ORGANISATION INTERNATIONALE DE la francophonie

CEIM

Culture, commerce et numérique

La fin de la neutralité du Net aux États-Unis : quelles conséquences sur le marché mondialisé des contenus culturels numériques ?

Volume 12, numéro 10, décembre 2017

Résumé analytique

Ce dernier numéro de l'année 2017 propose une analyse des conséquences que pourrait entraîner l'abolition du règlement en matière de neutralité du Net aux États-Unis sur le marché culturel numérique mondial. Nous présentons d'abord la trajectoire des débats controversés autour du principe de neutralité du Net aux États-Unis et les motivations ayant conduit la Federal Communications Commission (FCC) à déréguler le secteur des services de télécommunications en mettant un terme à l'application de ce principe. Nous exposons ensuite quelques effets que cette nouvelle orientation de la FCC pourrait engendrer pour les industries culturelles (en particulier le secteur audiovisuel) et les accords commerciaux comme l'ALENA. Le deuxième article de ce numéro constitue un résumé des faits saillants de la récente étude du Fonds des médias du Canada (FMC) sur les nouvelles réalités concurrentielles du marché mondialisé des contenus, mettant en lumière les transformations structurelles et les opportunités à saisir à l'ère numérique pour les producteurs, diffuseurs et distributeurs. Le numéro s'achève sur un bilan du projet de marché unique numérique européen, avec les avancées en matière de commerce en ligne, de régulation des GAFA et d'accès élargi aux œuvres européennes. Bonne lecture.

Table des matières

Menaces sur la neutralité du Net aux États-Unis : quelles conséquences sur le marché mondialisé des contenus culturels numériques ?.....**2**

Nouvelles réalités concurentielles du marché mondialisé des contenus : un aperçu des principales transformations en cours.....**8**

État des lieux du marché unique numérique en Europe.....**10**

Gilbert Gagné, direction scientifique. **Destiny Tchéhouali**, rédaction

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation

La fin de la neutralité du Net aux États-Unis : quelles conséquences sur le marché mondialisé des contenus culturels numériques ?

Le principe de neutralité du Net ou «***Network Neutrality***», théorisé par le juriste américain Tim Wu en 2003[1], vise à **garantir l'égalité de traitement de tous les flux de données sur l'Internet, excluant ainsi toute forme de discrimination à l'égard de la source, de la destination ou du contenu de l'information transmise sur le réseau**[2]. Le caractère ouvert et non discriminatoire du réseau constitue donc une condition pour que tous les utilisateurs finaux puissent tirer équitablement profit des avantages économiques, sociaux et culturels reliés à libre circulation d'informations et de données. La neutralité d'Internet est ainsi généralement comprise comme un principe qui s'oppose aux mesures que peuvent prendre les opérateurs de réseaux (en particulier les fournisseurs d'accès Internet ou FAI) en vue de limiter l'accès aux contenus, applications ou services en ligne.

Le débat autour de la neutralité de l'Internet a d'abord émergé aux États-Unis car le marché américain, caractérisé par une concurrence limitée entre les FAI, a été très tôt confronté à des questions de restriction d'accès et de discrimination entre contenus. Le régulateur américain, la *Federal Communications Commission* (FCC), a apporté une première réponse à ces enjeux en 2005 via un énoncé de politique faisant mention de quatre principes[3] qui sont généralement considérés comme exprimant les quatre libertés associées à Internet et reconnaissant à tout internaute le droit sur Internet : **a) d'accéder à tout contenu légal de son choix ; b) d'utiliser toute application ou tout service légal ; c) de connecter au réseau tout équipement terminal n'endommageant pas ce dernier ; d) de bénéficier d'un choix et d'une concurrence effective entre fournisseurs de services.**

---

[1] Le concept de neutralité du Net a été inventé en 2003 par le juriste américain Tim Wu, dans la revue *Journal of Telecommunications and High Technology Law*. À l'époque, ce concept recouvre l'idée que les flux d'informations ne peuvent être ni bloqués, ni dégradés, ni favorisés par les opérateurs de télécommunications. *Cf.* Tim Wu, *«Network Neutrality, Broadband Discrimination», Journal of Telecommunications and High Technology Law, vol. 2, p. 141, 2003* - http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=388863.

[2] Internet s'appuie sur deux architectures distinctes : la première, sur le plan physique, est composée d'infrastructures de télécommunications et de connectivité (réseau téléphonique, réseau de fibre optique, Internet par satellites, 3G, Wifi) et la deuxième, sur le plan logique, composée de protocoles et de standards de communication permettant le transport de données sur les réseaux. Alors que les infrastructures physiques appartiennent à des opérateurs du secteur des télécommunications, l'architecture logique est ouverte, non-propriétaire et accessible à tous. Ainsi, aucune autorité centralisée ne peut limiter ou privilégier une utilisation spécifique du réseau, ce qui assure une neutralité pour ce qui concerne le transport des paquets de données.

[3] Nicolas Currien et Winston Maxwell, *La neutralité d'Internet*, Paris, La Découverte, coll. Repères, 2011, p. 20.

