La revue européenne des médias et du numérique

n° 46-47
printemps - été
2018

REPORTY, *LITTLE BROTHERS*

L'audiovisuel public contesté

Streaming et mondialisation

AFFECTIVE COMPUTING

La haine du journalisme

« Informer tue »

Privacy paradox

QWANT

BIOMÉTRIE et reconnaissance faciale

Refroidissement social

Patrimonialité des données personnelles

DATA-BROKERS

http://la-rem.eu

UN TRIMESTRE EN EUROPE

DROIT

5 Épilogue de l'affaire «Luxleaks» : la peine d'Antoine Deltour suspendue

6 Perquisition en présence d'un journaliste

8 L'ordinateur professionnel d'un salarié et le contrôle de l'employeur

10 Portabilité transfrontalière des services de contenu en ligne

12 Vidéos en ligne : «service de médias audiovisuels» ou «documentation promotionnelle»?

14 Déréférencement d'informations d'un moteur de recherche

15 Durand contre Facebook : *L'Origine du monde* de Courbet a-t-elle été censurée par le réseau social?

18 Rachat de Portugal Telecom : Altice sanctionné par la Commission européenne

19 Fiscalité des Gafam : l'Europe tergiverse, la France ouvre de nouveaux fronts

21 Déchiffrement forcé d'un moyen de cryptologie

23 *Little brothers* : l'application de «police citoyenne» Reporty jugée illégale par la Cnil

TECHNIQUES

25 Avec la reconnaissance faciale, la biométrie devient «grand public»

29 Hosen, un boîtier pour prendre le contrôle de nos données

31 EHS : entre symptômes et hypothèses

ÉCONOMIE

33 La presse régionale sous tension

36 Presse magazine : la consolidation en dernier recours

40 Reprise du signal : accords difficiles entre chaînes et opérateurs

43 L'audiovisuel public contesté

48 Télécoms : consolidations et concurrences en Europe

USAGES

51 Notre intimité en ligne ou le *«privacy paradox»*

54 Votre profil archivé

56 Succès de Qwant, le moteur de recherche conforme au RGPD

57 Financement de la presse par les citoyens : un usage peu répandu

59 RSF : *«La haine du journalisme menace les démocraties»*

60 *«Informer tue»* aussi en Europe

REPÈRES & TENDANCES

AILLEURS

63 Le quotidien tout numérique québécois *La Presse*+ appelle à l'aide

66 Aadhaar : l'identification biométrique indienne connaît des ratés

69 Nul ne peut bloquer, au nom de la liberté d'expression, un compte sur Twitter : pas même le président des États-Unis

70 États-Unis : 45 % des adolescents déclarent être en ligne *« presque constamment »*

LES ACTEURS GLOBAUX

72 Données personnelles : Microsoft et Apple, le yin et le yang de la protection

74 Facebook repense l'objectivité grâce à Monsieur-tout-le-monde

À RETENIR

76 Refroidissement social *(social cooling)*

77 Courtiers en données *(data-brokers)*

80 Plateforme d'innovation

84 Un chiffre ou deux…

À LIRE EN LIGNE

85 √ Les terminaux, maillon faible de l'ouverture d'internet, Arcep, février 2018

86 √ Exploitation des données dans le secteur de la publicité sur internet, Autorité de la concurrence, 6 mars 2018

ARTICLES & CHRONIQUES

90 Pour ou contre la patrimonialité des données personnelles
Philippe Mouron

97 Musique en ligne : le *streaming* inaugure la mondialisation du marché
Alexandre Joux

107 *Affective computing* : « des robots et des hommes »
Laurence Devillers

Responsable de la publication : Francis Balle
Comité de rédaction : Francis Balle, Alexandre Joux, Françoise Laugée
Rédactrice en chef : Françoise Laugée
Correctrice : Nicole Gendry
Graphiste : Damien Cazeils
Assistant éditorial : Stefanos Pnevmatikos
Administrateur du site web : Jacques-André Fines Schlumberger

Abonnements : http://la-rem.eu
Contact : http://la-rem.eu/contact

ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO

Boris Barraud
Docteur en droit, attaché temporaire d'enseignement et de recherche à Aix-Marseille Université, LID2MS (Laboratoire interdisciplinaire de droit des médias et des mutations sociales)

Emmanuel Derieux
Professeur à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas

Laurence Devillers
Professeure en informatique à l'université Paris-Sorbonne et chercheuse au Limsi (Laboratoire d'informatique pour la mécanique et les sciences de l'ingénieur) du CNRS

Jacques-André Fines Schlumberger
Entrepreneur, docteur en sciences de l'information et de la communication, enseignant à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas

Alexandre Joux
Directeur de l'École de journalisme et de communication d'Aix-Marseille Université, Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC EA 7492)

Françoise Laugée
Ingénieur d'études à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas, IREC (Institut de recherche et d'études sur la communication)

Philippe Mouron
Maître de conférences HDR en droit privé à Aix-Marseille Université (LID2MS)

COMITÉ DE PATRONAGE

Alberto ARONS DE CARVALHO
Professeur des universités (Portugal)

Roger de la GARDE
Professeur associé, Université Laval (Canada)

Elihu KATZ
Professeur, The Annenberg School of Communication, Université de Pennsylvanie (États-Unis)

Vincent KAUFMANN
Professeur, Université St. Gallen (Suisse)

Soel-ah KIM
Professeur, Université Korea (Corée du Sud)

Robin E. MANSELL
Professeur, London School of Economics (Royaume-Uni)

Eli NOAM
Professeur, Université Columbia (États-Unis)

Habil Wolfgang SCHULZ
Professeur, Université de Hambourg (Allemagne)

UN TRIMESTRE EN EUROPE

DROIT

Épilogue de l'affaire « Luxleaks » : la peine d'Antoine Deltour suspendue

La justice luxembourgeoise a réalisé une prouesse : organiser, en deux années seulement, un procès en correctionnelle, deux procès en appel et un pourvoi devant la Cour de cassation. Une diligence judiciaire à laquelle, en France, on est peu habitué. C'est ainsi que, malgré de nombreux épisodes et quelques rebondissements, l'affaire « Luxleaks » touche déjà à sa fin, du moins pour son principal protagoniste : Antoine Deltour.

Alors qu'il avait dérobé, dans les locaux de son ancien employeur, le cabinet d'audit PricewaterhouseCoopers, divers documents juridiquement protégés par le secret professionnel et celui des affaires, la question était de savoir si son infraction devait être jugée non seulement en droit, mais aussi d'un point de vue éthique et moral. Son acte serait, certes, constitutif de faits pénalement condamnables, mais, agissant comme un lanceur d'alerte, il aurait commis un « délit altruiste » ou une « infraction d'intérêt général ». Il est difficile alors pour les magistrats de prendre la bonne décision – qui n'existe sans doute pas – dans un tel cas : doivent-ils considérer que *« dura lex sed lex »* (la loi est dure mais c'est la loi), ou bien leur revient-il de prendre leurs distances avec le droit positif et de s'ouvrir à quelque forme de droit *« naturel »* ?

Ces difficultés expliquent les tergiversations de la justice luxembourgeoise (voir *La rem* n°40, p.7 ; n°42-43,

p.6 et n°45, p.5). Le 11 janvier 2018, la Cour de cassation luxembourgeoise a rendu un arrêt important reconnaissant à Antoine Deltour le statut de lanceur d'alerte. L'affaire a été renvoyée devant la cour d'appel de Luxembourg. Celle-ci s'est prononcée le 15 mai 2018. Elle a décidé de suspendre la peine de six mois de prison avec sursis et l'amende de 1 500 euros d'amende, qu'elle avait prononcée à l'encontre du ressortissant français le 15 mars 2017.

Antoine Deltour demeure jugé coupable de différentes infractions – il ne pouvait pas en aller autrement d'un point de vue juridique –, mais aucune sanction n'est prononcée à son encontre – il pouvait difficilement en être autrement d'un point de vue moral. Il devra seulement verser un euro de dommages et intérêts à la partie civile, c'est-à-dire au cabinet PricewaterhouseCoopers. Les juges ont toutefois décidé de le soumettre à une mise à l'épreuve de trois ans. En conséquence, s'il venait à commettre une nouvelle infraction, sa peine ne serait plus suspendue et viendrait s'ajouter à l'éventuelle nouvelle condamnation.

Les « Luxleaks » ne devraient pour autant pas disparaître de l'actualité. Raphaël Halet, ancien collègue d'Antoine Deltour, qui avait dérobé d'autres documents secrets de PricewaterhouseCoopers, demande à être lui aussi reconnu comme lanceur d'alerte, alors que la Cour de cassation a maintenu sa condamnation. C'est pourquoi il a décidé de porter son cas devant la Cour européenne des droits de l'homme.

BB

Sources :

- « Un plan européen pour protéger les lanceurs d'alerte », Derek Perrotte, LesEchos.fr, 22 avril 2018.
- « LuxLeaks : une victoire et des regrets », Fabien Grasser, Lequotidien.lu, 16 mai 2018.

Perquisition en présence d'un journaliste

Conformité à la Constitution des dispositions de l'article 11 du code de procédure pénale relatives au secret de l'enquête et de l'instruction : QPC, décision n°2017-693 du Conseil constitutionnel, 2 mars 2018.

L'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen (DDHC), du 26 août 1789, consacre *« la libre communication des pensées et des opinions* […] *sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi »*. Énonçant le principe du secret de l'enquête et de l'instruction, l'article 11 du code de procédure pénale (CPP) dispose que *« la procédure au cours de l'enquête et de l'instruction est secrète »*. La Cour de cassation ayant, en une affaire, conclu à la nullité de la procédure en raison de la présence d'un journaliste, autorisée en cela par un magistrat, lors d'une perquisition dont il avait pu réaliser un reportage télévisé, une circulaire du garde des Sceaux en a rappelé le principe. Considérant qu'il était ainsi porté atteinte à la liberté de communication, un recours en annulation de ladite circulaire fut l'occasion de soulever une question prioritaire de constitutionnalité (QPC) qui fut, par le Conseil d'État, transmise au Conseil constitutionnel. Dans la décision n° 2017-693 QPC, du 2 mars 2018, celui-ci conclut que l'article 11 CPP *« est conforme à la Constitution »* et qu'il n'est pas, de ce fait, porté une atteinte abusive à la liberté d'information des journalistes.

Aux arguments à l'appui de la contestation de la conformité à la Constitution de l'article 11 CPP,

s'oppose l'affirmation de la conformité de cet article, telle qu'énoncée par le Conseil constitutionnel dans la présente décision. En l'état actuel du droit, c'est ainsi que, parmi d'autres éléments, est encadrée la façon dont, à ce stade, les journalistes, même s'ils ne sont pas eux-mêmes directement et personnellement tenus par le secret de l'enquête et de l'instruction, peuvent ou ne peuvent pas rendre compte de l'action de la police et de la justice.

Contestation de la conformité

C'est au soutien d'une requête tendant à l'annulation pour excès de pouvoir de la circulaire du garde des Sceaux, n° 2017-0063-A8, du 27 avril 2017, adoptée à la suite de l'arrêt de la chambre criminelle de la Cour de cassation du 10 janvier 2017, n° 16-84740, se prononçant sur les conséquences de la présence d'un journaliste lors d'une perquisition, que fut soulevée la question de la conformité à la Constitution des dispositions de l'article 11 CPP. Pour une juste compréhension, un bref rappel de l'arrêt de la Cour de cassation, dont ladite circulaire rappelle la portée, précédera la mention des éléments de contestation formulés devant le Conseil d'État, puis devant le Conseil constitutionnel saisi de la question.

Devant la Cour de cassation, il avait été reproché à la chambre de l'instruction de la cour d'appel de Paris d'avoir, dans un arrêt du 27 juin 2016, rejeté la requête en nullité des procès-verbaux d'une perquisition opérée en présence d'un journaliste et ayant été l'objet d'un reportage télévisé. Considérant qu'avaient ainsi été violées notamment les dispositions de l'article 9-1 du code civil relatif au respect de la présomption d'innocence, de l'article 11 du code de procédure pénale concernant le secret de l'enquête et de l'instruction, et de l'article 56 du même code encadrant la procédure de perquisition, la Haute juridiction prononça la cassation.

Tirant les conséquences de cet arrêt quant à la portée du « secret de l'enquête et de l'instruction sur les autorisations de reportages journalistiques délivrées par les autorités judiciaires », fut élaborée la circulaire du 27 avril 2017. L'Association de la presse judiciaire contesta sa conformité à la Constitution.

Pour ladite association, les dispositions contestées auraient *« pour effet d'interdire de façon absolue à tout tiers, et donc à tout journaliste, d'assister à un acte d'enquête tel qu'une perquisition »* et méconnaîtraient ainsi *« la liberté d'expression et de communication garantie par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 »*.

Considérant que *« ce moyen soulève une question présentant un caractère sérieux »*, le Conseil d'État, dans un arrêt du 27 décembre 2017, n° 411915, décide, conformément à la procédure en vigueur s'agissant desdites QPC, de renvoyer au Conseil constitutionnel *« la question de la conformité à la Constitution des articles 11 et 56 du Code de procédure pénale »*.

À l'appui de sa contestation, l'association requérante, reprenant la même argumentation que précédemment, *« reproche à ces dispositions, telles qu'interprétées par la Cour de cassation, d'interdire toute présence d'un journaliste ou d'un tiers lors d'une perquisition, pour en capter le son ou l'image »*. Selon elle, *« il en résulterait une méconnaissance de la liberté d'expression et de communication, protégée par l'article 11 »* (DDHC), ainsi que du *« droit du public à recevoir des informations d'intérêt général, qui en constituerait le corollaire »*.

Ainsi saisi de la contestation de la conformité à la Constitution des dispositions en cause, le Conseil constitutionnel conclut cependant différemment.

Affirmation de la conformité

Dans sa décision, le Conseil constitutionnel retient qu' *« en instaurant le secret de l'enquête et de l'instruction, le législateur a entendu, d'une part, garantir le bon déroulement de l'enquête et de l'instruction, poursuivant ainsi les objectifs de valeur constitutionnelle de prévention des atteintes à l'ordre public et de recherche des auteurs d'infractions »* et, *« d'autre part, protéger les personnes concernées par une enquête ou une instruction, afin de garantir le droit au respect de la vie privée et de la présomption d'innocence »*.

Il relève par ailleurs que *« la portée du secret instauré par les dispositions contestées est limitée aux actes d'enquête et d'instruction et à la durée des investigations correspondantes »* et que *« ces dispositions ne privent pas les tiers, en*

particulier les journalistes, de la possibilité de rendre compte d'une procédure pénale et de relater les différentes étapes d'une enquête et d'une instruction». Il estime en conséquence que *«l'atteinte portée à l'exercice de la liberté d'expression et de communication est limitée».*

Mention est également faite que *«le législateur a prévu plusieurs dérogations au secret de l'enquête et de l'instruction»* et notamment que le troisième alinéa de l'article 11 CPP permet au procureur de la République de *«rendre publics des éléments objectifs tirés de la procédure ne comportant aucune appréciation sur le bien-fondé sur les charges retenues contre les personnes mises en cause».*

La décision note en outre qu'il *«ressort des dispositions contestées que le secret de l'enquête et de l'instruction s'entend "sans préjudice des droits de la défense"»* et que *«les parties et leurs avocats peuvent en conséquence communiquer des informations sur le déroulement de l'enquête ou de l'instruction».*

Pour le Conseil constitutionnel, il résulte que *«l'atteinte à l'exercice de la liberté d'expression»*, qui découle des *«dispositions contestées, est nécessaire, adaptée et proportionnée à l'objectif poursuivi»* et que, dès lors, *«le grief tiré de la méconnaissance de l'article 11 de la Déclaration de 1789 doit donc être écarté».* Il en conclut que *«l'article 11 du Code de procédure pénale, qui ne méconnaît aucun autre droit ou liberté que la Constitution garantit, doit être déclaré conforme à la Constitution».*

Ouvrant la voie à une possible réforme législative, le Conseil constitutionnel pose que cela n'interdit pas au législateur, s'il le souhaite, *«d'autoriser la captation, par un tiers, du son et de l'image à certaines des phases de l'enquête et de l'instruction dans des conditions garantissant le respect des exigences constitutionnelles»* précédemment mentionnées.

De cette décision du Conseil constitutionnel, il découle que, tel qu'il est actuellement formulé par l'article 11 du code de procédure pénale, le principe du secret de l'enquête de l'instruction, condition du bon fonctionnement de la justice et du respect des droits des personnes en cause, a pour effet d'interdire à un journaliste d'assister à une perquisition et d'en faire l'objet d'un reportage. Il ne peut pas être prétendu qu'il serait ainsi abusivement porté atteinte au principe fondamental de liberté de communication consacré par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme. Toutefois, au nom de cette même liberté, une règle différente, élargissant les possibilités d'action des journalistes, pourrait être posée par le législateur, dès lors que le respect des droits des justiciables serait assuré. S'agissant du traitement médiatique de l'information policière et judiciaire comme en toute autre chose, le rôle de la loi et des juges est, sous le contrôle du Conseil constitutionnel, d'établir un juste équilibre entre des droits apparemment concurrents mais, en réalité, concourant ensemble à l'établissement d'un État de droit, dans une société démocratique, contribuant ainsi au mieux au respect des droits et des libertés de chacun.

ED

L'ordinateur professionnel d'un salarié et le contrôle de l'employeur

CEDH, 22 février 2018, Libert c. France, n° 588/13.

Lorsqu'un salarié a fait usage, à des fins personnelles, de l'ordinateur mis à sa disposition pour son travail par son employeur, il est considéré que, en l'absence de mention explicite du caractère privé de certains fichiers enregistrés sur le disque dur de cet appareil, ceux-ci sont présumés être de nature professionnelle. En conséquence, l'employeur est, même en l'absence de l'intéressé, autorisé à les ouvrir

et à en contrôler le contenu. Tel est l'enseignement de l'arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH), du 22 février 2018, Libert c. France.

En cette affaire, le salarié, se prévalant d'une atteinte à sa vie privée, contestait le contrôle que, pour en décider, son employeur avait effectué en son absence. Les juridictions nationales ne lui ayant pas donné satisfaction, l'intéressé saisit la CEDH.

Pour comprendre et apprécier les raisons et la portée de la présente espèce, il convient de considérer le droit français, puis le droit européen, au regard desquels elle a été considérée.

Droit français

L'employeur ayant procédé à l'ouverture de certains fichiers figurant sur le disque dur de l'ordinateur mis, par lui, à des fins professionnelles, à la disposition de l'intéressé, ce dernier, considérant qu'il avait été porté atteinte à sa vie privée, contesta l'accès qui a été fait à des fichiers qu'il estimait comme étant à caractère personnel. En conséquence, il saisit les juridictions nationales.

Considérant que, telle que réalisée, la mesure de contrôle du contenu de l'ordinateur professionnel était justifiée, le conseil de prud'hommes rejeta la demande. La cour d'appel confirma le jugement.

Pour rejeter le pourvoi, la Cour de cassation considéra que *« les fichiers créés par le salarié à l'aide de l'outil informatique mis à sa disposition par l'employeur pour les besoins de son travail sont présumés avoir un caractère professionnel, de sorte que l'employeur est en droit de les ouvrir en dehors de sa présence, sauf s'ils sont identifiés comme étant personnels »*, et que *« la Cour d'appel, qui a retenu que la dénomination "données personnelles" du disque dur de l'ordinateur du salarié ne pouvait lui permettre d'utiliser celui-ci à des fins purement privées et en interdire ainsi l'accès à l'employeur, en a légitimement déduit que les fichiers litigieux, qui n'étaient pas identifiés comme étant "privés" […] pouvaient être régulièrement ouverts par l'employeur »*. C'est de cette décision, en l'occurrence, que la Cour européenne des droits de l'homme fut saisie.

Droit européen

Devant la Cour européenne, le requérant s'est *« plaint d'une violation de son droit au respect de sa vie privée résultant du fait que son employeur a ouvert, en dehors de sa présence, des fichiers personnels figurant sur le disque dur de son ordinateur professionnel »*. Admettant *« avoir utilisé à des fins personnelles l'ordinateur mis à sa disposition par son employeur »*, il soutient cependant que l'ingérence *« n'était pas prévue par la loi »* ; qu'elle *« ne s'inscrivait pas dans la poursuite d'un but légitime »* et qu'elle *« ne saurait passer pour proportionnée »*.

À l'inverse, le représentant du gouvernement français a fait valoir qu'il *« n'y a pas eu d'"ingérence" […] dans le droit au respect de la vie privée du requérant dans la mesure où ce dernier n'avait pas correctement indiqué que les fichiers ouverts par sa hiérarchie étaient privés »*. Selon lui, *« l'ingérence était prévue par la loi (les articles L. 1121-1 et L 1321-3 du Code du travail, complétés par la jurisprudence de la Cour de cassation), poursuivait des buts légitimes et était nécessaire dans une société démocratique »*.

La Cour européenne, quant à elle, constate que la Haute Juridiction française avait déjà jugé que *« les dossiers et fichiers créés par un salarié grâce à l'outil informatique mis à sa disposition par son employeur pour l'exécution de son travail étaient présumés, sauf si le salarié les identifiait comme étant personnels, avoir un caractère professionnel, de sorte que l'employeur pouvait y avoir accès hors sa présence »*. Elle en déduit que l'employeur pouvait *« ouvrir les fichiers figurant sur l'ordinateur professionnel d'un employé »*.

La Cour fait mention de son arrêt du 5 septembre 2017, Barbulescu c. Roumanie, dans lequel elle a considéré que *« l'employeur a un intérêt légitime à assurer le bon fonctionnement de l'entreprise, ce qu'il peut faire en mettant en place des mécanismes lui permettant de vérifier que ses employés accomplissent leurs tâches professionnelles de manière adéquate »*. Elle ne rappelle cependant pas la condition, considérée alors comme essentielle, de la nécessité, pour l'employeur, d'avoir préalablement informé son personnel de la possibilité d'une telle surveillance (voir *La rem* n°44, p.9).

De tout cela, la Cour européenne arrive à la conclusion que, en cette affaire, *«il n'y a donc pas eu violation de l'article 8 de la Convention»* relatif au droit au respect de la vie privée.

ED

Sources :

- «L'employeur, le salarié et l'usage privé de sa messagerie professionnelle» (à propos de CEDH, 5 septembre 2017, Barbulescu c. Roumanie), Emmanuel Derieux, *Dalloz IP/IT*, p.548-552, octobre 2017.
- *Droit européen des médias*, Emmanuel Derieux, Bruylant, 2017.

Portabilité transfrontalière des services de contenu en ligne

Règlement (UE) 2017/1128, du 14 juin 2017, relatif à la portabilité transfrontalière des services de contenu en ligne dans le marché intérieur.

Au nom du principe de libre circulation des personnes et des services, qui constitue, parmi d'autres, l'un des fondements et des objectifs essentiels de l'Union européenne, le Règlement (UE) 2017/1128, du 14 juin 2017, organise et garantit, de manière identique dans l'ensemble des États membres, la «portabilité transfrontalière des services de contenu en ligne». Cela signifie que les utilisateurs réguliers, ayant souscrit un contrat avec un fournisseur de servise qui a lui-même acquis les droits d'exploitation des œuvres et des prestations protégées par un droit de propriété intellectuelle, doivent pouvoir accéder aux contenus disponibles, tant dans l'État membre de leur résidence habituelle que dans un autre pays de l'Union dans lequel ils sont temporairement présents. Cela ne peut cependant se faire que dans le respect de droits concurrents, quand bien même des restrictions y seraient ainsi apportées.

La mise en œuvre d'un tel principe découle de la détermination, par ledit Règlement européen, de droits et d'obligations réciproques des utilisateurs du service, des fournisseurs du service et des titulaires originaires des droits intellectuels que sont notamment les auteurs et les artistes-interprètes, même si tous les contenus ne donnent pas nécessairement prise à de tels droits.

Droits et obligations des utilisateurs du service

Dans le premier considérant du Règlement, il est posé qu'*«il importe, pour le bon fonctionnement du marché intérieur et pour l'application effective des principes de libre circulation des personnes et des services, que les consommateurs disposent d'un accès fluide, à travers toute l'Union, aux services de contenu en ligne qui leur sont fournis légalement dans leur État membre de résidence»* qui leur permettent d'accéder à *«des contenus tels que de la musique, des jeux, des films, des émissions de divertissement ou des manifestations sportives»*. En conséquence, et comme en dispose l'article 1er, il convient de veiller *«à ce que les abonnés à des services de contenu en ligne portables qui sont légalement fournis dans leur État membre de résidence puissent avoir accès à ces services et les utiliser lorsqu'ils sont présents temporairement dans un État membre autre que leur État membre de résidence»*.

Parmi les garanties des droits des utilisateurs des services en cause, le considérant 19, confirmé par l'article 3 du

Règlement, énonce que *« les fournisseurs de services de contenu en ligne ne devraient pas soumettre leurs abonnés à des frais supplémentaires pour la fourniture de la portabilité transfrontalière »*. Il envisage cependant qu'*« il se pourrait que les abonnés doivent, pour avoir accès et utiliser des services de contenu en ligne dans les États membres autres que leur État membre de résidence, s'acquitter de frais payables aux opérateurs des réseaux de communications électroniques utilisés pour avoir accès à ces services »*. Les droits des utilisateurs des services découlent par ailleurs des obligations qui pèsent sur les autres partenaires ou intervenants.

Droits et obligations des fournisseurs de services

Diverses obligations pèsent sur les fournisseurs de services de contenu en ligne. Au profit des utilisateurs du service, l'article 3 du Règlement pose que *« le fournisseur d'un service de contenu en ligne* […] *permet à un abonné présent temporairement dans un État membre d'avoir accès au service* […] *et de l'utiliser de la même manière que dans son État membre de résidence »*.

Parmi les obligations des fournisseurs de services figurent normalement celles qui sont relatives au respect des droits des différents titulaires (auteurs, artistes interprètes, producteurs de bases de données…) de droits intellectuels. Par le considérant 9 du Règlement, mention est ainsi faite que *« la transmission, par les fournisseurs de services de contenu en ligne, de contenus protégés par le droit d'auteur ou les droits voisins nécessite l'autorisation des titulaires de droits concernés »*. Le considérant 10 fait état, s'agissant du droit de représentation, d'un principe général d'*« exclusivité territoriale »* de la cession des droits aux termes duquel *« les fournisseurs de services de contenu en ligne s'engagent, dans leurs contrats de licence avec les titulaires de droits* […] *à empêcher leurs abonnés d'avoir accès à leurs services et de les utiliser en dehors du territoire pour lesquels les fournisseurs détiennent la licence »*. C'est un principe de territorialité de la cession des droits, pour un pays déterminé, que la portabilité transfrontalière des services de contenu en ligne remet ainsi en cause.

À ces fournisseurs de services de contenu en ligne, le Règlement impose, s'ils procèdent à la vérification de l'État de résidence de l'abonné et de l'adresse IP utilisée, le respect des règles relatives notamment à la protection de la vie privée et des données à caractère personnel, objet d'autres textes européens essentiels.

Au profit des fournisseurs de services, le considérant 12 du Règlement énonce que *« le fait d'exiger que la prestation de services de contenu en ligne fournie aux abonnés présents temporairement dans un État membre autre que leur État membre de résidence soit de la même qualité que dans l'État membre de résidence pourrait entraîner des frais élevés pour les fournisseurs de services »*, dans des conditions telles qu'il n'apparaît pas *« opportun »* d'exiger d'eux qu'ils *« garantissent une qualité de la prestation de services qui serait supérieure à la qualité disponible via l'accès local en ligne choisi par cet abonné »*.

Certains des droits reconnus aux utilisateurs et, pour eux, aux fournisseurs de services de contenu en ligne constituent des restrictions au moins apparentes à ceux dont, en application de diverses directives européennes, bénéficient normalement les titulaires de droits intellectuels.

Droits et obligations des titulaires de droits intellectuels

Parmi les barrières qui *« entravent la fourniture de services de contenu en ligne aux consommateurs présents temporairement dans un État membre autre que leur État membre de résidence »*, le considérant 4 du Règlement relève que *« certains services en ligne comprennent des contenus tels que de la musique, des jeux, des films ou des émissions de divertissement qui sont protégés par le droit d'auteur ou les droits voisins en vertu du droit de l'Union »*. Mention est ailleurs faite d'autres titulaires de droits intellectuels sur les bases de données et éventuellement sur les compétitions sportives. Les *« barrières à la portabilité transfrontalière des services de contenu en ligne* […] *résultent du fait que les droits relatifs à la transmission de contenus protégés »* par de tels droits *« font souvent l'objet d'une licence territoriale »* qui en limite l'exploitation dans le pays pour lequel les droits ont été cédés.

Selon le considérant 15 du Règlement, celui-ci, et donc le principe de *« portabilité transfrontalière des services de contenu »* qu'il pose, devraient *« s'appliquer aux services de*

contenu en ligne que des fournisseurs, après avoir obtenu les droits pertinents auprès des titulaires de droits sur un territoire donné, fournissent à leurs abonnés», supprimant ainsi tout effet, au sein de l'Union, à toute cession qui ne vaudrait, y compris pour des actes de représentation, que pour le territoire d'un des États membres.

Par le considérant 24, il est posé que, pour répondre à l'objectif de libre prestation visé, les actes d'exploitation des œuvres et objets protégés par un droit intellectuel, *«qui ont lieu lorsque le service est fourni aux abonnés* […] *présents temporairement dans un État membre autre que leur État membre de résidence, devraient être réputés avoir lieu dans l'État membre de résidence des abonnés»*, sans que les titulaires de droits, dont il est estimé qu'ils n'en subissent aucun effet préjudiciable, puissent s'y opposer.

Destiné – conformément aux principes fondamentaux, de libre circulation des personnes et de libre prestation des services, du droit de l'Union européenne – à *«permettre aux abonnés de bénéficier des services de contenu en ligne auxquels ils ont souscrit dans leur État membre de résidence, lorsqu'ils sont présents temporairement dans un autre État membre»*, le régime dit de *«portabilité transfrontalière»* de ces services semble imposer, aux exploitants des services et aux titulaires des droits intellectuels sur les contenus ainsi rendus disponibles, des droits et des obligations réciproques. Paraissant faire un cas à part de ce mode particulier de communication au public en ligne, y a-t-il cependant, pour les uns comme pour les autres, une quelconque différence dès lors que, tel qu'il est ainsi garanti, ce droit individuel d'accès est réservé à un abonné, qu'il soit dans son pays de résidence ou temporairement présent dans un autre État membre de l'Union ? Comme le souligne l'article 4 du Règlement, il peut être posé que *«la fourniture d'un service de contenu en ligne* […] *à un abonné présent temporairement dans un État membre ainsi que l'accès à celui-ci et son utilisation par l'abonné sont réputés avoir lieu uniquement dans l'État membre de résidence de l'abonné»*. Cela n'entraîne, pour ces différents intervenants et partenaires, ni frais supplémentaires ni perte de rémunération.

ED

Vidéos en ligne : « service de médias audiovisuels » ou « documentation promotionnelle » ?

CJUE, 21 février 2018, Peugeot Deutschland GmbH.

Selon la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), en son arrêt du 21 février 2018, la notion de « service de médias audiovisuels » ne couvre ni une chaîne de vidéos, telle que mise en ligne sur YouTube, *«sur laquelle les utilisateurs d'Internet peuvent consulter de courtes vidéos promotionnelles»*, ni encore moins *«une seule de ces vidéos prise isolément»*. En conséquence, pèsent sur elles les obligations, plus contraignantes, qui s'appliquent à la *«documentation promotionnelle»*.

La mutation des services numériques de communication et de leurs usages rend bien délicate et incertaine leur identification même en fonction des différentes définitions auxquelles ils peuvent paraître pouvoir être rattachés. Cela importe pourtant puisque les obligations qui leur sont applicables ne sont pas les mêmes selon la qualification retenue.

