

Culture, commerce et numérique

La fin du «géoblocage» et l'introduction de la «blockchain» dans les échanges et la distribution décentralisés de biens et services culturels en ligne

Volume 11, numéro 5, juin 2016

Résumé analytique

La chronique de ce mois de juin 2016 examine les récentes réformes en matière de commerce électronique et de régulation des services de médias audiovisuels au sein de l'Union européenne. Notre analyse porte dans un premier temps sur les mesures relatives à la fin du géoblocage de contenus culturels, fondé sur le lieu de résidence ou la nationalité. Nous nous interrogeons notamment sur les incidences de ces mesures sur les pratiques anticoncurrentielles des plateformes numériques américaines ainsi que sur la remise en cause du principe de territorialité du droit d'auteur. Nous traitons ensuite des dispositions prises récemment par certains gouvernements en France, en Europe et au Canada pour faire contribuer les plateformes de vidéo à la demande au financement de la création et de la production audiovisuelles, notamment à travers des quotas, des taxes et des crédits d'impôts. Enfin, Olivier Dagenais traite également dans ce numéro de la technologie de la blockchain, en décrivant ses apports potentiels au secteur culturel, à travers les possibilités de désintermédiation des échanges, d'authentification et de rémunération directe des artistes, pour l'exploitation ou la consommation en ligne de leurs œuvres.

Bonne lecture!

Table des matières

Réformes en matière d'e-commerce en Europe : les enjeux de réglementation du «géoblocage» de contenus.....**2**

Taxes, quotas ou crédits d'impôts : comment faire contribuer les plateformes de VOD au financement de la création et à la production audiovisuelle locale/nationale.....**7**

La «blockchain» : l'étape ultime de la redistribution décentralisée et désintermédiée des revenus aux créateurs et aux artistes ?.....**11**

Réformes en matière d'e-commerce en Europe : les enjeux de réglementation du géoblocage de contenus

Le géoblocage ou blocage géographique (« *geoblocking* » en anglais) désigne un ensemble de pratiques utilisées par des acteurs de l'e-commerce, des fournisseurs de services et de contenus par Internet, mais aussi des fournisseurs d'accès à Internet pour empêcher l'accès à un contenu ou en modifier les modalités (par exemple le prix) en fonction de l'adresse IP de l'utilisateur. En effet, lors d'une connexion à Internet, l'utilisateur est reconnu à travers une adresse IP liée à un emplacement géographique physique. Ainsi, si une personne se connecte à partir de la France par exemple, l'entreprise qui diffuse des services en ligne peut reconnaître quand l'utilisateur est à l'étranger (hors de la France) et peut l'empêcher d'accéder au contenu qu'il propose selon la position géographique de son ordinateur.

Grâce à la surveillance des adresses IP (*IP tracking*), certains commerçants en ligne redirigent le visiteur de leur site Web vers une version spécifique du site pour le pays à partir duquel il se connecte, avec des produits et des prix différents, souvent moins attractifs que dans le pays où l'utilisateur a contracté originellement un abonnement au service. Les pratiques de blocage géographique sont surtout fréquentes en ce qui concerne les services de vidéo à la demande tels que Netflix qui empêchent ses utilisateurs de visionner des émissions TV en ligne sur les sites Web de chaînes de TV étrangères (par exemple des chaînes de TV française sur le territoire belge) ou d'avoir accès à partir de l'étranger au même catalogue auquel ils ont accès dans leur pays de résidence.

Ce problème peut toutefois être contourné puisqu'il est possible de modifier son adresse IP pour qu'elle soit géolocalisée dans le pays souhaité, en fonction du catalogue proposé ou du programme visé. La méthode la plus utilisée est le recours à un réseau privé virtuel dit VPN (« *Virtual Private Network* ») qui permet de se connecter à un réseau distant, de manière anonyme et sécurisée, et de se connecter avec une adresse IP d'un autre pays que son pays de résidence, c'est-à-dire de choisir dans quel pays on souhaite être connecté pour accéder aux biens ou aux contenus déterminés pour ce pays. Dans le cadre du visionnage de vidéos en ligne, le recours à un service VPN est toutefois susceptible de constituer une atteinte aux droits d'auteur, puisque les contenus audiovisuels sont la plupart du temps bloqués dans certains pays pour des questions de droits d'auteur.

Nouvelle réglementation pour le commerce électronique : mettre fin au blocage géographique et d'autres formes de discrimination fondée sur la nationalité ou le lieu de résidence

Dans le cadre de la création d'un marché unique du numérique en Europe, la Commission européenne a présenté le 6 mai 2015 un vaste plan d'action qui s'articule autour de trois piliers principaux, à savoir un meilleur accès aux biens et services dématérialisés, un cadre réglementaire destiné au développement des entreprises et la croissance de l'économie numérique.

Le premier pilier, celui de l'accès aux biens et services dématérialisés, constitue l'une des priorités de la Commission européenne, en raison des barrières géographiques qui subsistent et qui sont liées à la fois aux manœuvres des acteurs économiques souhaitant protéger leurs intérêts commerciaux, et des réglementations applicables dans les différents pays qui ne sont pas suffisamment harmonisées.