Un premier *Open Internet Order* a été adopté en 2010, mais c'est seulement en 2015 que la FCC a approuvé la décision historique de classer l'accès à Internet au rang des « services d'utilité publique » à travers le texte « *Protecting and Promoting the Open Internet* »[4]. **Aujourd'hui, cette décision qui visait à faire respecter les principes de transparence, de libre circulation, de non-discrimination et de gestion raisonnable du trafic est remise en cause, notamment depuis l'arrivée au pouvoir de l'administration Trump et le renouvellement des membres de la FCC.**

En effet, le président Trump prône une dérégulation du secteur des télécommunications qui met en péril l'application des règles et principes relatifs à la neutralité du Net. La question au cœur de la controverse est celle d'un modèle de régulation perçu par les uns comme excessif et archaïque dans un environnement technologique qui invite à favoriser davantage l'innovation, tandis que d'autres considèrent l'accès à Internet comme un service de base, à l'instar de la fourniture d'électricité, de téléphone ou d'eau, et qui donc ne devrait pas faire l'objet de discrimination technique ou financière (priorisation des flux, limitation ou blocage des contenus et services licites).

Selon Ajit Pai, le nouveau président de la FCC, (ancien avocat de l'opérateur Verizon, reconnu pour être un ultralibéral farouchement opposé[5] à la neutralité du Net), ce revirement s'explique par le fait que la réglementation trop contraignante de 2015 aurait nui à l'investissement dans les infrastructures de la part des grands fournisseurs d'accès à Internet (une baisse de 5,6 % entre 2014 et 2016). Cette chute serait due à l'application de la neutralité du Net dont la disparition permettrait d'inverser cette tendance[6].

L'abolition du principe de neutralité du Net permettra ainsi aux principaux FAI américains (Verizon, Comcast et AT&T) de générer des revenus supplémentaires pouvant contribuer à l'augmentation de leurs investissements dans l'extension et la maintenance des infrastructures de réseaux de télécommunications. **C'est ce que soutient également Jonathan Spalter, le directeur exécutif de USTelecom, lorsqu'il déclare dans une interview que : « *Le retrait de régulations obsolètes et restrictives ouvrira la voie à des investissements dans le réseau haut débit, l'expansion et la modernisation* ».**

Pourtant une étude de l'association Free Press (*It's Working: How the Internet Access and Online Video Markets Are Thriving in the Title II Era*)[7], publiée en mai 2017, invite à relativiser cet argument. L'étude rapporte notamment qu'entre février 2015 et février 2017, les dépenses d'investissement des FAI américains cotés en Bourse ont augmenté de plus de 5%.

---

[4] https://apps.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-15-24A1.pdf.

[5] Donald Trump a également nommé au Conseil de la FCC deux autres opposants à la neutralité du Net, Jeffrey Eisenach et Mark Jamison, tous deux membres de l'American Enterprise Institute, un think-tank républicain qui avait mené campagne par le passé contre ce principe.

[6] «*Bringing old regulations to oversee a modern technology is one of the main points of contention against the current rules. Foes of current rules, including Trump-appointed FCC chairman Ajit Pai, argue against what they see as archaic and excessive regulation in a modern technological environment. One of the key points of the proposed rulemaking is that, despite advocating a rollback of the Internet's classification as a utility, it advocates a fair and unbiased Internet. Rather, the proposal seeks classification of Internet access as a value-added information service, to open the door for light-touch rules that can enable innovation and encourage investment*».
https://www.forbes.com/sites/nelsongranados/2017/05/31/the-net-neutrality-debate-why-there-is-no-simple-solution/ - 4c4f0d9f5c67

[7] https://www.freepress.net/sites/default/files/resources/internet-access-and-online-video-markets-are-thriving-in-title-II-era.pdf.

Toujours est-il que le 21 novembre dernier, M. Pai a présenté les grandes lignes du nouveau projet d'abrogation du décret de 2015, à travers une directive intitulée « ***Restauring Internet Freedom*** »[8] ayant pour objectif de supprimer les mesures en matière d'Internet ouvert et de neutralité du Net mises en place sous l'administration Obama. Ce 14 décembre, le régulateur américain des télécoms, a voté par trois voix contre 2 l'abrogation de la réglementation qui obligeait les fournisseurs d'accès internet (FAI) à traiter de la même manière tous les contenus passant dans leurs «tuyaux». Derrière l'argument d'investissement dans les réseaux et de soutien à l'innovation, cette décision de la FCC implique un changement du statut de l'Internet d'un « bien » d'utilité publique à un « service » ; ce qui risque de porter un important préjudice à la manière dont nous accédons et dont nous consommons des contenus et services culturels en ligne.