En cette affaire, était en cause une vidéo promotionnelle mise en ligne sur YouTube par un constructeur automobile. Selon que les vidéos sont considérées comme constitutives d'un « service de médias audiovisuels » ou d'une « documentation promotionnelle », les informations à fournir ne sont pas les mêmes. Il convenait donc de considérer si, mises en ligne, les vidéos en cause étaient constitutives de « services de médias audiovisuels » ou de « documentation promotionnelle ».

Services de médias audiovisuels

Saisissant la Cour de justice d'une question préjudicielle, la juridiction allemande lui demande si les dispositions de la directive 2010/13, du 10 mars 2010, dite « Services de médias audiovisuels » (SMA), doivent être interprétées *« en ce sens que la définition de "services de médias audiovisuels" couvre* […] *une chaîne de vidéos, telle que celle en cause »* en l'espèce, *« sur laquelle les utilisateurs d'Internet peuvent consulter de courtes vidéos promotionnelles »* et même *« une seule de ces vidéos prise isolément »*.

En son article 1er, ladite directive qualifie de « service de médias audiovisuels » celui qui *« relève de la responsabilité éditoriale d'un fournisseur de services de médias et dont l'objet principal est la fourniture de programmes dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public, par des réseaux de communication électroniques »*. Elle y indique qu'*« un service de médias audiovisuels est soit une émission télévisée* […] *soit un service de médias audiovisuels à la demande »*.

À propos de la « communication commerciale audiovisuelle », le même article dispose qu'il s'agit *« d'images, combinées ou non à du son, qui sont conçues pour promouvoir, directement ou indirectement, les marchandises, les services ou l'image d'une personne physique ou morale qui exerce une activité commerciale »* ; que *« ces images accompagnent un programme ou y sont insérées moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion »* et que *« la communication commerciale audiovisuelle revêt notamment les formes suivantes : publicité télévisée, parrainage, téléachat et placement de produit »*. La nature et la finalité promotionnelles des messages vidéo en cause est susceptible de conduire à les assimiler à une « communication commerciale », mais ce n'est pas le cas des formes et des conditions de leur diffusion.

Diffusés au travers des services de médias audiovisuels, les messages commerciaux n'auraient pas échappé à quelques obligations. Celles-ci sont cependant moins lourdes que celles qui, de manière spécifique, pèsent, en application d'autres textes, sur la « documentation promotionnelle ».

Documentation promotionnelle

La « documentation promotionnelle » relative à « la disponibilité d'informations sur la consommation de carburant et les émissions de CO^2 à l'intention des consommateurs lors de la commercialisation des voitures particulières neuves » constitue l'objet de la directive 1999/94/CE, du 13 décembre 1999. Il convient donc de déterminer si les vidéos en cause relèvent de cette catégorie davantage que de celle de « service de médias audiovisuels ».

En son article 2, la directive définit la « documentation promotionnelle » comme étant *« l'ensemble des imprimés utilisés pour la commercialisation, la publicité et la promotion des véhicules auprès du grand public »*. Il y est ajouté que *« cette définition couvre, au minimum, les manuels techniques, les brochures, la publicité dans les journaux, les magazines et les revues spécialisées, ainsi que les affiches »*. Seuls les imprimés sont ainsi pris en compte.

L'article 9 de cette même directive prévoit cependant que la Commission européenne prend des mesures visant *« à formuler des recommandations afin de permettre d'appliquer à d'autres médias et matériels les dispositions relatives à la documentation promotionnelle »*.

La recommandation de la Commission, en date du 26 mars 2003, concernant l'application à d'autres médias des dispositions de la directive de décembre 1999, énonce pourtant qu'elle ne s'applique pas aux « services de radiodiffusion télévisuelle », devenus « services de médias audiovisuels », objet de l'actuelle directive de mars 2010.

Transposant en droit interne les dispositions de cette directive, la législation allemande en élargit le champ d'application au *« contenu publicitaire distribué sous*

forme électronique» et à la *«publicité diffusée par des supports de stockage électroniques, magnétiques ou optiques»*. Mais, en conformité avec le droit européen, elle en exclut *«les services de radiodiffusion et les services de médias audiovisuels»* au sens de la directive de mars 2010. La distinction peut apparaître bien délicate.

L'évolution des techniques de communication numériques et de leurs usages brouille leur qualification même, devenue incertaine, et, en conséquence, la détermination des règles qui leur sont applicables. La solution n'est-elle pas dans la fixation d'un régime commun à l'ensemble des supports de communication quels qu'ils soient? N'est-ce pas en cette direction que, en tous les domaines et dans un souci de simplification et de clarification du droit, il conviendrait de s'orienter s'agissant de toutes les formes de «publication»?

ED

Déréférencement d'informations d'un moteur de recherche

Cass. civ., 1re, 14 février 2018, Sté Google Inc.

Abondamment cité par la Cour de cassation dans son arrêt du 14 février 2018, l'arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), du 13 mai 2014, Sté Google Spain, ne consacrait pas un *«droit à l'oubli»*, contrairement à ce qui a pu en être dit, mais, sous conditions, un *«droit au déréférencement»* d'informations sélectionnées par un moteur de recherche, sans incidence sur le contenu de la source ainsi identifiée et objet du lien (voir *La rem* n°30-31, p.9). Devant concilier la liberté d'expression et le droit à l'information, un tel droit est cependant bien loin d'être général et absolu. C'est ce que retient ici la Cour en posant que *«la juridiction saisie d'une demande de déréférencement est tenue de porter une appréciation sur son bien-fondé et de procéder, de façon concrète, à la mise en balance des intérêts en présence»*.

Les mentions faites de la loi française, et bien plus du droit européen, conduisent à considérer les «traitements de données» soumis aux obligations ainsi posées et les obligations de déréférencement des «moteurs de recherche» dès lors qu'ils sont ainsi considérés.

Traitement des données

La soumission des moteurs de recherche aux obligations posées tant par la loi française du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, que par la directive européenne du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel, ainsi qu'à l'interprétation qui en a été faite par la CJUE, dépend de la qualification de «traitements de données» retenue à l'égard des «moteurs de recherche» et, en raison notamment de leur lieu d'implantation, de la détermination des traitements de données concernés par ces textes.

Aux termes de la loi française de janvier 1978, *«constitue un traitement de données à caractère personnel toute opération ou tout ensemble d'opérations portant sur de telles données, quel que soit le procédé utilisé, et notamment la collecte, l'enregistrement, l'organisation, la conservation, l'adaptation ou la modification, l'extraction, la consultation, l'utilisation, la communication par transmission, diffusion ou toute autre forme de mise à*

disposition, le rapprochement ou l'interconnexion, ainsi que le verrouillage, l'effacement ou la destruction». La directive européenne d'octobre 1995 en donne une définition à peu près identique.

La CJUE a précédemment posé que l'activité d'un «moteur de recherche» doit être qualifiée de «traitement de données à caractère personnel» lorsque les informations traitées par lui contiennent des données à caractère personnel. Le lieu de son exploitation sur le territoire d'un des États membres conditionne sa soumission au droit national et au droit européen.

Exploitant un «moteur de recherche» sur le territoire français et à destination du public français, la société Google Inc. est soumise aux obligations qui s'imposent à un tel service, notamment à celles qui sont relatives au «droit au déréférencement».

Obligations de déréférencement

S'appuyant sur les dispositions mentionnées et sur l'interprétation qui en a été faite par la CJUE, la Cour de cassation retient qu'il *«convient notamment d'examiner si la personne»* à l'origine de la procédure *«a un droit à ce que l'information en question relative à sa personne ne soit plus, au stade actuel, liée à son nom par une liste de résultats affichée à la suite d'une recherche effectuée»*, sur un moteur de recherche. Elle poursuit que, *«dans la mesure où la suppression de liens de la liste de résultats pourrait, en fonction de l'information en cause, avoir des répercussions sur l'intérêt légitime des internautes potentiellement intéressés à avoir accès à celle-ci, il y a lieu de rechercher* […] *un juste équilibre* […] *entre cet intérêt et les droits au respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel»*.

Elle considère que *«la juridiction saisie d'une demande de déréférencement est tenue de porter une appréciation sur son bien-fondé et de procéder, de façon concrète, à la mise en balance des intérêts en présence, de sorte qu'elle ne peut ordonner une mesure d'injonction d'ordre général conférant un caractère automatique à la suppression de la liste de résultats, affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir du nom d'une personne, des liens vers des pages internet contenant des informations relatives à cette personne»*.

S'agissant de ce *«droit au déréférencement»* et des conditions dans lesquelles il est ici accordé, l'entrée en application du Règlement (UE) du 27 avril 2016 et de la loi française d'adaptation ne devrait, même si quelques changements de rédaction y sont apportés, entraîner aucune modification des règles et de leur application.

ED

Durand contre Facebook : *L'Origine du monde* de Courbet a-t-elle été censurée par le réseau social ?

Un enseignant avait mis en ligne, sur son profil Facebook, une reproduction de *L'Origine du monde* du peintre Gustave Courbet. Son compte ayant été désactivé peu après, il a saisi la justice. Le lien entre la suppression du compte et la publication n'ayant pu être prouvé, les juges ne se sont pas prononcés sur l'éventuelle atteinte à la liberté d'expression.

Jeudi 1er février 2018, Facebook a dû répondre, devant le tribunal de grande instance de Paris, d'une accusation de censure. Les faits à l'origine du litige avaient été amplement médiatisés en leur temps : le réseau social avait fermé le compte d'un utilisateur ayant mis en ligne une photographie de *L'Origine du monde*, célèbre toile du peintre franc-comtois Gustave Courbet. Peint en 1866, ce tableau représentant un sexe féminin avait choqué la société bourgeoise de l'époque. Il a pareillement choqué la probité puritaine défendue par certains Gafam et, notamment, par la firme de Mark Zuckerberg. Si l'œuvre de Courbet est une habituée des polémiques morales, Facebook pouvait-il en toute légalité supprimer le compte d'un utilisateur ayant mis en ligne une image de ce « nu » ?

Le plaignant, Frédéric Durand-Baïssas, est professeur des écoles. Il utilisait le réseau social sous le pseudonyme alambiqué « Fred La Face De Fredb ». Or, le 27 février 2011, son compte a été désactivé sans préavis, pour non-respect des règles d'utilisation de la plateforme. Quelques heures auparavant, il avait publié sur son « mur », à l'attention de ses « amis », la peinture de Courbet – assortie d'un lien permettant de visionner un reportage sur l'histoire de ce tableau exposé au musée d'Orsay. L'internaute ayant demandé en vain que son profil soit réactivé, il a décidé, quelques mois plus tard, d'attaquer Facebook devant les tribunaux. Il reproche à la multinationale une censure, donc une atteinte à sa liberté d'expression.

Les tribunaux français compétents

Depuis toujours, les conditions d'utilisation de Facebook comportent une clause prévoyant que tout litige entre le réseau social et ses utilisateurs devra être porté exclusivement devant le tribunal de Santa Clara, en Californie. De quoi dissuader l'internaute européen de saisir une justice située à l'autre bout du monde et dont il ne connaît rien. Facebook a pris l'habitude de se réfugier derrière cette clause. Néanmoins, les tribunaux français se sont à plusieurs reprises estimés compétents. Et tel a encore été le cas dans l'affaire Durand contre Facebook : le 5 mars 2015, le tribunal de grande instance de Paris a jugé cette stipulation *« abusive »* ; puis, le 12 février 2016, la cour d'appel de Paris a confirmé la compétence des juridictions françaises.

Le premier apport de cette saga judiciaire autour de *L'Origine du monde* est donc de contrer l'argument habituel de Facebook : la compétence exclusive de la justice américaine, même pour un service destiné à un public français ou francophone.

Restait ensuite à trancher le litige sur le fond : Facebook s'était-il rendu coupable d'une atteinte à la liberté d'expression de M. Durand-Baïssas ? Ce dernier réclamait 20 000 euros de dommages et intérêts (soit l'estimation du prix de ses 800 « amis » perdus en raison de la fermeture du compte). Quant au réseau social, il demandait un euro symbolique pour *« atteinte à son image et à sa réputation »*.

La question de la censure non étudiée

Les conditions d'utilisation de Facebook interdisent les publications *« contenant de la nudité »*. Et la légitimité, si ce n'est la légalité, de cette stipulation, est difficilement contestable s'agissant d'un service destiné en particulier à un jeune public. La question est de savoir comment traiter la nudité peinte : où placer le curseur entre le caractère « choquant » de l'œuvre et la liberté de création. Lorsque la nudité est magnifiée par le talent de l'artiste, la clause précitée doit-elle s'appliquer de la même manière que lorsqu'un adolescent met en ligne une photographie intime de son ex-petite amie afin de se « venger » ? Le robot, ou l'algorithme, de Facebook n'est pas suffisamment « humain » pour pouvoir distinguer l'un et l'autre cas.

Reste que le problème de l'éventuelle censure opérée par le réseau social n'a finalement pas été tranché. En effet, Facebook s'est défendu en arguant que le compte de M. Durand-Baïssas avait été supprimé non en raison de la publication de *L'Origine du monde* mais parce qu'il utilisait un pseudonyme – ce que prohibaient les conditions d'utilisation à l'époque des faits. L'exacte concomitance entre la mise en ligne du tableau et la suppression du compte, alors que le pseudonyme avait été créé deux ans et demi auparavant,

fait que cet argument peine à convaincre. Il a pourtant été entendu par les juges du tribunal de grande instance de Paris : ils ont retenu, dans un jugement rendu le 15 mars 2018, que M. Durand-Baïssas n'était pas parvenu à apporter la preuve d'un lien certain entre la déconnexion et la mise en ligne de l'œuvre de Courbet.

Un problème de charge de la preuve difficile à surmonter. En somme, le doute profite au mis en cause, même lorsque celui-ci est Goliath, en l'occurrence une multinationale hyperpuissante. Les éléments manquaient pour que les juges puissent se prononcer sur l'éventuelle censure. Et la question de la modération de la nudité est donc laissée en suspens.

Condamnation du droit de résiliation unilatérale de Facebook

Par ailleurs, le tribunal juge illicite la clause des conditions d'utilisation permettant à Facebook d'exercer *«son droit de résiliation sans opposer un délai de préavis raisonnable et sans préciser les raisons de la désactivation»*. Or, le 9 février 2016 déjà, la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) avait condamné *«le pouvoir discrétionnaire de retirer des contenus ou informations publiés par l'internaute»* que s'octroie Facebook, ainsi que *«le droit de modifier unilatéralement ses conditions d'utilisation sans que l'internaute en soit informé préalablement ou en présumant son accord»*. L'autorité avait alors donné au réseau social deux mois pour faire disparaître ces clauses génératrices, selon elle, d'un *«déséquilibre»*.

Un témoignage de plus de la politique des algorithmes

L'algorithme de Facebook qui modère – ou plutôt censure – les contenus mis en ligne n'a guère été sensible à l'art de Gustave Courbet. Selon Me Stéphane Cottineau, avocat de Frédéric Durand-Baïssas, *«si Facebook a une vision différente de celle qui est contenue dans les textes de loi sur la liberté d'expression, il n'a pas à l'imposer»*. Or les algorithmes de Facebook et des autres acteurs clés du web procèdent à un travail de pondération dont les intentions et les conséquences prennent un tour inévitablement politique. Quand ils décident de ce qui est «tendance», de ce qui est «plus populaire», plus généralement de ce qui «doit s'afficher sur l'écran de l'utilisateur» et de ce qui «doit demeurer caché» ; par leur manière d'agencer les informations d'une façon particulière, ils jouent un rôle prescripteur. De ce point de vue, la frilosité du TGI de Paris prête à discussion. En même temps, le rôle de la justice n'est pas de répondre à un acte politique ou même idéologique par un autre acte politique ou idéologique.

Les ex-start-up de la Silicon Valley, devenues multinationales du Net, seraient par nature animées par des racines iconoclastes, un état d'esprit hyper-tolérant et ouvert, associé à la contre-culture de la Valley. En réalité, leurs convictions et intentions sont bien plus conservatrices qu'il n'y paraît. Les algorithmes de Facebook, Twitter ou Google appliquent bien souvent des normes passablement pudibondes, lesquelles s'imposent subrepticement à des milliards d'utilisateurs partout dans le monde. C'est ainsi que l'algorithme de Facebook, qui pourtant s'assigne comme mission de *«rendre le monde plus ouvert»*, a pu bloquer, outre *L'Origine du monde* de Courbet, la photographie iconique de la «petite fille au napalm» qui, nue, fuit les bombes en hurlant ; une illustration montrant les seins d'Ève dans le jardin d'Éden ou une vidéo informative sur l'allaitement maternel.

Les multinationales de la communication numérique limitent de la sorte la possibilité d'utiliser librement des termes ou des images pourtant déjà largement diffusés, voire légitimés. Leurs algorithmes déterminent l'étendue et les limites de ce qui est culturellement acceptable. Ils font passer les termes les plus courants pour des termes honteux et des chefs-d'œuvre pour des obscénités. La Silicon Valley reflète moins les normes sociales en vigueur qu'elle ne les façonne à sa guise. Et les algorithmes deviennent les nouveaux gardiens du temple, en remplacement des philosophes, professeurs, journalistes, éditeurs, etc. En faisant la loi sur des services qui sont, dans le monde d'aujourd'hui, au cœur de toutes les activités sociales, politiques et économiques, les algorithmes – et ceux qui les conçoivent et les règlent – jouissent d'une puissance gigantesque qui n'a peut-être rien à envier à celle des États.

Certes, il est encore difficile de trouver les mots justes pour comprendre et expliquer la politique induite par les algorithmes. Cette politique n'en paraît pas moins constituer une réalité forte et une donnée incontournable pour qui souhaite comprendre le monde d'aujourd'hui et de demain. C'est bien dans de telles problématiques que s'inscrit l'affaire de *L'Origine du monde*.

Cette affaire pourrait connaître de nouveaux épisodes : M. Durand-Baïssas a décidé de faire appel du jugement du TGI de Paris. En outre, il invite tous les utilisateurs de Facebook, en guise de protestation, à publier sur leur profil une représentation de la toile de Courbet.

BB

Sources :

- «Censure de «L'Origine du monde» : une faute de Facebook reconnue, mais pas sur le fond», Perrine Signoret, LeMonde.fr, 15 mars 2018.
- «L'Origine du monde : la justice déboute l'internaute qui s'estimait censuré par Facebook», avec AFP, LeFigaro.fr, 16 mars 2018.
- «Violence, nudité, haine… Facebook publie ses règles de modération internes», Morgane Tual, LeMonde.fr, 24 avr. 2018.

Rachat de Portugal Telecom : Altice sanctionné par la Commission européenne

La Commission européenne sanctionne Altice pour avoir influencé prématurément les décisions de Portugal Telecom lors du processus de rachat. Le CSA autorise de son côté SFR à prendre le contrôle de NextRadioTV.

Acceptée par l'assemblée générale de Portugal Telecom le 22 janvier 2015, l'offre de rachat de l'opérateur portugais par Altice (voir *La rem* n°33, p.31) a été notifiée à la Commission européenne dès février 2015. En avril de la même année, la Commission européenne autorisait le rachat sous condition, Altice devant notamment se séparer de certains de ses autres actifs portugais (voir *La rem* n°34-35, p.31). Restait alors à Altice à suivre les exigences de la Commission européenne et à respecter les délais prévus pour toute prise de contrôle d'une société, avant même d'en présider définitivement les destinées. Mais Altice aura été trop pressé et a influencé la stratégie de Portugal Telecom avant même la prise de contrôle effective, ce qui est interdit par le droit de la concurrence. Convaincue de cette influence prématurée, la Commission européenne, le 24 avril 2018, a infligé une amende de 124,5 millions d'euros à Altice. Si cette amende ne remet pas en question le rachat de Portugal Telecom, elle rappelle la nécessité de respecter strictement le droit de la concurrence dans les opérations de fusion-acquisition. Altice a contesté toutefois l'interprétation de la Commission européenne et fera appel devant la Cour de justice de l'Union. Altice n'avait pas adopté la même démarche en appel quand l'Autorité française de la concurrence l'avait condamné, pour les mêmes raisons, en 2016, mais alors dans le cadre du rachat de l'opérateur SFR en 2014.

Cette nouvelle amende devrait inciter Altice à la prudence dans la prise de contrôle d'entreprises, une spécialité du groupe, puisque SFR a obtenu en avril 2018 l'autorisation du CSA pour le rachat de NextRadioTV, moyennant quelques engagements sur la diversité concernant notamment Numéro 23.

AJ

Sources :

- « Bruxelles inflige à Altice une amende de 125 millions d'euros », Raphaël Balenieri, Derek Perotte, *Les Echos*, 25 avril 2018.
- « Altice écope de 124,5 millions d'euros d'amende au Portugal », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 25 avril 2018.

Fiscalité des Gafam : l'Europe tergiverse, la France ouvre de nouveaux fronts

Alors que l'Europe ne parvient pas à se mettre d'accord sur la notion d'établissement stable et propose une taxe provisoire de 3 % sur les revenus issus des données, la France solde son litige fiscal avec Amazon et multiplie les plaintes contre les Gafam, au nom du droit de la concurrence.

Le 21 mars 2018, la Commission européenne a proposé l'instauration d'une taxe provisoire de 3 % sur les revenus générés par les entreprises qui exploitent les données des particuliers et dont le chiffre d'affaires mondial est d'au moins 750 millions d'euros, un moyen donc de taxer Facebook, Google ou encore Airbnb dans les territoires où ils déploient leurs activités commerciales. En effet, la plupart d'entre eux se font imposer dans les pays à la fiscalité la plus avantageuse grâce à des dispositifs d'optimisation généralement légaux (voir *La rem* n°33, p.12). Envisager une taxe provisoire signifie tout simplement que la Commission européenne ne croit pas à un accord rapide à l'OCDE ou au sein de l'Union sur la définition de la *« présence digitale »* des firmes, un moyen de taxer les bénéfices dans les pays où ils sont réalisés, quand prévaut pour l'instant la notion juridique d'établissement stable, inadaptée à l'environnement numérique. D'ailleurs, les pays qui abusent du *dumping* fiscal ne s'y trompent pas : la réunion, le 28 avril 2018, des ministres européens des finances s'est soldée par une opposition au projet de taxe à 3 %, avec en première ligne l'Irlande, le Luxembourg, Malte et la République tchèque, des pays qui préfèrent attendre la décision de l'OCDE et, pendant ce temps, bénéficier des pratiques assurément contestables des multinationales. En effet, c'est bien l'absence de localisation des bénéfices qui sert de levier aux pratiques d'optimisation fiscale, comme a pu le constater le fisc français qui, après avoir adressé à Google un redressement fiscal de 1,115 milliard d'euros, a vu sa décision annulée par le tribunal administratif de Paris le 12 juillet 2017 (voir *La rem* n°44, p.19). Sauf qu'il y a urgence car la réforme fiscale américaine portée par Donald Trump permet désormais le rapatriement massif des bénéfices des Gafam aux États-Unis (voir *La rem* n°45, p.9) et instaure un nouveau rapport de force qui laisse peu d'espoir à l'Union européenne d'imposer ses vues au sein de l'OCDE.

Sans surprise, les pays qui militent le plus ardemment pour une adaptation de la fiscalité européenne aux enjeux du numérique sont ceux qui se mobilisent aussi au niveau national. C'est le cas de la France qui vient de régler ses litiges fiscaux avec Amazon et qui a lancé une procédure en justice contre Apple et Google.

En 2012, le fisc français avait adressé un redressement fiscal à Amazon concernant les années 2006-2010, le montant exigé – à savoir les impôts non perçus et les arriérés – étant estimé à 200 millions d'euros. Mais les déconvenues du fisc français face à Google ont probablement changé la donne et incité les services de Bercy à être moins intransigeants. De son côté, Amazon a depuis 2015 décidé de localiser son chiffre d'affaires et ses profits dans les pays où il exerce son activité, décision qui témoigne de sa volonté de sortir par le haut du bras de fer fiscal que l'Europe et plusieurs pays ont engagé avec le géant du e-commerce (voir *La rem* n°38-39, p.20). Ainsi, après avoir trouvé un accord avec le fisc italien en décembre 2017, Amazon s'est mis d'accord avec le fisc français le 5 février 2018, ce qui a clos les litiges. Le montant du règlement fiscal n'est pas connu.

L'accord entre Amazon et le fisc ne met pas fin pour autant aux poursuites relatives au droit de la concurrence. *Le Parisien* du 18 décembre 2017 a ainsi révélé que le ministre de l'économie et des finances, Bruno Le Maire, avait assigné Amazon devant le tribunal de commerce de Paris, à la suite d'une enquête de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF). Il est reproché à Amazon d'imposer un rapport déséquilibré avec ses vendeurs pour ses activités de place de marché, ce dont attestent certaines clauses jugées abusives par la DGGCCRF. Bercy réclame une amende de 10 millions d'euros.

Le 14 mars 2018, Bruno Le Maire a récidivé en annonçant avoir assigné en justice Google et Apple pour *«pratiques commerciales abusives»*, là encore après une enquête de la DGGCCRF qui a mis en lumière l'existence d'un *«déséquilibre significatif»* entre, d'une part, les places de marché sur smartphone des deux acteurs, l'AppStore et Google Play et, d'autre part, les développeurs d'applications. Ces derniers se voient imposer unilatéralement des paliers tarifaires pour la facturation de leurs applications et doivent communiquer les informations liées à leurs utilisateurs sans réciprocité de la part des plateformes. Si Google et Apple sont reconnus coupables, ils devront payer chacun une amende de 2 millions d'euros.

AJ

Sources :

- «Pourquoi Bercy assigne Amazon en justice», Aurélie Lebelle, leparisien.fr, 18 décembre 2017.
- «Amazon conclut un accord avec le fisc français», Elsa Dicharry, Philippe Bertrand, *Les Echos*, 6 février 2018.
- «Amazon solde son litige avec le fisc», Keren Lentschner, *Le Figaro*, 6 février 2018.
- «L'État a assigné Google et Apple en justice», Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 15 mars 2018.
- «Bruno Le Maire cible Apple et Google», Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 15 mars 2018.
- «L'Europe lance son offensive fiscale contre les géants du numérique», Derek Perrotte, *Les Echos*, 22 mars 2018.
- «Taxation des Gafa, Grèce : l'Eurogroupe à la recherche de compromis sur les dossiers chauds», Catherine Chatignoux, Derek Perotte, *Les Echos*, 27 avril 2018.
- «L'Europe divisée sur la taxation des Gafa défendue par la France», A.G., *Le Figaro*, 30 avril 2018.
- «Taxation des Gafa : la colère française face aux réticences européennes», Gabriel Grésillon, *Les Echos*, 30 avril 2018.

Déchiffrement forcé d'un moyen de cryptologie

Par la décision du Conseil constitutionnel n° 2018-696 QPC du 30 mars 2018, l'article 434-15-2 du code pénal, sanctionnant le refus de remettre à l'autorité judiciaire l'instrument de déchiffrement d'un moyen de cryptologie ayant servi à commettre une infraction, est déclaré conforme à la Constitution.

Dans sa rédaction résultant de la loi du 3 juin 2016, « renforçant la lutte contre le crime organisé, le terrorisme et leur financement, et améliorant l'efficacité et les garanties de la procédure pénale », l'article 434-15-2 du code pénal (CP) réprime *« le fait, pour quiconque ayant connaissance de la convention secrète de déchiffrement d'un moyen de cryptologie susceptible d'avoir été utilisé pour préparer, faciliter ou commettre un crime ou un délit, de refuser de remettre ladite convention aux autorités judiciaires »*.

Dans le cadre d'une poursuite pour *« infractions à la législation sur les stupéfiants et refus de remettre la convention secrète de déchiffrement d'un moyen de cryptologie »*, le tribunal de grande instance (TGI) de Créteil, devant lequel a été soulevée la question de la conformité à la Constitution de ladite disposition, l'a transmise à la Cour de cassation. La Cour a considéré qu'il y avait lieu de la renvoyer au Conseil constitutionnel. Celui-ci s'est prononcé dans sa décision du 30 mars 2018.

Aux moyens de contestation de conformité s'oppose la déclaration de conformité

Contestation de conformité à la Constitution

La question prioritaire de constitutionnalité (QPC) était ainsi rédigée : *« Les dispositions de l'article 434-15-2 CP, en ce qu'elles ne permettent pas au mis en cause, auquel est demandée la convention secrète de déchiffrement d'un moyen de cryptologie susceptible d'avoir été utilisé pour préparer, faciliter ou commettre un crime ou un délit, de faire usage de son droit au silence et du droit de ne pas s'auto-incriminer, sont-elles contraires au principe du droit au procès équitable, prévu par l'article 16 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, du 26 août 1789, au principe de la présomption d'innocence, duquel découle droit de ne pas s'auto-incriminer, et au droit de se taire, prévu à l'article 9 de ladite Déclaration (DDHC) ? »*

En son article 16, la DDHC énonce que *« toute société dans laquelle la garantie des Droits n'est pas assurée, ni la séparation des pouvoirs déterminée, n'a point de Constitution »*. Et, en son article 9, que *« tout homme est présumé innocent jusqu'à ce qu'il ait été déclaré coupable »*.

Selon les parties intervenantes, l'article du code pénal contesté violerait également d'autres principes de valeur constitutionnelle tels que *« le droit au respect de la vie privée »*, ainsi que *« le secret des correspondances, les droits de la défense, le principe de proportionnalité des peines et la liberté d'expression »*.

Pour fonder leur argumentation, elles invoquent notamment l'article 2 DDHC, aux termes duquel *« le but de toute association politique est la conservation des droits naturels et imprescriptibles de l'homme »*, et son article 11, selon lequel *« la libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme »*.

Différents arrêts de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH), ainsi que de précédentes décisions du Conseil constitutionnel ou de la Cour de cassation, ont pu servir à la contestation de la conventionnalité ou de la conformité à la Constitution de dispositions du type de celles qui étaient en cause en l'espèce.

La CEDH a précédemment reproché aux dispositions du droit douanier français d'avoir servi à tenter de contraindre un individu *« à fournir lui-même la preuve d'infractions qu'il aurait commises »*, alors que ne saurait être justifiée l'*« atteinte au droit, pour tout "accusé" […] de se taire et de ne point contribuer à sa propre incrimination »* (CEDH, 25 février 1993, Funke c. France).

La même Cour a relevé que, si le texte de la Convention *« ne le mentionne pas expressément, le droit de se taire et – l'une de ses composantes – le droit de ne pas contribuer à sa propre incrimination sont des normes internationales généralement reconnues qui sont au cœur de la notion de procès équitable »* et que *« ce droit est étroitement lié au*

principe de la présomption d'innocence» (CEDH, 17 décembre 1996, Saunders c. Royaume-Uni ; CEDH, 11 juillet 2006, Jalloh c. Allemagne).

La Cour a également considéré que *«le droit de garder le silence et le droit de ne pas s'incriminer soi-même sont des droits absolus»* (CEDH, 29 juin 2007, O'Halloran et Francis c. Royaume-Uni). Le Conseil constitutionnel, en l'occurrence, a fondé une de ses décisions sur *«le principe selon lequel nul n'est tenu de s'accuser, dont découle le droit de se taire»* (décision n° 2016-594 QPC, du 4 novembre 2016).

Déclaration de conformité à la Constitution

Pour le Conseil constitutionnel, par les dispositions contestées, *«le législateur a poursuivi les objectifs de valeur constitutionnelle de prévention des infractions et de recherche»* de leurs auteurs. Il considère que les *«dispositions critiquées n'imposent à la personne suspectée d'avoir commis une infraction, en utilisant un moyen de cryptologie, de délivrer ou de mettre en œuvre la convention secrète de déchiffrement que s'il est établi qu'elle en a connaissance»* ; qu'elles *«n'ont pas pour objet d'obtenir des aveux* […] *et n'emportent ni reconnaissance ni présomption de culpabilité mais permettent seulement le déchiffrement des données cryptées»* ; que *«l'enquête ou l'instruction doivent avoir permis d'identifier l'existence des données traitées par le moyen de cryptologie susceptible d'avoir été utilisé pour préparer, faciliter ou commettre un crime ou un délit»* ; et que ces données *«existent indépendamment de la volonté de la personne suspectée»*.