Un peu plus d'un an après le lancement du projet du marché unique du numérique, la Commission européenne a présenté le 25 mai dernier un paquet de réformes en vue de dynamiser le commerce en ligne transfrontalier, tout en facilitant l'accès aux biens et services. Parmi les mesures phares annoncées, on note la fin du blocage géographique et de toute forme de discrimination fondée sur la nationalité ou le lieu de résidence. La législation proposée par la Commission vise notamment à garantir que les consommateurs qui cherchent à acheter des biens ou des services dans un autre pays de l'Union européenne (UE), que ce soit en ligne ou en personne, ne fassent pas l'objet d'une discrimination en termes d'accès aux prix, de ventes ou de conditions de paiement, sauf si elle est objectivement justifiée par des motifs tels que la TVA ou certaines dispositions légales d'intérêt public. La Commission européenne estime que de telles discriminations ne devraient pas exister dans le cadre de la création du marché unique du numérique, dont le but est de faire tomber les barrières géographiques, en édifiant un nouveau système de règles harmonisées visant à rendre les services en ligne disponibles dans toute l'Europe.

Mais la volonté de Bruxelles de mettre fin aux pratiques de géoblocage en vigueur dans les différents États membres de l'UE a soulevé une vive opposition de la part des ayants-droits et des parties directement concernées telles que les sociétés d'auteur, les producteurs, les lobbyistes des plateformes numériques et l'ensemble des acteurs du secteur de l'Internet, en particulier ceux proposant des services en ligne de diffusion de contenus audiovisuels. Cédant à cette pression, la Commission européenne a opté pour de nouvelles règles qui excluent les services audiovisuels numériques des pratiques de géoblocage. Les règles d'obligation de vente sans discrimination couvrent uniquement les biens et services électroniques consommés localement tels que des tickets de concerts, des entrées dans un parc d'attraction, des locations de voiture,...

Toutefois, la Commission se réserve la possibilité d'inclure ultérieurement dans la directive la vente en ligne de musique ou de livres électroniques («ebooks»). Déjà en fin 2015 la Commission avait présenté des propositions législatives concernant l'offre de contenus numériques et les ventes en ligne, avec l'intention d'imposer aux services sur Internet (de VoD, de musique ou autres) de garantir à leurs abonnés un accès sans différenciation de prix à leur contenu quand ils voyagent « temporairement » dans un autre pays de l'UE, à partir de 2017.

La clause de révision qui accompagne l'exemption de géoblocage au secteur de la musique en ligne et du livre numérique inquiète principalement les acteurs et professionnels de ces secteurs qui estiment que leurs offres sont indissociables des différents marchés nationaux et qu'une uniformisation conduirait à une hausse des prix et à des problèmes de droits d'auteur.

Dans quel contexte cette décision de la Commission européenne, mettant fin au géoblocage, a-t-elle été prise ? Pourquoi elle ne recouvre pas tous les secteurs ? Et comment cette nouvelle réglementation s'adapte ou prend en compte les règles en matière de concurrence et de respect du droit d'auteur ?

Le géoblocage, pratiques anti-concurrentielles et remise en cause du principe de « territorialité » du droit d'auteur

Pour les entreprises occupant des positions dominantes dans le domaine de la distribution de biens et de services culturels ou audiovisuels en ligne, la pratique du géoblocage entraîne des retombées anticoncurrentielles conséquentes. En effet, le fait de bloquer l'accès des consommateurs au contenu selon leur situation géographique laisse une marge de manœuvre aux entreprises pour créer une discrimination tarifaire pour le même service d'un pays à l'autre, dans le but d'optimiser leurs profits d'un pays à l'autre. Cette pratique induit donc des désavantages en matière de concurrence sur les marchés nationaux ; ce qui va à l'encontre du droit de l'UE en matière de libre concurrence et constitue une entrave aux achats transfrontaliers en ligne dans l'UE. À titre d'exemple, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) a considéré, dans un arrêté du 4 octobre 2011, qu'un système de licences exclusives, pour la retransmission des rencontres de football, qui accorde aux radiodiffuseurs une exclusivité territoriale par État membre et qui interdit aux téléspectateurs de regarder ces émissions avec une carte de décodeurs dans les autres États membres, était contraire au droit de la concurrence de l'UE. Cette décision a marqué un changement important concernant l'illégalité de certaines pratiques visant à des restrictions géographiques.

Plus récemment, la Commission européenne a adressé en date du 23 juillet 2015 une communication des griefs à Sky UK et à six grands studios de cinéma américains, à savoir Disney, NBCUniversal, Paramount Pictures, Sony, Twentieth Century Fox et Warner Bros. La Commission reprochait aux six grands studios américains d'avoir signé avec Sky, radiodiffuseur britannique, des contrats contenant des « clauses contractuelles de restriction » qui font obstacle à l'accès en ligne et par satellite à des services de télévision au Royaume-Uni et en Irlande. En effet, ces clauses empêchent Sky UK de permettre aux consommateurs de l'UE d'avoir accès, par satellite ou en ligne, à des services de télévision payante disponibles au Royaume-Uni et en Irlande lorsqu'ils ne se trouvent pas dans ces pays. Selon la Commission européenne, sans ces restrictions, Sky UK pourrait décider librement, pour des raisons commerciales, de proposer ou non des services de télévision payante aux consommateurs souhaitant y avoir accès, conformément au cadre réglementaire, et notamment, pour ce qui est des services de télévision payante en ligne, de la législation nationale applicable en matière de droits d'auteur.