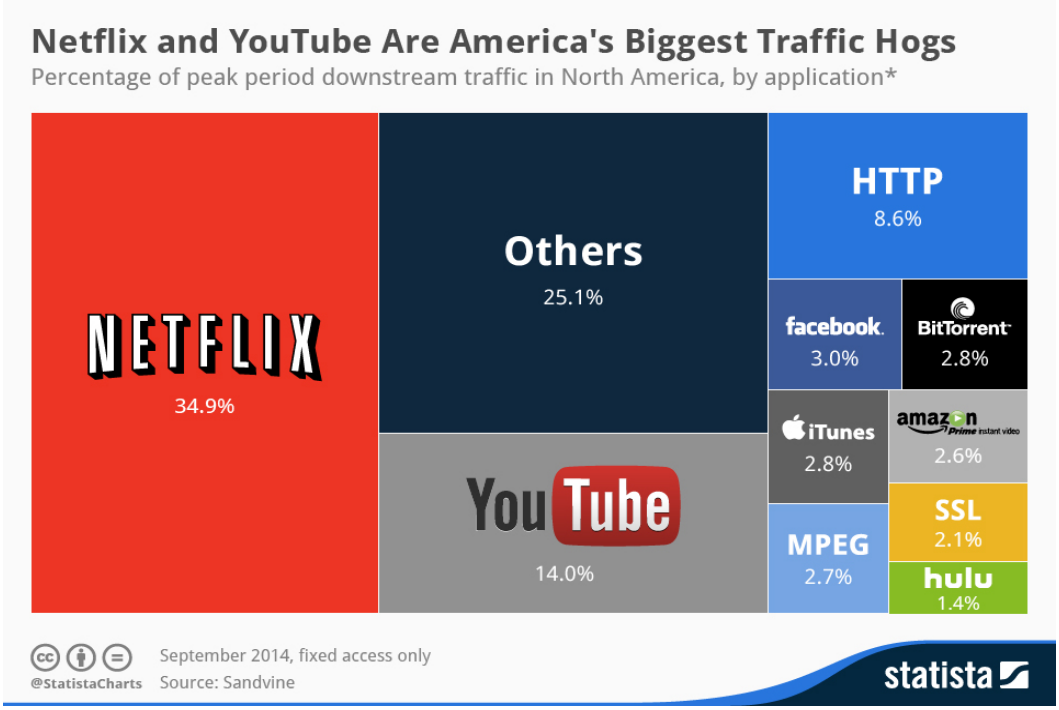
En effet, grâce à la dérégulation et à l'abolition de la neutralité du Net, les FAI auront un contrôle total sur la manière dont les contenus sont acheminés vers les utilisateurs et sur la manière même dont les utilisateurs accèdent et utilisent l'Internet de manière plus générale. Avec une plus grande liberté pour positionner et commercialiser leurs propres offres en matière de contenus, les opérateurs de télécommunications (surtout les opérateurs de téléphonie mobile) pourraient doréanavant proposer des accès prioritaires[9] au réseau à travers des bouquets/forfaits incluant certains services ou applications Web (dont ils sont partenaires ou propriétaires) et excluant d'autres. Le site The Verge explique ainsi que *«Comcast, par exemple, pourrait vouloir fournir les vidéos de NBC, qu'il possède, plus vite que celles de Netflix, avec lequel il est en concurrence»*[10]. Il y a donc un risque de monopole pouvant favoriser des pratiques anticoncurrentielles comme le blocage de l'accès à certains contenus par les FAI pour des raisons purement commerciales, et en s'appuyant sur des arguments reliés à la gestion du trafic[11]. **Rappelons que plus de 30% de la bande passante aux États-Unis et au Canada est accaparée par les services de Netflix aux heures de pointe et que cela provoque la congestion et la saturation temporaire du réseau compte tenu de la transmission de volumineuses données en format HD.** Cette situation avait déjà conduit en 2014 les câblo-opérateurs et les FAI américains tels que Comcast, Verizon ou Time Warner Cable à demander à Netflix de supporter les coûts nécessaires pour obtenir une vitesse de trafic plus satisfaisante pour ses abonnés, dans les périodes de forte consommation de la bande passante aux États-Unis. La justice américaine avait plaidé à l'époque en faveur des FAI en leur accordant l'autorisation de facturer certains fournisseurs de contenus plus chers pour obtenir une qualité de service optimale aux heures de congestion du trafic.

[8] https://www.fcc.gov/restoring-internet-freedom.

[9] La pratique de priorisation de flux se développe déjà dans le domaine des services de diffusion de vidéos notamment par le biais des *Content Delivery Networks (*réseaux de diffusion de contenus), avec la possibilité de placer les contenus vidéo sur des serveurs plus proches des utilisateurs finaux et de donner priorité à des services particuliers au détriment des autres.

[10] https://www.theverge.com/2017/11/20/16680524/fcc-net-neutrality-reversal-plan-expected-thanksgiving-week.

[11] La gestion du trafic consiste, pour les opérateurs, à traiter de manière différenciée une partie du trafic acheminé sur leurs réseaux, par exemple en priorisant certains flux ou en en ralentissant d'autres, voire en bloquant totalement certains types de trafic. Certains motifs de gestion de trafic apparaissent légitimes, par exemple lorsqu'il s'agit de répondre à une décision de justice ou une obligation légale, de garantir la sécurité ou l'intégrité du réseau, ou encore de résoudre un cas de congestion ponctuelle et imprévisible du réseau. En revanche, certaines pratiques de gestion du trafic peuvent entraver ou limiter l'innovation ou la liberté d'expression, voire relever de la discrimination, notamment lorsqu'elles visent à défavoriser ou bloquer un contenu concurrent (dans le cas d'un acteur intégré, à la fois opérateur de réseaux et fournisseur de contenus). À ce titre, les possibilités de différenciation permises par les technologies récentes suscitent des inquiétudes et peuvent justifier d'en limiter l'utilisation.



Avec la disparition de la réglementation en matière de neutralité du Net, les FAI auraient également la possibilité de facturer plus lourdement les consommateurs qui utilisent souvent des services très consommateurs de bande passante, comme Netflix ou YouTube. Au-delà de l'abonnement de base pour un accès à Internet, les internautes devraient par exemple prévoir également un supplément de 10 dollars pour accéder en illimité à un bouquet de sites et de plateformes de réseaux sociaux (Facebook, Snapchat, Instagram,...) et il faudrait prévoir un coût supplémentaire pour accéder par exemple à YouTube et Netflix ou à des sites de jeux en ligne. Pendant que certains pourraient s'offrir des abonnements « sans pub », avec des contenus personnalisés (à la carte ou sur mesure) et avec un débit premium (ultra-rapide), d'autres devront se contenter d'abonnements à des contenus de base ou par défaut, des abonnements Internet sans contenus vidéos, ou encore des abonnements lents (avec un débit minimum ou une qualité de service dégradée).

