs enregistrés l'an dernier dans 32 pays de la région. Propriété du géant technologique chinois ByteDance, TikTok revendique plus d'un milliard d'utilisateurs actifs mensuels dans le monde, soulignant sa popularité croissante, en particulier chez les adolescents.

[Anthropic](#) a informé un juge fédéral de San Francisco vendredi avoir conclu un accord de règlement à hauteur de 1,5 milliard USD dans une action collective intentée par des auteurs qui accusaient l'entreprise d'avoir entraîné son chatbot [Claude](#) sur leurs livres sans autorisation. « Ce règlement envoie un message fort aux entreprises d'IA [intelligence artificielle] et aux créateurs : il est illégal de puiser dans des œuvres protégées par le droit d'auteur sur des sites pirates », ont déclaré les avocats des auteurs. Ils l'ont qualifié de plus importante indemnisation pour atteinte au droit d'auteur de l'histoire et de première du genre à l'ère de l'IA.

Selon [The Hollywood Reporter](#), Canal+, le géant français des médias, est entré en négociations exclusives pour acquérir une participation minoritaire de 34% dans UGC, l'un des plus grands réseaux de cinémas en France. L'accord donne également à Canal+ l'option de prendre le contrôle total d'UGC en 2028. Cette opération s'inscrit dans la stratégie d'expansion internationale de [Canal+](#), qui a récemment porté sa participation dans la plateforme asiatique de streaming [Viu](#) à 37,2%, avec une option de majorité d'ici 2026, tout en poursuivant une offre publique obligatoire sur l'opérateur sud-africain de télévision payante MultiChoice, sous réserve d'approbation réglementaire.

[YouTube](#) reste la plateforme télévisuelle la plus regardée aux États-Unis, occupant la première place pendant six mois consécutifs, selon les données de [Nielsen](#) pour juillet (Media Distributor Gauge). La plateforme a capté 13,4% de l'ensemble de l'usage télévisuel sur la période, creusant son avance sur Disney, en deuxième position avec 9,4%. L'écart est passé à quatre points en juillet, contre 2,8 points en juin. Avec Netflix, qui détient une part de 8,8%, [YouTube](#) représente plus d'un cinquième de l'ensemble de l'audience TV – soit autant que toute la télévision par câble et plus que les chaînes de télévision traditionnelle réunies.



Enfin, Disney a annoncé qu'il ne publierait plus le nombre d'abonnés à ses plateformes de diffusion en continu dans ses résultats trimestriels, adoptant une stratégie de communication similaire à celle de Netflix. Ce changement intervient après que l'entreprise a gagné 2,6 millions d'abonnés sur Disney+ et Hulu au dernier trimestre, atteignant un total combiné de 183 millions.

Des lectures supplémentaires pour le rapport de septembre :

- Hollywood's superhero bubble popped. Now hit video games are taking the controls, Los Angeles Times, 8 septembre 2025, [Lien](#).
- As Spotify moves to video, the environmental footprint of music streaming hits the high notes, The Conversation, 25 juillet 2025, [Lien](#).

Sources indicatives

- Canal+ to take stake in French movie theater giant HGC, eyes full takeover by 2028, The Hollywood Reporter, 2 septembre 2025, [Lien](#).
- Switzerland's 'Lex Netflix' investment obligations raises 37 million USD to fund films and series, Screen Daily, 14 août 2025, [Lien](#).
- Companies warn against introducing mandatory fees in telecom overhaul, Euronews, 9 juillet 2025, [Lien](#).
- Dutch watchdog fines Netflix for not properly informing customers about data use, Reuters, 18 décembre 2024, [Lien](#).
- Asia-Pacific content spend hits 16 billion USD as streaming overtakes pay-tv for first time, research finds, Variety, 10 septembre 2025, [Lien](#).
- Anthropic agrees to pay 1.5 billion USD to settle authors' copyright lawsuit, CNBC, 5 septembre 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 / 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.



FÉDÉRATION INTERNATIONALE
DES COALITIONS POUR
LA DIVERSITÉ CULTURELLE