En ce qui concerne la diffusion et la circulation des œuvres littéraires et artistiques originales (incluant les œuvres musicales et cinématographiques), chaque pays européen dispose de sa propre législation sur les droits d'auteur et les droits voisins. Les nombreuses spécificités et disparités nationales ainsi que la multiplicité des régimes juridiques ainsi appliqués au sein de l'UE engendrent d'importantes restrictions géographiques quant à la diffusion et à la libre circulation des œuvres.

Déjà en 2001 le législateur européen s'était saisi de cette problématique des barrières géographiques concernant la diffusion des œuvres protégées par les droits d'auteur dans la Directive 2001/29/CE du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information. Cette Directive soulignait à l'époque que : *« les exceptions et limitations actuelles aux droits, telles que prévues par les États membres, doivent être réexaminées à la lumière du nouvel environnement électronique. Les disparités qui existent au niveau des exceptions et des limitations à certains actes soumis à restrictions ont une incidence négative directe sur le fonctionnement du marché intérieur dans le domaine du droit d'auteur et des droits voisins. Ces disparités pourraient s'accroître avec le développement de l'exploitation des œuvres par-delà les frontières et des activités transfrontalières. Pour assurer le bon fonctionnement du marché intérieur, ces exceptions et limitations doivent être définies de façon plus harmonieuse »*.

Par ailleurs, la même Directive constatait qu' : « En l'absence d'harmonisation à l'échelle communautaire, les processus législatifs au niveau national, dans lesquels plusieurs États membres se sont déjà engagés pour répondre aux défis technologiques, pourraient entraîner des disparités sensibles en matière de protection et, partant, des restrictions à la libre circulation des services et des marchandises qui comportent des éléments relevant de la propriété intellectuelle ou se fondent sur de tels éléments, ce qui provoquerait une nouvelle fragmentation du marché intérieur et des incohérences d'ordre législatif ». Mais aucune mesure concrète n'avait été prise à l'époque afin de répondre à cette question, qui n'avait certes pas la même ampleur qu'aujourd'hui.

La nouvelle révision de la Directive sur le commerce électronique qui met fin au géoblocage traduit donc une certaine prise de conscience des autorités européennes par rapport au fait qu'il devient de plus en plus difficile, de contrôler et de restreindre la circulation des biens et services culturels et de continuer à pratiquer le droit d'auteur au XXI^e siècle comme on le faisait au XIX^e siècle. L'environnement numérique et le développement du commerce électronique des biens et services culturels invitent à repenser le principe de territorialité appliqué à l'attribution des revenus de droits d'auteur, surtout dans un contexte de création d'un marché numérique unique, où il faudra tenir compte d'acteurs dominants et incontournables pour les consommateurs, tels que Youtube ou Netflix, qui parfois s'affranchissent des règles du droit d'auteur, en considérant que les contraintes imposées par les États pour le lancement de leur activités sur le territoire sont trop nombreuses et varient d'un pays à l'autre au sein de l'UE. En effet, ce sont les ayants droits et leurs représentants qui se retrouvent obligés de négocier avec le diffuseur de vidéos Youtube pour collecter et partager des redevances de droits d'auteur, tandis que Netflix de son côté crée ses propres contenus originaux afin de s'affranchir des contraintes des droits d'auteur attachés aux contenus classiques (films, émissions TV, etc.), et de proposer aussi une licence pan-européenne pour permettre à tous les pays européens d'accéder à un catalogue uniformisé à travers la suppression du géoblocage de contenu audiovisuel.

Mais sur ce point, le Parlement européen a tout récemment réaffirmé « l'importance des licences par territoire, en particulier en ce qui concerne le financement de la production audiovisuelle et cinématographique, qui reflète la riche diversité culturelle de l'Europe ».

Le Parlement ne voit « aucune contradiction entre la territorialité et le principe de la portabilité des contenus » (qui suppose l'abolition des barrières géographiques) « même si la territorialité est inhérente à l'existence des droits d'auteur ».

En guise de conclusion...

Tout ceci démontre que malgré les efforts des autorités européennes pour aboutir à une harmonisation réglementaire et pour empêcher les pratiques discriminatoires et parfois anti-concurrentielles de certaines plateformes numériques transnationales, la réforme du géoblocage n'apporte pas encore toutes les réponses souhaitées en matière de portabilité des droits ainsi qu'en matière d'accès aux œuvres numériques dans toute l'UE. Telle qu'annoncée, cette réforme accentue encore le clivage entre les ayants droits et les utilisateurs et pourrait remettre en cause l'équilibre économique de certains acteurs du secteur et la distribution actuelle de certaines œuvres. Par exemple, pour l'eurodéputée allemande Julia Reda, la réglementation contre le géoblocage n'atteint pas véritablement son objectif cible, tant qu'elle ne couvre pas les contenus vidéo en ligne.

Mais en attendant la révision même de la directive sur le droit d'auteur à l'automne prochain, on peut reconnaître que l'Europe continue à avancer lentement, mais sûrement, vers son projet de marché unique numérique et que la nouvelle réforme protège davantage les consommateurs et donnera plus de pouvoirs aux autorités nationales afin qu'elles puissent vérifier si des sites Internet pratiquent le blocage géographique des consommateurs ou offrent des conditions d'après-vente qui ne respectent pas les règles de l'UE (par exemple, les droits de rétractation). Le principal défi pour la Commission européenne consistera à maintenir la territorialité du droit d'auteur pour dégager un équilibre entre le principe de libre concurrence européenne et le respect du droit d'auteur pour les œuvres numériques ainsi que le respect de la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique.

