



L'urgence d'agir contre la monopolisation d'Internet et ses impacts dévastateurs pour les industries culturelles

Regards de l'IEIM | Mai 2020

L'une des conséquences majeures, parmi d'autres, de l'actuelle pandémie de COVID-19 s'est illustrée par le renforcement du processus de monopolisation d'Internet et l'amplification de ses impacts dévastateurs pour les industries culturelles. La crise sanitaire mondiale a mis en lumière le fait que les géants du web ou *Big Tech* – Google, Apple, Facebook et Amazon (GAFA) – et les acteurs du « streaming culturel » comme Netflix, continuent d'opérer sans être tout à fait assujettis aux mêmes conditions que les entreprises canadiennes. Non seulement bénéficient-elles de conditions favorables liées à une asymétrie réglementaire et technologique par rapport aux acteurs locaux traditionnels, mais le contexte actuel, marqué par une forte croissance du commerce électronique, a également confirmé l'hégémonie de ces mastodontes à l'ère de la consommation numérique. De fait, [l'utilisation de Facebook et de ses services associés a augmenté](#), Amazon multiplie les ventes en ligne et le moteur de recherche Google a enregistré des records de demandes. Concernant Netflix, Antonios Vlassis souligne que :

« [Le géant américain] a doublé ses prévisions de nouveaux abonnés en 2020. Dans son [rapport trimestriel](#), publié le 22 avril, Netflix a confirmé ce record : dans les trois premiers mois de 2020, 15,77 millions de nouveaux abonnés payants à travers le monde (+ 9,4 %) contre une prévision de 7 millions de nouveaux abonnés. Aujourd'hui, la [firme multinationale basée en Californie dispose de 182,9 millions d'abonnés](#) contre 167,1 millions fin janvier. En outre, Netflix a également embauché 2 000 employés supplémentaires de soutien à la clientèle pour satisfaire une demande beaucoup plus élevée »¹.

Si la puissance de ces *Big Tech* impressionne, il faut néanmoins garder à l'esprit que celles-ci abusent de leur pouvoir de marché et qu'elles déploient des pratiques déloyales et restrictives. Dans le secteur de la technologie et de l'information, mais aussi dans l'industrie culturelle, les politiques de la concurrence et les autorités antitrust ont un rôle à jouer, comme les interventions des gouvernements qui, en faisant bon usage de l'exception

¹ Vlassis, Antonios, « Online Platforms and Culture : the Winning Actors of the Great Lockdown ? », *Analytical Report*, GRIC-CEIM-FIDC, n° 4, mai 2020. Accessible en ligne : <https://ficdc.org/wp-content/uploads/2020/05/MAY-2020--N%C2%BA4.pdf> [consulté le 20 mai 2020]

culturelle, doivent créer les conditions du rééquilibrage des termes de l'échange afin d'assurer leur souveraineté culturelle et numérique.

Cet article vise d'abord à **examiner les défis que pose la numérisation des pratiques et des objets culturels** dans un marché dominé par quelques grandes firmes. Tandis que la crise sanitaire mondiale confirme **la monopolisation d'Internet**, ce document aborde ensuite l'enjeu de la **réglementation de l'industrie** des médias et des télécommunications. Enfin, face aux **pratiques anticoncurrentielles** des géants américains du web, l'auteure suggère de considérer la pandémie comme une opportunité de reconstruire la **diplomatie culturelle numérique**.

Internet : contre-révolution en marche

En même temps qu'être une révolution, Internet représente un vecteur de destruction créatrice. Depuis son invention, le 29 octobre 1969, Internet a chamboulé nos manières de communiquer et d'échanger². Ses effets concernent désormais l'ensemble des secteurs de la vie économique. Au départ, Internet n'était pas un espace commercial où le partage – voire le piratage – et la gratuité entre internautes opéraient un changement de paradigme significatif sur le plan de l'organisation économique et sociale. Depuis 1997, Internet est entré dans une phase de commercialisation qui a structuré de nouvelles routes du commerce ; les routes du commerce électronique. C'est ce qui a permis à de puissants géants du numérique comme Alphabet (Google), Apple, Amazon, Facebook, Microsoft ou encore Netflix de développer leur emprise et leur pouvoir de marché dans de nombreux secteurs.