Ces nouvelles offres différenciées (tant au niveau des prix que de la gestion des flux et contenus) ainsi que ces pratiques anticoncurrentielles des FAI favoriseront donc l'apparition d'un Internet à plusieurs vitesses, avec une priorité de transport à certains services et applications contre rémunération. **Tout ceci peut avoir des conséquences néfastes sur l'accès à la diversité des contenus et des services culturels offerts sur Internet. En effet, le non-respect de la neutralité du Net constitue *de facto* une menace pour l'essor des industries culturelles et pour la libre circulation d'une diversité d'expressions culturelles en ligne, car c'est l'ensemble du marché mondial de la diffusion et de la distribution en ligne de contenus et produits culturels et médiatiques qui risque ainsi d'être affecté.**

Au-delà de constituer un simple canal de transfert et de circulation de contenus et de données culturelles, l'Internet s'est mué en une véritable plateforme de médias audiovisuels numériques. Dans ce contexte, la neutralité du Net constitue un gage pour la liberté de transmission/distribution, diffusion/partage et accès/consommation des contenus, applications et services audiovisuels en ligne. Si cette neutralité n'est plus garantie et si les propriétaires des réseaux de télécommunications prenaient tout le contrôle sur ce qui transite via leurs tuyaux et câbles, avec le pouvoir d'influencer le traitement des flux de contenus et de données en décidant de ce qui doit être acheminé, à qui l'acheminer, comment l'acheminer (à quelle vitesse) et à quel prix, alors cela peut entraîner une confiscation de la liberté des utilisateurs à choisir ou à consommer les contenus culturels qu'ils veulent.

L'enjeu pour le secteur audiovisuel est particulièrement important au regard du nombre croissant d'internautes qui consomment quotidiennement des vidéos en ligne (via streaming) ou qui ont accès à la télévision via Internet (Télévision sur IP ou IPTV). Selon CISCO, la consommation de vidéo est même devenue le premier vecteur de trafic sur le Net puisqu'elle représente plus de 70% du trafic IP mondial et devrait même atteindre 82% d'ici 2020[12].

Voici un aperçu de certaines pratiques commerciales et de gestion du trafic mises en œuvre par les FAI et pouvant affecter les services de distribution et de diffusion en ligne de contenus audiovisuels en l'absence de règles en matière de neutralité du Net :

- le ***bundling*** : couplage d'un service d'accès à Internet à un ou plusieurs services de contenus, en échange d'une réduction tarifaire voire d'une gratuité totale du ou desdits services ;
- le ***zero-rating*** : application d'un traitement favorable au trafic associé à un ou plusieurs services de contenus, en ne le décomptant pas du plafond de consommation (le cas échéant) ou en ne lui appliquant pas les mêmes règles d'acheminement ou de tarification, une fois le plafond atteint ;
- le ***sponsored data*** («trafic subventionné») : consiste à ne pas facturer ou à ne pas décompter du plafond de consommation le trafic associé à un ou plusieurs services de contenus, les coûts correspondants étant supportés par le fournisseur du ou desdits contenus (exemple des plateformes de streaming vidéo et de VoD) ;
- le **blocage** ou **filtrage** **:** restriction de l'accès de l'utilisateur final à certains contenus, en vertu d'objectifs d'affaires des FAI visant à favoriser leurs propres contenus ;
- les ***fast lanes*** **:** traitement de réseau préférentiel ou priorisation de certains flux de données (surtout des données vidéos) ou de services optimisés (IPTV, VoIP) en vertu d'accords commerciaux entre FAI et fournisseurs de contenus ou d'applications.
- le **ralentissement artificiel du trafic :** réduction du débit de livraison des contenus à l'utilisateur final à travers la limitation spécifique de la vitesse de téléchargement de certains flux de données.

La dérégulation proposée par la FCC peut aussi avoir des répercussions sur les accords commerciaux en cours de négociation comme l'ALENA, spécifiquement sur des aspects relatifs à l'exemption culturelle et surtout au commerce électronique. Comment s'assurer par exemple qu'en vertu de l'ALENA, le Canada ne soit pas contraint de ne plus pouvoir appliquer ses propres règles en matière de neutralité du Net si le pays doit répondre à des obligations d'harmonisation dans le cadre de la coopération réglementaire et s'il ne prépare pas une défense face à la stratégie offensive des États-Unis en matière de dérégulation des services de télécommunications et de libéralisation du commerce de produits

[12] Cisco Visual Networking Index Forecast, 2015-2020, https://www.cisco.com/c/dam/m/en_in/innovation/enterprise/assets/mobile-white-paper-c11-520862.pdf.

numériques (incluant les produits culturels) ? Considérant qu'une bonne partie du trafic Internet canadien transite par les États-Unis et bien qu'il existe une réglementation[13] stricte en matière de neutralité du Net dans la Loi sur les télécommunications au Canada, les autorités canadiennes se préoccupent sérieusement des dispositions à prendre afin de mieux protéger les consommateurs canadiens en ligne face aux conséquences que pourrait entraîner la fin de la neutralité du Net aux États-Unis.