Sources :

Commission Européenne, «*La Commission propose de nouvelles règles relatives au commerce électronique pour aider les consommateurs et les entreprises à tirer pleinement profit du marché unique*», Communiqué de presse, Bruxelles, le 25 mai 2016, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1887_fr.htm

Commission Européenne, «*Stimuler le commerce électronique dans L'UE*», Fiche d'information, Bruxelles, le 25 mai 2016, http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-16-1896_fr.htm

Commission Européenne, Proposition de règlement visant à contrer le blocage géographique et d'autres formes de discrimination fondée sur la nationalité, le lieu de résidence ou le lieu d'établissement des clients dans le marché intérieur, <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16742>

La Commission européenne exige la fin du géoblocage dans le commerce électronique, <http://www.droit-technologie.org/actuality-1796/la-commission-europeenne-exige-la-fin-du-geoblocage-dans-le-commerce-e.html>

Taxes, quotas ou crédits d'impôts : comment faire contribuer les plateformes de vidéo à la demande (VOD) au financement de la création et de la production audiovisuelle locale/nationale ?

Depuis quelques années, la prolifération des services de diffusion de contenus audiovisuels par contournement ou services OTT («*Over The Top*»¹) et l'apparition de nouvelles formes de contenus (webséries, webdocumentaires, contenus crossmedia ou transmedia) bouleversent les rapports entre cinéma, télévision et Internet, avec d'importantes mutations dans les secteurs audiovisuel et cinématographique de nombreux pays. À titre d'exemple, certaines plateformes OTT, telles que Netflix, créent ou produisent des contenus originaux qui concurrencent l'offre de programmes et de contenus proposés par les chaînes de télévision et les médias traditionnels.

Dans ce contexte, le système traditionnel de distribution ou de diffusion linéaire qui fonctionne selon un modèle *top-down* (du haut vers le bas) est remis en cause, avec l'émergence d'un nouveau modèle de circulation, s'appuyant sur la convergence des terminaux connectés et sur la distribution multicanale des contenus audiovisuels délivrés en accès direct par Internet, avec des conséquences sur le respect de la chronologie des médias dans des pays comme la France. Si ce nouveau système de distribution favorise une accélération de la consommation désintermédiée de produits culturels numériques ainsi qu'une plus grande accessibilité de ces produits, il induit quelques déséquilibres importants au niveau du modèle de financement de la création audiovisuelle, puisque les acteurs OTT qui profitent de la diffusion en ligne des œuvres et contenus audiovisuels et cinématographiques ne contribuent pas en amont au financement de leur création.

À travers sa récente révision de directive concernant les services de médias audiovisuels au sein de l'UE, la Commission européenne a ainsi exigé que les plateformes de vidéos à la demande, comme Netflix, respectent un quota minimal de 20% d'œuvres européennes dans leur catalogue proposé dans chaque pays de l'UE. L'application de cette mesure ne devrait cependant pas poser de problèmes pour les acteurs comme Netflix, Amazon ou iTunes qui disposent déjà de plus de 20% d'œuvres européennes dans leurs catalogues européens respectifs. Le gouvernement français considère que ce quota de diffusion d'œuvres européennes pour les plateformes de vidéos à la demande, proposé par Bruxelles, est insuffisant comparé au système de quotas beaucoup plus contraignant appliqué en France. En effet, la France prévoit que 60% du temps soit réservé à la diffusion d'œuvres européennes et au moins 40% à la diffusion d'œuvres d'expression originale française.

Se prononçant sur ces quotas² imposés par la Commission européenne, Netflix explique

¹ Ceci inclut les chaînes de télévision ou radio diffusées en streaming, les services de télévision de rattrapage, les offres de vidéo ou de musique à la demande, les sites de partage de vidéos.

² Le taux de 20% pourrait être relevé, en fonction des négociations entre les États membres, qui s'ouvrent pour au moins un an.

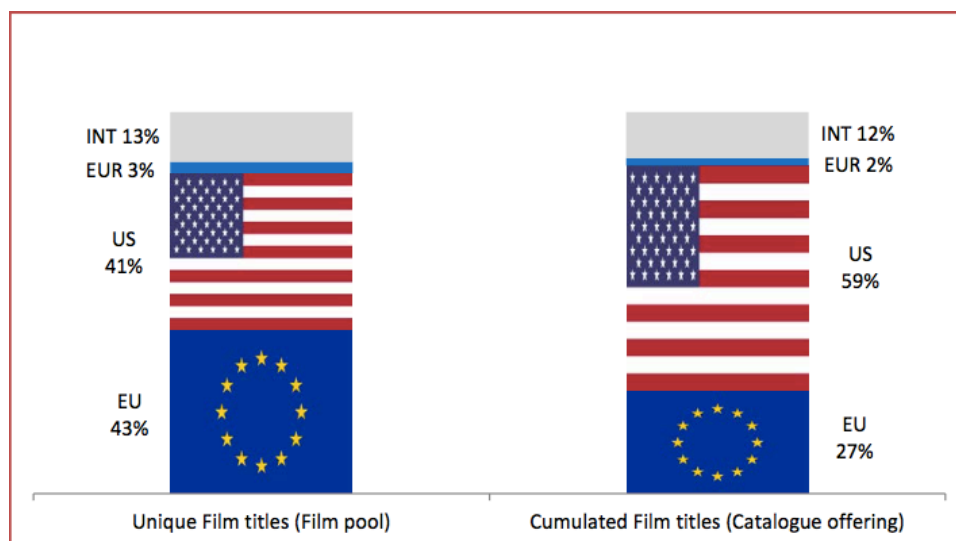
que si la stratégie de Bruxelles est d'imposer des quotas aux géants du streaming pour stimuler la production, cela pourrait ne pas être efficace puisque ces mesures pourraient plutôt conduire les fournisseurs de contenus à acheter ou investir dans des productions à bas prix et du contenu «de remplissage» pour atteindre les quotas exigés.