Le Conseil constitutionnel estime encore que *«les dispositions contestées ne portent pas atteinte au droit de ne pas s'accuser ni au droit au respect de la vie privée et au secret des correspondances»* et qu'elles ne méconnaissent *«pas non plus les droits de la défense, le principe de proportionnalité des peines et la liberté d'expression, ni aucun autre droit ou liberté que la Constitution garantit»*. Il en conclut que l'article 434-15-2 CP *«est conforme à la Constitution»*.

À l'appui de cette appréciation, il convient de relever que la CEDH, ainsi que le Conseil constitutionnel et la Cour de cassation, ont précédemment été conduits à déclarer certaines dispositions, du type de celle en cause, conformes à la ConvEDH et à la Constitution.

Alors qu'il était reproché aux juridictions du Royaume-Uni d'avoir porté atteinte au droit d'un individu *«de garder le silence»* et d'avoir violé *«le principe selon lequel la charge de la preuve incombe à l'accusation sans que l'accusé ait à prêter son concours»*, la Cour européenne a posé qu'il *«est manifestement incompatible»* avec ces principes *«de fonder une condamnation exclusivement ou essentiellement sur le silence du prévenu»*. Elle a cependant considéré qu'*«il est tout aussi évident»* que cela ne saurait *«empêcher de prendre en compte le silence de l'intéressé»* et que, s'agissant du « droit de garder le silence », il faut *«répondre par la négative à la question de savoir si ce droit est absolu»* (CEDH, 8 février 1996, J. Murray c. Royaume-Uni).

Le Conseil constitutionnel a lui-même posé que, *«s'il découle de l'article 9 de la Déclaration de 1789 que nul n'est tenu de s'accuser, ni cette disposition ni aucune autre* […] *n'interdit à une personne de reconnaître sa culpabilité»* (Décision n° 2004-492 DC, du 2 mars 2004). Pour la Cour de cassation, *«le droit au silence et celui de ne pas contribuer à sa propre incrimination ne s'étendent pas au recueil de données qu'il convient d'obtenir indépendamment de la volonté de la personne concernée»* (Cass. crim., 6 janvier 2015).

Les nécessités de « la lutte contre le crime organisé, le terrorisme et leur financement », objet de la loi du 3 juin 2016, ont entraîné l'introduction de l'article 434-15-2 CP réprimant le refus, pour un individu poursuivi, de remettre, aux autorités judiciaires, les moyens de déchiffrement de messages cryptés. Dans sa décision du 30 mars 2018, le Conseil constitutionnel déclare cet article *«conforme à la Constitution»*. D'autres décisions de la même institution et arrêts, tant de la CEDH que de la Cour de cassation, ont rappelé cependant la nécessité d'assurer un juste et délicat équilibre entre cet objectif d'intérêt général et le respect des droits de la défense, de ne pas s'auto-incriminer, à un procès équitable et à la présomption d'innocence.

ED

Little brothers : l'application de « police citoyenne » Reporty jugée illégale par la Cnil

La ville de Nice a testé, du 10 janvier au 10 mars 2018, Reporty, une application pour smartphone permettant, en cas d'infraction, incivilité ou accident, d'en transmettre les images en temps réel à la police. Cette technologie controversée, faisant de tous les citoyens volontaires des auxiliaires de police, suscite la méfiance et même la colère des défenseurs des droits et libertés fondamentaux. Quant à la Cnil, elle s'est prononcée sur sa légalité : en l'état du droit positif, une telle application de « police 2.0 » ne saurait être mise en œuvre.

Le 14 juillet 2016, la Promenade des Anglais, à Nice, a été le théâtre de l'une des pires attaques terroristes que la France ait connues. Depuis, la municipalité a largement renforcé la sécurité de « la Prom' », comme l'appellent les Niçois. Désormais, de lourdes barrières et de solides bornes escamotables empêchent toute intrusion de véhicule sur l'espace piéton, et pour compléter un dispositif policier déjà dense, Christian Estrosi et son équipe ont eu l'idée de s'adjoindre les services de Reporty, une application mobile de « police collaborative » ou « police 2.0 ». La ville de Nice, à l'affût d'innovations technologiques, l'a expérimentée durant l'hiver grâce à des agents de la ville, des volontaires issus de comités de quartier, des « voisins vigilants » ou grâce à la réserve civile et citoyenne (outil de mobilisation civique créé par la loi du 13 août 2004 relative à la modernisation de la sécurité civile). Cette application permet à ses utilisateurs, lorsqu'ils se trouvent confrontés à des infractions, à des incivilités ou à des accidents, de les filmer et de transmettre les images en temps réel au centre de supervision urbain. Ensuite, la géolocalisation des smartphones permet aux forces de police d'intervenir rapidement.

Nice s'est imposée comme la capitale française de la police high-tech et de la vidéosurveillance – ou vidéoprotection, pour la désigner au moyen d'une expression moins péjorative – grâce à son vaste réseau de caméras urbaines (1 950 caméras, soit 27 par km², le plus important de France). Il faudrait aussi ajouter à ces caméras fixes les caméras mobiles portées par chacun. La soif de *buzz* techno-sécuritaire du maire LR de la ville, Christian Estrosi, serait-elle insatiable ? Elle n'est en tout cas pas inexplicable : ces *buzz* permettent tout à la fois de prévenir les actes de délinquance, de faire de Nice une *smart city* et de rajeunir son image.

Un danger pour les droits et libertés fondamentaux ?

Reste que tout habitant de Nice pourrait être, grâce à Reporty, un auxiliaire de police bénévole. Revient alors en mémoire le roman d'anticipation de George Orwell *1984*. Les Niçois seraient appelés à être des *« little brothers »*, déclinaison citoyenne du *« Big Brother »* imaginé par l'écrivain britannique. *« Chacun d'entre nous doit devenir un citoyen engagé acteur de sa propre sécurité, et donc de la sécurité collective »*, avait justifié Christian Estrosi lors de la présentation de l'application à la presse, le 12 janvier 2018. Et de s'enthousiasmer : *« Lorsque les nouvelles technologies rendent aujourd'hui possible ce qui hier relevait de la science-fiction, pourquoi s'en priver ? »* Mais les défenseurs des droits et libertés individuels n'ont pas manqué de répondre aussitôt que tout ce que les nouvelles technologies rendent possible n'est pas *ipso facto* utile ni nécessaire.

Un collectif « anti-Reporty » a été créé début février. Ses membres dénoncent pêle-mêle d'intolérables atteintes à la vie privée, une dérive sécuritaire de la municipalité, ou encore une société de défiance et de délation généralisée, où tout le monde surveille et suspecte tout le monde. Cette application, selon eux, serait génératrice de défiance, favorable à un Léviathan aux mille yeux, surarmé et défavorable au *« vivre-ensemble »* pacifique et à la cohésion sociale ; ce à quoi ressemblerait la capitale des Alpes-Maritimes si tous ses habitants en venaient à utiliser Reporty.

La Cnil saisie

Alors que cette sorte de « Snapchat policier » qu'est Reporty et l'idée de transformer la population en une gigantesque patrouille de police permanente et omniprésente ont de quoi laisser songeur, la légalité de Reporty est contestée. L'importation en France de l'application pourrait constituer le premier signe d'un engrenage techno-sécuritaire susceptible de malmener dangereusement les droits et libertés fondamentaux. Aussi la Cnil, le 21 mars 2018, a-t-elle publié un document intitulé « Mise en œuvre expérimentale de l'application "REPORTY" par la ville de Nice : quelle est la position de la Cnil ? », afin de préciser sa position – et la position du droit français – concernant cet outil problématique. C'est du reste la ville de Nice elle-même qui, dès le 8 janvier, avait demandé à l'autorité indépendante de se prononcer sur la légalité de Reporty.

La Cnil rappelle tout d'abord que *« la lutte contre le terrorisme et, plus largement, la prévention des troubles à l'ordre public constituent des objectifs parfaitement légitimes pouvant justifier la mise en œuvre de dispositifs susceptibles de porter une atteinte à la vie privée »*. Avant d'ajouter immédiatement que *« l'atteinte doit cependant être autorisée par un texte, limitée au strict nécessaire et des conditions précises d'utilisation doivent être définies et appliquées »*. Or la mission de la Cnil est justement de s'assurer, dans chaque cas, que l'équilibre entre ces conditions est respecté.

Reporty illégale

Concernant Reporty, l'Autorité estime que cet équilibre fait défaut, pour deux raisons. Tout d'abord, *« compte tenu de la fragilité de la base légale du dispositif en l'état du droit »*. La Cnil explique ainsi que *« la mise en œuvre de l'application "REPORTY" s'inscrit difficilement dans le cadre légal actuel de la vidéoprotection fixé par le CSI (code de la sécurité intérieure) sur la voie publique, du fait notamment de l'intégration de terminaux mobiles des particuliers dans un dispositif public, sous la responsabilité de la police »*.

Quant à la seconde raison, il s'agit des caractéristiques particulières de l'application et de son utilisation. Pour la Cnil, *« ce dispositif, très intrusif, peut impliquer non seulement la collecte instantanée mais aussi l'enregistrement de données telles que l'image et la voix de tiers présents sur la voie publique »*. Face à cela, l'autorité relève que les garanties prévues, si elles ne sont pas inexistantes, sont insuffisantes étant donné l'ampleur du dispositif.

Au vu des risques importants de surveillance des personnes et d'atteinte à la vie privée, la Cnil conclut qu'il est *« hautement souhaitable qu'un tel dispositif fasse l'objet d'un encadrement législatif spécifique »*. Quant à la proportionnalité du recours à l'application Reporty à Nice, selon l'autorité indépendante, elle n'est *« en l'état pas garantie »*.

BB

Sources :

- « Reporty : l'application sécuritaire de la ville de Nice contient des mouchards », Corentin Durand, numerama.com, 16 janvier 2018.
- « Les trois arguments du collectif "anti-Reporty" qui s'est monté à Nice », La Rédaction, Nicematin.com, 23 janvier 2018.
- « Reporty : les applications de vigilance citoyenne sous l'œil des juristes », Gabriel Thierry, Dalloz-actualité.fr, 30 avril 2018.
- « Interdiction de l'appli Reporty à Nice. Christian Estrosi furieux contre la Cnil », avec AFP, Ouest-France.fr, 16 mai 2018.

TECHNIQUES

Avec la reconnaissance faciale, la biométrie devient « grand public »

Conçue à des fins de sécurité ou de défense, cette technique d'authentification et d'identification par le corps trouve de nouveaux débouchés commerciaux. La reconnaissance digitale ou faciale remplace les mots de passe et les codes, simplifiant le déverrouillage des terminaux, l'accès aux services et les modes de paiement.

Les empreintes digitales, les veines de la main, l'iris, le visage, la voix ou l'ADN deviennent des données d'identification et d'authentification comme les autres grâce au progrès de la numérisation. L'empreinte digitale remplaçait déjà le badge d'entreprise, désormais elle se substitue au code PIN. À la pointe de « l'expérience utilisateur », Apple, le premier, en 2013, a équipé son iPhone 5 de la fonction Touch ID permettant le déverrouillage de l'appareil par la reconnaissance de l'empreinte digitale. Puis, en 2017, l'iPhone X sera équipé de la fonction Face ID, permettant l'identification du propriétaire de l'appareil par une image en 3D de son visage, même si l'on ajoute une paire de lunettes ou si l'on change de coupe de cheveux.

Authentification *vs* identification

La biométrie, ou « mesure du corps humain », sera d'ici peu la méthode la plus couramment employée pour identifier ou authentifier une personne à partir de ses caractéristiques biologiques uniques. Hier encore réservée aux missions de la police ou de l'armée, cette technologie, aujourd'hui moins onéreuse et moins complexe, devient « grand public » pour assurer la sécurité des transactions, des documents d'identité et des échanges sur internet. Dans le cadre d'une identification biométrique, il s'agit de répondre à la question : « Qui êtes-vous ? », comme on peut le lire sur le site de l'un des leaders mondiaux du secteur, Gemalto (filiale du groupe français Thales), en comparant une donnée biométrique d'une personne, comme la photo de visage, l'enregistrement de la voix ou l'image d'une empreinte digitale, avec les données d'autres personnes sauvegardées dans une base de données centralisée. L'authentification biométrique, quant à elle, consiste à vérifier une identité en établissant la

ressemblance entre les caractéristiques biométriques d'une personne et un modèle de référence biométrique de cette même personne, enregistré sur un support autonome, comme une carte à puce, et n'étant donc pas obligatoirement consigné dans une base de données, afin de répondre à la question : « Êtes-vous bien Madame Z ? ».

La biométrie ne s'arrête pas aux mesures réalisées sur des données physiologiques, mais s'appuie d'ores et déjà sur des données comportementales, annonce la société Gemalto. Les données physiologiques sont celles liées à la morphologie – empreintes digitales ; forme du visage, de la main ou du doigt ; réseau veineux ; œil (iris et rétine) ou à la biologie – ADN, sang, salive, urine – qui peuvent servir dans le cadre d'une investigation criminelle ou un contrôle anti-dopage. Quant aux données comportementales, outre la reconnaissance de la voix, la biométrie parvient à analyser la dynamique des signatures (vitesse de déplacement du stylo, accélérations, pression exercée, inclinaison), la frappe sur le clavier d'un ordinateur, la démarche, le bruit des pas, la gestuelle… Ces caractéristiques permettent ainsi de savoir s'il s'agit d'un enfant, d'une femme ou d'un homme. Cependant, la biométrie ne parvient pas encore à garantir le même degré de fiabilité dans la mesure de ces diverses données. L'identification d'une personne à partir de ses données physiologiques – même si celles-ci changent au cours de l'existence – reste à ce jour plus performante que celle qui est liée à ses attitudes. Afin de réduire la marge d'erreur, liée aux « faux rejets » ou aux « fausses acceptations », la combinaison de plusieurs mesures (le visage et l'iris ou l'iris et les empreintes digitales) peut être effectuée : on parle alors de « biométrie multimodale ».

Pour ouvrir un compte bancaire

Au premier rang des nouveaux usages commerciaux de la biométrie, se trouvent les services proposés par le secteur bancaire, particulièrement sensibles au phénomène d'usurpation d'identité. Depuis février 2018, la banque Société Générale permet l'ouverture d'un compte à distance, une première en France, en utilisant la technologie de la reconnaissance faciale, après avoir reçu l'autorisation de la Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés) pour déployer cette technologie « disruptive » dans le domaine commercial. Le recours à la reconnaissance biométrique faciale s'adresse particulièrement aux personnes n'ayant pas de compte bancaire : cette procédure se substitue à l'une des mesures de vigilance définies par le code monétaire et financier pour ouvrir un compte à distance, à savoir effectuer un premier versement depuis un compte ouvert à son nom dans une autre banque. À partir de l'application Société Générale, le futur client transmet à l'agence bancaire deux pièces d'identité numérisées et réalise un *selfie* dynamique – portrait filmé de face et des deux profils. La démarche s'achève par un entretien vidéo avec un conseiller. Après une signature électronique, le client recevra, dans les vingt-quatre heures, un relevé d'identité bancaire et une carte de paiement, sans avoir à se déplacer.

L'authentification d'une personne par l'application Société Générale repose sur un algorithme capable de comparer, en temps réel, la photo de la pièce d'identité aux diverses photos – profil, face, yeux ouverts ou fermés – prises lors du selfie dynamique. Cette technique offre une fiabilité dix fois supérieure aux capacités de reconnaissance humaine. De la même façon, une seconde authentification est réalisée durant l'appel vidéo passé avec le conseiller. La banque précise que sont archivés les résultats des contrôles effectués à chaque reconnaissance biométrique, mais pas les données biométriques. Selon ses prévisions, près d'un tiers des ouvertures de comptes de la Société Générale devrait être effectué de cette façon d'ici à 2020. L'application Société Générale a été développée par le groupe français Idemia, autre leader mondial de ce qu'il nomme « l'identité augmentée », né du rachat en mai 2017 par Oberthur Technologies (fonds Advent) de Morpho (groupe Safran). À l'automne 2017, Idemia a présenté une première carte de paiement biométrique, appelée F.CODE Comfort, intégrant un lecteur d'empreinte digitale qui permet d'authentifier son porteur. En mars 2018, c'est au tour de la banque en ligne Boursorama, filiale de la Société Générale, de lancer une application permettant l'ouverture d'un compte, sécurisée par un procédé d'identification par reconnaissance faciale, développé par l'entreprise israélienne Scanovate. À la différence de l'application choisie par sa maison mère, Boursorama propose un procédé, appelé « parcours flash », entièrement automatisé.

Sécurité civile

Dans la plupart des pays européens, l'usage le plus répandu jusqu'alors concernait le passeport et la carte nationale d'identité, portant les empreintes digitales du titulaire en plus de sa photo d'identité. Bientôt, les sas automatiques de contrôle d'identité dans les aéroports parisiens seront équipés d'une nouvelle fonction de reconnaissance faciale, l'objectif étant de réduire les délais d'attente. Jusqu'ici, les sas Parafe (Passage automatisé rapide des frontières extérieures) ne savaient reconnaître que les empreintes digitales étaient réservés aux voyageurs français munis d'un passeport biométrique. L'été 2018, 80 sas Parafe fournis par l'entreprise Gemalto seront activés pour la reconnaissance digitale et faciale, leur nombre total sera porté à 95 à l'automne. Une phase de tests pour la reconnaissance faciale a débuté, en avril 2018, à Roissy-Charles-de-Gaulle, et devrait déboucher sur l'activation de cette fonction pour l'ensemble des sas, après autorisation du ministère de l'intérieur. La majorité des passagers européens sont concernés par cette pratique qui reste, en France, circonscrite aux aéroports et à certaines gares, conformément à un avis de la Cnil qui s'oppose à l'utilisation omniprésente d'un profilage en temps réel ; d'autant plus que la technique de reconnaissance faciale automatique manque encore nettement de précision. Selon le *Guardian*, le taux de « faux positifs » atteint 92 % sur les 2 470 personnes identifiées par les caméras lors de la finale de la Ligue des champions de football à Cardiff en 2017, quand la police invoque, de son coté, la piètre qualité des images stockées dans sa base de données de référence.

CNIL : LES RÈGLES À RESPECTER EN MATIÈRE DE BIOMÉTRIE GRAND PUBLIC

1. Justifier d'un besoin spécifique, comme l'accès à un lieu, une application ou un service, par la réalisation au préalable d'une étude d'impact sur la vie privée.
2. Laisser le libre choix à l'utilisateur, notamment d'opter pour un autre mode d'authentification classique comme un mot de passe.
3. Laisser à l'utilisateur le contrôle exclusif de ses données biométriques :
   - soit parce qu'elles sont stockées uniquement sur un support autonome (passeport, téléphone portable) en sa possession,
   - soit, si elles sont stockées dans une base de données, parce qu'elles peuvent être déchiffrées uniquement avec un code qu'il est seul à connaître.

Entré en vigueur le 25 mai 2018, le RGPD (voir *La rem* n°42-43, p.21) consacre le caractère sensible des données liées au physique, à la biologie et aux comportements des personnes, au même titre que leurs données de santé ou celles relatives à l'orientation sexuelle.

FL

Source :

- « Biométrie à disposition de particuliers : quels sont les principes à respecter ? », Cnil.fr, 10 avril 2018.

Au service des Gafa

En matière de reconnaissance faciale, les géants du Net, qui disposent déjà de considérables banques d'images, proposent évidemment chacun leur savoir-faire. À l'occasion du mariage princier, qui s'est déroulé au Royaume-Uni en mai 2018, le service Rekognition d'Amazon s'appuyant sur sa filiale de *cloud computing* AWS (Amazon Web Service) a été utilisé par la chaîne de télévision Sky News pour lancer sur son site web et ses applications une fonction baptisée Who's Who, qui permettait aux internautes d'identifier en temps réel les 600 personnes invitées à la cérémonie. Amazon a déjà fait savoir qu'il disposait d'une importante banque d'images. Dans le même temps, aux États-Unis, une trentaine d'associations de défense des libertés civiles, dont Electronic Frontier Foundation et Human Rights Watch, ont adressé une lettre au patron d'Amazon, après que l'American Civil Liberties Union (ACLU) a révélé l'utilisation par la police de plusieurs États (notamment l'Oregon et la ville d'Orlando, ainsi que des négociations en cours avec la Floride et l'Arizona) de l'outil Rekognition, sans en avoir averti les citoyens, réclamant l'arrêt de cette surveillance qui emploie la technologie d'Amazon pour traiter des fichiers de la police. Pour les défenseurs des libertés civiles, cette pratique jugée abusive comporte notamment de nombreux biais et engendre des « faux positifs ».

Google, quant à lui, propose FaceNet, algorithme sachant nommer et localiser n'importe quelle personne piochée dans les albums des internautes stockés dans Google Photos, fonction inactive en Europe. En avril 2018, Sundai Pichar, PDG de la maison mère Alphabet, a reçu lui aussi un courrier signé par plus de 3 100 employés, s'opposant à l'utilisation des technologies du groupe à des fins militaires, comme son outil TensorFlow loué au Pentagone dans le cadre du projet Maven, qui a recours à l'intelligence artificielle pour analyser les vidéos filmées par les drones militaires. Le 1er juin 2018, Alphabet a finalement annoncé qu'il ne renouvellera pas ce contrat d'un montant s'élevant à quelque 15 millions de dollars qui court jusqu'en mars 2019.

Quant à Facebook, qui doit faire face à une class action lancée en avril 2018 dans l'Illinois pour collecte et conservation illégales des données personnelles à partir de son système de reconnaissance faciale, il ambitionne de lancer cette technologie en Europe. L'outil permettra de lutter contre l'usurpation d'identité, indique Facebook, en informant ses membres de la publication de photos sans leur consentement. La fonction de reconnaissance faciale est testée depuis mars 2018 auprès d'un petit nombre d'utilisateurs, y compris en France. Ces derniers garderont le choix de l'activer ou non, selon Facebook, et les données biométriques recueillies n'alimenteront pas leur profil publicitaire.

« Au minimum, les gens devraient pouvoir marcher dans la rue sans craindre que des entreprises dont ils n'ont jamais entendu parler enregistrent chacun de leurs mouvements et les identifient par leur nom », s'insurgeaient déjà en 2015 des associations de défense des libertés civiles, ainsi que des associations de défense des consommateurs aux États-Unis contre le déploiement d'outils de détection dans la vie quotidienne, notamment le système FaceFirst, qu'une entreprise californienne propose aux supermarchés, pour suivre – y compris sur le trottoir – les bons clients comme les voleurs.

Ailleurs

C'est en Chine que le système de surveillance « en direct » est le plus abouti. Le pays comptera plus de 400 millions de caméras de surveillance en 2020. La technologie de reconnaissance faciale, reliée aux serveurs des services de l'État, équipe déjà le réseau vidéo installé dans les grandes villes. Ce *« réseau céleste »* permet, entre autres, d'afficher sur un écran géant l'identité et le visage d'un piéton contrevenant aux règles de la circulation.

Et, c'est en Inde qu'a été créée, en 2010, la plus grande base de données biométriques au monde, appelée Aadhaar. Concernant plus d'un milliard d'individus, soit près de 99 % de la population adulte, ce système biométrique enregistre de graves dysfonctionnements (voir *infra*). À New Delhi cependant, grâce à un logiciel de reconnaissance faciale fourni gracieusement dans un but humanitaire par une entreprise portugaise, la police est parvenue à retrouver, en 2018, en quatre jours seulement, l'identité de

3 000 enfants perdus, à partir d'un fichier de 45 000 mineurs.

Et demain ?

Grâce au progrès du phénotypage génétique, il sera possible de reconstituer un visage à partir de l'ADN. En Europe, huit pays, sous l'égide d'instituts universitaires, judiciaires et policiers – l'Institut national de police scientifique en France – ont lancé, en 2017, le projet Visage (Visible Attributes through Genomics), ayant pour objet de recherche l'aboutissement d'un portrait-robot génétique.

FL

Sources :

- « Biométrie : authentification et identification (2018) », Gemalto.com, 5 février 2018.
- « Société Générale révolutionne l'ouverture de compte à distance », communiqué de presse, Societegenerale.com, 15 février 2018.
- « Société Générale va ouvrir des comptes grâce à la biométrie faciale », Sharon Wajsbrot, *Les Echos*, 16-17 février 2018.
- « Facebook va tester la reconnaissance faciale en Europe », Elisa Braun, LeFigaro.fr, 1er mars 2018.
- « Après la Société Générale, Boursorama se lance dans la reconnaissance faciale », Marc Rees, Nextinpact.com, 5 mars 2018.
- « Sous l'œil de la biométrie », Sophy Caulier, *Le Monde*, 13 mars 2018.
- « Big data côté face », Frédéric Joignot, *Le Monde*, 24 mars 2018.
- « Vers une "class action " contre Facebook dans l'Illinois », Claude Fouquet, *Les Echos*, 18 avril 2018.
- « Les aéroports parisiens misent sur la reconnaissance faciale », Bruno Trévidic, *Les Echos*, 24 avril 2018.
- « Inde : une application de reconnaissance faciale pour les enfants disparus », Sébastien Farcis, RFI.fr, 3 mai 2018.
- « La reconnaissance faciale testée par la police britannique fait des tas d'erreurs », Gabriel Hassan, Courrierinternationnal.com, 5 mai 2018.
- « Au mariage du Prince Harry et de Meghan Markle, une intelligence artificielle identifiera les invités », Marius François, LeFigaro.fr, 15 mai 2018.
- « Amazon exhorté à ne plus fournir son outil de reconnaissance faciale à la police », AFP, tv5monde.com, 22 mai 2018.
- « La technologie de reconnaissance faciale d'Amazon utilisée par la police américaine », Elisa Braun, LeFigaro.fr, 23 mai 2018.
- « Sous la pression de ses employés, Google renonce à son projet controversé avec le Pentagone », Jérôme Marin, Silicon 2.0, blog.lemonde.fr., 2 juin 2018.

Hosen, un boîtier pour prendre le contrôle de nos données

À l'heure où devrait émerger une prise de conscience générale de la réalité de l'économie des données (*Big Data*), une entreprise française propose une technologie qui rend visible, et donc contrôlable, le flux de données personnelles que diffusent tous nos appareils connectés.

Financé par la Fondation MAIF, le projet Hosen, pour Home SEcurity Network, ne pouvait pas bénéficier de conditions plus favorables pour se faire connaître. Entre le scandale Cambridge Analytica (voir *infra*), qui entame la confiance accordée au réseau social Facebook, et l'entrée en vigueur, le 25 mai 2018, du Règlement général pour la protection des données (RGPD), la présentation de Hosen fait écho aux préoccupations du moment.

Située à La Rochelle, l'entreprise éponyme lance un équipement pour la maison assurant la protection des

données personnelles issues des objets connectés et, par conséquent, le respect de la vie privée. Encore à l'état de prototype, le boîtier qu'elle a conçu a pour fonction d'assurer une surveillance constante des flux de données transmis par les objets connectés quels qu'ils soient (ordinateur, smartphone, tablette, téléviseur, montre, bracelet, pèse-personne, radiateur, ampoule, enceinte...), depuis le domicile vers des serveurs extérieurs, infrastructures sur lesquelles les données sont stockées pour être ensuite traitées, analysées et, le cas échéant, vendues. Le transfert de cette masse de données personnelles vers des entreprises tierces multiplie les risques potentiels de vol d'informations, d'usurpation d'identité, de surveillance, d'effraction du domicile ou d'atteinte à la vie privée.

Servant à contrôler et à sécuriser ces flux d'informations, le boîtier Hosen est une interface, à la fois matérielle et logicielle, branchée sur la box internet du foyer afin de filtrer les données transitant par celle-ci, en provenance de tous les objets connectés qui l'entourent. Compatible avec l'ensemble des protocoles réseaux utilisés par les objets connectés, cette plateforme effectue, grâce à ses algorithmes de corrélation de données, le contrôle de l'intégrité des flux d'informations personnelles avant leur envoi sur internet et, le cas échéant, sera capable de les bloquer.

Avec Hosen, le traitement des données se fait à l'intérieur du boîtier, sans interaction avec l'extérieur, offrant ainsi à l'utilisateur la possibilité de configurer son réseau domestique comme il l'entend, de bloquer certains sites ou certaines catégories de sites, de désactiver certains objets connectés et pas d'autres, de naviguer sans publicité ni traqueur d'activité et de se protéger contre tout type de virus ou de menaces informatiques, même en dehors du domicile.

Tel un tableau de bord, un graphe affichant l'ensemble des connexions établies au sein du foyer permet à l'utilisateur de visualiser sur l'écran d'un ordinateur ou d'une tablette la transmission des données effectuée vers des sites tiers. Ainsi est-il possible, pour chaque objet connecté, de repérer les connexions utiles ou indésirables et de les sélectionner par catégorie ou sur une période déterminée, afin de les autoriser ou de les bloquer.

Dans une prochaine version, plus avancée, le boîtier Hosen agira selon trois niveaux de sécurité (élevé, moyen, minimum), avec des algorithmes capables de déterminer, selon les habitudes de navigation de l'utilisateur, la nature des données à bloquer.

En rendant parfaitement concret le flux de données qui sort de nos appareils connectés, Hosen contribue, en premier lieu, à fournir aux internautes les éléments nécessaires, et trop souvent manquants, à la prise de conscience des effets et des conséquences de nos activités en ligne. Le soutien apporté à ce projet par l'assureur MAIF démontre la valeur de nos données personnelles et indique qu'il faudra désormais prévenir les risques encourus liés à leur exploitation, en intégrant notamment cette option aux assurances multirisques habitation.

FL

Sources :

- «Hosen, l'innovation au services des données personnelles», société Hosen, hosen.io
- «Protéger les données issues des objets connectés de l'habitation», Fondation MAIF, fondation-maif.fr

EHS : entre symptômes et hypothèses

L'Agence nationale de la sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) admet pour vraies les douleurs exprimées par les personnes victimes d'hypersensibilité aux ondes électromagnétiques (EHS). C'est une petite avancée pour les personnes concernées mais il reste beaucoup à faire.

Troubles du sommeil et des rythmes circadiens, fatigue, maux de tête, troubles de l'attention et de la mémoire, stigmates cutanés, ultra-sensibilité : autant de symptômes biologiques ou physiologiques pour lesquels les scientifiques ne sont pas encore parvenus à démontrer le lien irréfutable avec les champs magnétiques. Ce lien reste donc impossible *« à exclure avec certitude »*, déclare l'Anses dans un avis rendu le 27 mars 2018.

En France, 3 millions de personnes souffriraient d'affections dues à une exposition aux ondes électromagnétiques émises par les téléphones portables, box internet, antennes-relais, appareils électroménagers ou installations électriques (voir *La rem* n°36, p.17). En l'absence de critères scientifiques validés pour établir un diagnostic de l'EHS, l'Agence de sécurité sanitaire souligne que la seule expertise possible s'appuie sur la déclaration des personnes concernées et reconnaît que les troubles et les souffrances exprimées *« correspondent à une réalité vécue »* les conduisant *« à adapter leur quotidien pour y faire face »*.

Après divers rapports et avis publiés depuis 2003 sur cette question dont l'Agence met en évidence *« la grande complexité »*, l'expertise rendue publique en mars 2018 s'appuie à la fois sur l'analyse de travaux scientifiques et sur une vaste campagne d'auditions de médecins, de chercheurs, d'associations et de personnes déclarant souffrir d'EHS, mais également sur une consultation publique, ouverte entre juillet et octobre 2016, ayant permis de recueillir plus de 500 commentaires basés sur un pré-rapport. La conclusion reste inchangée : *« En l'état actuel des connaissances »*, selon l'Agence, *« l'absence de preuve expérimentale solide »* ne permet pas *« d'établir un lien de causalité entre l'exposition aux champs électromagnétiques et les symptômes décrits par les personnes se déclarant EHS »*.