Steve Verheul, le négociateur en chef de l'ALENA pour la partie canadienne, déclarait récemment à ce sujet : « ***We are including provisions such as online consumer protection to ensure that that is provided for and we also have provisions to provide personal information protection, which we feel is essential in this kind of trade, along with our position that we want to protect Net neutrality when it comes to digital trade ».***

Des actions en justice sont déjà annoncées et de nombreuses protestations se sont faites entendre aux États-Unis dès le lendemain de cette décision très controversée de la FCC. Parmi les partisans et ardents défenseurs de la neutralité du Net, on retrouve les défenseurs des droits des consommateurs et des libertés sur Internet (comme l'Electronic Frontier Foundation) et surtout la quasi-totalité de la Silicon Valley, incluant les géants américains du Web (Google-Alphabet, Apple, Facebook, Twitter, Amazon, Netflix, Microsoft, Mozilla, ...). Regroupés au sein de l'Internet Association (l'un des principaux lobbies des entreprises d'Internet), les géants de la Silicon Valley critiquent vivement la FCC tout en défendant les intérêts relatifs à leurs propres plateformes, produits et services ainsi que la liberté de diffusion de l'information sur les réseaux et la libre concurrence : *« Les consommateurs ont peu de choix en matière de fournisseurs d'accès, et ces derniers ne devraient pas avoir le droit d'utiliser leur position de garde-barrière pour être en position de discriminer des sites ou des applications »*.

Toujours est-il que c'est au Congrès américain que se jouera maintenant la suite du combat, mais il est fort probable que les tentatives de blocage de cette mesure par les démocrates échouent étant donné qu'il y a une majorité républicaine à la Chambre et au Sénat.

SOURCES :

- http://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/11/21/aux-etats-unis-la-neutralite-du-net-menacee-de-disparition-d-ici-la-fin-de-l-annee_5218312_4408996.html - bc2VYPFFrG1l4iaq.99.
- http://www.lepoint.fr/high-tech-internet/usa-le-regulateur-presente-son-projet-pour-supprimer-la-neutralite-du-net-21-11-2017-2174103_47.php.
- http://www.numerama.com/politique/308895-qui-sont-les-opposants-notoires-a-la-neutralite-du-net-aux-etats-unis.html.
- https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/net-neutralite_etat-lieux-regul-0915.pdf.
- https://canadians.org/blog/will-trumps-telecom-deregulation-nafta-talks-undermine-net-neutrality-canada.
- https://www.globalresearch.ca/will-trumps-telecom-deregulation-nafta-talks-undermine-net-neutrality-in-canada/5620275.
- http://www.michaelgeist.ca/2017/12/canadas-lead-negotiator-confirms-government-seeking-net-neutrality-safeguards-nafta/.
- http://business.financialpost.com/opinion/what-canadians-will-lose-out-on-as-the-u-s-deregulates-the-internet-while-were-stuck-on-net-neutrality.
- http://www.cbc.ca/news/politics/tom-wheeler-net-neutrality-1.4418366.

[13] L'article 36 de la Loi sur les télécommunications accorde au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) des pouvoirs pour intervenir dans les questions de neutralité du réseau. Depuis 2009, le CRTC autorise les pratiques de gestion du trafic Internet, mais prohibe la discrimination injuste ou la préférence indue (Politique réglementaire de télécom CRTC 2009-657).

Nouvelles réalités concurrentielles du marché mondialisé des contenus : un aperçu des principales transformations en cours

Le Fonds des médias du Canada (FMC) vient de publier une étude qui se penche sur les nouvelles réalités de l'ouverture du marché mondial des contenus en analysant spécifiquement les nouvelles opportunités liées à la délinéarisation et à la déterritorialisation des dynamiques de production et de consommation de contenus, les exigences des nouveaux publics et auditoires, les caractéristiques et tendances des marchés de la vidéo sur demande par abonnement et de la télévision par contournement ainsi que les choix pratiquement illimités proposés aux téléspectateurs et les nouveaux modèles d'affaires.

Le thème **« *Pensez différemment* »** est intégré dans les différents chapitres de l'étude, proposant un cadre qui invite les producteurs à aborder la production, la distribution et la consommation des médias au sein d'une industrie en pleine transformation.

Le rapport final de l'étude met en exergue plusieurs conclusions importantes :

- **tous les producteurs de contenus opèrent dorénavant dans un marché mondial** ;
- le nouveau marché évolue de plus en plus vers le **visionnement non linéaire et fragmenté sur une diversité d'appareils** et vers les plateformes comme YouTube, Netflix et Amazon Prime ainsi que les fils de médias sociaux d'applications populaires comme Facebook, Twitter, Snapchat et Instagram ; il importe donc de chercher à comprendre les implications de l'abandon des modèles de la télédiffusion, de la télévision linéaire et de la télévision à forfait ;
- **les revenus publicitaires générés dans les médias numériques (ordinateurs personnels et appareils mobiles) ayant dépassé ceux de la télévision** pour la première fois en Amérique du Nord en 2017, il devient clair que **la balance du pouvoir penche en faveur des médias numériques.**

Dans le premier chapitre, l'étude met l'accent sur le fait que les habitudes d'accès et de consommation de contenus se font plus par le biais d'appareils mobiles que via les services de télédiffusion, de télévision par câble ou de télévision par satellite. **On note par exemple qu'au début de 2017, plus de 56 % des visionnements de vidéos numériques dans le monde étaient faits à partir d'un appareil mobile.** Par ailleurs, la croissance des services d'abonnement à la vidéo sur demande et le développement de contenus multicanaux ou multi-supports ont contribué à étendre géographiquement le marché de l'offre de contenus tout en favorisant l'émergence de nouveaux modèles d'affaires pour les producteurs, distributeurs et agrégrateurs.