En revanche, s'il y a un point sur lequel les États membres de l'UE ont remporté une véritable première victoire, c'est la possibilité que leur donne la Commission d'obliger les services de VOD diffusant sur leur territoire à contribuer au financement de la création audiovisuelle sur le plan national. Cette mesure permettra de mettre fin à la distorsion de concurrence existant entre les acteurs de l'audiovisuel classique et les nouveaux acteurs comme Netflix, Amazon ou Facebook, dont les activités ne sont pas régulées et qui échappaient à toute obligation de financement de la création dans les pays où ils proposent leurs services. Si la directive est adoptée, elle pourrait bien forcer Netflix à investir au moins 15 % de son chiffre d'affaires dans la production de films ou de séries télévisées européennes, dont 12 % en langue française.

Cette réforme de la directive sur les services de médias audiovisuels (SMA) intervient au même moment où l'Observatoire européen de l'audiovisuel publie un nouveau rapport sur la circulation des films européens dans les salles et sur les services de VOD (*Comment les films circulent-ils sur les services de VOD et dans les salles de cinéma de l'Union européenne ?*). Faisant suite au rapport *Origin of Films in VOD Catalogues in the EU*, le nouveau rapport examine, par exemple, le nombre de films sortis en salles et distribués en VOD et compare la circulation dans les cinémas à la diffusion en VOD. En effet, la principale constatation du premier rapport sur la composition de certains catalogues de films en VOD dans l'UE est que les films UE comptent, en moyenne, pour 27 % dans les 75 catalogues de VOD si l'on étudie l'offre cinématographique cumulée (si l'on mesure le « volume »). Au total, sur les 158 139 films récupérés des catalogues de VOD, 42 725 sont d'origine UE. Pour refléter la réserve potentielle de films (et non le nombre de films dans les catalogues VOD), le premier rapport prend également en compte l'offre en films uniques en ne comptabilisant chaque titre de film qu'une seule fois, même s'il est présent dans plusieurs catalogues de VOD ou sur les services de VOD de plusieurs pays. Avec cette méthodologie, un titre de film est comptabilisé une fois lorsqu'il est disponible sur au moins un service de VOD dans l'UE. Le principal résultat indique que, sur les 26 483 titres uniques de films disponibles sur au moins un service de VOD dans l'UE, 11 349 soit 43 % sont d'origine UE. Cette mesure exprime la variété/diversité de l'offre potentielle en films.

Le nouveau rapport démontre que les films US ne représentent que 41 % de l'offre en films uniques mais 59 % de l'ensemble des films disponibles sur les 75 services de VOD. Cela indique que : 1) l'offre en titres US dans les catalogues de VOD est plus étroite que celle des titres UE (11 349 titres de films UE uniques contre 10 802 titres de films US) ; 2) que les films US semblent bénéficier d'une distribution plus étendue que les films UE (c'est-à-dire qu'ils sont disponibles sur un plus grand nombre de services VOD et/ou dans davantage de pays) et qu'ils représentent plus du double des films UE dans les catalogues de VOD des 75 services.

Comparaison entre les titres uniques de films et l'offre cinématographique cumulée des 75 catalogues de films en VOD sélectionnés



Le fait que la Commission veuille donc imposer un quota minimum d'œuvres européennes dans les catalogues des plateformes américaines de VOD constitue donc une avancée nécessaire et importante en matière d'encadrement et de réglementation de ces plateformes numériques qui doivent évoluer dans un environnement avec des règles équitables vis-à-vis des acteurs traditionnels.

Il est particulièrement intéressant d'établir des comparaisons avec la situation au Canada, caractérisée par un ensemble de décisions et de mesures aux antipodes de ce qui se fait en Europe. Dans ce pays, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), qui n'impose aucun quota aux services de VOD, a adopté une stratégie à l'inverse de celle de la Commission européenne afin de permettre à des entreprises canadiennes issues du secteur de la câblodistribution de mieux concurrencer le géant américain Netflix. Le CRTC a ainsi assoupli sa réglementation depuis mars 2015, dans l'espoir de laisser le champ libre à Bell (avec CraveTV) et Rogers (avec Shomi) pour damer le pion à Netflix, tout en augmentant les tarifs liés aux droits de distribution exclusifs de contenus convoités par les spectateurs.