Admettant néanmoins que *« les radiofréquences constituent un objet de préoccupations sanitaires, environnementales et sociétales importantes depuis plusieurs années, en France comme à l'étranger »* et que *« les symptômes peuvent avoir un retentissement important sur la qualité de vie des personnes »*, l'Anses recommande la mise en place de conditions nécessaires à *« une prise en charge adaptée par les acteurs des domaines sanitaires et sociaux »*, suggérant notamment l'intervention de la Haute Autorité de santé pour sensibiliser les professionnels sur cette question.

Afin de favoriser une prise en charge coordonnée des besoins exprimés par les personnes électrohypersensibles, l'Anses préconise de développer la formation des professionnels de santé, comme celle des acteurs sociaux, *« à l'accueil et à l'écoute »*, afin de répondre à leurs difficultés conduisant parfois à un *« isolement psychosocial »*. Enfin, outre la poursuite des travaux de recherche, l'Anses recommande le renforcement de la collaboration entre les scientifiques et les associations de personnes se déclarant EHS, ainsi que la mise en place d'infrastructures de recherche qui permettent de réaliser un suivi à la fois sur le long terme et dans un cadre expérimental tenant compte des conditions de vie des personnes concernées. L'Anses insiste sur la nécessaire pérennité des crédits de recherche sur la question des effets sanitaires des radiofréquences.

Certaines mesures de précaution sont inscrites dans la loi, comme l'interdiction votée en février 2015, d'installer des bornes Wi-Fi dans les crèches ou le décret d'août 2016, pris en application d'une directive européenne, qui oblige les employeurs, depuis le 1er janvier 2017, à protéger leurs salariés contre les ondes électromagnétiques émises par les appareils électroniques au sein de leur entreprise. Si les femmes enceintes et les jeunes de moins de 18 ans doivent bénéficier d'une attention particulière, le décret dispose que les taux peuvent

être *« temporairement »* dépassés lorsqu'en dépend l'exécution du travail.

Un marché des équipements protecteurs des ondes électromagnétiques est né. Des boîtiers pour téléphone mobile ou un coffret pour enfermer la box internet permettent de canaliser les ondes électromagnétiques et d'en réduire le rayonnement. L'Agence nationale des fréquences (ANFR), dans le même temps, continue de rappeler à l'ordre les fabricants de téléphones portables. Quatre d'entre eux, TCL, Modelabs Mobiles, Huawei et TP-Link, ont encore été signalés, en mai 2018, pour dépassement de la valeur limite autorisée de l'indice DAS (débit d'absorption spécifique ou niveau de radiation, soit 2 W/kg (voir *La rem* n°42-43, p.29). Une mise à jour a été effectuée à distance par les trois premiers cités, afin d'effectuer la mise en conformité de leurs modèles respectifs, Alcatel Pixi 4-6'', Echo Star Plus et Huawei Honor 8. Quant au quatrième, le fabricant chinois TP-Link, il a été contraint, pour des raisons techniques, de retirer de la vente son téléphone Neffos X1 TP902 et de rappeler les appareils déjà vendus.

FL

Sources :

- «Dès 2017, les employeurs devront protéger leurs salariés contre les ondes électromagnétiques», Xavier Berne, Nextinpact.com, 8 août 2016.
- «Des boîtiers pour lutter contre les ondes en liberté», Didier Sanz, *Le Figaro*, 24 avril 2017.
- Avis de l'Anses relatif à l'expertise sur «l'hypersensibilité électromagnétique (EHS) ou intolérance environnementale idiopathique attribuée aux champs électromagnétiques (IEI-CEM)» du 13 mars 2018, Anses.fr, 27 mars 2018.
- «Dépassement du DAS tronc : mise à jour de trois téléphones», Actualité, Anfr.fr, 29 mai 2018.
- Neffos X1 TP902 : retrait de commercialisation du téléphone», Actualité, Anfr.fr, 29 mai 2018.

ÉCONOMIE

La presse régionale sous tension

Face à un lectorat vieillissant et une diffusion en baisse, le numérique s'impose comme un levier de conquête pour la PQR. Avec retard, les titres et groupes les plus solides s'emparent du sujet comme EBRA, *La Voix du Nord* ou *La Provence*. Mais dans le sud de la France, l'heure est aussi aux difficultés économiques pour les titres.

Les chiffres de 2017 ne sont pas bons pour la presse quotidienne régionale (PQR). Selon le Baromètre unifié du marché publicitaire, les recettes publicitaires de cette catégorie de presse sont en recul de 4,6 % par rapport à 2016, à 583 millions d'euros. Ce recul des recettes publicitaires s'explique en partie par la baisse de la diffusion payée. Selon l'ACPM – OJD, la diffusion France payée de la presse quotidienne régionale en 2017 s'affiche en repli de 2,37 %. À l'inverse, la presse quotidienne nationale (PQN) augmente sa diffusion de 0,52 % en 2017, une hausse bienvenue après plus de dix années de baisse. Cette hausse s'explique par le succès des ventes numériques de la PQN, notamment dans le cadre du développement des kiosques de presse en ligne portés par les opérateurs télécoms (voir *La rem* n°44, p.29). Or, c'est là le point faible de la presse quotidienne régionale : sa présence numérique est très faible comparée à celle de la presse quotidienne nationale. Ainsi, les ventes numériques représentent souvent moins de 5 % des ventes totales des titres de PQN. À titre d'exemple, le quotidien régional à la plus forte diffusion, *Ouest-France*, réalise moins de 3 % de ses ventes en numérique en 2017 : 20 000 PDF sont vendus chaque jour pour une diffusion France payée de 671 000 exemplaires. Certes, ce retard peut être parfois un avantage parce qu'il protège les anciennes formes de distribution, mais cet avantage est temporaire et la stratégie semble risquée. C'est notamment le cas du seul titre régional à augmenter sa diffusion en 2017, à savoir *Paris Normandie*, un titre repris en avril de la même année par Jean-Louis Louvel, entrepreneur normand (voir *La rem* n°42-43, p.34). Le titre a bénéficié d'une relance éditoriale sans miser sur le numérique : seuls 430 exemplaires numériques sont vendus chaque jour. Mais les éditeurs constatent le vieillissement de la population des lecteurs papier, ainsi que celui des lecteurs numériques, quand la presse se contente de commercialiser les versions PDF des titres. Cette pratique correspond bien aux lecteurs les plus âgés, qui lisent le journal sur tablette (voir *infra*), mais les jeunes la boudent et se connectent d'abord avec des smartphones, constate Bruno Jauffret, directeur général adjoint de *La Voix du Nord*.

L'offre de presse en ligne de la presse quotidienne régionale est donc l'une des clés de la relance de sa diffusion, alors que les ventes au numéro, comme les abonnements, sont à la baisse. Les titres qui se portent le mieux et qui ont les moyens d'investir y consacrent d'ailleurs toute leur énergie, comme le Groupe EBRA, *La Voix du Nord* ou encore *La Provence.*

Depuis l'arrivée de Philippe Carli, en septembre 2017, à la tête d'EBRA, premier groupe de presse régionale

en France s'est lancé dans une révision stratégique d'ensemble afin de mettre un terme à ses déficits. Outre la rationalisation des actifs, le numérique a été présenté comme un investissement prioritaire. L'ensemble des titres du groupe devra passer en *digital first*, une bascule prévue au premier semestre 2018 et reportée à septembre 2018, le temps d'affiner la nouvelle offre éditoriale. L'objectif est d'augmenter la qualité de l'offre éditoriale en ligne afin de pouvoir convertir les lecteurs numériques au payant, une stratégie que seule une offre *premium* en ligne peut garantir.

Cette stratégie a été suivie par *La Voix du Nord*, qui a été le premier titre à basculer en *digital first* pour la presse quotidienne régionale, dès 2016, avec une offre numérique adaptée et renforcée en 2018. Alors que le titre est bénéficiaire, il a mis en place un plan de relance en 2017 pour s'adapter au numérique, qu'il a doublé d'un plan social (voir *La rem* n°42-43, p.34). Baptisé Demain La Voix, le plan de restructuration du groupe a deux objectifs : produire une information plus proche des lecteurs, en limitant le nombre d'éditions mais en augmentant la présence des journalistes sur le terrain, notamment en retournant dans des zones qui n'étaient plus couvertes, et opérer ainsi une véritable mue numérique. Sa mise en application a débuté en octobre 2017 avec la suppression de 132 postes sur 710 au sein du groupe – dont 30 journalistes – et la réduction du nombre d'éditions : de 24 à 20. S'ils semblent peu touchés, les journalistes sont pourtant les premiers concernés car ils doivent désormais apprendre à travailler autrement : sur les 310 journalistes de la rédaction, 130 devront changer de poste. La rédaction du quotidien a été totalement repensée. 220 journalistes sont sur le terrain comme reporters et font remonter les informations en direction de quatre plateformes d'édition, lesquelles recoupent quatre zones de diffusion : Lille Métropole, l'Artois, les Flandres et le littoral. Ces plateformes accueillent les 90 autres journalistes de la rédaction qui ont le statut d'éditeur. Leur travail n'est pas de produire des articles, mais bien de mettre en page et d'enrichir les articles produits par les reporters, articles qu'ils peuvent couper et modifier si nécessaire. Une fois enrichis, les articles sont diffusés sur les réseaux sociaux et basculés en ligne, quand les éditeurs *print* réalisent de leur côté la maquette de l'édition locale. Enrichis, adaptés à l'internet grâce à l'expertise des éditeurs, les articles alimenteront ensuite deux sites distincts.

Le premier site web, baptisé La VDN, est gratuit et vise les lecteurs occasionnels, qui seront valorisés sur le marché publicitaire : il propose *« une offre entièrement gratuite qui vous garantit un accès direct à un condensé de l'information. Composée d'articles courts, La VDN répond à l'envie de s'informer en un coup d'œil, en particulier depuis les réseaux sociaux »*. Il s'agit d'un flux d'information en continu sans grande valeur ajoutée, mais qui a une dimension de service importante pour la PQR quand elle relaie les événements locaux. La deuxième offre en ligne est payante et s'appelle La Voix du Nord. C'est *« une offre* Premium *réservée aux abonnés, qui donne accès à toute la profondeur de l'information du Nord – Pas-de-Calais* via *des listes de lecture produites et mises à jour tout au long de la journée par nos journalistes »* selon le site de *La Voix du Nord*. Ce dernier termine enfin la présentation de sa nouvelle offre *premium* par un *« Découvrez une présentation inédite de l'actualité ! »* rappelant l'originalité de la démarche : c'est en effet le cas. Parce que l'information locale a une forte valeur ajoutée pour les communautés que les territoires fédèrent, parce qu'elle n'est pas dupliquée et répliquée comme le sont les dépêches d'agence qui visent d'abord les faits d'importance nationale, elle est souvent mal référencée. Aussi *La Voix du Nord* entend-elle avec son site *premium* mettre en avant *« la profondeur de l'information du Nord – Pas-de-Calais »*, autant dire les articles qui constituaient jusqu'ici la profondeur de son site. À cette fin, outre le PDF, adapté aux plus âgés et à la lecture sur tablette, le site propose une ergonomie pensée pour l'écran du smartphone et les pratiques qui lui sont associées. Au lieu de proposer des rubriques, il propose des listes de lecture thématiques, à l'instar des *playlists* sur Spotify et Deezer, afin notamment de faire émerger sur l'écran des articles qui auraient été autrefois logés dans les profondeurs du site, à trois ou quatre clics de la première page affichée. En revanche, la comparaison avec Spotify s'arrête là : sur le site de *La Voix du Nord*, la publicité ne disparaît pas.

À l'opposé géographique de l'Hexagone, *La Provence* a suivi une voie différente, mais avec des résultats tangibles. Depuis l'arrivée de Bernard Tapie à la tête

du groupe de presse en 2014 (voir *La rem* n°29, p.30), les comptes se sont redressés, notamment sous la direction de Claude Perrier qui a permis au titre de publier un résultat positif en 2016 et 2017. Après son développement dans l'événementiel et l'expansion de ses activités d'imprimerie, La Provence s'est attelée à la relance de son offre éditoriale avec le recrutement de Franz-Olivier Giesbert en juin 2017 (voir *La rem* n°42-43, p.34). Ce dernier a souhaité plus d'articles de fond, plus d'impertinence, quitte à publier des Unes provocatrices afin de renforcer l'identité du titre et de fidéliser le lectorat, un choix qui aurait *« enrayé la baisse de la diffusion »*. Au sein du Groupe La Provence, *Corse Matin* ne bénéficie pas du même dynamisme éditorial. C'est pour le relancer et mieux l'ancrer sur le territoire corse que le groupe a cédé, le 14 mars 2018, 35 % du quotidien régional corse à CM Holding, structure qui fédère les entrepreneurs corses et qui avait déjà racheté la compagnie maritime SNCM pour la transformer en Corsica Linea. *Corse Matin* va suivre la même voie que *La Provence*, avec le développement de l'événementiel et la relance par l'éditorial et le numérique.

Dans le sud de la France, des inquiétudes demeurent toutefois car le capital des titres est fragile. Bernard Tapie, qui possède *La Provence* avec le belge Nethys, est sous la menace d'une saisie de ses biens. Nethys, qui devait augmenter sa participation dans *La Provence*, actuellement de 11 %, est embourbé dans des affaires de pots-de-vin en Belgique qui le conduisent, sous la pression de ses actionnaires, à envisager d'abandonner sa présence dans la presse en PACA. Si Nethys devait effectivement revenir sur ses plans, sa décision aurait des conséquences majeures au moins pour *Nice Matin*. Le groupe est entré au capital de *Nice Matin* en 2016 (voir *La rem* n°38-39, p.35), d'abord à hauteur de 15 %, avant de porter sa participation à 34 % le 19 décembre 2017 comme le prévoyait le pacte d'actionnaires. Déficitaire, *Nice Matin* doit encore couper dans sa masse salariale et optimiser ses coûts afin que Nethys en prenne le contrôle définitif, une opération initialement prévue en 2018, qui devait se solder aussi par la fin du statut de SCIC (Société coopérative d'intérêt collectif) du Groupe Nice Matin. En cas de retrait, le Groupe Nice Matin devra retrouver un actionnaire solide, alors que les développements dans le numérique et l'événementiel n'ont pas permis au titre d'être bénéficiaire en 2017 comme le prévoyait le plan de reprise par la SCIC. En 2017, le groupe a encore perdu 2 millions d'euros pour 86 millions de chiffre d'affaires. Un plan de départs de 120 salariés est d'ailleurs en cours auquel s'ajoutent des mesures d'économies. Les éditions de Menton et de Monaco ont été fusionnées et d'autres éditions locales devraient disparaître, l'objectif étant de passer de quatorze à neuf éditions. Dans ce redécoupage géographique des éditions de *Nice Matin*, deux nouvelles éditions apparaissent, en lien avec le développement démographique du territoire : une édition dédiée à la métropole niçoise et une édition Antibes-Cannes-Grasse.

Les anciens titres du Groupe Hersant Media en PACA, *La Provence* et *Nice Matin*, ne sont pas les seuls chahutés dans le sud de la France. À Marseille, le site Marsactu tente de réussir son pari d'une presse numérique indépendante et payante grâce à l'appui de Mediapart, qui a pris une participation de 12 % à l'occasion d'une augmentation de capital de 120 000 euros en janvier 2018. Pour *La Marseillaise,* les choses sont cependant plus compliquées. Mis en redressement judiciaire le 1er décembre 2016, le quotidien régional proche du Parti communiste français a obtenu le 23 novembre 2017 la prolongation de six mois de sa période d'observation, ce qui repousse l'échéance au 28 mai 2018. En janvier 2018, la priorité a été donnée aux économies avec un plan social portant sur 44 postes sur un total de 86 postes, dont 28 postes tenus par des journalistes. Avec des effectifs aussi réduits, la relance semble difficile, un plan de continuation ayant été présenté le 7 mars 2018 devant le tribunal de commerce de Marseille. Le promoteur immobilier Quartus injecte 300 000 euros et s'impose comme le repreneur du très convoité immeuble de *La Marseillaise* à deux pas du Vieux-Port. Enfin, le groupe Médias, régie présente à Paris et à Marseille, après avoir accordé 300 000 euros en décembre 2017, ajoute encore 400 000 euros d'apport. *La Marseillaise* dispose donc d'un million d'euros pour se relancer mais doit encore faire face à une dette de sept millions d'euros.

AJ

Sources :

- «Sursaut digital à *La Voix du Nord*», Presse News, 19 septembre 2017.
- «*La Provence* devrait confirmer son redressement en 2017», Enguérand Renault, *Le Figaro*, 26 septembre 2017.
- «Ebra débute son plan de transformation dans l'Est», Chloé Woitier, *Le Figaro*, 16 octobre 2017.
- «*La Voix du Nord* fait son big bang», Chloé Woitier, *Le Figaro*, 28 octobre 2017.
- «La direction d'Ebra présente un plan de redressement», Chloé Woitier, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 7 décembre 2017.
- «Pourquoi *Nice Matin* replonge», Presse News, 22 décembre 2017.
- «Bernard Tapie va céder 35 % de *Corse Matin*», Chloé Woitier, *Le Figaro*, 29 décembre 2017.
- France Pub, Irep, Kantar Media (2018), Le marché publicitaire 2017, Paris.
- «Plan social à *La Marseillaise* : la moitié des effectifs licenciés à partir de février», Lisa Castelly, marsactu.fr, 19 janvier 2018.
- «Nouvelles inquiétudes à *Nice Matin*», Presse News, 13 février 2018.
- «Incertitude autour de *La Provence* et de *Nice-Matin*», Marina Alcaraz, Christine Navas, Paul Molga, *Les Echos*, 13 février 2018.
- «La presse régionale poursuit son recul», Chloé Woitier, *Le Figaro*, 21 février 2018.
- «*La Marseillaise* poursuit sa période d'observation», Richard Michel, www.go-met.com, 8 mars 2018.
- «*Nice Matin* réduit la voilure», Presse News, 13 mars 2018.
- «Presse : première hausse en dix ans pour les quotidiens», Marina Alcaraz, *Les Echos*, 13 avril 2018.
- «La presse carbure à l'abonnement numérique», Chloé Woitier, *Le Figaro*, 13 avril 2018.
- «Le groupe Nice-Matin reste convalescent», Chloé Woitier, *Le Figaro*, 27 avril 2018.

Presse magazine : la consolidation en dernier recours

Aux États-Unis comme au Royaume-Uni, la concentration du marché de la presse est amorcée. Meredith se recentre sur la presse thématique, abandonne le *Time* et cède ses activités britanniques. En France, Lagardère est le premier des grands éditeurs à sortir du marché de la presse magazine.

Après avoir limité ses tirages pour réduire ses coûts (voir *La rem* n°45, p.24), la presse magazine anglo-saxonne s'engage dans un mouvement accéléré de consolidation. Le phénomène se constate aux États-Unis comme au Royaume-Uni avec, chaque fois, la volonté des éditeurs de mutualiser les frais généraux pour mieux contrôler les coûts. Mais la consolidation n'a pas pour seul objectif d'adapter les coûts à la réalité d'un marché en baisse, qu'il s'agisse des ventes ou de la publicité ; elle est aussi offensive dans la mesure où elle donne aux nouveaux groupes une taille qui leur permet de s'imposer en alternative crédible à Google ou Facebook sur le marché publicitaire en ligne.

Aux États-Unis, la stratégie du groupe Meredith s'inscrit parfaitement dans cette logique. Le groupe de presse magazine, spécialisé dans l'art de vivre, la décoration, la beauté – autant de thématiques propres à la presse féminine – avait annoncé, le 26 novembre 2017, le rachat du groupe Time Inc. pour 1,8 milliard de dollars. Il s'agissait alors d'additionner les audiences de Meredith et de Time Inc. pour proposer une offre publicitaire en ligne capable de s'imposer en alternative aux régies des *pure players*, des réductions de coûts étant également envisagées grâce aux mutualisations rendues possibles par le rapprochement des titres. Ainsi Meredith avait communiqué sur sa capacité à toucher désormais 200 millions d'individus aux États-Unis *via* ses différents médias, avec pour cible principale les femmes et l'information locale. Autant dire qu'une partie des titres de Time Inc. ne trouvait pas sa place dans la stratégie de Meredith, qui a depuis

engagé leur cession quand ils n'apportent pas de plus-value évidente en termes de ciblage publicitaire.

Meredith s'est ainsi séparé des titres de Time Inc. au Royaume-Uni le 26 février 2018, un marché où le groupe américain n'a pas vocation à se développer. La même logique a été reproduite aux États-Unis avec la mise en vente, en mars 2018, de quatre titres parmi les plus prestigieux de Time Inc. : le *Time* et *Sports Illustrated* qui étaient encore diffusés à 3 millions d'exemplaires en 2016, *Money* (1,55 million d'exemplaires) et *Fortune* (830 000 exemplaires). Ces magazines ont en effet la particularité d'être des hebdomadaires liés à l'actualité, leurs contenus étant *de facto* vite périmés. À l'inverse, le groupe Meredith privilégie les mensuels thématiques, leurs articles pouvant être exploités en ligne sur un temps long. Meredith va donc se séparer de quatre marques puissantes mais peu rentables. Le groupe conservera toutefois *People*, le plus rentable des grands magazines de Time Inc., et tous les magazines thématiques, moins connus de Time Inc. mais plus stratégiques, comme *Southern Living* qui est un magazine d'art de vivre consacré au sud des États-Unis, ou encore *Essence*, qui vise la communauté afro-américaine. S'ajoute à ce recentrage sur les magazines thématiques un plan de réduction des coûts de 400 à 500 millions de dollars sur deux ans, avec la suppression de 1 200 postes sur 3 500, soit un tiers des effectifs, de quoi relancer le cours en Bourse du groupe qui a perdu 25 % depuis le rachat de Time Inc.

À l'inverse du marché de la presse magazine, celui de la presse quotidienne aux États-Unis semble suivre une voie radicalement différente, ne pouvant pas compter sur les revenus publicitaires pour se développer. Le modèle payant s'impose et la qualité de l'offre éditoriale redevient un critère décisif, en même temps que l'ergonomie de l'offre en ligne. Ainsi, pour la présentation de ses résultats 2017, le *New York Times* a annoncé que 60 % de ses revenus sont désormais assurés par ses abonnements, quand la presse américaine a historiquement dépendu de la publicité. Le *Washington Post*, détenu par Jeff Bezos, a également fait part de bons résultats à la fois pour les abonnements et sur le marché publicitaire, le nombre de ses abonnés ayant triplé entre 2015 et 2017. Ces quotidiens sont donc en train d'échapper à la logique de consolidation qui repose principalement sur la volonté d'agréger des audiences pour proposer une offre compétitive sur le marché publicitaire. C'est peut-être le pari qui a été fait par le milliardaire Patrick Soon-Shiong. Le 7 février 2018, ce dernier a racheté à Tronc (Tribune Online Content) ses titres californiens, le *Los Angeles Times*, le *San Diego Union-Tribune* et d'autres publications de moindre importance pour 500 millions de dollars. Tronc, entité issue de la scission du groupe Tribune en 2016, lequel avait racheté les journaux californiens en 2000, va utiliser les fonds tirés de la cession pour investir dans la numérisation de ses autres titres, le groupe étant installé à Chicago.

Au Royaume-Uni, la vente des titres de Time Inc. UK par Meredith est lourde de conséquences. En tout, 57 titres sont cédés, dont *TV Times, Woman's Weekly, Marie Claire UK* ou encore *Country Life* qui font de cet ensemble le premier éditeur de presse magazine au Royaume-Uni, avec un chiffre d'affaires de 280 millions d'euros en 2017, 1 700 salariés et une diffusion consolidée de 168,7 millions d'exemplaires en 2016 selon Enders Analysis. L'acheteur, le fonds d'investissement Epiris, a affiché sa volonté de participer à la consolidation de la presse magazine au Royaume-Uni afin de constituer un groupe puissant face à Facebook et Google, tout en multipliant les synergies liées à l'effet de taille. Si les titres les moins rentables de Time Inc. UK devraient être cédés par Epiris, le fonds s'est en revanche positionné pour s'emparer du groupe Dennis Publishing, un autre éditeur britannique de presse magazine.

À la consolidation annoncée de la presse magazine au Royaume-Uni s'ajoute un phénomène similaire dans la presse tabloïd quotidienne. Contre toute attente, le groupe Trinity Mirror, qui édite le quotidien de gauche *Daily Mirror*, s'est emparé en février 2018 des titres détenus par Richard Desmond, président de Northern & Shell. Les titres concernés sont connus pour leur positionnement très à droite et leur soutien sans faille au Brexit, notamment le tabloïd *Daily Express* et sa version dominicale, le *Sunday Express*. Mais la consolidation l'emporte sur la cohérence éditoriale des titres détenus par l'entreprise, preuve que la concentration ne détruit pas systématiquement la diversité éditoriale. En effet, le groupe Trinity Mirror a garanti que les orientations politiques des titres seraient préservées. À

vrai dire, le nouveau groupe compte désormais trois quotidiens dominicaux, le *Daily Express*, le *Star Sunday* et le *Sunday People*, qui n'ont pas intérêt à se concurrencer trop frontalement, les lignes politiques permettant de récupérer à droite comme à gauche un lectorat britannique dont on connaît la polarisation depuis le Brexit. Ainsi, pour 126,7 millions de livres, et un versement de 70,4 millions de livres au fonds de retraite des titres, le groupe Trinity Mirror se renforce sur le marché britannique en ajoutant à ses 150 titres trois marques de presse puissantes, le *Daily Express*, mais aussi le *Star* et le titre *people OK*. Il reste que le *Daily Express* comme le *Daily Mirror* sont en perte de vitesse, le premier ayant vu sa diffusion passer d'un million d'exemplaires en 2000 à 400 000 exemplaires aujourd'hui, quand le second est encore diffusé à 700 000 exemplaires, soit deux fois moins toutefois qu'il y a dix ans. Mais le point faible des deux titres est ailleurs, à savoir leur présence insuffisante sur l'internet quand leur concurrent, le *Daily Mail*, a réussi à mondialiser son audience avec le succès de Mailonline. Sur le marché de la presse imprimée, l'opération est toutefois cruciale et devra faire l'objet d'une autorisation par les autorités britanniques de concurrence, la Competition and Markets Authority ayant annoncé le 11 avril 2018 lancer une enquête sur cette opération.

En France, le même impératif de consolidation traverse le marché de la presse magazine. Révélées début janvier 2018 par le site d'information italien Milano Finanza, les discussions entre trois des quatre grands de la presse magazine française pour une fusion de leurs activités ont été confirmées, annonçant une révolution dans le paysage de la presse magazine française. À l'origine, Mondadori France (*Top Santé, Biba, Closer, Grazia, Télé Star*) était en quête d'un repreneur, son chiffre d'affaires baissant depuis 2015. Afin d'éviter la vente de marques puissantes mal valorisées par des chiffres de diffusion en berne, Mondadori s'est associé au Groupe Marie Claire, dans lequel Lagardère détient 42 % du capital, pour proposer à Lagardère la création d'une société tierce regroupant tous leurs actifs de presse magazine au sein d'une structure de défaisance. Ensemble, les trois groupes auraient ainsi donné naissance à une société au chiffre d'affaires proche d'un milliard d'euros, avec 300 millions d'euros apportés, d'un côté, par Mondadori et par le Groupe Marie Claire, et, de l'autre, près de 400 millions d'euros pour les titres du groupe Lagardère. Le rapprochement de leurs activités aurait fait émerger un géant de la presse magazine, très loin devant le quatrième grand acteur du marché français, l'allemand Prisma (Bertelsmann). Il aurait permis des économies d'échelle et surtout la sous-traitance des plans sociaux à la société ainsi créée.

La difficulté d'une telle opération la rendait peu probable, ce qui a été confirmé depuis par les initiatives divergentes des acteurs concernés. Fin janvier 2018, *Les Echos* révélaient d'autres discussions, à l'initiative de Reworld Media, pour un rachat ou une fusion avec les actifs de Mondadori France. Fin mars, le Groupe Marie Claire annonçait se retirer des discussions entamées avec Lagardère et Mondadori. Le 8 mars 2018, lors de la présentation des résultats 2017 du groupe Lagardère, Arnaud Lagardère, son gérant commandité, annonçait sa volonté de réduire le portefeuille de Lagardère Active, la branche de médias du groupe, et envisageait la cession de la plupart de ses titres de presse, y compris le magazine *Elle*.

Depuis, Lagardère a préparé le démantèlement de sa branche Active afin de pouvoir procéder à une vente par appartement, l'objectif étant de se séparer des activités les moins rentables pour recentrer le groupe sur les deux métiers qui dégagent le plus de bénéfices et de chiffre d'affaires : l'édition et les espaces commerciaux dans les gares et aéroports (le *travel retail*). Finalement, le groupe Lagardère ne devrait conserver dans son périmètre que la radio Europe 1, *Le Journal du dimanche* et *Paris Match*, ainsi que les activités de production audiovisuelle. Tous les autres actifs sont à vendre et vont être logés au sein de pôles autonomes afin d'être plus facilement séparés du groupe. Les chaînes jeunesse (Gulli, Tiji), les radios internationales de Lagardère (LARI) et le pôle web (Doctissimo, BilletRéduc) ont donc été mis en vente, mais également la presse magazine avec des titres aux marques puissantes : *Elle* et *Version Femina* pour la presse féminine, *France Dimanche, Public* et *Ici Paris* pour la presse *people*, *Télé 7 Jours* pour la presse TV. Par ailleurs, lors de l'annonce de la réorganisation, Lagardère a précisé qu'un rapprochement avec Mondadori n'était pas à l'ordre du jour, du fait de son coût social et du risque financier associé à l'opération.

Il ne restait alors au groupe Lagardère qu'à trouver un repreneur pour un ensemble qui représente encore aujourd'hui le premier groupe de presse magazine en France, une activité que Lagardère aura abandonnée en moins de dix ans depuis ses premières ventes de titres en 2011, avec la cession des éditions de *Elle* à l'international au groupe Hearst (voir *La rem* n°17, p.31) et le début de la cession de ses titres en France en 2013 (voir *La rem* n°29, p.31). Le groupe Lagardère a décidé d'aller vite, malgré la portée symbolique des médias dont il compte se séparer. Cet empressement s'explique par la nécessité pour le groupe de garantir des dividendes à ses actionnaires, donc de se recentrer rapidement sur ses activités les plus rentables, mais également sur sa volonté de quitter des secteurs d'activité dont la valorisation décline immanquablement avec le temps. Le 17 avril 2018, *Les Echos* annonçaient une première cession pour 73 millions d'euros au groupe tchèque Czech Media Invest, à savoir les radios internationales. Rien ne laissait présager alors la nature de l'accord conclu entre le Groupe Lagardère et Czech Media Invest. Ce groupe de médias est en effet issu de la vente en 2014 de la coentreprise entre Ringier et Springer en Europe de l'Est (voir *La rem* n°16, p.13), un territoire où il est bien implanté. Avec les radios internationales de Lagardère, Czech Media Invest renforce son implantation : celles-ci représentent un chiffre d'affaires de 56 millions d'euros en 2017 avec des radios en République tchèque, mais également en Pologne, en Slovaquie, en Roumanie, ainsi que des actifs plus lointains, en Afrique du Sud, au Vietnam, au Cambodge, en Côte d'Ivoire et au Sénégal. Le 18 avril 2018, Lagardère annonçait être entré en négociations exclusives avec Czech Media Invest pour lui céder également l'ensemble de son pôle presse. Aucun chiffre n'a été communiqué, les valorisations données par la presse s'inscrivant dans une fourchette comprise entre 40 et 60 millions d'euros, quand les titres cédés représentent un résultat d'exploitation de 20 millions d'euros pour un chiffre d'affaires de 250 millions d'euros et 700 salariés.