« La commercialisation d'Internet a structuré des routes du commerce électronique sur lesquelles les géants du numérique (GAFAM) ont développé leur emprise et leur pouvoir de marché dans de nombreux secteurs ».

À ses débuts, Internet s'associait au laisser-faire et au code technologique en tant que principe régulateur suprême. Mais qu'en est-il de cette proposition aujourd'hui ? Faut-il se méfier des pratiques anticoncurrentielles de ces grandes entreprises qui détiennent un pouvoir monopolistique ? Faut-il s'attaquer à la concentration économique que les changements technologiques ont favorisée et qui

sont actuellement amplifiés par la pandémie ? Ou faut-il les réglementer et faire contribuer les *Big tech* à l'atteinte d'objectifs d'intérêt général ?

² Il est nécessaire de distinguer Internet et le web. Le premier, dont le nom provient de la contraction du terme « *interconnected network* », a vu le jour à l'Université de Californie à Los Angeles, avec la création du réseau Arpanet, financé par l'*Advanced Research Projects Agency*, une organisation du département américain de la Défense. Le World Wide Web, quant à lui, a été créé le 12 mars 1989 par le physicien britannique Tim Berners-Lee au sein de l'Organisation européenne pour la recherche nucléaire (CERN).

Concentration et abus de position dominante – l'ambivalence règne

Principale cible des autorités de la concurrence dans les années 1990, Microsoft a fait l'objet de nombreuses poursuites tant aux États-Unis qu'en Europe³. Ayant évité de justesse un démantèlement au début des années 2000, Microsoft a toujours affirmé que sa position dominante découlait de son efficacité et de son innovation. L'abandon de la procédure de démantèlement démontre que l'ambivalence de l'antitrust dans une économie de l'information était déjà bien installée.

Aujourd'hui, ce sont les GAFAs qui font l'objet d'enquêtes multiples. Aux États-Unis, plusieurs États et le ministère de la Justice mènent des enquêtes sur la domination de Google dans la publicité en ligne, les moteurs de recherche et aussi concernant Android. L'enquête s'inscrit dans le cadre d'une vaste campagne contre Google, Facebook, Amazon et Apple. Le Gouvernement américain reproche à ces compagnies d'avoir violé des lois anti-trust (visant à réduire ou limiter la concentration économique), de n'avoir pas respecté le droit à la vie privée ou encore d'avoir instauré des mesures de discriminations. En septembre 2019, plus d'une quinzaine d'enquêtes sur les géants du web étaient en cours.

Dans cette crise sanitaire mondiale, les grandes firmes technologiques et du numérique ont gagné en légitimité en faisant don de millions de dollars pour les efforts de lutte contre le coronavirus (SARS-CoV-2). À cet égard, il ne s'agit pas du moment le plus opportun pour entamer des recours antitrust dans la mesure où ces entreprises pourraient bénéficier – voir même structurer – les plans de relance des gouvernements. Le département américain de la Justice et la Division fédérale du commerce continuent d'enquêter, respectivement sur Alphabet et Facebook. Toutefois, le contexte exceptionnel de la pandémie pourrait favoriser un assouplissement dans l'application de la loi. En Europe, les conditions économiques ont changé les examens de fusions. Par exemple, l'autorité britannique de la concurrence a autorisé l'acquisition par Amazon du service de livraison Deliveroo, invoquant les répercussions de la crise sur le marché de l'alimentation. La sortie du marché de Deliveroo serait pire pour la concurrence que de permettre l'investissement d'Amazon.

« En adoptant une démarche philanthropique, les grandes firmes technologiques et du numérique ont profité de la lutte mondiale contre le coronavirus pour gagner en légitimité auprès de l'opinion publique et des décideurs ».