Pourtant, le fait de hausser les prix et d'empêcher les Canadiens d'accéder au catalogue américain n'a pas causé de tort à Netflix, comme le montre un nouveau rapport de Solutions Research Group (SRG) qui estime que Netflix a gagné un million de nouveaux abonnés au Canada depuis juin 2015, surpassant de sept fois ses concurrents canadiens CraveTV et Shomi.

Parallèlement, le CRTC a réduit les quotas d'émissions canadiennes devant être diffusées par les stations de télévision locales et les chaînes spécialisées.

Plus récemment, le gouvernement canadien a envisagé de subventionner Netflix, en laissant la possibilité à l'entreprise californienne d'être éligible aux crédits d'impôt canadiens de production audiovisuelle.

Cette situation préoccupe grandement les artistes et artisans du secteur ainsi que les principales associations professionnelles de l'audiovisuel qui sont montées au créneau pour dénoncer la possibilité que des géants du Net bénéficient de l'aide de l'État canadien sans rien contribuer en retour par l'entremise de taxes, d'impôts ou contributions à la production nationale. Leur dénonciation se retrouve dans deux mémoires déposés auprès du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), à la suite d'un « appel aux commentaires » concernant des propositions de modifications de ses réglementations.

L'un des mémoires est signé par l'Union des artistes (UDA), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ) et l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS) ; et l'autre a été soumis par l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM). Ces mémoires prennent position pour que l'octroi de crédits d'impôt soit réservé aux plateformes nationales qui répondent à des exigences de contenu et ont des obligations de contribution. Ils plaident en faveur d'un maintien des enveloppes aux contenus pour les plateformes traditionnelles qui ne devraient pas servir à financer les nouvelles productions en ligne et insistent sur la nécessité de réserver l'accès aux crédits d'impôt aux entreprises de propriété canadienne. Les producteurs misent sur un élargissement du questionnement dans le cadre des consultations lancées récemment par le ministère du Patrimoine sur le « *Contenu canadien dans un monde numérique* ».

Bien que les géants comme Netflix ou Amazon Prime ont déjà commencé, dans le cadre de leur stratégie d'expansion, à investir dans le contenu local afin d'attirer de nouveaux abonnés, le véritable défi pour de nombreux gouvernements consistera à uniformiser les normes s'appliquant aux diffuseurs traditionnels et aux nouveaux types de fournisseurs sur Internet, en particulier en ce qui concerne les obligations de financement de la création audiovisuelle.

Sources :

<http://www.obs.coe.int/documents/205595/264625/Circulation+of+films+in+cinemas+and+on+VOD+in+the+EU+-+FR.pdf/80163ec3-c4d5-49c4-8e7e-1419d39db559>

<http://www.obs.coe.int/documents/205595/264625/DG+CNECT+-+Note+4-2015+-+Origin+Of+Films+In+VOD+Catalogues+In+The+EU28.pdf/9e28ec6f-f8af-4c9a-92f5-a82f79eb2cda>

http://nouvelles.gc.ca/web/article-fr.do?nid=947269&_ga=1.108504074.962055372.1464185627

<http://branchez-vous.com/2016/05/25/netflix-amazon-pourraient-faire-face-des-quotas-en-europe/>

<http://www.ledevoir.com/societe/medias/471695/faut-il-subventionner-netflix>

<http://www.lapresse.ca/debats/chroniques/nathalie-petrowski/201606/01/01-4987255-le-probleme-avec-netflix.php>

http://quebec.huffingtonpost.ca/2016/06/15/netflix-depasse-shomi-cravetv_n_10487272.html

La «*blockchain*» : l'étape ultime de la redistribution décentralisée et désintermédiée des revenus aux créateurs et aux artistes ?

Par **Olivier Dagenais**, assistant-chercheur au CEIM

Le débat entourant les monnaies virtuelles telles que le Bitcoin a fait couler beaucoup d'encre depuis les deux dernières années. Pourtant, même si le Bitcoin affiche de sérieuses difficultés à percer auprès du grand public, l'engouement général pour la technologie qui le sous-tend ne se dément pas.

En effet, depuis la publication d'un [article](#) de vulgarisation du concept dans la prestigieuse revue *The Economist* en novembre dernier, l'intérêt grandissant des entreprises, des gouvernements, des spécialistes de différents domaines et des développeurs informatiques pour la technologie de blockchain (ou « chaîne de blocs ») tend à suggérer que l'idéal de décentralisation ouverte et sécurisée puisse avoir des applications et des retombées au-delà du secteur des cryptomonnaies.

Plusieurs projets ont été mis en place dans divers secteurs reliés à la finance, au droit, au commerce et même aux industries culturelles, mais il paraît difficile à ce stade-ci de déterminer lesquels d'entre eux parviendront à réaliser leurs ambitions. Par contre, une chose est certaine, la blockchain constitue un changement de cap majeur et pourrait annoncer une désintermédiation encore plus importante des secteurs bancaires, financiers et surtout culturels.

La block...quoi ?

La technologie de blockchain est en fait le procédé de vérification cryptographique qui sous-tend et permet l'existence des cryptomonnaies telles que le Bitcoin et la meilleure manière de comprendre ce concept est justement de l'aborder en fonction de ses origines.