L'ancien fleuron français de la presse magazine sera donc contrôlé par un investisseur tchèque, qui fera des titres de Lagardère son navire amiral pour se développer en Europe à l'ouest, sauf à décider de les revendre ensuite à la découpe, après avoir mis en œuvre un plan social. La première possibilité semble probable, d'abord parce que Czech Media Invest est un véritable groupe de médias, leader dans son pays, ensuite parce qu'il semble véritablement s'intéresser à la France, le groupe ayant quelques jours plus tard fait auprès du tribunal de commerce de Paris une offre ferme pour racheter 91 % du magazine *Marianne*, en redressement judiciaire. Si Lagardère se retire définitivement de la presse magazine, alors même que le groupe français était le premier éditeur mondial dans cette catégorie au début des années 2000 (260 titres, dans 34 pays pour 2,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires), il conserve toutefois la marque « Elle », le magazine étant cédé sous licence à Czech Media Invest, un modèle déjà éprouvé à l'occasion de la cession des éditions internationales de *Elle* au groupe Hearst.

AJ

Sources :

- « Le groupe du Daily Mirror veut racheter le Daily Express », Florentin Collomp, *Le Figaro*, 12 septembre 2017.
- « Alliance en vue dans les magazines en France », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 3 janvier 2018.
- « Rumeurs de discussions entre Mondadori, Marie Claire et Lagardère », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 3 janvier 2018.
- « Le Washington Post confirme son redressement », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 10 janvier 2018.
- « Rewolrd Media lorgne Mondadori France », Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 22 janvier 2018.
- « Tronc Sells The Los Angeles Times to Local Billionaire for $500 Million », Sydney Ember, nytimes.com, 7 février 2018.
- « Trinity Mirror buys Express and Star in £200m deal », Mark Sweney, theguardian.com, 9 février 2018.
- « Le New York Times bénéficie à plein du Trump bump », Elsa Conesa, *Les Echos*, 9 février 2018.
- « Les tabloïds anglais à l'heure de la consolidation apolitique », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 12 février 2018.
- « Meredith se sépare du NME et de 56 autres titres britanniques », Basile Dekonink, *Les Echos*, 27 février 2018.
- « Cessions chez Lagardère : les marchés demandent plus et plus vite », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 20 mars 2018.
- « Lagardère en marche vers les cessions », Fabienne Schmitt, Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 20 mars 2018.
- « TV Times owner plots £300m merger with Viz publisher Dennis », Mark Kleinman, news.sky.com, 22 mars 2018.
- « Marie Claire ne discute plus avec Lagardère et Mondadori », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 23 mars 2018.

- «Time et Fortune sont de nouveau à vendre», Elsa Conesa, *Les Echos*, 23 mars 2018.
- «Meredith garde People mais vend Time», Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 23 mars 2018.
- «Lagardère Active prépare son démantèlement», Alexandre Debouté, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 4 avril 2018.
- «Trinity Mirror deal for Express and Star faces competition scrutiny», Mark Sweney, theguardian.com, 11 avril 2018.
- «Lagardère enclenche les cessions de son pôle médias», Nicolas Madelaine, Marina Alcaraz, *Les Echos*, 17 avril 2018.
- «Lagardère en passe de vendre Elle à un groupe tchèque», Marina Alcaraz, Etienne Combier, *Les Echos*, 19 avril 2018.
- «Clap de fin pour l'empire de presse de Lagardère», Chloé Woitier, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 19 avril 2018.
- «Le groupe Lagardère se recentre sur l'édition et les boutiques d'aéroports», Enguérand Renault, *Le Figaro*, 4 mai 2018.

Reprise du signal : accords difficiles entre chaînes et opérateurs

Si le Groupe TF1 n'a toujours pas trouvé d'accord avec Canal+ et Free, il a signé avec Orange pour la reprise de ses chaînes. M6 s'est de son côté mise d'accord avec Free, mais dénonce désormais son contrat avec Molotov. La probabilité d'une intervention du législateur augmente à mesure que les conflits se multiplient.

En cherchant à développer son chiffre d'affaires et en se donnant un objectif de marge ambitieux depuis l'arrivée de Gilles Pélisson à sa tête en 2016, le Groupe TF1 s'est engagé dans un bras de fer avec les distributeurs à qui il demande une rémunération pour la reprise du signal de ses chaînes en clair, en plus de la facturation traditionnelle de ses chaînes payantes (voir *La rem* n°42-43, p.35). Rejoint par M6 dans cette démarche, le Groupe TF1 a toutefois employé la manière forte. Dès l'été 2017, le groupe envoyait aux opérateurs un courrier recommandé leur interdisant de reprendre le signal de ses chaînes et de son service de *replay*, sauf à signer un nouvel accord de rémunération. Finalement, l'arrivée à échéance des contrats de distribution des chaînes de TF1 a permis au Groupe TF1 de mettre sa menace à exécution, ce qui l'a conduit dans un premier temps à bloquer l'accès à son service de *replay* pour les abonnés de SFR en juillet 2017. Parce qu'il s'agit d'une dégradation de leur offre de télévision en ligne, les opérateurs, mais également le Groupe Canal+, qui distribue les chaînes en clair *via* ses bouquets de chaînes (ex-offre CanalSat), ont engagé chacun de son côté des négociations.

Très rapidement, le Groupe M6 a multiplié les accords avec SFR, Orange, Bouygues Télécom et Canal+ dès janvier 2018 (voir *La rem* n°45, p.31). Pour le Groupe TF1, les négociations ont été plus longues. Si le groupe a d'abord signé un accord avec SFR en novembre 2017, les conditions de cet accord se sont ensuite imposées comme référence auprès des autres distributeurs et ont soulevé de très fortes oppositions. Certes, TF1 a trouvé un accord avec Bouygues Télécom, mais les deux entités font partie du même groupe. Avec Orange, Free et Canal+, en revanche, le confit a été bien réel. Or ces trois acteurs représentent ensemble plus de cinq millions d'abonnés qui reçoivent les chaînes de TF1, soit une audience qui est loin d'être négligeable, même si les téléspectateurs ont toujours la possibilité d'aller regarder TF1 directement sur la TNT, sans passer par les box des opérateurs, et d'accéder à MyTF1 directement depuis l'internet.

C'est avec Orange que le Groupe TF1 a d'abord lancé les hostilités, le contrat de distribution avec l'opérateur

historique arrivant à échéance le 31 janvier 2018. Le lendemain, le 1er février 2018, Orange coupait le signal de *replay* à ses abonnés, mais maintenait la distribution des chaînes du Groupe TF1 en rappelant, par la voix de son PDG, Stéphane Richard, être *« opposé au principe d'une rémunération pour distribuer des contenus gratuits »*. Alors, le Groupe TF1 assigna Orange en justice pour qu'il cesse de distribuer ses chaînes, considérant leur présence comme un argument commercial des opérateurs dans les bouquets enrichis de chaînes de télévision qu'ils proposent. Les négociations n'aboutissant pas non plus avec le Groupe Canal+, ce dernier a pris les devants et, le jeudi 1er mars 2018, a coupé le signal des chaînes de TF1 pour ses abonnés, qu'ils viennent des box Canal, de ses offres satellitaires ou de TNTSat, service d'accès à la TNT par satellite dans les zones non couvertes par le réseau hertzien terrestre. Cette décision du Groupe Canal+ a paradoxalement débloqué la situation.

La première conséquence de la coupure du signal par Canal+ a été la contre-performance de TF1 durant le week-end qui a suivi : le très puissant *prime time* de *The Voice* perdait en une soirée 900 000 téléspectateurs, soit 4,4 points de part d'audience ; le vendredi et le samedi, le JT de France 2 dépassait en audience celui de TF1. Certes, le Groupe TF1 a pu se réjouir à l'inverse du succès de ses applications et d'une hausse de 63 % des inscriptions à MyTF1 en ligne, une partie de l'audience désertant son poste de télévision pour retrouver les programmes du groupe sur internet. Sauf que le Groupe Canal+ n'est pas le principal pourvoyeur d'audience pour TF1. Aussi l'annonce par Stéphane Richard d'une possible coupure du signal auprès des abonnés d'Orange dans *Le Figaro* du 6 mars 2018 a fait peser sur le Groupe TF1 une menace plus sérieuse. Mais Stéphane Richard n'aura pas eu besoin de mettre sa menace à exécution parce qu'un nouvel acteur s'est invité dans les discussions.

Le 7 mars 2018, la ministre de la culture, Françoise Nyssen, appelait le Groupe Canal+ à rétablir le signal de TF1 sur l'offre TNTSat, précisant que les programmes des chaînes gratuites devaient être disponibles sur les offres de TNT par satellite. Le Groupe Canal+ a donc dû rallumer le signal pour 1,5 million de foyers recourant à son offre TNTSat et est même allé au-delà en rallumant également le signal auprès de ses abonnés recevant leurs chaînes par satellite, même si ces derniers ne dépendent pas exclusivement du satellite pour accéder à l'offre de chaînes en clair, soit 2 millions de foyers supplémentaires. Autant dire que le Groupe Canal+ a très vite cherché la voie du compromis, la demande de la ministre étant accompagnée d'une menace, celle de *« mesures législatives contraignantes »* en cas de désaccord entre les chaînes en clair et les opérateurs sur la reprise du signal. Le samedi 10 mars 2018, Canal+ rétablissait même le signal des chaînes de TF1 pour ses abonnés *via* la box Canal+. Reste que, pour l'instant, le *statu quo* prévaut, le Groupe TF1 et le Groupe Canal+ n'ayant pas encore annoncé d'accord.

L'exigence d'un compromis a été entendue également par Orange. Le 8 mars 2018, au lendemain des déclarations de la ministre, le Groupe TF1 et Orange annonçaient s'être mis d'accord sur un nouveau contrat de distribution qui inclut les chaînes payantes du Groupe TF1 (Ushuaï TV, TV Breizh), les services en ligne dont MyTF1, ainsi que les chaînes en clair du groupe (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI). À vrai dire, le contrat étant négocié de manière globale, Orange ne s'engage pas directement à rémunérer la distribution des chaînes en clair du Groupe TF1. Mais ce dernier peut les mentionner au titre de l'accord qui, selon la presse, devrait rapporter entre 10 et 25 millions d'euros, ce qui reste très flou. Au moins le Groupe TF1 obtient-il une rémunération supplémentaire des opérateurs télécoms après l'accord signé avec SFR et Orange. Il lui restait alors à convaincre le Groupe Canal+ et Free ; la signature d'Orange, le premier opérateur français, entérinant *de facto* le principe d'une rémunération pour la reprise des chaînes en clair et de leurs services en ligne associés.

Convaincre Free semblait de prime abord le plus difficile. Lors de la présentation annuelle des résultats du groupe, Xavier Niel a proposé sous forme de boutade de facturer un euro par mois à ses abonnés l'accès aux chaînes de TF1, au même titre que d'autres chaînes payantes, Free s'engageant à partager à parité les recettes ainsi recueillies. Xavier Niel a même envisagé d'adapter sa nouvelle Freebox pour permettre un accès direct aux chaînes de la TNT sans passer par son interface en ligne, ce qui rendrait caduc tout accord de distribution,

à l'exception du service en ligne MyTF1. Mais Free n'a pas coupé le signal des chaînes du Groupe TF1, à l'inverse de Canal+, tout en espérant comme Canal+ un arbitrage du gouvernement à l'occasion de la prochaine loi audiovisuelle promise pour le printemps 2018, laquelle sera reportée. De son côté, le Groupe TF1 a su faire valoir ses atouts auprès de Free dans la mesure où il dispose des droits de retransmission des matchs des 28 plus belles affiches en clair du Mondial de football du 14 juin au 15 juillet 2018. Il sera en effet difficile à un opérateur de se passer du signal de TF1 tout au long de cette période. Et Canal+ comme Free sont prêts à des accords. Si Canal+ a déjà signé avec M6, Free l'a rejoint le 3 avril 2018 avec l'annonce d'un accord *«pour la distribution des chaînes du Groupe M6 et de leurs services associés»*. Finalement, Free s'est également mis d'accord avec TF1, le 25 avril 2018, grâce là encore à des services en ligne enrichis qui justifient, pour l'opérateur, de rémunérer le Groupe TF1 pour des programmes par ailleurs en accès gratuit sur les chaînes de la TNT. Le Groupe TF1 va ainsi mettre à disposition de Free deux nouvelles chaînes qui viennent enrichir son offre historique, à savoir TF1+1 et TMC+1.

Si les groupes TF1 et M6 sont en mesure de négocier avec les opérateurs comme avec le Groupe Canal+ parce qu'ils disposent dans leur offre de chaînes historiques puissantes, il n'est pas sûr en revanche que les autres groupes audiovisuels français obtiennent à terme les mêmes avantages que ceux négociés au fil de l'eau par les deux premiers groupes privés de télévision. Donné en exemple, le marché américain pratique depuis longtemps le partage des revenus entre câblo-opérateurs et chaînes en clair, mais ce partage des recettes publicitaires est d'abord négocié avec les grandes chaînes, les télévisions à audience plus confidentielle ne bénéficiant pas de ces mêmes avantages. C'est pourtant le pari tenté par le groupe NextRadioTV, désormais contrôlé par Altice (voir *La rem* n°44, p.68). Ce dernier vient de dénoncer ses accords avec les opérateurs et pourrait exiger une rémunération pour la reprise de ses chaînes BFMTV, RMC Découverte et Numéro 23, information avancée par Free – mais non confirmée par NextRadioTV – qui précise la nécessité de renégocier les contrats de distribution qui arrivent à échéance.

Un autre front, plus lourd de conséquences, a en revanche été ouvert par le Groupe M6. Alors que ce dernier avait compté parmi les premiers à accorder à Molotov un droit de reprise de ses chaînes pour le lancement du service en 2016 (voir *La rem* n°40, p.38), il demande désormais à Molotov de le rémunérer pour distribuer ses chaînes, et même de fournir ses chaînes en clair sous forme d'option payante. Pour le Groupe M6, Molotov est un distributeur au même titre que les opérateurs télécoms qui proposent une offre élargie de chaînes avec des services directement facturés. La distribution passe ici par une application logicielle depuis les terminaux connectés, ce qui sera le cas également à l'avenir chez les opérateurs télécoms qui auront intérêt à supprimer leurs coûteuses box TV pour les remplacer par des services de télévision en *cloud computing*. Pour Jean-David Blanc, PDG de Molotov, la demande du Groupe de M6 *«s'apparente à de la distorsion de concurrence»*, dès lors que le service 6Play permet d'accéder aux chaînes du groupe gratuitement, ce que ne pourrait pas proposer Molotov, son concurrent. Le CSA, l'Autorité de la concurrence et la DGCCRF ont été alertés. En effet, la demande de rémunération adressée à Molotov conduit *de facto* à conférer au Groupe M6 une exclusivité pour la distribution gratuite de ses chaînes en ligne. Selon le site puremedia.com, Molotov aurait depuis assigné M6 devant le tribunal de commerce de Paris pour *«pratique restrictive de concurrence»*.

Alors que les offres payantes de vidéo en *streaming* se développent et captent les exclusivités, les grandes chaînes en clair capables encore de leur résister sur le marché des droits semblent bien décidées à mieux valoriser leurs programmes et à ne pas laisser de nouveaux intermédiaires les exploiter sans contrepartie, comme ce fut le cas pour la presse en ligne avec les agrégateurs d'information. Aux États-Unis, les *networks* avaient ainsi retiré leurs programmes de YouTube pour les réserver à leur plateforme Hulu, avant que celle-ci ne prenne son indépendance. Or le PDG de M6, Nicolas de Tavernost, milite pour un Hulu à la française qui fédérerait les programmes en *replay* de son groupe, de MyTF1 et des chaînes de France Télévisions, de quoi constituer une alternative puissante à Molotov. Cette plateforme commune de *sVoD* (vidéo à la demande par abonnement) pourra

compter sur un droit de reprise des chaînes de France Télévisions. En effet, si la loi n'oblige pas les chaînes privées à être distribuées par des opérateurs tiers, les chaînes publiques sont soumises au principe du *«must carry»* auprès des distributeurs, même si la reprise par des services en ligne fait l'objet d'un contentieux comme l'illustre le cas PlayTV.fr. Cette plateforme de distribution en ligne de chaînes de télévision a été condamnée en 2014 par le tribunal de grande instance de Paris pour avoir repris les chaînes de France Télévisions au motif que les accords passés entre France Télévisions et les ayants droit limitent souvent les droits de diffusion au seul service linéaire ou au service en ligne du diffuseur. Toute reprise par un acteur tiers constitue ainsi une atteinte au droit d'auteur et aux droits voisins. Or, en juillet 2015, le CSA avait considéré que PlayTV.fr était bien un distributeur et que l'obligation de *«must carry»* des chaînes publiques inscrite dans la loi de 1986 sur l'audiovisuel devait s'appliquer.

AJ

Sources :

- «Streaming : Playtv.fr lourdement condamné en appel, au profit de France Télévisions», Marc Rees, nextimpact.com, 3 février 2016.
- «Le bras de fer TF1-Canal+ a pesé sur les audiences de la Une», Marina Alcaraz, Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 5 mars 2018.
- «"The Voice" fait les frais du conflit entre TF1 et Canal+», Sarah Lecoeuvre, *Le Figaro*, 5 mars 2018.
- «Après Canal+, Orange se dit prêt à «couper le signal de TF1»», Elsa Bembaron, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 6 mars 2018.
- «La guerre d'usure continue entre TF1 et les opérateurs», Marina Alcaraz, Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 7 mars 2018.
- «Canal+ contraint de rallumer une partie du signal de TF1», Marina Alcaraz, *Les Echos*, 8 mars 2018.
- «Le Mondial de football, à la fois atout majeur et véritable casse-tête pour TF1», Caroline Sallé, *Le Figaro*, 8 mars 2018.
- «Après une semaine tendue, TF1 et Orange enterrent la hache de guerre», Elsa Bembaron, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 9 mars 2018.
- «Canal+ cède face à TF1», Caroline Sallé, *Le Figaro*, 12 mars 2018.
- «Le deal secret entre Orange et TF1», Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 12 mars 2018.
- «Xavier Niel prêt à facturer TF1 «un euro par mois»», Elsa Bembaron, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 14 mars 2018.
- «M6 et Molotov : un cocktail explosif», Elsa Bembaron, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 16 mars 2018.
- «TV vs FAI : NextRadioTV sur le ring et Molotov en ligne de mire», Clément Bohic, itespresso.fr, 16 mars 2018.
- «Molotov, "Faire payer les chaînes gratuites ne va pas dans le sens de l'histoire"», interview de Jean-David Blanc, PDG de Molotov, Chloé Woitier, *Le Figaro*, 19 mars 2018.
- «M6 et Free ont signé un accord de distribution», Sophie Amsili, leschos.fr, 3 avril 2018.
- «M6 signe un accord avec Free», E.R., *Le Figaro*, 4 avril 2018.
- «TF1 parvient à un accord avec Free», Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 26 avril 2018.
- «TF1 et Free enterrent la hache de guerre», Etienne Combier, Sébastien Dumoulin, Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 26 avril 2018.

L'audiovisuel public contesté

Obligé de se réformer en France, menacé par un référendum en Suisse, au cœur de l'innovation numérique au Royaume-Uni, décrié pour propagande en Espagne, l'audiovisuel public est contesté en Europe et doit se réinventer.

La prise de position sans ambiguïté d'Emmanuel Macron, président de la République française, lors de son interview sur France 2 le dimanche soir du 17 décembre 2017 augure d'une réforme en profondeur de l'audiovisuel public français : *«Les usages sont en train de changer et notre audiovisuel public reste structuré dans sa géographie avec un grand système de radio, un grand système de télévision qui, certes, se sont mis au digital, mais l'ensemble demeure structuré dans son architecture un peu sur le monde d'avant.»* Selon le

président de la République, l'audiovisuel public français n'a pas vraiment évolué avec son temps, ce qu'atteste le vieillissement de ses audiences (60 ans d'âge moyen du téléspectateur sur France 2, 63 ans sur France 3). Malgré une interview avec un président en train de déambuler dans l'Élysée, un format neuf et risqué, France 2 reste à la traîne de TF1. Ce dimanche soir, la première chaîne publique a attiré moins de téléspectateurs que le JT de TF1. Sur France 2, Emmanuel Macron insistait pourtant : *« Qu'est-ce qui justifie que le contribuable français mette de l'argent dans France Télévisions et pas dans TF1 ? »* Certes, TF1 conserve une programmation très proche des chaînes du service public parce qu'elle est une ancienne chaîne publique privatisée en 1987, ce qui rend la différence entre audiovisuel privé et public peut-être moins manifeste en France que dans d'autres pays. Reste que le service public audiovisuel a un coût pour l'État qui doit être justifié, ce qu'a encore rappelé le président de la République : *« l'audiovisuel public français est de très loin, pour l'État, le premier budget de la culture »*, ce budget pouvant être mieux utilisé.

En France, la réforme de l'audiovisuel public s'articule donc autour de trois impératifs : la nécessité de mieux contrôler les coûts du service public audiovisuel ; la nécessité de moderniser l'offre en articulant chaînes linéaires et offres en ligne pour mieux toucher les populations les plus jeunes ; enfin, la capacité du service public audiovisuel à proposer une offre éditoriale originale et distincte des chaînes privées. Ces impératifs se retrouvent dans la demande de propositions adressée fin 2017 par la ministre de la culture, Françoise Nyssen, aux dirigeants de l'audiovisuel public. Ces derniers ont dû apporter un début de réponse à la question du périmètre et des missions du service public audiovisuel ; ils ont dû réfléchir à des coopérations en région entre le réseau France 3 et France Bleu ; enfin, il leur a fallu identifier les moyens d'une meilleure gestion des coûts au sein de l'audiovisuel public. Le 21 décembre 2017, leurs propositions ont été remises à la ministre qui, dans cette démarche, a imposé d'envisager désormais l'offre du service public audiovisuel autrement qu'en silos. En matière éditoriale, les propositions sont surprenantes : une matinale commune entre France Bleu et France 3 a été proposée ; une offre en ligne consacrée à la culture qui regrouperait les contenus des sociétés de l'audiovisuel public et d'Arte est mise en avant, inspirée du service Culture Box de France Télévisions ; une offre musicale commune entre Radio France et Arte est également envisagée ; enfin sont proposées des coproductions entre France Télévisions et Arte. Sauf qu'Arte ne fait pas partie de l'audiovisuel public français *stricto sensu*, sa présidente n'ayant pas été sollicitée par la ministre au sujet du dossier de la réforme de l'audiovisuel public. À vouloir travailler avec Arte, les dirigeants de l'audiovisuel public français trahissent peut-être « l'impensé » de la réforme éditoriale qu'on attend d'eux : miser sur la création originale, la contre-programmation, ce qu'a très bien su faire Arte en jouant la carte des séries nordiques avant toutes les autres chaînes ; déployer une offre transnationale, ce qui constitue l'ADN de la chaîne franco-allemande ; enfin, proposer en ligne une offre innovante, Arte ayant très vite développé son service de *replay*, bien avant les autres chaînes, publiques ou privées. En définitive, ce sont cinq chantiers qui ont été inaugurés après la remise des propositions des dirigeants de l'audiovisuel public : la reconquête du public jeune ; les coproductions internationales avec les autres services publics audiovisuels européens ; une offre commune de proximité ; une offre en ligne commune ; les synergies budgétaires entre groupes de l'audiovisuel public.

S'il reste difficile d'identifier les leviers qui permettront de reconquérir en ligne le public jeune ou de faire émerger des programmes distinctifs pour le service public audiovisuel, dont personne n'ose s'aventurer à en définir les contours, des initiatives plus directement opérationnelles sont en revanche identifiées. En ce qui concerne le numérique, le modèle de franceinfo devrait l'emporter. Lancée en août 2016, franceinfo est une plateforme globale d'information de l'audiovisuel public qui fédère un site web, mais aussi une offre radio avec France Info et une chaîne d'information continue éponyme. Elle repose sur la mutualisation des compétences entre les rédactions de France Info et de France Télévisions, avec des apports de l'INA (Institut national de l'audiovisuel). De telles mutualisations sont envisageables aussi dans les régions, entre France 3 et France Bleu, dont la mission est identique, à savoir produire de l'information et du service de proximité. Dès septembre 2018, des journaux d'information

communs entre France Bleu et les rédactions locales de France 3 vont être testés dans huit villes de France, les principaux centres urbains pour l'instant concernés étant Paris, Lyon, Marseille, Lille, Bordeaux, Nantes, Toulouse et Strasbourg. À l'évidence, cette information locale de proximité, si elle se distingue suffisamment du traitement de l'information par la PQR, peut constituer l'un des piliers qui distinguent le service public audiovisuel. Des mutualisations sont également possibles avec d'autres partenaires, dans le domaine de la musique, dans celui de la fiction, un « Hulu francophone » ayant été évoqué alors que le projet d'une plateforme de *sVoD* pour l'audiovisuel public paneuropéen a été enterré. Ces initiatives témoignent d'une véritable évolution dans les modalités de distribution des offres, même si l'on identifie mal la rupture éditoriale apportée. Cette dernière se trouve en revanche clairement identifiée dans les projets de coproductions internationales entre services publics européens, seul moyen de produire des séries avec des coûts suffisamment élevés pour disposer d'une offre comparable à celles des plateformes payantes de *sVoD*. Ces projets se sont d'ailleurs concrétisés une première fois avec l'annonce, en mai 2018, d'une alliance entre trois services publics audiovisuels européens, France Télévisions, la RAI en Italie et la ZDF en Allemagne, pour cofinancer des productions européennes de fiction.

Finalement, la partie de la réforme de l'audiovisuel public la mieux engagée semble celle qui est liée à la question de la maîtrise et de la justification des coûts. Traitée dans le cadre d'un Comité action publique 2022, la question des coûts a fait l'objet d'annonces présidentielles. Le budget est déjà important, il n'y aura donc pas de rallonge, un moyen de revenir définitivement sur les demandes inflationnistes des patrons de l'audiovisuel public, dont l'expression *« le fromage et le dessert »* de Delphine Ernotte, présidente de France Télévisions, avait été le symbole en 2015 (voir *La rem* n°36, p.33). Il y aura même des baisses, France Télévisions ayant d'ailleurs déjà dû revoir à la baisse son budget 2018 de 47 millions d'euros, une baisse en partie due à la fin de la publicité dans les émissions pour la jeunesse (voir *La rem* n°41, p.9). Cette première baisse risque d'être anecdotique, la presse citant désormais une économie globale de 500 millions d'euros pour le service public audiovisuel sur un budget actuel de 3,9 milliards d'euros. Autant dire que les mesures d'économies proposées, comme la mutualisation de la formation des personnels au sein de l'INA, la mutualisation du patrimoine immobilier de France Bleu et du réseau régional de France 3 seront clairement insuffisantes.

Offre éditoriale renouvelée et distinctive, reconquête du public jeune, budget maîtrisé : autant de critères qui justifieront demain encore le paiement de la redevance. À vrai dire, quand le président de la République ose la comparaison entre France 2 et TF1, la question de la justification de la redevance est posée. Baptisée Contribution à l'audiovisuel public, la redevance en France est passée de 117 euros à 138 euros entre 2009 et 2016, c'est-à-dire depuis la suppression de la publicité sur France Télévisions après 20 heures, une mesure qui n'a jamais été véritablement compensée. En définitive, la redevance coûte environ 11 euros par mois, plus cher qu'un abonnement à Netflix. Si la comparaison est provocatrice, elle a au moins le mérite de mettre en lumière la réalité de l'inadaptation de l'offre du service public audiovisuel aux plus jeunes générations : entre Netflix et un mélange de France Inter et de France 2, il y a fort à parier que le premier l'emporte. À l'évidence, justifier la redevance passera par l'affirmation de la nécessité du service public audiovisuel pour l'information de qualité, sur le modèle de la BBC, et par l'originalité et la diversité dans la création, le divertissement n'étant pas mentionné dans les déclarations des pouvoirs publics sur le service public audiovisuel, même s'il fait partie de ses missions.

L'interrogation française sur la réforme de la redevance et sa justification n'est pas un cas isolé en Europe. La BBC au Royaume-Uni comme l'audiovisuel public suisse partagent actuellement les mêmes interrogations. Pour la BBC, qui est soumise à une cure d'austérité depuis déjà une vingtaine d'années, son budget ayant été amputé de 20 % (voir *La rem* n°37, p.45), l'enjeu est de garantir toujours une information indépendante et de qualité et de développer son offre de programmes originaux sur ses chaînes linéaires. Pour y parvenir, le groupe public britannique a dû procéder à des arbitrages : il investit de moins en moins dans le divertissement, laissant ce genre de programmes aux chaînes privées. Enfin, à l'instar de France Télévisions, la BBC doit

lutter contre le vieillissement de son audience et s'est engagée, à cette fin, dans une politique volontariste de développement de sa présence en ligne. Elle a dès 2007 lancé son iPlayer, le service de *replay* le plus populaire du Royaume-Uni, même si la chaîne vient de reconnaître dans son bilan annuel que les 16-24 ans passent désormais plus de temps sur Netflix que sur ses services. Depuis, elle renforce l'offre de l'iPlayer qui se substitue de plus en plus aux offres linéaires. Ainsi la BBC a annoncé en 2017 qu'elle allait basculer en ligne 1 000 heures de sport par an, ce qui donnera une visibilité plus forte à des sports dits mineurs, qui ne peuvent monopoliser les antennes des chaînes généralistes. Sur ces dernières, les grandes compétitions sportives se font en revanche de plus en plus rares, en raison de la concurrence des chaînes payantes sur le marché des droits sportifs. En décembre 2017, la BBC a également testé la mise en ligne de séries en totalité dès la diffusion du premier épisode sur ses chaînes, misant sur l'iPlayer pour fidéliser une population dont les usages ne sont plus adaptés désormais à une consommation des chaînes dans la durée, avec rendez-vous réguliers et institutionnalisés. Autant dire qu'avec le sport et les séries, la BBC est déjà en train de tester ce que pourrait être un service public audiovisuel qui se passerait de l'essentiel des fréquences dont il a jusqu'ici bénéficié pour distribuer ses programmes. Ce test n'a toutefois pas vocation à être pérennisé dans l'immédiat car la mise à disposition de catalogues de séries en ligne est en général facturée au consommateur afin d'être viable économiquement. Au moins ce test a-t-il permis de vérifier l'intérêt du public britannique pour une offre en ligne de séries qui pourra, à l'avenir, passer par un service de *sVoD*. En effet, si France Télévisions a pu militer pour une offre francophone de *sVoD*, les chaînes britanniques ont su la mettre sur pied avec le lancement de Britbox début 2017, une offre de *sVoD* proposée en dehors du Royaume-Uni par la BBC et ITV, laquelle fédère le meilleur de la production britannique. Rien n'interdit d'en ouvrir à l'avenir l'accès au public britannique, ce qui supposera de faire accepter la possibilité, pour le service public audiovisuel britannique, de facturer une partie de ses services. Début mai 2018, la presse britannique révélait également des discussions entre la BBC, ITV et Channel 4 pour lancer une plateforme de *sVoD* au Royaume-Uni afin de contrer Netflix et Amazon qui y prospèrent, avec respectivement 8,2 et 4,3 millions d'abonnés. Ce projet de « Hulu » britannique pourrait par ailleurs bénéficier du soutien des *majors* hollywoodiennes, NBC Universal ayant été évoquée. Ces dernières ne verraient pas d'un mauvais œil leurs concurrents aux États-Unis se retrouver menacés sur les marchés étrangers. Or, Netflix a besoin d'une présence internationale forte pour espérer amortir les coûts de production de ses programmes.