L'un des principaux inconvénients des procédures antitrust concerne la lenteur de leur application qui *in fine* minimise ses effets. Ainsi, [l'amende historique de l'Union européenne infligée à Google](#) en juin 2017 n'a pas changé la donne puisque l'entreprise américaine avait déjà changé son modèle d'affaires. La tentative de bloquer l'acquisition de Time Warner par AT&T a échoué en 2018 pour permettre à un nouveau géant, Warner

³ Rioux, Michèle, « Une victoire pour Microsoft ? », *Chronique de l'Observatoire des Amériques*, CEIM, février 2003. Accessible en ligne : http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/Chro_US2.pdf [consulté le 20 mai 2020]

Media, de profiter de la convergence entre les télécommunications et les contenus. Le processus de monopolisation d'Internet est bel et bien en cours et aura des impacts sur les industries culturelles, incluant les médias. De plus, l'acquisition en septembre 2018 de Sky (premier acteur de la télévision payante en Europe) par Comcast (le plus important câblo-opérateur américain), ainsi que la bataille qui se poursuit actuellement entre Disney et Comcast pour le rachat du groupe Fox constituent des exemples édifiants de la convergence et de la reconfiguration du paysage médiatique (notamment audiovisuel) et des télécommunications aux États-Unis. John M. Neuman pose les bonnes questions avant de lancer un appel à un resserrement de l'action antitrust :

« La doctrine antitrust est-elle « suffisamment souple » pour remédier à la manipulation des résultats de recherche ? De la collusion algorithmique ? Des marchés sans prix ? Des marchés où les données numériques agissent comme une monnaie, un avantage concurrentiel, un moyen d'accroître la qualité des produits, ou les trois à la fois ? »⁴.

Enfin, il faut noter que la France a obligé Google à négocier un nouvel arrangement de remboursement pour « réutilisation de contenu protégé » des éditeurs et des agences de presse suite à une décision établissant un abus de position dominante. En février 2020, le [tribunal de l'Union Européenne a accueilli pendant trois jours les plaidoiries](#) de la première des trois batailles qui opposent le géant de l'internet à la Commission européenne, l'affaire dite "Google Shopping". Au Canada, le Groupe d'examen du cadre législatif en matière de radiodiffusion et de télécommunications, présidé par Janet Yale, a rendu son rapport final le 29 janvier 2020. Intitulé « [L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir](#) », le document formule une liste de recommandations pour réglementer les relations entre les Big Tech et les producteurs de contenus.

Réglementer ou ne pas réglementer : l'ambivalence demeure

Lorsqu'il s'agit d'aborder la réglementation des Big Tech, l'ambivalence est palpable. En effet, si l'on considère la prédominance croissante des entreprises comme Netflix ou Amazon sur les fournisseurs de contenus traditionnels, il s'avère très difficile d'apporter des réponses à la question des quotas notamment, sur le plan réglementaire et tout autant sinon plus sur le plan technique. Bien que l'Union Européenne dispose dans son arsenal législatif d'une directive en ce sens pour le secteur de l'audiovisuel, beaucoup d'incertitudes demeurent sur les plans technique et juridique. Le Mexique et le Canada pourraient imiter l'UE avec des mesures visant la découvrabilité des contenus locaux sur ces plateformes numériques. Cependant, la loi mexicaine est controversée et le Canada pourrait bien se retrouver dans une situation délicate : l'Accord Canada-Etats-Unis-Mexique

⁴ « Is antitrust doctrine “supple enough” to address manipulation of search results? Algorithm-based collusion? Markets without prices? Markets wherein digital data acts as currency, a competitive advantage, a means of increasing product quality, or all three at once? ». John M. Newman, « Antitrust in Digital Markets », *Vanderbilt Law Review*, 72, (5), 2019, p. 1501. Traduction de l'auteure.

(ACEUM) étant désormais une réalité, une dispute commerciale constituerait un sérieux frein à la relance économique post-COVID-19.