Le deuxième chapitre se penche davantage sur l'analyse de ce nouveau marché mondial de contenus. Les travaux de la chercheuse, **Amanda Lotz,** spécialiste en études des médias, ont été mis exergue. Auteure de ***The Television Will Be Revolutionized*,** Lotz fait valoir que le modèle d'affaires de la télévision n'a vraiment évolué sous l'effet des technologies numériques qu'à la fin des années 1990 avec des changements importants dans les modes de diffusion de la programmation, mais aussi sur le plan de la multiplication des choix offerts aux téléspectateurs à un rythme jamais vu auparavant.

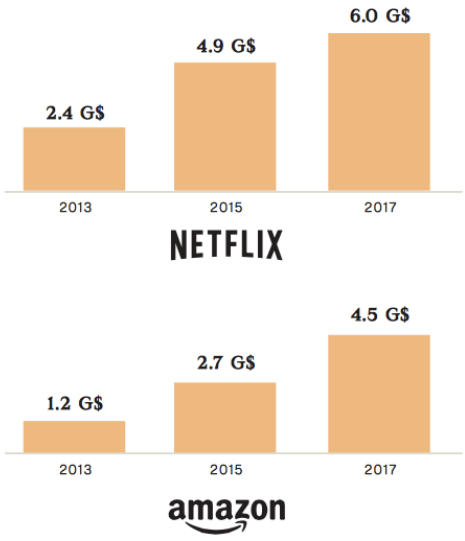
D'après Lotz, plusieurs facteurs permettent de bien saisir les transformations en cours au sein des industries de contenus, dans une nouvelle ère qui peut être caractérisée de post-réseau. Il s'agit des **«5 C» : choix, contrôle, commodité, customisation et communauté.** Ces 5C sont autant d'éléments qui influencent les nouvelles dynamiques concurrentielles, les nouveaux modèles d'affaires et les stratégies de positionnement de nouveaux types de contenus de créneau. Tout ceci contribue à la fragmentation du marché, suscitant une concurrence accrue entre les contenus, cette situation étant très favorable aux producteurs de contenus. Ces derniers multiplient d'ailleurs les partenariats internationaux (notamment des ententes ou traités officiels de coproduction[14]) ainsi que les accords de financement, de diffusion et de distribution qui permettent de consolider l'industrie, de tirer vers le haut la qualité des œuvres produites, et de favoriser l'exportation vers des marchés internationaux tout en tenant compte des défis tels que ceux du piratage ou du téléchargement illégal.

Le troisième chapitre de l'étude explique le succès de la télévision par contournement ainsi que celui des nouvelles plateformes numériques de diffusion en continu qui se sont imposées entre autres en raison des frais élevés d'abonnement mensuel aux services de câblodistribution ou de diffusion par satellite, mais aussi en raison du décloisonnement des horaires de diffusion, de l'abandon des limites imposées par les grilles de programmation traditionnelles et de la plus grande accessibilité sur différents canaux ou supports d'un choix diversifié et illimité de contenus.

Le rapport mentionne qu'en 2016 au Canada, un peu plus de 200 000 abonnés ont abandonné leur fournisseur de services de câblodistribution, un nombre sans précédent d'annulations de services représentant des pertes de revenus totales de 185 millions de dollars. Au sein du plus important marché du divertissement sur la planète, celui des États-Unis, le taux d'abandon du câble a quant à lui augmenté de 33 % entre 2016 et 2017, ce qui représente plus de 22 millions d'abonnements.

Tout ceci s'explique également par l'évolution des offres des plateformes telles que Netflix, Amazon Prime, Hulu, mais aussi Iflix (dans les marchés de l'Asie du Sud-Est) et Iroko (au Nigéria et en Afrique) qui investissent dans des productions originales[15] et dans des contenus locaux afin de se démarquer de la concurrence et de fidéliser l'auditoire en leur proposant une nouvelle expérience utilisateur.

Budget de contenu vidéo annuels estimés de Netfliz et d'Amazon
(contenu original et contenu sous licence)



[14] Le Canada en a conclu avec plus de 50 pays sur la planète et ces traités sont assortis d'un éventail de crédits d'impôt et de mesures incitatives pour les deux pays partenaires.

[15] En octobre 2017, Netflix a annoncé qu'il comptait affecter 8 milliards de dollars à la création et à l'acquisition d'émissions en 2018 (par rapport à un peu plus de 6 milliards de dollars en 2017). Entre-temps, Amazon a déclaré des dépenses de 4,5 milliards de dollars pour la création et l'acquisition de contenus pour 2017. Hulu a dépensé 2,5 milliards de dollars et YouTube, avec son service payant haut de gamme YouTube Red, alloue désormais des centaines de millions de dollars par année pour la création de contenus.