En Suisse, la possibilité de trouver en ligne une alternative aux programmes de l'audiovisuel public a conduit le Parti libéral à défendre un projet de référendum pour l'abandon de la redevance, laquelle compte parmi les plus élevées d'Europe, à 451 francs (392 euros). Cette initiative, baptisée *No Billag*, du nom de l'organisme chargé de la collecte de la redevance, a menacé directement l'existence du service public audiovisuel suisse dont la justification est peut-être plus manifeste qu'en France ou au Royaume-Uni. Ces deux pays disposent d'acteurs audiovisuels privés solides qui permettraient, en cas de disparition de l'audiovisuel public, de préserver a *minima* une offre nationale d'information et de fictions. En Suisse, à l'inverse, le marché est morcelé et les acteurs privés sont essentiellement étrangers, quand l'audiovisuel public, la Société suisse de radiodiffusion (SSR), est la seule à proposer une offre nationale, déclinée en quatre langues, l'allemand, l'italien, le français et le romanche. Or, la SSR est financée à 75 % par la redevance. Un oui massif à l'initiative *No Billag* aurait donc remis en question l'existence des 17 radios et des 7 chaînes de la SSR, ce qui n'a finalement pas été le cas. Le 4 mars 2017, les Suisses ont voté à 71,6 %, contre la suppression de la redevance. Mais la tenue d'une telle consultation exprime une interrogation forte sur le financement du service public audiovisuel suisse et sa légitimité. Les partisans du *No Billag* avaient d'ailleurs pour principal argument que la suppression de la redevance obligerait à repenser totalement l'organisation de la SSR plutôt qu'elle ne conduirait à la disparition du service public audiovisuel. Pourtant, la SSR n'hésite pas à se réformer : en 2010, elle a fusionné, en quelques mois, ses radios et télévisions dans une entité unique pour adopter un modèle comparable à celui de la BBC. Un tel projet a

souvent été évoqué en France mais toujours abandonné, fusionner France Télévisions et Radio France étant à l'évidence hautement complexe et sensible.

Ailleurs en Europe, le service public audiovisuel peut également être contesté, mais pour des motifs différents. Alors que l'indépendance et la qualité de l'information font de la BBC un modèle, d'autres services publics audiovisuels sont critiqués pour leur partialité. Ces critiques sont souvent dogmatiques, comme la dénonciation des « chaînes d'État » par l'Alternative pour l'Allemagne (AfD) ou encore le discours de dénonciation de La France insoumise ou du Front national à l'égard des médias en général, et du service public audiovisuel en particulier. En revanche, dans certains pays, la partialité domine et fait débat, quand la polarisation de la société est telle qu'elle entraîne avec elle le service public audiovisuel. C'est notamment le cas en Espagne où Madrid a envisagé, avant d'y renoncer, la mise sous tutelle de la Corporacio Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) dans le cadre de la crise politique en Catalogne. La CCMA, qui emploie 1 800 personnes, a été créée en 1983 afin de favoriser l'usage du catalan, quand cette langue était interdite sous la dictature de Franco. Elle est désormais accusée par les unionistes de prendre fait et cause pour les indépendantistes catalans, notamment à travers sa chaîne TV3 et la Catalunya Radio. Ainsi certains journalistes ou experts unionistes ont pu refuser d'aller sur les antennes de la CCMA, considérant qu'ils servaient d'alibi pour la diversité éditoriale alors qu'elle n'est pas, de leur point de vue, respectée. D'autres journalistes ont dénoncé la partialité des médias catalans, l'exemple de la météo sur TV3 étant frappant : la météo de Barcelone est donnée avec celle de l'Occitanie française, des Baléares et de Valence : autant dire l'aire d'influence de Barcelone, alors que la météo de Madrid arrive dans un second temps lors de la présentation de la météo dans les capitales européennes, Madrid se trouvant reléguée aux côtés de Paris ou de Dublin. À l'inverse, les journalistes de TV3 reprochent aux médias espagnols de militer contre l'indépendance de la Catalogne. C'est pourquoi, la télévision publique espagnole, la TVE, a décidé de ne pas programmer d'émission spéciale le jour du référendum « illégal » sur l'indépendance de la Catalogne, quand l'événement, par son importance politique majeure, aurait dû faire l'objet d'une couverture journalistique approfondie.

Le divorce semble complet au sein de l'audiovisuel public espagnol. Il révèle combien l'articulation entre médias régionaux publics et offre publique nationale peut être compliquée. Si le multilinguisme de l'audiovisuel suisse contribue à la construction de l'identité nationale helvétique, qu'en sera-t-il par exemple en France si l'autonomisation des réseaux régionaux de France 3, en lien avec France Bleu, fera s'épanouir des programmes identitaires dans les langues régionales, comme l'incarne déjà Via Stella en Corse ? Une telle initiative pourrait-elle mieux mettre en valeur la richesse culturelle française dans sa diversité, ce qui est à l'évidence une mission du service public, ou au contraire contribuer à cristalliser les revendications identitaires, comme ce fut le cas en Espagne ?

AJ

Sources :

- « La BBC et ITV unissent leurs forces dans la VoD », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 16 décembre 2016.
- « Le gouvernement réfléchit à la fusion de France 3 et France Bleu », Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 26 octobre 2017.
- « La télévision publique catalane échappe in extremis au contrôle de Madrid », Mathieu de Taillac, *Le Figaro*, 28 octobre 2017.
- « Les patrons de l'audiovisuel public invités à plancher sur une réforme », Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 1er novembre 2017.
- « La BBC fait des économies en musclant son offre de sport », Alexandre Counis avec M.A., *Les Echos*, 8 novembre 2017.
- « Réforme de l'audiovisuel public : France Télévisions lève des tabous », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 21 novembre 2017.
- « France Télévisions propose un big bang de l'audiovisuel public », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 21 novembre 2017.
- « Emmanuel Macron pulvérise l'audiovisuel public », Arthur Berdah, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 6 décembre 2017.
- « Le débat monte autour de la redevance télé », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 7 décembre 2017.
- « Pour Emmanuel Macron, l'audiovisuel public reste configuré « sur le monde d'avant » », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 19 décembre 2017.
- « La Suisse pourrait supprimer sa redevance », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 21 décembre 2017.

- «La télévision publique catalane accusée de propagande», Patrick Bèle, *Le Figaro*, 21 décembre 2017.
- «Audiovisuel public : des coopérations, jusqu'où ?», Marina Alcaraz, *Les Echos*, 21 décembre 2017.
- «Françoise Nyssen adresse une feuille de route aux patrons de l'audiovisuel public», Enguérand Renault, *Le Figaro*, 22 décembre 2017.
- «Nyssen demande aux groupes audiovisuels d'être plus offensifs», Marina Alcaraz, *Les Echos*, 22 décembre 2017.
- «La charge cinglante de l'UDC contre la SSR», Michel Guillaume, *Le Temps,* 29 janvier 2018.
- «Les groupes audiovisuels publics envisagent de multiples coopérations», Marina Alcaraz, *Les Echos*, 1er février 2018.
- «Gilles Marchand : «Je me bats pour éviter que l'audiovisuel public suisse disparaisse»», interview de Gilles Marchand, directeur général de la SSR, par Enguérand Renault, *Le Figaro*, 5 février 2018.
- «La BBC teste le modèle Netflix avec succès», Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 19 ou 20 voir février 2018.
- «L'audiovisuel public de plus en plus contesté en Europe», Marina Alcaraz, Thibault Madelin, Alexandre Counis, *Les Echos*, 2 mars 2018.
- «La Suisse garde la redevance», Marion Moussadek, *Le Figaro*, 5 mars 2018.
- «Les Suisses refusent la suppression de la redevance», Annaëlle Grondin, *Les Echos*, 5 mars 2018.
- «La BBC alarmée par la fuite du public jeune», Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 3 avril 2018.
- «Vers des économies massives pour l'audiovisuel public», Marina Alcaraz, Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 13 avril 2018.
- «Les belles séries du service public ne doivent pas finir sur Netflix», interview de Takis Candilis, directeur général délégué à l'antenne et aux programmes de France Télévisions, par Marina Alcaraz, *Les Echos*, 27 avril 2018.
- «France Télévisions et ses partenaires européens s'allient pour lutter contre Netflix», Marina Alcaraz, *Les Echos*, 4 mai 2018.
- «L'audiovisuel public européen s'allie face à Netflix»», Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 4 mai 2018.
- «Un Netflix britannique en projet», *Les Echos*, 9 mai 2018.

Télécoms : consolidations et concurrences en Europe

Avec le rapprochement annoncé entre Vodafone et Liberty Global, le marché européen des télécoms amorce une consolidation poussée, les autorités de concurrence restant toutefois très vigilantes. Si Xavier Niel peut internationaliser ses participations en Irlande, le passage de quatre à trois opérateurs mobiles reste plus risqué, comme aux Pays-Bas.

Après une période conciliante où la Commission européenne a laissé le marché européen des télécoms se consolider, les opérations de fusion sont beaucoup plus surveillées depuis 2016 et l'interdiction du rachat d'O2 par Three au Royaume-Uni (voir *La rem* n°38-39, p.42). Désormais, seules les fusions entre opérateurs de réseaux fixe et mobile semblent envisageables sur un même marché national, parce qu'elles préservent la concurrence et contribuent au développement des offres convergentes. Elles répondent également à la nécessité, pour les opérateurs mobiles, de disposer d'un réseau fixe performant pour prendre en charge le transport des données entre antennes dans le cadre du déploiement du très haut débit mobile, qu'il s'agisse de 4G ou de 5G (voir *La rem* n°40, p.48). Quand, à l'inverse, deux opérateurs cherchent à fusionner des activités similaires, tel le rapprochement en Italie des opérateurs mobiles Wind (WimpelCom) et 3 Italia (Hutchison), le passage de quatre à trois acteurs sur le marché est bloqué. Certes, la Commission européenne a donné son autorisation à l'opération italienne le 1er septembre 2016 parce que les deux acteurs fusionnés avaient accepté de céder un lot de fréquences à Iliad afin qu'il investisse le marché italien. Pour croître sur le marché européen des télécoms, il reste donc aux opérateurs à jouer soit la carte de la convergence sur les marchés où ils sont déjà présents, soit la carte de l'internationalisation pour s'implanter dans de nouveaux pays européens.

C'est cette stratégie qui a été retenue par Iliad, la maison mère de l'opérateur français Free, détenue à 52 % par Xavier Niel. Après avoir lancé son activité mobile en France en 2012, ce qui lui a permis de proposer des offres convergentes à l'instar des trois autres acteurs présents sur le marché, Iliad a amorcé une stratégie d'internationalisation avec l'annonce, avant l'été 2018, du lancement des offres mobiles italiennes grâce aux fréquences rachetées à Wind et 3 Italia. L'internationalisation d'Iliad est prévue également en Irlande : le 20 décembre 2017, la société a annoncé avoir pris une participation de 31,6 % au sein du capital de l'opérateur historique irlandais Eir, pour 320 millions d'euros. Mais Eir passe *de facto* sous le contrôle de Xavier Niel puisque l'opération se double également d'une prise de participation de 32,6 % dans Eir par NJJ, la holding personnelle de Xavier Niel. Iliad et NJJ s'imposent ainsi au sein du capital d'Eir, qui a réalisé en 2017 un chiffre d'affaires de 1,3 milliard d'euros en Irlande (exercice clos en juin) et affiche une marge de 40 %, grâce à une part de marché de 38 % dans le fixe, mais de seulement 15,5 % dans le mobile. De ce point de vue, Eir s'apparente plus à un challenger sur le marché irlandais car bien qu'il soit l'opérateur historique, il doit rivaliser sur le haut débit fixe avec Virgin Media, qui appartient à Liberty Global, leader européen du câble, il doit aussi rivaliser sur le mobile avec deux géants européens, Vodafone (43,3 % de parts de marché) et Three (39,3 % de parts de marché). Néanmoins Eir a pour lui d'être déjà un opérateur convergent, ce qui n'est pas le cas de ses concurrents, et il devrait dès lors pouvoir bénéficier de la dynamique propre aux offres groupées. C'est ce qu'anticipe Xavier Niel qui, dans l'opération, a accordé à Iliad une option d'achat sur 80 % des actions détenues par NJJ dans Eir à l'horizon 2024, et ce avec une décote de 12,5 %. Autant dire que NJJ anticipe une hausse bien plus importante de la valeur de Eir dans les six ans à venir, cet accord indiquant également la priorité donnée à l'internationalisation d'Iliad au détriment du déploiement des activités de NJJ. Ainsi Xavier Niel se donne-t-il les moyens de mieux valoriser ses actifs : après la prise de contrôle effective de Eir début avril 2018, l'opérateur a annoncé la suppression de 750 postes, soit plus du quart de ses effectifs.

Si elle est distincte d'Iliad, la holding de Xavier Niel donne à l'actionnaire principal des deux ensembles les moyens d'une internationalisation encore plus ambitieuse. En effet, NNJ détient Monaco Telecom depuis 2014, Orange Suisse depuis 2015 (aujourd'hui rebaptisé Salt), et étend ses activités dans l'océan Indien et l'Afrique grâce à une association avec Axian, groupe malgache dirigé par Hassanein Hiridjee. NJJ est ainsi présent dans les Comores depuis 2015, quand Iliad a eu la priorité dans les départements français de l'océan Indien, la Réunion et Mayotte, où il contrôle Outremer Telecom depuis 2015, à parité avec Axian. NJJ est également associé à Axian dans le rachat au groupe Milicom de l'opérateur sénégalais Tigo, annoncé le 1er août 2017, l'opération ayant reçu les accords nécessaires en avril 2018. Xavier Niel va donc explorer pour la première fois un marché d'Afrique subsaharienne où il devra faire face à Orange, qui contrôle plus de la moitié du marché sénégalais des télécoms.

En Europe, d'autres initiatives plus importantes sont en train de redessiner complètement le paysage des télécoms au nom de la convergence fixe-mobile. Après avoir dès 2015 envisagé la possibilité d'un rapprochement, Vodafone et Liberty Global ont confirmé, le 2 février 2018, avoir entamé des discussions, Vodafone (47,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2017) devant logiquement s'emparer de Liberty Global (17 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2017) afin d'adosser ses activités sur mobiles en Europe à un réseau fixe haut débit. Les deux groupes avaient déjà créé une coentreprise aux Pays-Pas en 2016 en fusionnant les activités mobiles de Vodafone avec le câble de Zyggo. Plus récemment, le 22 décembre 2017, Liberty Global s'est séparé d'UPC Austria, racheté par T-Mobile Austria (Deutsche Telekom) moyennant 1,9 milliard d'euros. Or, l'Autriche est l'un pays des pays européens où Liberty Global ne pouvait pas compter sur Vodafone pour proposer à terme des offres convergentes à ses clients. Liberty Global a de ce point de vue adapté son périmètre à celui de Vodafone.

Le 9 mai 2018, les deux groupes ont annoncé approuver la vente d'une partie des actifs de Liberty Global à Vodafone moyennant 18,4 milliards d'euros.

L'opération concerne les activités de câblo-opérateur de Liberty Global en Allemagne, en Hongrie, en République tchèque ou encore en Roumanie, pays dans lesquels Vodafone est à chaque fois présent dans le mobile quand Liberty Global est présent dans le câble. C'est aussi le cas au Royaume-Uni ou en Irlande, des marchés où les deux groupes ont renoncé pour l'instant à fusionner leurs activités. L'Allemagne est le marché où le rapprochement Vodafone – Liberty aura des conséquences majeures. En effet, en fusionnant Vodafone au réseau câble UPC Deutschland, le nouvel ensemble fait émerger un concurrent solide face au premier opérateur télécoms en Europe, Deutsche Telekom. Ce dernier conforte d'ailleurs ses positions, mais dans un contexte européen où toute opération limitant la concurrence risque d'être bloquée.

Ainsi, le rachat d'UPC Austria par Deutsche Telekom ne devrait pas poser de problème de concurrence car il s'agit de rapprocher le premier câblo-opérateur autrichien d'un opérateur mobile. Il pourrait en être autrement de la prise de contrôle par l'opérateur allemand des activités mobiles néerlandaises du suédois Tele2. Annoncée le 15 décembre 2017, l'opération consiste en un rapprochement entre Tele2 Netherlands et T-Mobile Netherlands, la nouvelle entité étant contrôlée à 75 % par Deutsche Telekom et à 25 % par Tele2, moyennant 190 millions d'euros payés par Deutsche Telekom au groupe Tele2. Il s'agit bien là d'une fusion des numéros 3 et 4 du marché mobile aux Pays-Bas, donc d'une réduction de la concurrence que les deux acteurs espèrent voir autorisée parce que, ensemble, ils resteront toujours très loin du duopole convergent KPN et Vodafone-Zyggo, lesquels représentent à eux seuls 80 % du marché mobile néerlandais.

De son côté, Tele2 s'est mis d'accord, le 9 janvier 2018, avec l'opérateur Com Hem pour prendre le contrôle de ses activités, ce qui permettra à l'opérateur mobile suédois d'adosser ses activités à un réseau fixe haut débit. Le nouvel ensemble s'impose ainsi comme le deuxième acteur du marché en Suède et pourra proposer à ses clients des offres fixe-mobile-télévision intégrées, face au leader Telia.

En Belgique, Orange, qui dispose de 4 millions d'abonnés mobiles, s'est rapproché du réseau câblé Voo, exploité par Nethys et Brutélé, mais contrôlé par les municipalités belges, afin de proposer une véritable offre convergente. Si un partenariat est évoqué, un rachat est aussi possible, mais Orange risque dans ce cas de devoir faire face à la surenchère de Liberty Global, qui dispose déjà d'une offre convergente dans le pays depuis le rachat de Telenet. Ce dernier a annoncé être prêt à débourser 1,3 milliard d'euros pour racheter Voo.

AJ

Sources :

- «Tele2 and Deutsche Telekom to combine their Dutch operations», communiqué de presse, tele2.com, 15 décembre 2017.
- «Xavier Niel se lance à la conquête de l'Irlande», Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 21 décembre 2017.
- «Avec l'Irlande, Free conforte sa stratégie à l'international», Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 21 décembre 2017.
- «Deutsche Telekom rachète le numéro 1 du câble en Autriche», Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 26 décembre 2017.
- «Tele2 and Com Hem conbining to create leading integrated connectivity provider», communiqué de presse, tele2.com, 10 janvier 2018.
- «Vodafone et Liberty Global reprennent les discussions», Romain Gueugneau, *Les Echos*, 5 février 2018.
- «Vodafone et Liberty Global : un rapprochement à 14 milliards», Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 5 février 2018.
- «Orange convoite le réseau câblé belge Voo», Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 3 avril 2018.
- «En Belgique, Telenet s'intéresse à Voo», *Les Echos*, 17 avril 2018.
- «Xavier Niel débarque au Sénégal», S. Dum, *Les Echos*, 24 avril 2018.
- «Vodafone, nouveau champion de la convergence "fixe-mobile"», Raphaël Balenieri, Pauline Houédé, *Les Echos*, 11 mai 2018.

USAGES

Notre intimité en ligne ou le *« privacy paradox »*

La concomitance « heureuse » de deux événements majeurs entraînera-t-elle notre prise de conscience des dérives liées à la « monétisation de notre intimité » : d'une part, la révélation du scandale Cambridge Analytica – la collecte sans autorisation, à des fins de marketing politique, des données personnelles de 87 millions de membres du réseau Facebook – et, d'autre part, l'entrée en vigueur, le 25 mai 2018, du Règlement général sur la protection des données (RGPD).

« *Accéder au compte Google de quelqu'un ? Parfait, vous avez un journal chronologique de tout ce que cette personne a fait au cours des dix dernières années* », dénonce Dylan Curran, développeur web et data consultant. Dans un article publié dans le *Guardian* en mars 2018, il dresse l'inventaire des informations de toute nature le concernant, qu'il a récupérées en ligne auprès de Google et Facebook. Elles remontent à 2008, quand certaines avaient été pourtant expressément effacées par ses soins. Nos données personnelles sont collectées par Google même si nous n'utilisons pas l'un de ses services, et par Facebook même si nous ne sommes pas membre du réseau social (voir l'infographie « Votre profil archivé », p.54-55).

Les deux principales plateformes de services en ligne, Google et Facebook, dont le modèle économique repose exclusivement sur la publicité, prélèvent, analysent et archivent, dès notre première visite, toutes les informations possibles relevant de notre vie privée, allant bien au-delà de ce que requiert leur cœur de métier, pour assurer l'efficacité des annonces publicitaires dont nous sommes la cible. Notre consentement à l'exploitation de nos données personnelles est même la condition d'accès à leurs services. « *You have to fight for your privacy or you will lose it* », déclarait en 2013, Eric Schmidt, président exécutif de Google.

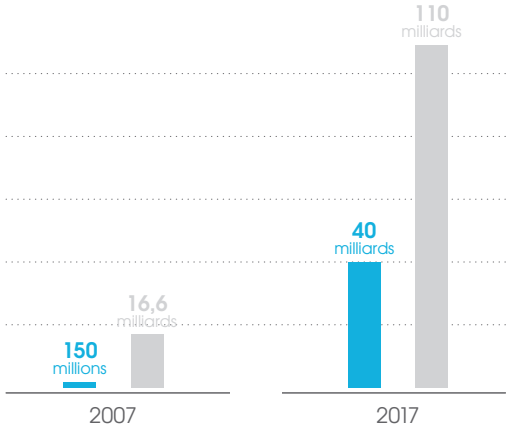
Aujourd'hui, les informations constitutives de notre vie privée, en ligne et hors ligne, peuvent être collectées, à tout moment, notamment par l'intermédiaire d'une webcam ou du micro de notre téléphone. Des machines devenues intelligentes – voitures, équipements domestiques et demain des villes entières – enregistrent les moindres aspects de nos vies. Le traitement de ces flux de données servira à la détermination des choix à faire, des décisions à prendre.

« C'est l'une des choses les plus folles de l'époque moderne. [...] *Nous ne laisserions jamais le gouvernement ou une entreprise installer des caméras ou des microphones dans nos maisons ou des mouchards sur nous. Mais nous y sommes allés et nous l'avons fait nous-mêmes parce que* – to hell with it ! – *nous voulions regarder des vidéos de chiens mignons »*, avertit Dylan Curran. Les avantages quotidiens que nous procure l'usage des services en ligne, devenus pour certains indispensables et irremplaçables, l'emportent largement sur nos motivations à protéger notre vie privée, et même sur notre curiosité à comprendre leur fonctionnement.

L'application du RGPD (voir *La rem* n°42-43, p.21), qui impose désormais aux entreprises dont l'activité inclut la collecte des données personnelles de leurs usagers d'obtenir de ces derniers un consentement *« libre, spécifique, éclairé et univoque »*, ne se heurtera-t-elle pas à ce *« privacy paradox »* ? Combien d'entre nous sont allés au bout de la procédure proposée par Google et Facebook nous invitant à renouveler notre consentement au traitement de nos informations ? Combien d'entre nous ont une nouvelle fois cliqué « à l'aveugle » sur le bouton « Accepter », d'autant plus spontanément que le refus de certaines des nouvelles conditions générales d'utilisation entraîne le blocage de l'accès au service désiré ?

De la même façon que le scandale Cambridge Analytica (voir *infra*) n'a pas provoqué une vague de désinscriptions à Facebook, comme on aurait pu l'imaginer, il serait illusoire de croire que le RGPD suffira à lui seul à motiver les internautes à prendre en charge le contrôle, au moins partiel, de leurs données personnelles. *« La protection des données est comme la qualité de l'air ou de l'eau potable, c'est un bien public, qui ne peut pas être effectivement régulé en faisant confiance à la sagesse de millions de choix individuels. Une réponse plus collective est nécessaire »*, explique Zeynep Tufekci, chercheuse à l'université de Caroline du Nord.

Le chiffre d'affaires de Facebook et de Google (en dollars)



Source : Statista.com

Pour l'avocat autrichien Maximilian Schrems, à l'origine de l'invalidation du *« Safe Harbor »* par la Cour de justice de l'Union européenne en 2015 (voir *La rem* n°36, p.5), le RGPD offre le niveau minimum de protection de la vie privée auquel les citoyens doivent prétendre. Pourtant, dès l'entrée en vigueur du règlement européen, le 25 mai 2018, ce militant pour la protection des données privées a déposé quatre plaintes contre les géants du Net, par l'intermédiaire de l'ONG NOYB (None of Your Business) qu'il a créée, auprès des autorités de protection des données : en France contre Google concernant Android, en Belgique contre Instagram, en Allemagne contre WhatsApp et en Autriche contre Facebook. Il considère que ces entreprises enfreignent les règles du RGPD car elles imposent un *« consentement forcé »* aux utilisateurs, lequel couvre de surcroît l'ensemble de leurs services. Alors que le traitement de leurs données personnelles n'est pas nécessaire à la fourniture de ces services, les internautes qui

refuseront la nouvelle politique de confidentialité en seront privés.

Au terme d'une campagne de six semaines ayant permis de réunir plus de 12 000 signatures, l'association La Quadrature du Net, de son côté, a adressé à la Cnil, le 28 mai 2018, cinq plaintes collectives contre Facebook, Google (Gmail, YouTube et Search), Apple (iOS), Amazon et LinkedIn, fondées également sur l'absence d'un consentement *«libre et éclairé»*.

Pour le président de la Free Software Foundation, Richard Stallman, *«la seule base de données sûre est celle qui n'en aura jamais collecté»*. Dans une tribune publiée dans *le Guardian* le 3 avril 2018, commentée sur le site S.I.Lex, il fait *«une proposition radicale pour garder vos données personnelles en toute sécurité»* : une loi interdisant aux systèmes de collecter les données personnelles. Il écrit notamment : *«Le principe fondamental est qu'un système doit être conçu pour ne pas collecter les données s'il peut remplir ses fonctions principales sans recourir à celles-ci.»*

FL

Sources :

- «Sus aux pirates de nos esprits!», Frédéric Joignot, *Le Monde*, 10 mars 2018.
- «Are you ready? Here is all the data Facebook and Google have on you», Dylan Curran, TheGuardian.com, March 30, 2018.
- «A radical proposal to keep your personal data safe», Richard Stallman, TheGuardian.com, April 3, 2018.
- «Richard Stallman, le RGPD et les deux faces du consentement», Calimaq, S.I.Lex, scinfolex.com, 5 avril 2018.
- «Cambridge Analytica n'a pas fait fuir les utilisateurs de Facebook», Anaïs Moutot, *Les Echos*, 24 mai 2018.
- «Le RGPD, une arme de plus dans la lutte de Max Schrems pour la protection des données personnelles», Jastinder Khera, AFP, tv5monde.com, 25 mai 2018.
- «Dépôt des plaintes collectives contre les Gafam», La Quadrature du Net, laquadrature.net/fr, 28 mai 2018.

GOOGLE ET FACEBOOK COLLECTENT ET CONSERVENT TOUTES VOS DONNÉES

Sont archivés les documents que vous avez expressément effacés : votre CV, votre budget mensuel, vos fichiers, vos pages web et même votre clé privée PGP (Pretty Good Privacy, logiciel de chiffrement cryptographique) pour crypter vos *e-mails*.

Google sait avec qui vous communiquez sur Facebook, dans quel pays et à quelle heure.

VOTRE PROFIL PUBLICITAIRE

- **sexe, âge, statut matrimonial, poids, loisirs, carrière, centres d'intérêt, revenus**

+

- **identifiant et adresse IP de tous vos appareils connectés, *cookies* et balises pixel qui enregistrent vos visites de sites web (Google Analytics).**

VOS ACTIVITÉS

Google

- chaque publicité sur laquelle vous avez cliqué
- chaque application que vous avez installée ou que vous utilisez (fréquence, contexte, partage)
- toutes les photos et les vidéos prises avec votre téléphone, répertoriées par année et comprenant des métadonnées (date et lieu)
- vos achats en ligne *via* Google ou non
- la musique et les stations de radio que vous écoutez
- tous les articles que vous avez lus
- les livres qui vous intéressent *via* Google Books
- les jeux auxquels vous avez joué
- les événements et les rendez-vous de votre Google Agenda
- les fichiers stockés dans Google Drive (*cloud*), y compris des fichiers déjà supprimés
- les pages web que vous avez créées
- vos commentaires sur YouTube
- les téléphones que vous avez possédés
- les pages que vous avez partagées
- vos trajets à pied avec Google Fit

Facebook

- toutes les applications connectées à votre compte, dont Facebook peut déduire vos centres d'intérêt, vos habitudes, vos achats...
- toutes les informations susceptibles de vous intéresser en fonction de ce que vous avez « liké » et des sujets abordés avec vos amis
- vos *stickers*, ces images destinées à exprimer vos états d'âme et vos sentiments

Facebook monétise nos émotions et nos humeurs. Il adresse, par exemple, des publicités aux adolescentes déprimées qui, en ces moments-là, achètent plus de maquillage.

Facebook collecte des données d'internautes non membres, notamment leur adresse IP, par l'intermédiaire d'annonces publicitaires placées par sa régie sur des sites extérieurs.

VOS COMMUNICATIONS

Google

- l'historique de vos appels téléphoniques (date, heure, durée) et SMS, y compris ceux qui ont été supprimés
- tous vos *e-mails* envoyés et reçus, y compris ceux qui ont été supprimés ou classés comme *spams*
- vos contacts sur votre téléphone
- vos sessions de messagerie ou d'appel vidéo sur Google Hangouts
- les groupes Google auxquels vous appartenez

Facebook

- chacune de vos connexions au réseau social, avec l'heure et à partir de quel périphérique
- tous les messages et tous les fichiers envoyés ou reçus depuis que vous êtes inscrit
- vos contacts sur votre téléphone
- tous vos messages audio

Grâce à la mobilisation des défenseurs du respect de la vie privée, Google a annoncé, en 2017, abandonner la lecture automatique, à des fins publicitaires, des courriers électroniques des usagers de sa messagerie Gmail.

votre profil archivé

Équivalant à

- **5,5 Go**
  soit **3 millions de documents Word** téléchargés sur google.com/takeout

Google

- **600 Mo**
  soit environ **400 000 documents Word**, téléchargés sur facebook.com/help/

Facebook

VOS RECHERCHES

Google

- l'historique sauvegardé ou supprimé de vos recherches en ligne sur tous vos appareils : les sites web visités et le temps de visite, les images et vidéos téléchargées, les articles, les livres, les lieux, etc.
- votre navigation avec Chrome
- vos favoris
- l'historique de vos visites sur YouTube, dont Google peut déduire votre confession religieuse, votre orientation politique, votre situation affective, votre état de santé, votre humeur...

VOTRE LOCALISATION

Google

- chronologie de vos déplacements. Chaque fois que vous allumez votre téléphone (si le *tracking* est activé), votre localisation est enregistrée, y compris l'heure de la journée et votre temps de trajet
- Google accède à vos données de localisation, par l'adresse IP, l'adresse MAC, les fonctions GPS, Wi-Fi et Bluetooth même si elles sont désactivées, ainsi que les capteurs comme l'accéléromètre

Facebook

- le lieu où vous vous trouvez à l'occasion de chaque connexion

Via la fonction « visibilité de l'appareil » par laquelle votre smartphone peut être repéré par les relais Bluetooth situés à proximité, dans les musées, les aéroports, les magasins, etc.

@La-rem *FL-graphisme DC*

Source :

- d'après « Are you ready? Here is all the data Facebook and Google have on you », Dylan Curran, TheGuardian.com, March 30, 2018.

Succès de Qwant, le moteur de recherche conforme au RGPD

Le challenger qui a bâti depuis 2013 sa stratégie à l'inverse de celle de Google, par l'absence de collecte et donc de traitement des données personnelles de ses utilisateurs, voit son audience croître à la suite du scandale Cambridge Analytica (voir *infra*).

Son activité, en augmentation de 20 % en janvier et en février 2018, est passée à un rythme de 18 % par jour en mars, indique Eric Léandri, fondateur et PDG du moteur de recherche. Les serveurs de Qwant n'ont d'ailleurs pas supporté ce regain d'affluence de 60 millions de visites mensuelles, subissant une importante panne le 28 mars qui a provoqué l'indisponibilité de son service pendant plusieurs heures. En 2016, Qwant, qui développe ses propres algorithmes, enregistrait 2,8 milliards de requêtes. En 2017, le moteur de recherche a traité 8 milliards de requêtes, certes un bien meilleur score mais que Google obtient en un peu plus de deux jours. Sans aucune donnée archivée, les résultats de recherche ne sont de fait pas liés à l'historique de navigation des internautes, ce qui fait dire à son fondateur que Qwant est *« neutre et global »*.