« Actuellement, les industries locales sont placées sous respiration artificielle parce qu'elles subissent un mouvement de déstructuration sans précédent. Si les États n'opèrent pas un rééquilibrage en faveur de la souveraineté numérique et culturelle, la crise sanitaire mondiale devrait aggraver les répercussions sur les industries culturelles, les conditions de vie des artistes et des créateurs ».

Reste à savoir comment opérer un rééquilibrage des termes de l'échange et à assurer un degré de souveraineté numérique et culturelle. Sans un tel rééquilibrage, la culture sera absente ou invisible sur les plateformes, ce qui impactera directement les industries culturelles et surtout les conditions de vie des artistes et des créateurs. Actuellement, les industries locales sont placées sous respiration artificielle parce qu'elles subissent un mouvement de déstructuration sans précédent. Si les plateformes se veulent solidaires en distribuant

des aides, la pandémie a mis en lumière l'urgence d'agir dans une situation où les œuvres culturelles locales sont invisibles sur des plateformes numériques qui ne sont pas réglementées comme les acteurs locaux. En n'intervenant pas rapidement, l'État participe à une sorte de « capitulation tranquille », pour paraphraser un célèbre ouvrage de Kari Polanyi Levitt, que la crise sanitaire mondiale ne fait qu'accélérer. Comme le suggèrent McKelvey et Hunt :

« La gouvernance par algorithme peut masquer la politique culturelle en tant que décision technique. Des décisions apparemment techniques peuvent avoir d'importantes répercussions sur les résultats des politiques, surtout si leur conception ne tient pas activement compte de l'iniquité systémique dans le statu quo »⁵.

Si le ministre du Patrimoine canadien, Steven Guilbeault, [a reconnu que les Gafa et Netflix ne faisaient pas leur part](#) et qu'il a mentionné que des projets de surtaxes sur la publicité en ligne et sur la vente de données personnelles dans un but publicitaire étaient en préparation, la prudence s'impose face à la possible riposte des États-Unis. Le Canada choisirait d'attendre un consensus au sein des pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Pour l'instant, Ottawa doit encore imposer la taxe fédérale sur les produits et services aux géants du web.

Pendant ce temps, les Big Tech multiplient les fonds d'aides pour aider les industries culturelles à surmonter les problèmes liés à la pandémie de COVID-19. Selon Antonios

⁵ McKelvey, Fenwick et Hunt, Rob, « Responsabilité algorithmique et découverte de contenus numériques », Document de réflexion, Ministère du Patrimoine canadien et Commission canadienne pour l'UNESCO, Ottawa, 7-8 février 2019, p. 9. Accessible en ligne : <http://culturenumeriqc.gcnum.com/wp-content/uploads/2019/03/McKelvey-et-Hunt-Responsabilite%CC%81-algorithmique-et-de%CC%81couverte-de-contenus-nums%CC%81riques.pdf> [consulté le 20 mai 2020]

Vlassis, les aides de Netflix visent les équipes de production de Netflix ainsi que de nombreux organismes internationaux : le Fonds pour les catastrophes COVID-19 de la Fondation SAG-AFTRA, le Fonds pour le cinéma et la télévision et le Fonds d'acteurs pour l'aide urgente aux États-Unis, la Fondation des Artistes au Canada, le British Film Institute, la Commission du film italien, le groupe Audiens en France, l'Institut brésilien du contenu audiovisuel, l'Académie mexicaine des arts et des sciences cinématographiques, l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, l'Acción Cultural et la Film Academy en Espagne, ainsi que le Netherlands Film Fund.

La diplomatie culturelle numérique étant en construction, il faudrait bien réfléchir aux effets structurants de la pandémie, aux réponses rapides des uns et aux ambivalences des autres.

Institut d'études internationales de Montréal
Université du Québec à Montréal
400, rue Sainte-Catherine Est
Bureau A-1540, Pavillon Hubert-Aquin
Montréal (Québec) H2L 3C5
514 987-3667
ieim@uqam.ca
www.ieim.uqam.ca

UQÀM



**Institut d'études
internationales
de Montréal**

15 ans

Auteure

Michèle Rioux