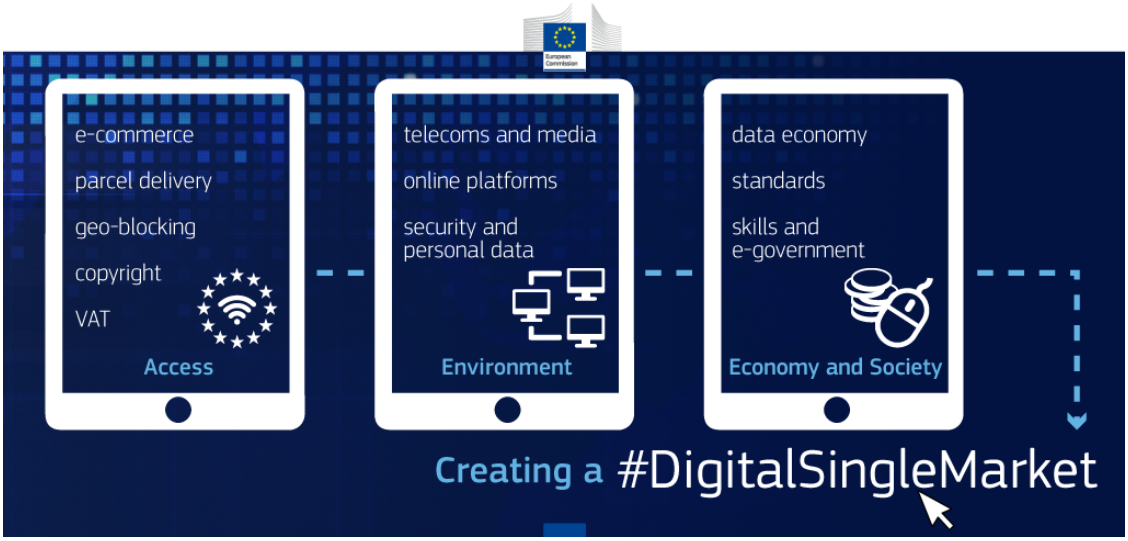
Par ailleurs, la lutte pour capter l'attention fait basculer la consommation comme un élément à intégrer dans l'élaboration de la programmation, en s'appuyant notamment sur les analyses de données poussées ainsi que des systèmes d'apprentissage automatique qui savent décrypter les habitudes de consommation en ligne et les contenus préférés des auditoires. La concurrence s'accentue également entre le contenu professionnel proposé par la télévision, les médias accessibles sur demande, et les fils d'actualité des médias sociaux.

Les deux derniers chapitres (4 et 5) de l'étude accordent une attention à la problématique des fractures numériques de même qu'aux incidences des bouleversements numériques du paysage audiovisuel et médiatique sur le positionnement concurrentiel des producteurs et créateurs de contenus locaux/nationaux sur le nouveau marché mondial.

SOURCE :
https://trends.cmf-fmc.ca/media/uploads/reports/Pensez_differemment_-_Les_nouvelles_realites_concurrentielles_du_marche_mondialise_des_contenus_-_FMC_Veille.pdf.

État des lieux du marché unique numérique en Europe[16]

Priorité de la Commission Juncker, le numérique est revenu sur le devant de la scène européenne en mai 2015, lors de la présentation de la stratégie pour le marché unique numérique. Deux ans et demi après, la presque totalité des 35 propositions législatives de l'exécutif européen en est encore au stade des négociations. État des lieux des principaux chantiers en cours.



Le 16 mai 2015, la Commission européenne présentait sa stratégie sur le marché unique numérique. Objectif : rassembler 28 marchés nationaux fragmentés et tenter de faire face à la domination américaine sur le Web. ***« Nous devrons avoir le courage de briser les barrières nationales en matière de réglementation des télécommunications, de droit d'auteur et de protection des données, ainsi***

[16] *Synthèse initialement publiée le 5 décembre 2017, sur le site Toutel'Europe.Eu :* https://www.touteleurope.eu/actualite/marche-unique-numerique-un-etat-des-lieux.html.

qu'en matière de gestion des ondes radio et d'application du droit de la concurrence », pouvait-on ainsi lire dans la liste des priorités du président de la Commission.

Du big data à la régulation des géants du Web, en passant par le commerce en ligne et l'harmonisation des droits d'auteur, le plan comprend 16 initiatives, qui ont été successivement traduites en 35 propositions législatives de la Commission européenne. Mais lors de l'examen à mi-parcours du projet en mai 2017, la Commission soulignait qu'une seule de ces propositions (concernant la libération de la bande de 700 MHz pour le développement de la 5G) avait franchi le cap de l'accord inter-institutionnel. Et appelait les États comme le Parlement européen à s'entendre rapidement sur les autres.

Développer le commerce en ligne : Le premier pilier de la stratégie européenne est le développement du commerce sur Internet. Selon les chiffres mis en avant par la Commission en 2015, 15 % des consommateurs européens effectuent des achats en ligne dans un pays de l'UE autre que le leur (contre 44% dans leur propre pays), et seules 7% des PME européennes vendent à l'étranger via Internet. La Commission veut ainsi jouer sur deux tableaux : d'un côté, encourager les Européens à consommer sur Internet ailleurs que dans leur propre pays ; de l'autre, aider les entreprises à développer la vente en ligne à l'étranger. Une partie des mesures vise ainsi à **renforcer la confiance des internautes** tentés par l'achat en ligne. Les règles de protection du consommateur, par exemple, sont jugées trop obscures et disparates entre les pays. Certaines, comme le délai de rétractation (14 jours minimum) ou le type d'informations à fournir au consommateur avant la conclusion du contrat, ont déjà été harmonisées. Mais que faire lorsque le produit commandé n'est pas conforme au contrat de vente ? En fonction du pays (et donc du site) de vente, les droits ne sont pas les mêmes. Tout comme les moyens de les faire respecter, ce pourquoi la Commission souhaite renforcer le rôle des autorités chargées de veiller à l'application de la législation et détecter les infractions.

Les institutions européennes sont parvenues à s'entendre, en novembre 2017, sur l'une des mesures phares de ce volet : les limitations au "**géoblocage**", qui permet à une entreprise de différencier ses prix et services en fonction du pays d'achat, indépendamment des frais de transport et parfois de manière abusive. En vertu des nouvelles règles, qui doivent entrer en vigueur fin 2018, les consommateurs ne pourront ainsi plus être bloqués ou redirigés lorsqu'ils tentent d'effectuer des achats sur un site étranger, et pourront par exemple "*acheter leurs appareils électriques en ligne, louer une voiture ou acheter des places de concert à l'étranger comme ils le font dans leur propre pays*", promet la Commission. Les services audiovisuels sont toutefois exclus de ce règlement, qui devra par ailleurs être complété par une amélioration des **services de livraison transfrontière** sur laquelle travaille l'exécutif européen.