Grâce à ses deux actionnaires, Axel Springer et la Caisse des dépôts, détenant chacun 20 % du capital avec un apport de 18,5 millions d'euros en 2017, et un prêt de 25 millions accordé par la Banque européenne d'investissement, l'entreprise, dont l'effectif a grandi de 50 à 160 salariés en un an, a investi 42 millions d'euros, principalement dans ses infrastructures. Grâce à l'affichage de publicités – en fonction des requêtes, mais sans *cookies* ni sans conservation des données de navigation –, ainsi qu'aux recettes tirées de son onglet *« Shopping »* et de divers partenariats, Qwant a réalisé un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros en 2017, lequel pourrait atteindre 15 millions en 2018, grâce à son regain de notoriété, visant ainsi l'équilibre financier.

Ayant lancé en 2015, en collaboration avec l'Éducation nationale, le moteur de recherche Qwant Junior pour les enfants de 6 à 12 ans, qui sélectionne des contenus conformes à leur âge, l'entreprise a présenté, en mai 2018, sa Charte éthique Qwant Junior, label d'un *« internet éthique pour les enfants »* pour les sites et les services en ligne, s'engageant à proposer des contenus adaptés aux enfants, à respecter leur vie privée, comme celle de leurs parents, et à refuser de « commercialiser l'attention de l'enfant », très loin par conséquent des pratiques controversées de Google (voir *La rem* n°45, p.83).

Le moteur de recherche a lancé Qwant Music, pour l'heure en version bêta, et multiplie les annonces de lancements pour de nouveaux services, tous affranchis de la collecte des données personnelles : Qwant Maps, Qwant Games, Qwant Science, Qwant IoT (internet des objets), Qwant Med (santé), Qwant Pay (paiement en ligne), ainsi qu'un service de messagerie. Enfin, toujours avec le souci de protéger la vie privée des utilisateurs de Qwant, un service baptisé Masq leur permettra à l'avenir d'enregistrer leurs données de navigation, non plus sur les serveurs de l'entreprise mais sur leurs propres terminaux.

Accessible en 25 langues, Qwant enregistre l'essentiel de son trafic depuis la France, où sa part de marché reste encore modeste (4 %), tout comme en Allemagne (1,8 %) ou en Italie (1,2 %). Depuis avril 2018, le moteur de recherche est intégré à la barre de recherche du site internet Welt.de, du quotidien *Die Welt*, qui appartient au groupe Springer (actionnaire de Qwant).

Alors que sur le web, le moteur de recherche français est installé par défaut sur le navigateur Firefox, Qwant est quasiment absent sur l'internet mobile, comptant à peine 10 % de ses requêtes en provenance des smartphones, ceux-ci étant en effet majoritairement équipés des systèmes d'exploitation Android de Google ou iOs d'Apple qui, tous deux, installent par défaut Google en tant que moteur de recherche. Néanmoins, la loi relative à la protection des données personnelles, adoptée le 14 mai 2018 (pour laquelle le Conseil constitutionnel a néanmoins été saisi), comporte une disposition qui pourrait changer la donne. Selon un amendement défendu par le

député Éric Bothorel (La République en marche), les utilisateurs devront avoir désormais la possibilité de contester devant le juge le choix des navigateurs et moteurs de recherche pré-installés sur leurs terminaux numériques. Cette initiative devrait profiter à Qwant comme à d'autres logiciels, Framabee, Searx ou StartPage, si toutefois le décret d'application est publié.

FL

Sources :

- « Qwant revendique une fréquentation en hausse », avec AFP, LeFigaro.fr, 9 avril 2018.
- « Qwant profite du scandale Cambridge Analytica et du RGPD », Anaëlle Grondin, *Les Echos*, 9 avril 2018.
- « Welt.de intègre le moteur de recherche européen Qwant », dossier de presse, Qwant.com, 25 avril 2018.
- « Moteurs de recherche : vers plus de concurrence sur les smartphones », Raphael Balenieri, *Les Echos*, 13 mai 2018.
- « Qwant Junior lance une Charte éthique pour un internet plus protecteur pour les enfants », dossier de presse, Qwant.com, 23 mai 2018.
- « VivaTech 2018 : Qwant façonne son "alternative" à l'univers Google », Marie Zafimehy, RTL.fr, 30 mai 2018.

Financement de la presse par les citoyens : un usage peu répandu

Les dispositifs fiscaux qui permettent aux particuliers de soutenir des entreprises de presse d'information ne rencontrent pas un grand succès en France. Seuls 158 ménages ont souscrit au capital d'une entreprise de presse d'information générale et politique.

Rendu public en avril 2018, le rapport d'évaluation de la loi Françaix de 2015 (voir *La rem* n°34-35, p.7) présenté par les députés George Pau-Langevin et Laurent Garcia conclut au succès très relatif des mesures introduites afin d'accorder aux contribuables une réduction de l'impôt sur le revenu, d'une part, pour des dons versés au profit d'associations ayant pour objet de soutenir le pluralisme de la presse, et d'autre part, pour la souscription au capital d'une entreprise de presse d'information politique et générale. Appelées communément « amendements Charb », ces dispositions de défiscalisation, dont le directeur de la publication de *Charlie Hebdo* avait eu l'idée, ont été adoptées au lendemain de l'attentat perpétré le 7 janvier 2015 au siège de l'hebdomadaire, où ont été assassinées douze personnes, dont Charb, et onze autres blessées.

Ces premières mesures n'ayant pas connu le succès attendu, leurs modalités d'application ont été élargies et renforcées par la loi Bloche de 2016 (voir *La rem* n°41, p.10). La souscription au capital ouvrant une réduction d'impôt sur le revenu, égale à 30 %, concerne toutes les entreprises de presse, quelle que soit leur périodicité, ainsi que les services de presse en ligne, d'information générale ou politique ou consacrant une large part à l'information générale et politique. Sont également pris en compte les versements effectués au profit des « sociétés des amis » ou « des sociétés des lecteurs ». En outre, les plafonds des montants donnant droit à réduction d'impôt ont été relevés de 1 000 à 5 000 euros pour une personne seule et de 2 000 à 10 000 euros pour un couple.

Le dispositif relevant du régime fiscal du mécénat présente un bilan plutôt satisfaisant, estiment les deux députés chargés d'en évaluer les effets. Ainsi le montant collecté par les deux associations, créées pour collecter les dons des particuliers en faveur de la presse, à savoir « J'aime l'info » et « Presse et Pluralisme », est passé de 3,3 millions d'euros en 2014 à 5,6 millions en 2016, l'année 2015 ayant atteint les 8 millions d'euros avec un versement de 2,9 millions d'euros pour *Charlie Hebdo*. Les dons peuvent être nominatifs ou non nominatifs, ces derniers sont pratiqués seulement par l'association « Presse et Pluralisme » au sein de laquelle un comité d'orientation se charge de la sélection des bénéficiaires. Ouvrant pour les particuliers une réduction d'impôt égale à 66 % du versement dans la limite de 20 % de leur revenu imposable, ces dons aux associations ont concerné 91 titres, tous supports confondus. Le manque à gagner pour l'État est estimé à 4 millions d'euros.

En revanche, le dispositif permettant aux particuliers de souscrire au capital d'une entreprise de presse n'a pas porté ses fruits. Malgré les assouplissements effectués, la souscription au capital d'une entreprise de presse ouvrant à réduction d'impôt n'a pas attiré les contribuables. La Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) chargée de ces questions au sein du ministère de la culture estime que le montant de cette niche fiscale était inférieur à 500 000 euros en 2016. Si l'administration n'indique pas le nombre d'entreprises de presse concernées, elle prévoit néanmoins que ce résultat ne devrait pas évoluer au cours des deux années suivantes. La DGMIC précise que seuls 158 ménages ont choisi de bénéficier de cette mesure de défiscalisation pour financer une entreprise de presse d'information générale et politique.

Pour les députés rédacteurs du rapport d'évaluation, il convient malgré tout de prolonger la durée de vie de cette mesure prévue jusqu'en 2018, soulignant son importance pour les petits éditeurs de presse, ainsi que pour ceux qui, comme le quotidien *L'Humanité*, pratiquent régulièrement des appels à souscription auprès de leurs lecteurs. Reprenant un argument développé par le Syndicat de la presse indépendante d'information en ligne (SPIIL), ils suggèrent d'assouplir le mécanisme fiscal pour souscription au capital, en donnant aux holdings d'investisseurs la possibilité d'en bénéficier avec leur entrée au capital des sociétés des lecteurs. Celles-ci sont en effet autorisées à ouvrir leur capital aux seuls actionnaires individuels, leur regroupement sous la forme d'une holding faisant perdre aux particuliers l'avantage fiscal auquel ils pouvaient prétendre.

Enfin, dernière proposition pour encourager la participation des citoyens au financement de la presse : augmenter la réduction d'impôt sur le revenu, accordée aux particuliers souscrivant au capital d'une entreprise solidaire de presse d'information (ESPI), statut instauré par la loi du 17 avril 2015 pour favoriser l'indépendance et le pluralisme de la presse (voir *La rem* n°34-35, p.7). Égal à 50 % (contre 30 % pour les « non-ESPI »), ce taux devrait être aligné sur celui appliqué aux dons des particuliers en faveur des associations soutenant le pluralisme de la presse, soit 66 %. Selon la DGMIC, seules quinze entreprises de presse ont adopté le statut d'ESPI à ce jour : *Charlie Hebdo* en 2015 ; *94 Citoyen*, *OGC Presse* et *Les Jours* en 2016 ; *L'Humanité*, *The Dissident*, *INpact MediaGroup*, *Ceylan*, *Mediatico*, *Le Drenche*, *Ouest Media Presse*, *Marsactu*, *Contrevues Presse* et *VoxEurop* en 2017. Sur 69 entreprises de presse en ligne éligibles au statut d'ESPI (sur un total de 165 adhérents au SPIIL), seulement sept d'entre elles ont fait ce choix.

FL

Source :

- Rapport d'information sur l'évaluation de la loi n° 2015-433 du 17 avril 2015 portant diverses dispositions tendant à la modernisation du secteur de la presse, Commission des affaires culturelles et de l'éducation de l'Assemblée nationale, présenté par M. Laurent Garcia et Mme George Pau-Langevin, députés, Assemblee-nationale.fr, 11 avril 2018.

RSF : *« la haine du journalisme menace les démocraties »*

Le dénigrement de la fonction de journaliste, accompagné de violences verbales, devient une rhétorique ordinaire pour de nombreux chefs d'État en Europe, pourtant élus démocratiquement, qui n'hésitent même plus à désigner expressément la presse comme un adversaire. *« La lente érosion du modèle européen se confirme »*, annonce l'association Reporters sans frontières.

Selon RSF (Reporters sans frontières), l'Europe affiche la plus importante dégradation de la situation des journalistes en 2018. Quatre pays européens figurent parmi les cinq plus fortes rétrogradations dans le classement annuel mondial : au 65e rang, Malte a reculé de 18 places ; la République tchèque, au 34e rang, en a perdu 11 ; la Serbie, au 76e rang, en a cédé 10 et la Slovaquie, au 27e rang, perd également 10 places au classement. Les violences verbales des leaders politiques de ces pays à l'encontre de la presse ont pris des proportions incroyables.

En République tchèque, le président Milos Zeman a donné une conférence de presse, en octobre 2017, tenant une kalachnikov factice portant l'inscription *« pour les journalistes »*. En Slovaquie, pays où a été assassiné le journaliste Jan Kuciak en février 2018 (voir *infra*), le Premier ministre Robert Fico insultait les journalistes, les traitant de *« sales prostituées anti-slovaques »* ou de *« simples hyènes idiotes »*. En Hongrie, 73e au classement de RSF, le Premier ministre Viktor Orbán multiplie les attaques verbales contre le milliardaire américain George Soros, dont l'Open Society Foundations finance entre autres l'International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ). Le philanthrope est devenu son bouc émissaire, accusé de soutenir des médias indépendants qui *« discréditent »* l'image du pays.

Les accusant de *« traîtrise »* ou d'être des *« espions à la solde de l'étranger »*, le président Aleksandar Vucic à la tête de la Serbie, pays au 76e rang dans le classement de RSF, en recul de 10 places, cherche à intimider les journalistes qui font leur travail, en s'appuyant sur les médias progouvernementaux. Pour avoir dénoncé le déséquilibre entre le temps d'antenne accordé au parti au pouvoir – Parti progressiste de Serbie (SNS) – sur la chaîne Pink TV et celui réservé à leurs opposants, avant l'ouverture officielle de la campagne pour les élections municipales serbes, la journaliste serbe Tamara Skrozza a été visée par des appels à la haine orchestrés par cette télévision privée, allant jusqu'à la désigner à l'antenne comme une *« ennemie de l'État »*. En Albanie, 75e au classement de RSF, le Premier ministre Edi Rama, quant à lui, met en avant leur incompétence ou leur nuisibilité, à l'automne 2017, en les qualifiant *« d'ignorants »*, de *« poisons »*, de *« charlatans »* et même *« d'ennemis publics »*. En Croatie, les journalistes sont eux aussi victimes d'attaques verbales violentes, et la classe politique ne les défend guère.

Responsable du bureau Europe-Balkans de RSF, Pauline Adès-Mével témoigne : *« Les élus sont de plus en plus enclins à développer un discours hostile aux médias, qui a des répercutions quand les reporters se retrouvent sur le terrain. »* En outre, le phénomène de concentration des médias permet à quelques oligarques de les utiliser pour servir leurs propres intérêts. Pays qui assure la présidence du Conseil de l'Union européenne jusqu'à la fin juin 2018, la Bulgarie est passée de la 36e place au classement de RSF en 2006 à la 109e pour l'année 2017. La quasi-totalité des journaux du pays appartient à la famille Peevski, qui n'hésite pas à attaquer en justice les journalistes non respectueux de sa ligne éditoriale.

« Si vous ne voulez pas être dépendants de l'image que les médias renvoient de vous, alors vous devez construire vos propres structures [...], expliquait Viktor Orbán, en 2013, aux étudiants de l'université de Varsovie. *N'ayez aucune gêne. Trouvez des hommes d'affaires aux opinions plus traditionnelles pour créer des médias. »* Son *« modèle hongrois »*, qui consiste notamment à saper les médias de service public en les accusant de partialité, commence de fait à essaimer peu à peu dans les pays voisins, en Pologne et en République tchèque comme en Autriche. Deux jours après sa réélection, pour quatre ans, en avril 2018, Viktor Orbán a signé une autre victoire, la

fermeture de *Magyar Nemzet,* dernier quotidien d'opposition du pays.

Dans les pays d'Europe de l'Ouest aussi, la rhétorique belliqueuse des dirigeants politiques est dangereuse pour le journalisme. En Autriche, 11e au classement de RSF, la télévision publique ORF est accusée par le leader du parti populiste FPÖ de véhiculer des mensonges. En Espagne, 31e au classement de RSF, à la suite du référendum du 1er octobre 2017 en Catalogne, le discours agressif des autorités catalanes envers les journalistes non indépendantistes a contribué à renforcer le harcèlement sur les réseaux sociaux. Quant à la France, 33e au classement de RSF, elle n'est pas en reste, avec un goût exacerbé pour le *mediabashing* de certains leaders politiques, particulièrement pendant la campagne électorale de 2017. Pour le leader de La France insoumise, Jean-Luc Mélenchon, *«la haine des médias et de ceux qui les animent est juste et saine»*. Quant à Laurent Wauquier, président des Républicains, il qualifie le travail de certains journalistes de «bullshit *médiatique»*.

«La libération de la haine contre les journalistes est l'une des pires menaces pour les démocraties, s'alarme Christophe Deloire, secrétaire général de RSF. *Les dirigeants politiques qui alimentent la détestation du journalisme portent une lourde responsabilité, car remettre en cause la vision d'un débat public fondé sur la libre recherche des faits favorise l'avènement d'une société de propagande. Contester aujourd'hui la légitimité du journalisme, c'est jouer avec un feu politique extrêmement dangereux.»*

FL

Sources :

- «L'inquiétant recul de la liberté de la presse en Europe centrale et orientale», Blaise Gauquelin, *Le Monde*, 11-12 mars 2018.
- «En Hongrie, l'arrêt de plusieurs médias signe l'extinction de la presse d'opposition», Blaise Gauquelin, *Le Monde*, 12 avril 2018.
- «Classement mondial de la liberté de la presse 2018 : la haine du journalisme menace les démocraties», Reporter sans frontières, rsf.org, 25 avril 2018.
- «Classement RSF 2018 : en Europe aussi, on assassine les journalistes», Reporter sans frontières, rsf.org, 25 avril 2018.

«INFORMER TUE» AUSSI EN EUROPE

Selon RSF (Reporters sans frontières), les meurtres de journalistes restent une exception dans l'Union européenne, avec cinq affaires en dix ans, dont le massacre de l'équipe de *Charlie Hebdo* en janvier 2015 et l'assassinat de Daphne Caruana Galizia à Malte en octobre 2017, auxquels s'ajoute en février 2018 celui de Jan Kuciak en Slovaquie, donc deux en l'espace de quatre mois, du jamais vu au sein de l'Union européenne.

Malte : assassinat de Daphne Caruana Galizia en octobre 2017

La journaliste Daphne Caruana Galizia est morte brûlée vive dans l'explosion de sa voiture. *«Les escrocs sont partout. La situation est désespérée»*, tels sont les derniers mots écrits par Daphne Caruana Galizia sur son blog *Running Commentary*, où elle publiait régulièrement l'avancée de ses enquêtes ; blog suivi par 300 000 lecteurs alors que la petite île de Malte, entrée dans l'Union européenne en 2004, compte 440 000 habitants. Menacée de mort, prise à partie dans la rue, la journaliste se battait sans relâche contre la corruption et le crime organisé qui depuis longtemps rongent la société maltaise. À la fois redoutée, détestée ou admirée, celle qui était vue comme *« WikiLeaks à elle toute seule»* a multiplié les révélations sur le parti travailliste au pouvoir depuis 2013 et enquêtait également sur le parti nationaliste.

Durant les six mois qui ont suivi son assassinat, une enquête collaborative, baptisée *« Le projet Daphne »*, a été lancée par l'association Forbidden Stories, ayant pour vocation de reprendre les enquêtes des journalistes assassinés ou emprisonnés. Elle engage alors 18 médias internationaux (dont *Le Monde*, Radio France, France 2 et Premières lignes aux côtés notamment du *Guardian*, du *New York Time*, du *Süddeutsche Zeitung* et du *Times of Malta*), soit 45 journalistes dans 15 pays qui se sont plongés dans les milliers de documents de toutes sortes laissés par Daphne Caruana Galizia. Il en ressort le bien-fondé de son travail d'enquête. A été ainsi révélée l'existence « d'un programme de passeports en or » sur l'île de Malte, soit la délivrance par complaisance de la nationalité maltaise (c'est-à-dire au mépris de la condition fixée par Bruxelles en 2014 d'être résident), sésame du territoire européen, contre un million d'euros. En cinq ans, 800 familles russes en ont bénéficié, ainsi que d'autres, moins nombreuses, venues du Moyen-Orient ou de l'Asie. Ayant rapporté quelque 800 millions d'euros, ce *« programme »* a permis de financer le développement de l'Île, de combler son déficit budgétaire et de verser des commissions au chef de cabinet du Premier ministre maltais.

Autre histoire édifiante : celle établie à partir d'une affaire de pots-de-vin impliquant une fois de plus le chef de cabinet du Premier ministre sur laquelle enquêtait Daphne Caruana Galizia, qui a permis de mettre au jour les activités de la Pilatus Bank. Ouverte en 2013 sur l'île de Malte par Ali Sadr, jeune homme d'affaires iranien, cette banque privée détient les comptes d'un réseau de sociétés-écrans maltaises appartenant aux deux richissimes familles qui dirigent d'une main de fer l'Azerbaïdjan – celle du dictateur Ilham Aliev et celle de son ministre Kamaladdin Heydarov. Ces holdings ont servi à réaliser des dizaines de millions d'euros d'investissements « masqués » dans toute l'Union européenne. Depuis que le nouveau gouvernement travailliste maltais, installé en 2013, a choisi de confier la construction d'une centrale thermique à un consortium où figure la société nationale azerbaïdjanaise Socar, la banque Pilatus a enregistré de nombreuses ouvertures de comptes, majoritairement en provenance de sociétés et de personnes proches du pouvoir azerbaïdjanais, à propos desquels l'agence antiblanchiment maltaise constate que la banque n'indique pas *« suffisamment de preuves sur la source de la fortune »*. Tandis que la famille Aliev reste silencieuse, Kamaladdin Heydarov a déclaré *« qu'il est absolument faux que sa richesse provient de la corruption »*. Quant au fondateur de la banque Pilatus, Ali Sadr, l'homme au cinq passeports, il est en prison aux États-Unis, depuis le 19 mars 2018, pour violation des sanctions américaines contre l'Iran, pour avoir été l'intermédiaire financier des activités du conglomérat iranien appartenant à son père. *« Comment Ali Sadr a-t-il pu créer aussi facilement une banque à Malte, pays membre de l'Union européenne et de la zone euro, alors même que les autorités locales étaient informées de l'enquête du FBI ? »*, s'interroge l'équipe de journalistes du Projet Daphne.

Entre autres curiosités, l'affaire Pilatus a même des prolongements dans les provinces françaises, par le rachat de trois entreprises locales en difficulté fabriquant de la porcelaine près de Limoges ou du linge de maison près de Cambrai, chacune fournisseur de l'Élysée.

Daphne Caruana Galizia a payé de sa vie la révélation de véritables scandales aux ramifications politiques et planétaires. *« Vous pouvez tuer le messager, mais pas le message »*, avertit Laurent Richard du réseau Forbidden Stories.

Slovaquie : assassinat de Jan Kuciak en février 2018

Depuis son indépendance en 1993, la Slovaquie a été marquée par de nombreuses affaires de corruption. À Bratislava, les manifestations se sont multipliées en 2017 pour réclamer la démission de plusieurs ministres. *« Ils ont tué un homme qui voulait que la Slovaquie soit un endroit où l'on vive mieux »*, a publié le site Aktuality.sk, propriété de l'allemand Springer et du suisse Ringier, pour lequel travaillait Jan Kuciak. Quinze jours avant son assassinat par balle, et celui de sa compagne, à leur domicile, le journaliste avait publié une enquête sur une fraude fiscale à laquelle étaient mêlés des hommes d'affaires liés au Smer-SD, parti du Premier ministre Robert Fico.

Il s'apprêtait à en publier une autre plus compromettante encore, révélant des liens entre l'homme d'affaires italien Antonino Vadala, la mafia calabraise 'Ndrangheta, des proches de Robert Fico et des membres du gouvernement. Démissionnaire en mars 2018 afin d'éviter des élections législatives anticipées, Robert Fico reste à la tête du parti au pouvoir. Son proche collaborateur Peter Pellegrini l'a remplacé au poste de Premier ministre, entouré de la plupart des membres de l'ancien gouvernement. Arrêté pour trafic de drogue en mars 2018 à la suite d'un mandat d'arrêt lancé par l'Italie, Antonino Vadala sera extradé dans la péninsule. Il est également accusé de tentative de détournement de subventions européennes en Slovaquie, ce qu'avait découvert Jan Kuciak.

Quant à l'Italie elle-même, dix-neuf journalistes y vivent aujourd'hui sous escorte de police permanente et 167 autres bénéficient de mesures de protection, comme des rondes de policiers dans leur quartier.

FL

Sources :

- « Italie : près de 200 journalistes ont une protection policière », AFP, tv5monde.com, 6 décembre 2017.
- « Meurtre du journaliste Jan Kuciak, "une attaque contre la démocratie" », Courrier international, n°1426 du 1er au 7 mars 2018.
- « Malte : le travail de Daphne Caruana Galizia repris par 45 de ses collègues », Olivier Baube, AFP, tv5monde.com, 19 avril 2018.
- « Le projet Daphne. Enquête sur l'assassinat d'une journaliste », Jean-Baptiste Chastand et Anne Michel, envoyés spéciaux à Malte, *Le Monde*, 19 avril 2018.
- « Le projet Daphne. Malte, l'île des passeports "en or" », Jean-Baptiste Chastand et Anne Michel, envoyés spéciaux à Malte, *Le Monde*, 20 avril 2018.
- « Le projet Daphne. Malte, porte d'entrée de l'Azerbaïdjan en Europe », Jean-Baptiste Chastand et Anne Michel, envoyés spéciaux à Malte, *Le Monde*, 20 avril 2018.
- « Le journaliste slovaque assassiné a été pris pour cible expressément », AFP, tv5monde.com, 10 mai 2018.

REPÈRES & TENDANCES

AILLEURS

Le quotidien tout numérique québécois *La Presse*+ appelle à l'aide

Les lecteurs l'ont plébiscité mais les recettes publicitaires n'ont pas suivi. La question de la survie de ce titre centenaire, l'un des principaux quotidiens de la province du Québec, accessible exclusivement en version numérique depuis janvier 2018, relance le débat sur un nécessaire soutien financier du gouvernement canadien à la presse de qualité.

Après avoir perdu 63 % de ses revenus publicitaires en cinq ans et constaté que l'âge moyen de son lectorat n'a pas cessé de vieillir en quinze ans, le quotidien montréalais *La Presse* décide, dès 2011, d'opérer un virage radical en abandonnant le papier pour migrer sur internet avec un accès gratuit (voir *La rem* n°26-27, p.36 et n°36, p.47). Plus de 26 millions d'euros ont été investis dans le développement d'une application sur tablette *La Presse*+, lancée en 2013. S'en suivra l'arrêt de son édition imprimée en semaine en janvier 2016, puis de celle du week-end avec ses nombreux suppléments en janvier 2018, se privant ainsi totalement des recettes de diffusion. Le déploiement de cette stratégie tout numérique a entraîné, dans un premier temps, la suppression de 158 postes, dont 43 au sein de la rédaction, à laquelle se sont ajoutés par la suite 50 nouveaux licenciements, conservant toutefois la plus importante rédaction du Québec, avec près de 250 journalistes.

En 2018, son édition sur tablette *La Presse*+ enregistre des résultats d'audience en ligne supérieurs à ceux que réalisait l'édition imprimée : 260 000 lecteurs par jour en moyenne (dont 75 000 nouveaux lecteurs) et 500 000

pour l'édition de fin de semaine ; un lectorat plus jeune composé presque aux deux tiers d'adultes de 25 à 54 ans (63 %) ; des lecteurs qui consacrent, en outre, 40 minutes par jour en moyenne à l'édition sur tablette et 50 minutes durant le week-end. *La Presse* totalise près de deux millions de lecteurs uniques par semaine sur l'ensemble de ses supports numériques, tablettes, sites web et smartphones.

Ce succès significatif en termes d'audience ne suffit pourtant pas à assurer la pérennité de l'une des principales entreprises de presse du Québec. Malgré les économies réalisées par la suppression des frais d'impression et de distribution, malgré une offre riche en formats publicitaires avec un tarif (coût pour mille ou CPM) de 50 euros, en hausse de près de 40 % par rapport à l'édition imprimée, *La Presse*+ se trouve aujourd'hui dans une situation économique dangereuse, avec notamment une perte cumulée de 164 millions d'euros entre 2013 et 2015. Au Canada, comme ailleurs, les recettes publicitaires des médias ont chuté de 75 % depuis 2005 et les géants américains, Google et Facebook, captent la quasi-totalité du marché de la publicité en ligne, évalué à plus de 7 milliards d'euros. Plus de 330 quotidiens et hebdomadaires canadiens ont cessé de paraître ou sont dans une situation précaire depuis 2009.

Néanmoins, pour le président de *La Presse*, Pierre-Elliott Levasseur, il n'est pas question de revenir sur le modèle de la gratuité. *« Maintenir une offre d'information de qualité accessible à tous est un enjeu de société »*, a-t-il déclaré, au moment même où la famille Desmarais, qui en est propriétaire depuis cinquante ans, décide de se retirer. À la tête du groupe Power Corporation, détenant des participations dans des multinationales telles que Total ou LafargeHolcin, le patron André Desmarais a annoncé, le 8 mai 2018, aux quelque 600 salariés de *La Presse* que leur entreprise allait devenir un organisme sans but lucratif (OSBL), auquel le groupe attribuera un don défiscalisé de 32,5 millions d'euros, s'engageant également à assurer le financement des retraites des salariés, anciens et actuels. Entreprise autrefois rentable, *La Presse* devra donc compter pour sa survie sur les aides de l'État et sur les dons de philanthropes.

La Presse n'est pas le seul titre en difficulté. L'autre quotidien montréalais, *Le Devoir,* a déjà procédé à un appel aux dons, récoltant environ 168 000 euros en juin 2017, tandis que le titre anglophone le plus lu du pays, *Toronto Star,* se déclare également en péril. À l'été 2017, il a d'ailleurs abandonné son application *Star Touch,* lancée en 2015 avec la technologie de *La Presse*, après avoir investi 25 millions d'euros et licencié 29 salariés. Depuis juillet 2017, le *National Post* a basculé exclusivement en ligne son édition du lundi, jour peu propice aux recettes publicitaires, afin d'assurer son équilibre financier. En avril 2018, la mise en vente un an plus tôt par le groupe de presse TC Transcontinental de ses 93 titres locaux à l'entreprise de services Transmet Logistics & Metropolitan Media a quasiment abouti, avec la cession de 30 publications à Montréal et à Québec, dont le quotidien gratuit *Métro.*

Dans ce contexte difficile, les éditeurs se tournent vers les autorités locales et nationales. En 2018, le Québec a mis en place un crédit d'impôt sur cinq ans, soit une aide de 42,5 millions d'euros destinée aux médias écrits d'information québécois produisant des contenus originaux. Les éditeurs de presse espèrent que cette initiative, faisant du Québec le premier gouvernement du pays à s'impliquer directement, incitera le gouvernement fédéral à réagir à son tour. En juin 2017, une association d'éditeurs de presse baptisée Médias d'Info Canada (MIC) a sollicité le gouvernement canadien pour la création d'un fonds d'aide pour le journalisme, alimenté par une taxe sur la publicité en ligne, *« spécialement auprès des entreprises qui ne font pas de création de contenus, comme Google et Facebook, qui font beaucoup d'argent sans rien redonner »*, a expliqué Bob Cox, président du conseil d'administration de l'association. Le gouvernement de Justin Trudeau s'oppose à l'idée que les aides publiques fédérales puissent être attribuées à de grandes entreprises ou à de riches familles propriétaires de journaux. En février 2018, il a tout de même accordé 33 millions d'euros sur cinq ans *« à une ou à plusieurs organisations non gouvernementales indépendantes qui soutiendront le journalisme local dans les communautés mal desservies »*.

Rappelant que la presse écrite traverse la plus grande crise de son histoire, la Fédération nationale des communications (FNC-CSN), organisation syndicale

LECTURE DE LA PRESSE : LA TABLETTE N'A PAS ATTEINT LE SUCCÈS ESCOMPTÉ

- Outre le contre-exemple de l'application gratuite *La Presse*+ au Québec, les projets d'édition spécialement élaborés pour la tablette, depuis la sortie de l'iPad d'Apple en 2010, ont finalement été abandonnés, comme le magazine *The Project* de Richard Branson lancé en 2010 ou le quotidien *The Daily* de Rupert Murdoch paru en 2011. Après avoir misé sur ce nouveau support, espérant ainsi enrayer la chute de la diffusion de leurs journaux imprimés grâce à une offre enrichie de contenus multimédias aisément accessibles *via* l'écran tactile, la plupart des éditeurs ont finalement cessé de développer une édition spéciale tablette. Le « JT » (Journal tactile), proposé en 2013 par *Le Monde,* est interrompu en décembre 2015. Dans le même temps, le PDF du journal est mis en ligne une heure plus tôt, à 13 heures et une nouvelle application pour smartphone baptisée La Matinale, créée en mai 2015, permet au quotidien du soir d'être présent sur le créneau du matin.