L'un des principaux objectifs des diverses cryptomonnaies qui existent aujourd'hui est de permettre aux individus de s'émanciper des intermédiaires financiers et politiques qui régissent l'octroi et la circulation des devises plus traditionnelles. Pour bien comprendre le fonctionnement du Bitcoin, il est important de savoir sur quelles fondations s'appuient les monnaies traditionnelles. Si le dollar canadien se voit transigé avec autant de confiance, c'est : 1) parce qu'il est appuyé par une institution crédible, la Banque du Canada et 2) parce que pour le commun des mortels, il est extrêmement difficile de falsifier la monnaie elle-même ou les transactions avec celle-ci.

Par exemple, au début du 20^e siècle, le peuple Yap, qui habitait une île dans l'océan Pacifique utilisait d'énormes disques en pierre pour représenter le trésor des différentes familles ou leurs dettes réciproques. Les disques en question, souvent dépassant la taille d'un homme, n'étaient pas nombreux sur l'île. Ils étaient difficiles à transporter et, vu la petite taille de la communauté qui les utilisait, il était difficile pour quelqu'un de prétendre avoir obtenu une pierre qui ne lui appartenait pas.

La chaîne de blocs, c'est la technologie qui permet de mettre en place un système similaire au peuple Yap, mais à une échelle beaucoup plus grande, voire illimitée. Les Bitcoins et autres cryptomonnaies ne sont qu'une série d'impulsions électriques encodées sous forme binaire (des « zéros » et des « uns ») et ne sont, en principe, pas plus difficile à dupliquer que n'importe quelle autre forme de contenu numérique non protégé. Si la blockchain n'était pas là, n'importe qui pourrait s'octroyer des nouveaux Bitcoins et personne ne serait en mesure de distinguer les transactions légitimes (soit celles où le montant ajouté au compte de destination est aussi soustrait du compte source) de celles qui ne le sont pas.

La blockchain est un peu comme un grand livre comptable, ouvert, accessible à tous et qui contient l'intégralité des transactions effectuées avec la devise. Sa résilience et son pouvoir d'authentification ne repose pas sur la validation par une tierce-partie spécialisée, mais plutôt sur le fait que, pour parvenir à la falsifier (ajouter quelques zéros à la fin de son solde par exemple), il faudrait accomplir un travail cryptographique qui n'est simplement pas possible avec la technologie actuelle. Chaque transaction dans ce système est appelée « bloc » et, pris dans son ensemble, c'est la totalité de ces mêmes transactions, mises bout à bout, qui constitue la « chaîne de blocs ». Après qu'un nouveau bloc soit ajouté à la chaîne, il devient impossible de l'effacer et les informations qu'il contient au sujet de la transaction sont ouvertes et peuvent être lues et vérifiées par n'importe qui.

Or, même dans le cas du Bitcoin, cette information va beaucoup plus loin qu'une simple valeur numérique. En effet, chaque Bitcoin, ou fraction de Bitcoin, peut aussi être accompagnée de métadonnées qui peuvent en altérer le sens, la fonction, voire même inclure un code de programmation à exécution automatique.

La blockchain peut transmettre des cryptodevises, certes, mais elle peut aussi transmettre des titres de propriétés, des contrats d'assurance, des votes ou des licences musicales. C'est précisément cette possibilité offerte par la technologie qui pourrait permettre aux musiciens, aux créateurs, à d'autres artistes ou ayants droits de se passer de différents types d'intermédiaires transactionnels.

Pour l'internaute, l'aspect le plus visible de la « révolution blockchain » prendra la forme de services innovants en matière de distribution des contenus numériques. Décentralisation et micropaiements ouvrent la perspective d'un Internet redistribué, impossible à censurer et, peut-être, dépourvu de publicité.

Des applications économiques et financières qui vont bien au-delà des cryptomonnaies

La blockchain a mobilisé des industries entières en l'espace de quelques années à peine. Pour plusieurs, malgré ses origines, il s'agit d'une innovation technologique qui a le potentiel de renverser des pans entiers de l'économie contemporaine. Pour Jerry Cuomo, vice-président aux technologies blockchain chez IBM, « le bitcoin ou les monnaies ne constituent que 1 % du potentiel de la blockchain et celle-ci risque de venir révolutionner des pans entiers d'industries beaucoup plus vastes » ([Reuters – trad. libre](#)).

Les banquiers, bien sûr, s'y intéressent, la société Swift, par exemple, qui se charge d'harmoniser les échanges bancaires transfrontaliers de par le monde, a récemment lancé une étude afin d'étudier le potentiel de la blockchain. La banque d'investissement suisse UBS a, pour sa part, mis sur pied une équipe baptisée « Crypto 2.0 » à son bureau de Londres qui se spécialise spécifiquement dans le développement d'applications reliées à la blockchain, telles que le « bondcoin », une obligation électronique qui utilise la blockchain pour automatiser les calculs d'intérêts, les paiements et la maturation du titre. La startup Hedgy a, par exemple, mis sur pied une expérience similaire, mais pour le marché des produits financiers dérivés.

Ce n'est pas seulement l'économie que la blockchain risque de chambouler, mais aussi la politique. En effet, de plus en plus de développeurs tentent de s'attaquer aux problèmes de gouvernance et d'élections. [Follow My Vote](#), par exemple, cherche à fournir à des gens ou à des organisations (comme des coopératives, par exemple) des processus de vote qui soient prétendument tout aussi transparents qu'inviolables.