Réguler les géants du Web : Sous l'appellation de "*plateformes Internet*" (qui regroupe les moteurs de recherche, médias sociaux, plateformes de commerce électronique, boutiques d'applications et comparateurs de prix), ce sont avant tout les géants américains du Web (GAFA) qui sont visés par le projet de la Commission. Que leur reproche-t-on ? Pêle-mêle : un manque de transparence dans l'affichage de leurs résultats de recherche, dans leurs tarifs et dans l'utilisation des données qu'ils récupèrent auprès de leurs utilisateurs, la promotion de leurs propres services au détriment de leurs concurrents, leur manque de responsabilité vis-à-vis des contenus illicites (contenus non libres de droits, mais aussi pédopornographie et sites terroristes...) qu'ils laissent publier, ou encore leurs pratiques d'optimisation fiscale leur permettant de payer un minimum d'impôts en Europe (même si ce comportement n'est évidemment pas limité aux GAFA…).

Outre les récentes décisions de la Commission européenne en matière de concurrence, telles que l'amende de 2,4 milliards d'euros contre Google Shopping pour abus de position dominante, l'exécutif a prévu de s'attaquer aux **clauses contractuelles** et aux **pratiques commerciales déloyales observées** dans les relations de plateformes à entreprises. Enfin, le projet de **taxe numérique**, s'il ne figure pas parmi les propositions du marché unique du numérique, rejoint évidemment ses objectifs. La Commission européenne a laissé entendre qu'elle prendrait des mesures en ce sens si la communauté internationale ne parvenait pas à se mettre d'accord au sein de l'OCDE d'ici au printemps 2018. Les modalités d'une telle taxation restent à préciser, mais une majorité d'États membres a déjà soutenu le projet français de taxe sur le chiffre d'affaires lors du sommet de Tallin en septembre 2017.

Élargir l'accès en ligne aux oeuvres culturelles : L'audiovisuel et la musique sont également concernés par la stratégie européenne. La **portabilité des contenus en ligne de sites payants** s'appliquera par exemple à partir de 2018. Un abonné à BeinSport ou Spotify pourra ainsi, même s'il se déplace dans un autre pays de l'UE, continuer à accéder à ses contenus en ligne. En revanche, **l'harmonisation du droit d'auteur** semble dans l'impasse. Pour favoriser la diffusion en ligne d'oeuvres audiovisuelles par-delà les frontières, la Commission veut remplacer l'actuelle territorialité des droits par un principe de "*pays d'origine*", qui fait craindre à beaucoup la disparition des systèmes actuels de financement de la création culturelle. L'objectif est de permettre aux consommateurs de services, de musique, de films ou d'événements sportifs en ligne d'avoir accès aux mêmes contenus où qu'ils soient en Europe. Mais le financement de ces œuvres est aujourd'hui fonction de leur diffusion pays par pays et des droits qui y sont attachés. La directive sur le droit d'auteur propose également de **faire payer les plateformes** (en particulier Google et Facebook) pour le relais des articles de presse qu'ils font actuellement gratuitement, et d'obliger les plateformes comme YouTube à filtrer automatiquement les contenus qui ne respecteraient pas les droits d'auteur.

Enfin, en vertu d'un accord du Conseil de l'UE en mai 2017 dans le cadre de la directive sur les **services de médias audiovisuels** (SMA), la proportion minimale d'oeuvres européennes à prévoir dans les services de vidéo à la demande (dont les plateformes de partage vidéo et les réseaux sociaux lorsque la fourniture de contenus audiovisuels constitue une part essentielle du service) est portée à 30%. Ces médias se voient aussi imposer des règles strictes en matière de protection des mineurs et du public en général à l'encontre des contenus incitant à la haine, à la discrimination, à la violence et au terrorisme.

SOURCE :

https://www.touteleurope.eu/actualite/marche-unique-numerique-un-etat-des-lieux.html.

Direction

Gilbert Gagné,

Chercheur au CEIM
et directeur du Groupe de recherche
sur l'intégration continentale (GRIC).

Rédaction

Destiny Tchéhouali,

Chercheur au CEIM,
et directeur de l'Observatoire des réseaux
et interconnexion de la société numérique (ORISON)
Président de la Société Internet du Québec (ISOC Québec)

Abonnez-vous

À la liste de diffusion
Au fil RSS
Lisez toutes les chroniques

Organisation internationale de la francophonie

Administration et coopération :
19-21 avenue Bosquet
75007 Paris (France)

Téléphone : (33) 1 44 37 33 00
Télécopieur : (33) 1 45 79 14 98
Site web : www.francophonie.org

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation

Adresse civique :
UQAM, 400, rue Sainte-Catherine Est
Pavillon Hubert-Aquin, bureau A-1560
Montréal (Québec) H2L 2C5 CANADA

Adresse postale :
Université du Québec à Montréal
Case postale 8888, succ. Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3P8 CANADA

Téléphone : 514 987-3000, poste 3910
Télécopieur : 514 987-0397
Courriel : ceim@uqam.ca
Site web : www.ceim.uqam.ca

La Chronique *Culture, commerce et numérique* est réalisée par le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation pour l'Organisation internationale de la Francophonie.

Les opinions exprimées et les arguments avancés dans ce bulletin 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 l'Organisation internationale de la Francophonie.