Blockchain et culture : vers un « commerce équitable » pour le secteur musical ?

Les intermédiaires transactionnels ne sont pas seulement l'apanage des secteurs financiers, bancaires ou politiques, mais occupent aussi un rôle prépondérant dans l'industrie culturelle, et les points de friction transactionnels n'y manquent pas. Dans le secteur de la musique, par exemple, la présence d'une série d'acteurs et d'organisations spécialisées est nécessaire pour effectuer l'enregistrement et la distribution de redevances, un processus qui peut souvent s'avérer hautement rébarbatif, très long et truffé d'erreurs. Une même chanson peut par exemple avoir plusieurs auteurs, interprètes, éditeurs ou licences et aussi bien souvent octroyer à ceux-ci des droits qui peuvent varier selon le pays ou la région. Qui plus est, l'information concernant ces mêmes licences est présentement distribuée sur une base fragmentaire entre une panoplie d'organisations et de bases de données différentes. Les entrées qui s'y trouvent s'avèrent bien souvent incorrectes ou désuètes et tous ces facteurs viennent contribuer au fait que les créateurs peuvent attendre très longtemps avant de voir leurs « royalties » arriver dans leurs poches.

La blockchain pourrait remédier à ce problème en permettant d'enregistrer de manière fiable et sécurisée leur droit de propriété sur une œuvre numérique, et d'en suivre la diffusion. Cette authentification est essentielle pour les artistes, car c'est elle qui garantit la valeur de leurs œuvres (un Picasso qui n'a pas été signé n'a qu'une faible valeur, sauf s'il a été authentifié par une grande maison d'enchères par exemple). La blockchain permet également aux œuvres numériques d'être partagées sur le Web à grande échelle, mais en gardant le contrôle sur leur diffusion : une photo ou une vidéo par exemple peut être enregistrée sur un registre virtuel, plus fiable qu'un bloc de marbre car partagé par une large communauté d'ordinateurs connectés en réseau. Cette trace originelle atteste de l'état natif d'une l'œuvre, sans les modifications qu'elle pourra subir par la suite sur le net. En cas de doute sur le caractère original d'une pièce, il sera toujours possible de revenir à cette trace initiale. Grâce à une ligne de code informatique, la propriété de cette œuvre est attribuée à un artiste, toujours sur ce registre inviolable. Supposons qu'un logiciel de traçage ait été intégré à l'œuvre. Son parcours sur Internet à chaque étape de sa diffusion pourrait alors également être enregistré sur le registre en ligne.

Plusieurs initiatives sont en cours d'expérimentation dans le secteur culturel, en particulier dans la filière musicale. L'artiste britannique Imogen Heap, la seule compositrice à avoir remporté un Grammy Award en ingénierie, a lancé à la fin de l'année 2015 le [Mycelia Project](#), une fondation dont le but est de « construire et protéger une base de données authentifiée pour les créateurs de l'industrie musicale, leurs œuvres et leurs collaborateurs [...] de créer, défendre et maintenir les standards technologiques et commerciaux nécessaires au bon fonctionnement d'une industrie musicale 'équitable' (fair trade) ». Cette plateforme permettra notamment à ses utilisateurs de payer directement des artistes, qui pourront suivre en détail les données de partage de leurs chansons en ligne. En effet les transactions seront inscrites sur le registre en ligne réputé inviolable. Une façon de griller au portillon les sites de streaming et les labels, qui ne reversent qu'une part minimale des royalties générés par leurs titres aux artistes.

[Peertracks](#) et [Ujomusic](#), deux autres startups, cherchent à faire un peu la même chose – permettre aux artistes de vendre directement à leurs amateurs, sans avoir nécessairement à s'embourber dans des relations contractuelles complexes et inévitables avec des maisons de disques ou des plateformes, comme Spotify ou iTunes.

Dans le domaine des arts, la blockchain peut aussi permettre aux artistes de signer des contrats, avec des galeries par exemple. Les deux parties enregistrent ledit contrat sur le registre numérique, ainsi que l'ensemble des pièces nécessaires à sa signature (pièces d'identité, numéro de siret...). Il spécifie notamment, devant l'ensemble de la communauté connectée, le montant des droits d'auteurs que doit toucher l'artiste en fonction de la diffusion de son œuvre (qui devient alors difficile à contester pour la galerie). On peut également citer l'exemple de la chaîne de télévision Ikono TV qui diffuse 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 des œuvres d'art. Collaborant avec plus de 1 000 artistes internationaux et de grands musées, Ikono TV utilise la blockchain pour être certaine que les œuvres présentées à l'écran sont attribuées au bon artiste. Elle signe également des contrats infalsifiables avec les « auteurs » grâce à cette technologie.

Sources :

<https://www.theguardian.com/technology/2016/jun/09/youtube-blockchain-music-tech-apple-google>

<http://www.usine-digitale.fr/article/la-blockchain-pourrait-redonner-aux-musiciens-le-pouvoir-sur-leurs-royalties.N381866>

http://www.wedemain.fr/Ces-projets-Blockchain-toujours-plus-disruptifs_a1939.html

Direction

Gilbert Gagné,

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

Rédaction

Destiny Tchéhouali,

Chercheur postdoctoral au CEIM,
et spécialiste de la coopération
internationale dans le domaine des TIC

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.