- En France, les lectures de la presse en version numérique représentent plus de la moitié (53 %) des lectures des marques de presse. La tablette est le support le moins utilisé pour consulter la presse (9 %), loin derrière le téléphone mobile (25 %) ou l'ordinateur (19 %), selon la quatrième vague de l'étude d'audience ACPM One Global 2017. Paradoxalement, la tablette, le plus sophistiqué des terminaux, reste le support privilégié pour consulter le plus classique des formats, le PDF, réplique à l'identique de l'édition imprimée du journal, sans doute parce qu'il correspond aux habitudes des lecteurs traditionnels de la presse.

- La baisse continue des ventes de tablettes dans le monde, depuis plus de trois ans, se confirme en 2017 (- 7,6 %). Limitée à un petit nombre de fonctions, la tablette est concurrencée à la fois par les smartphones de grande taille et par les ordinateurs portables dotés d'un écran tactile. L'iPad d'Apple reste leader avec 27 % de part de marché et des ventes en augmentation de 3 % en 2017.

FL

Sources :

- Etude One Global 2017 V4, communiqué de presse, ACPM, acpm.fr, 14 décembre 2017.
- « Le long et lent déclin du marché des tablettes », Vincent Fagot, *Le Monde*, 8 février 2018.
- « Presse sur tablette, la révolution avortée », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 26 mars 2018.

québécoise, considère que le gouvernement fédéral fait *«un pas dans la bonne direction»*, mais que les montants sont insuffisants, face aux besoins réels de tous les journaux imprimés ou numériques et pas uniquement les journaux locaux, seuls visés par cette aide fédérale. Pour Pascale St-Onge, présidente de la FNC-CSN, le gouvernement a manqué *«une belle occasion d'aller chercher l'argent dans les poches des Netflix, Google et Facebook, comme l'ont déjà fait plusieurs pays»*.

Ex-directeur de l'information de Radio-Canada, Alain Saulnier commente ainsi le nouvel avenir promis à *La Presse* : *«Miser sur les fonds publics et la philanthropie, est-ce là le modèle d'affaires alternatif ? Tous les médias rivaliseront les uns avec les autres pour obtenir leur financement respectif. La dépendance à l'égard des fonds publics comporte aussi sa zone d'ombre selon les gouvernements élus. Quant aux milliardaires philanthropes, ils ne courent pas les rues non plus.* […] *Nous avons besoin de journalistes rigoureux et solides pour contrer la désinformation qui prend trop d'espace sur Facebook et les réseaux sociaux.»*

FL

Sources :

- «Bilan positif pour "La Presse" après l'abandon de son édition papier», *La Correspondance de la Presse*, 21 juin 2016.
- «La délicate transition numérique de la presse canadienne», Olivier Mougeot, Québec-correspondance, *Le Monde*, 27 juin 2017.
- «Budget fédéral - Aide à la presse écrite : il faudra aller beaucoup plus loin», Fédération nationale des communications (FNC-CSN), Cision, newswire.ca, 27 février 2018.
- «Québec donne un coup de pouce à la presse écrite», Hugo Pilon-Larose, *La Presse+*, lapresse.ca, 28 mars 2018.
- «Transcontinental vend *Métro* et 29 autres journaux de Montréal et de Québec», Radio-Canada.ca, 27 avril 2018.
- « Médias : le quotidien montréalais "La Presse" devient un organisme sans but lucratif », Catherine Françoise, tv5monde.com, 10 mai 2018.
- «Le canadien Power Corp. cède "La Presse" à un organisme sans but lucratif », Montréal-correspondance, Anne Pélouas, *Le Monde*, 12 mai 2018.

Aadhaar : l'identification biométrique indienne connaît des ratés

Obligatoire en Inde dans de nombreuses situations mais frappée de fréquents dysfonctionnements, l'identification biométrique (voir *supra*) a des conséquences graves pour la population indienne. Conçue au départ afin de lutter contre la fraude et garantir plus de sécurité, la carte d'identité biométrique peine à atteindre ses objectifs. Peut-être les avantages qui en découlent ne sont-ils pas supérieurs aux désagréments qu'elle cause.

Lancé en 2010, le programme Aadhaar (fondation en hindi) est la plus grande base de données biométriques au monde, un fichier qui recense les empreintes digitales et autres scanners d'iris de 1,13 milliard d'individus, soit près de 99 % de la population adulte du pays. En Inde, les résidents reçoivent, à leur demande, un identifiant de 12 chiffres associé à leurs données biométriques : empreintes digitales, photographie du visage et scanner de l'iris. Toute personne vivant dans le pays depuis plus de six mois (y compris les étrangers) peut obtenir gratuitement sa *«Aadhaar Card»*. Mais cette possibilité confine à l'obligation, tant il devient difficile de vivre sans. En effet, Aadhar est devenu tentaculaire et il est aujourd'hui impossible, sans carte d'identité biométrique, outre de bénéficier de certaines prestations sociales, bourses d'étude et pensions, d'ouvrir un compte en banque, d'obtenir une

ligne téléphonique, de souscrire une assurance ou encore d'être soigné à l'hôpital. Et la carte Aadhaar pourrait être bientôt exigée par les compagnies aériennes pour acheter un billet d'avion, par les universités pour suivre une formation, etc.

Lors de son lancement, le programme Aadhaar était présenté par la majorité de centre gauche comme un instrument au service des plus démunis – 10 % de la population indienne était alors sans papiers. Il était aussi conçu comme un outil de lutte contre la fraude et la corruption, massives en Inde, en permettant d'authentifier les versements d'aides, notamment alimentaires et énergétiques. Dans le nord de l'Inde, on estimait à près de 50 % le taux de détournement des subventions sociales publiques. Aussi, une fois revenu au pouvoir en 2014, le Bharatiya Janata Party (BJP, parti nationaliste hindou) a souhaité faire d'Aadhaar un véritable « couteau suisse » de l'identité. Si les intentions sont sans doute louables, le risque de dérive autoritaire (vers un *Big Brother* orwellien) est grand. Et, techniquement, le système est loin d'être infaillible.

Une identification trop aléatoire

Le 13 janvier 2018, dans une déclaration commune, Human Rights Watch et le chapitre indien d'Amnesty International ont tiré la sonnette d'alarme. Les deux ONG ont alerté sur le risque que *« des millions de personnes se voient dénier l'accès à des prestations et services essentiels »*. Des organisations locales rapportent en effet que de nombreuses familles n'auraient pas pu bénéficier de l'aide alimentaire à laquelle elles ont droit en raison d'un dysfonctionnement du système d'identification. D'ailleurs, l'État de Delhi a décidé, le 20 février 2018, de suspendre ce mode d'authentification dans les 2 254 magasins qui distribuent des denrées alimentaires à prix subventionné sur son territoire. Le gouvernement local précise que quelque 250 000 foyers étaient injustement privés de l'aide alimentaire depuis l'adoption du programme Aadhaar.

Ailleurs, les bénéficiaires sont parfois contraints de revenir plusieurs fois dans leurs magasins de rationnement, pouvant être situés loin de leur domicile. La presse indienne a même rapporté plusieurs cas d'enfants morts de faim, après que leurs mères ont été soudainement exclues de l'aide alimentaire en raison de problèmes d'identification. Des personnes se verraient également régulièrement refuser des rations alimentaires du fait de pannes d'électricité ou d'internet – ce qui arrive fréquemment dans les zones rurales. Et certains ont les doigts tellement déformés par le travail manuel ou par la vieillesse, ou les yeux affectés par la cataracte, qu'ils ne sont plus reconnaissables par les appareils biométriques. On leur dénie, en somme, leur réelle identité. Dans un pays qui connaît l'un des taux de malnutrition les plus élevés au monde, que des centaines de milliers d'Indiens soient privés de l'aide alimentaire en raison de bugs technologiques est évidemment inacceptable. Et les réactions indignées se multiplient.

Une étude conduite par des économistes en 2017 dans le Jharkhand a montré que les habitants n'ayant pas accès aux denrées alimentaires à prix subventionné étaient cinq fois plus nombreux dans les districts où l'identification biométrique est obligatoire. *« Des milliers de noms disparaissent au moment de la synchronisation des bases de données d'Aadhaar et des programmes sociaux »*, explique Reetika Khera, économiste à l'Institut indien de technologie de Delhi. Dans l'Andhra Pradesh, pourtant l'un des États indiens les plus développés et les plus connectés, les problèmes d'authentification bloquent 8 à 12 % des transactions relatives aux pensions de retraite. *« Or, si l'identification ne fonctionne pas, le bénéficiaire ne peut s'en prendre qu'à la machine. Il n'y a aucun recours ni aucun responsable. Les bénéficiaires sont livrés à eux-mêmes »*, regrette James Herenj, de l'ONG Jharkhand NREGA Watch. Des bénéficiaires souvent illettrés dont les préoccupations se situent à des années lumière des enjeux liés aux nouvelles technologies numériques.

Aadhaar empêche certaines formes de corruption… et en engendre d'autres

Le programme Aadhaar a-t-il au moins permis de mettre fin ou, du moins, de limiter la corruption qui gangrène depuis longtemps le pays ? La technologie ne saurait suffire à remédier à des habitudes profondément ancrées dans une société et dans sa classe dirigeante. Cercle vicieux : il semble que les propriétaires de magasins de rationnement continuent de se livrer à des détournements de denrées. Pour cela, ils

inventeraient de faux dysfonctionnements du système d'identification biométrique, la récurrence des vrais dysfonctionnements les rendant plausibles.

Pour lutter contre ce phénomène, certains États expérimentent des méthodes alternatives. Par exemple, dans le Madhya Pradesh, les ayants droit doivent aller dans le bureau du fonctionnaire local qui les identifie puis leur distribue des coupons à échanger dans les magasins de rationnement. Ce dernier n'a dès lors plus qu'à mettre en œuvre lui-même le système Aadhaar.

De graves failles de sécurité

Quant à la sécurité de la base de données, il a été prouvé à plusieurs reprises qu'elle est très insuffisante. En février 2017, un chercheur en cybersécurité a découvert que des centaines de milliers de numéros Aadhaar avaient été publiés en ligne par erreur. En mai, le Center for Internet and Society (CIS), organisme indépendant basé à Bangalore, a « piraté » les données personnelles liées à 130 millions de cartes Aadhaar. Les chercheurs ont pu ainsi connaître les noms, religions, castes, adresses et numéros de téléphone des personnes concernées, ainsi que leurs numéros de compte en banque. Puis, début janvier 2018, Rachna Khaira, journaliste du quotidien anglophone *The Tribune,* a pu se procurer, en corrompant un agent public pour 500 roupies (6,4 euros), un identifiant et un mot de passe permettant d'accéder au serveur d'Aadhaar et, par la suite, à d'innombrables données personnelles. Enfin, le 11 mars 2018, Baptiste Robert, informaticien français qui se présente comme un « hackeur éthique », est parvenu à identifier cinq moyens différents de « craquer » l'application mobile d'Aadhaar et à télécharger les informations personnelles de près de 20 000 Indiens. La plus grande base de données biométriques du monde est donc à l'évidence poreuse et souffre de graves failles de sécurité.

Du côté de l'Unique Identification Authority of India (UIDAI), l'autorité indienne chargée des systèmes informatiques, on nie toute fuite de données se soit produite, malgré les éléments incontestables rapportés par certains journalistes et experts. Et d'ajouter, par la voix du procureur général s'exprimant devant les juges de la Cour suprême : *« Nos données sont complètement en sûreté car elles sont protégées par des murs de 4 mètres de haut et de 1,5 mètre d'épaisseur »*. Un argument assurément peu convaincant : nul besoin d'être informaticien pour savoir qu'il n'est aujourd'hui pas nécessaire d'entrer physiquement dans les locaux abritant les serveurs pour voler leurs données…

Big Brother devenu réalité ?

Au-delà de ses dysfonctionnements et de ses problèmes de sécurité, le programme Aadhaar est-il un outil de surveillance de masse dans les mains du gouvernement indien ? Est-il détourné de sa vocation initiale afin de contrôler la population ? C'est ce que dénoncent les défenseurs des droits et libertés individuels. Dans leur déclaration commune du 13 janvier, Human Rights Watch et le chapitre indien d'Amnesty International regrettent ainsi *« l'absence de lois pour protéger les données personnelles en Inde et le manque de contrôle judiciaire ou parlementaire sur les activités des services de renseignement ».* Toutefois, le 24 août 2017, la Cour suprême d'Inde a reconnu l'existence d'un droit fondamental au respect de la vie privée, un droit dès lors constitutionnellement protégé (voir *La rem* n°44, p.55). À la suite de plusieurs recours en justice intentés par des citoyens indiens, la Cour est appelée à se prononcer prochainement sur la licéité du système d'identification biométrique dans son ensemble.

Peut-être d'autres scandales du même ordre sont-ils en passe d'éclater en Inde. L'informaticien Baptiste Robert s'est penché sur l'application du Premier ministre Narendra Modi. Il a révélé que Aadhaar collectait les données de géolocalisation sans autorisation préalable et que les informations enregistrées, concernant environ 5 millions d'utilisateurs, étaient analysées afin d'orienter la communication politique, donc influencer l'électorat – ce qui n'est pas sans rappeler les polémiques nées de l'utilisation des données de Facebook par Cambridge Analytica (voir *infra*).

BB

Sources :

- « Aadhaar, ou le scandale de la fuite des données privées de 130 millions d'Indiens », Sébastien Farcis, Rfi.fr, 4 mai 2017.

- «L'ombre de Big Brother s'étend sur l'Inde», Vanessa Dougnac, Letemps.ch, 9 janvier 2018.
- «Inde : une journaliste prouve la vulnérabilité d'Aadhaar, énorme base de données», Sébastien Farcis, Rfi.fr, 11 janvier 2018.
- «Les ratés de l'identification biométrique en Inde», Julien Bouissou, New Delhi, correspondance, *Le Monde*, 2 mars 2018.
- «L'Inde teste les limites de la carte d'identité biométrique», Marjorie Cessac, correspondante à New Delhi, LesEchos.fr, 19 mars 2018.
- «What you don't know about Aadhaar», Devansh Sharma, EconomicTimes, IndiaTimes.com, May 18, 2018.

Nul ne peut bloquer, au nom de la liberté d'expression, un compte sur Twitter : pas même le président des États-Unis

Le président des États-Unis, Donald Trump, s'oppose ouvertement et violemment aux médias. Il les accuse de nombreux maux, et, notamment, de former une pseudo-coalition hostile visant à le déstabiliser. Pour les contourner, il s'exprime régulièrement sur Twitter, qu'il considère comme une véritable arme communicationnelle – le compte @realDonaldTrump est suivi par 52 millions d'autres comptes. Or, le réseau social, par principe, permet à n'importe quel individu enregistré de s'abonner au compte du président et de commenter ses propos mais une fonctionnalité permet de bloquer certains profils. Dans ce cas, les commentaires des personnes concernées n'apparaissent plus dans le fil des réactions.

Aussi Donald Trump et son équipe n'ont-ils pas manqué de bloquer plusieurs centaines d'opposants ou simples citoyens qui avaient pris l'habitude de réagir de manière plus ou moins véhémente à ses *tweets*. C'est pourquoi une organisation de défense de la liberté d'expression, le Knight Institute de l'Université Columbia, a déposé une plainte au nom de sept personnes qui avaient été inscrites sur la liste noire du président. Parmi elles, Philip Cohen, professeur de sociologie, raconte avoir vu son compte bloqué en juin 2017 à la suite de la publication d'un commentaire sur celui de Donald Trump le qualifiant de *«corrompu, incompétent et autoritaire»*. Depuis, explique-t-il dans des propos rapportés par l'AFP, *«je me suis rendu compte que beaucoup moins de gens voyaient mes* tweets *et que mon efficacité politique et ma capacité à parler avec d'autres citoyens en étaient affectées»*.

La censure arbitraire par le président des États-Unis de ses contradicteurs sur les réseaux sociaux peut être dénoncée à plus d'un titre. Mais est-elle contraire au droit et, plus spécialement, est-elle anticonstitutionnelle ? Dans un jugement rendu le 23 mai 2018, peu surprenant eu égard à la tradition américaine en matière de liberté d'expression, la juge new-yorkaise Naomi Reice Buchwald répond par l'affirmative. Elle estime que chacun doit pouvoir consulter Twitter et réagir à ce qui y est exprimé, y compris lorsque les *tweets* en cause ont été mis en ligne par une personne dont les fonctions sont les plus éminentes. Donald Trump ne peut donc pas bloquer ses détracteurs sur Twitter sans porter atteinte à leur liberté d'expression, laquelle est protégée par le premier amendement de la Constitution américaine. Cette décision de justice est un revers pour le président américain, qui va devoir modifier son approche et son usage des réseaux sociaux, et accepter la contradiction, quelles qu'en soient la forme et la pertinence. Début juin 2018, le ministère de la justice annonçait faire appel de ce jugement.

BB

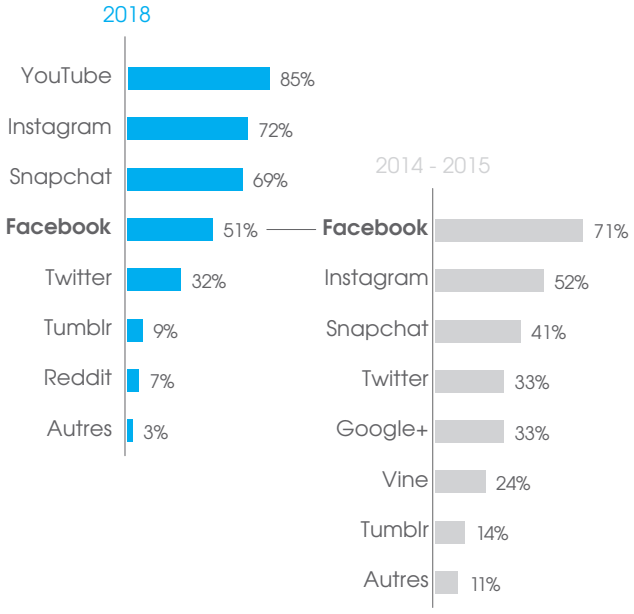
Sources :

- «Judge rules Trump can't block users on Twitter», Lydia Wheeler, thehill.com, 23 mai 2018.
- «Quand Trump bloque sur Twitter, il viole le Premier Amendement», Mathieu Chartier, lesnumeriques.com, 24 mai 2018.
- «Interdit de bloquer ses opposants sur Twitter, Trump fait appel», AFP, tv5monde.com, 5 juin 2018.

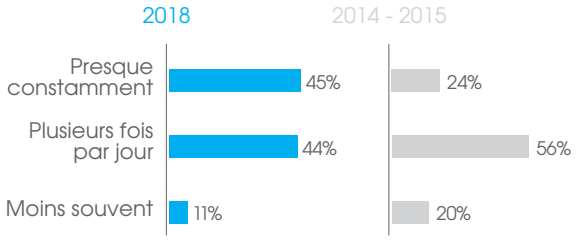
États-Unis : 45 % des adolescents déclarent être en ligne *« presque constamment »*

En 2018, 88 % des adolescents américains, âgés de 13 à 17 ans, possèdent ou ont accès à un ordinateur à la maison et 95 % pour un smartphone. Facebook n'est plus leur plateforme préférée, une désaffection particulièrement notable auprès des adolescents vivant dans un foyer à haut revenu ou dont les parents ont un niveau d'étude supérieur.

Plateforme(s) utilisée(s) par les adolescents américains

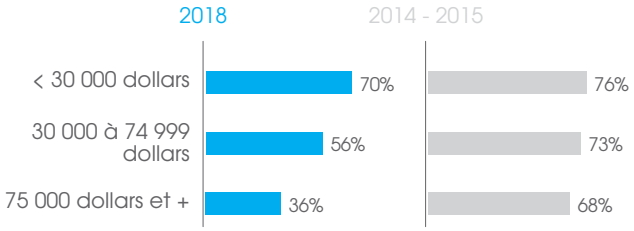


Adolescents américains utilisant internet sur un ordinateur ou sur un téléphone portable

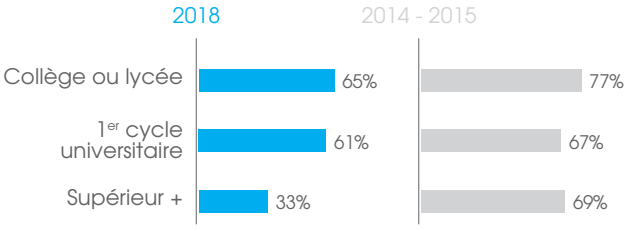


Adolescents utilisant Facebook

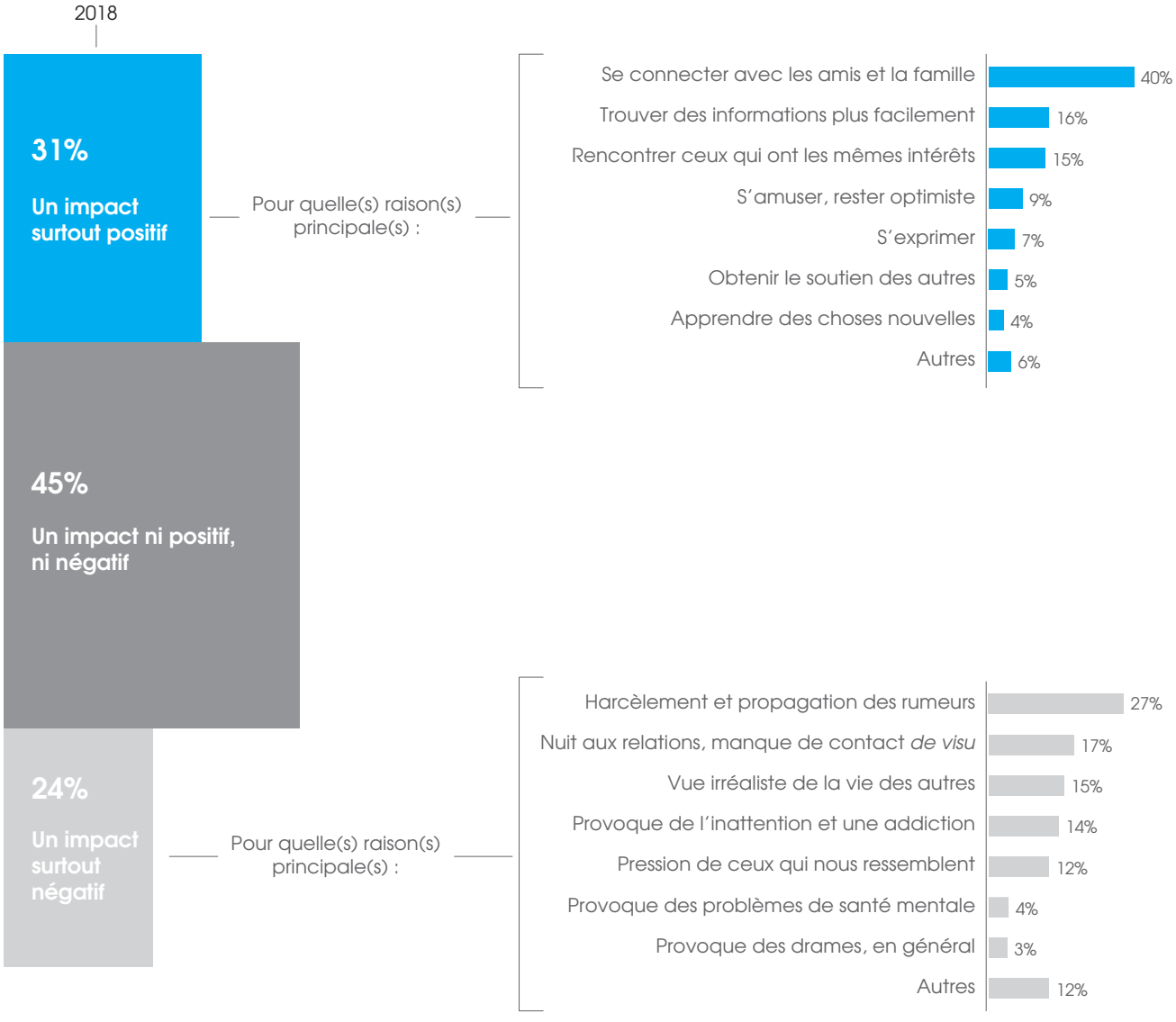
- selon le revenu annuel du foyer



- selon le niveau d'études de leurs parents



Les adolescents ont des opinions mitigées concernant l'impact des médias sociaux sur leur vie



FL-graphisme DC

NB : Interviews menées auprès de 1 058 parents d'un adolescent âgé de 13 à 17 ans, ainsi que des interviews menées auprès de 743 adolescents, réalisées en ligne et par téléphone, du 7 mars au 10 avril 2018.

Sources :

- d'après Teens, Social Media & Technology Overview 2015, Amanda Lenhart, Pew Research Center, pewinternet.org, April 2015.
- d'après Teens, Social Media & Technology 2018, Monica Anderson and Jingjing Jiang, Pew Research Center, pewinternet.org, May 2018.

LES ACTEURS GLOBAUX

Données personnelles : Microsoft et Apple, le yin et le yang de la protection

Alors qu'Apple a accepté de stocker en Chine les données de ses utilisateurs chinois, Microsoft s'est opposé au Département américain de la justice qui souhaitait l'accès aux courriels d'un utilisateur dont le compte était hébergé en Irlande. Microsoft s'érige ainsi en militant de la protection, même si le Cloud Act américain a depuis entériné la possibilité des saisies de courriels à l'étranger. La Commission européenne suit la même voie.

Avec le scandale Cambridge Analytica (voir *infra*), la question des données personnelles est revenue au premier plan, son importance étant signalée à intervalles réguliers quand des abus majeurs sont découverts, telle la précédente alerte planétaire en 2013 avec les révélations d'Edward Snowden sur les écoutes de la NSA. Il s'agit pourtant d'un enjeu quotidien pour les entreprises, confrontées aux pressions des pouvoirs politiques ou judicaires comme à la nécessité d'entretenir la confiance de leurs utilisateurs grâce à un niveau élevé de protection de leurs données personnelles. Les relations compliquées de Microsoft et d'Apple avec respectivement les administrations américaine et chinoise désignent ces enjeux.

Apple est dépendant de la Chine qui constitue son deuxième marché au monde derrière les États-Unis. Et le groupe américain paye cher cette dépendance parce qu'il prend le risque d'abîmer en Chine l'image qu'il entend donner au monde. Ainsi, dans l'affaire Cambridge Analytica, Apple a critiqué Facebook et son choix en faveur de la gratuité, porte ouverte à l'exploitation des données personnelles. À l'inverse, en vendant très cher ses terminaux, Apple garantirait à ses utilisateurs que leurs données ne soient jamais revendues ou communiquées à autrui. Mais cette image de coffre-fort est trompeuse, Apple ayant dû céder à la Chine à plusieurs reprises. Après que ses services iTunes Movie et iBooks ont été interdits sur le marché chinois en 2016, Apple a retiré en janvier 2017 l'application du *New York Times* de la version chinoise de l'AppStore, le quotidien new-yorkais violant la réglementation locale selon le porte-parole d'Apple en Chine. En tout, ce sont 670 applications qui ont été retirées de l'AppStore chinois en 2017. Mais il ne s'agit là que d'atteinte à la liberté d'expression. Un an plus tard, en janvier 2018, le quotidien économique japonais, le *Nikkei*, annonçait qu'Apple avait entamé des négociations exclusives avec Yangtze Memory, une filiale du groupe chinois Tsingua Unigroup, dont le capital est contrôlé par l'État chinois. Il s'agit pour Apple de remplacer Samsung et Toshiba par un fabriquant chinois de semi-conducteurs, un secteur stratégique pour le pouvoir politique chinois qui a fait de la maîtrise de ces technologies avancées une

priorité. Les iPhone pourront donc être contraints de fonctionner avec des composants chinois. Au moins alimenteront-ils à coup sûr les nouveaux centres de stockage d'Apple en Chine. La chose est entendue depuis le 1er juin 2017 et l'entrée en application de la nouvelle loi chinoise sur la cybersécurité, laquelle oblige les prestataires de services à stocker sur le territoire national les données des internautes chinois. Apple s'y est résolu et, depuis le 28 février 2018, transfère les données *iCloud* de ses utilisateurs chinois auprès d'un prestataire, Guizhou-Cloud Big Data, que contrôle le gouvernement de la province de Ghizhou. Mais Apple a promis qu'*« aucune porte dérobée ne sera créée »* pour récupérer les données de ses utilisateurs, réitérant des positions déjà tenues aux États-Unis face aux demandes du FBI (voir *La rem* n°38-39, p.82). L'autre moyen d'accéder à un compte est d'en connaître la clé de sécurité. C'est ce que pourront plus facilement obtenir les autorités chinoises quand elles solliciteront le *data center* du Ghizhou en actionnant les possibilités juridiques offertes par la réglementation chinoise, quand jusqu'ici les autorités chinoises devaient se confronter au système juridique américain pour espérer accéder à un compte *iCloud*.

À l'évidence, les positions d'Apple à l'attention de ses utilisateurs chinois ne sont pas comparables à la ligne stratégique de Microsoft. L'entreprise s'est en effet engagée dans une croisade pour la protection des données personnelles des individus contre toute forme d'ingérence étatique. De ce point de vue, les ingérences russes dans la campagne présidentielle américaine ont rappelé à tous que l'internet est un nouveau champ de bataille traversé par des enjeux géopolitiques majeurs. Depuis 2017, Microsoft milite ainsi pour une « Convention de Genève » du numérique qui obligerait les États à épargner les ordinateurs des « civils » en cas d'attaque informatique, qui inciterait également les entreprises technologiques à collaborer entre elles pour lutter contre les cyberattaques, qui initierait enfin la création d'une organisation non gouvernementale de coopération pour identifier l'origine des attaques informatiques. Ces origines, souvent difficiles à identifier, remontent la plupart du temps à des États, comme la Corée du Nord pour le virus WannaCry en mai 2017, ou encore la Russie pour le logiciel de *ransomware* NotPetya en juin 2017 (voir *La rem* n°44, p.50). Cet engagement de Microsoft en direction des utilisateurs individuels s'est traduit autrement aux États-Unis. En 2013, la justice américaine a demandé à Microsoft de lui autoriser un accès à la boîte Hotmail d'un trafiquant de drogues, demande à laquelle Microsoft s'est opposé, le compte Hotmail étant hébergé en Irlande. Pour Microsoft, donner suite à une demande de la justice américaine dans un territoire sous une autre juridiction aurait été ouvrir la boîte de Pandore qui allait conduire des États peu scrupuleux à solliciter l'accès aux boîtes *mails* localisées à l'étranger de leurs ressortissants ou opposants. Le juge new-yorkais avait dès 2016 donné raison à Microsoft dans le contentieux l'opposant à la justice américaine. Depuis l'arrivée au pouvoir de Donald Trump, l'administration a relancé l'affaire devant la Cour suprême qui a entendu les arguments de Microsoft le 27 février 2018. Mais la Cour n'aura probablement pas à se prononcer, parce que la loi américaine encadre désormais ce type de requête des autorités policières. En effet, le 23 mars 2018, le Cloud Act a été signé, qui autorise le Département de la justice à passer des accords avec des pays partenaires afin de procéder à la récupération *d'e-mails,* mettant fin à l'incertitude juridique sur laquelle reposait le conflit avec Microsoft. Il reste que la loi américaine permet désormais la récupération des *e-mails* à l'étranger, certes dans le cas d'accords de partenariats qui peuvent toujours être fragiles, ce qu'a révélé la remise en cause du *« Safe Harbor »* par l'Europe en 2016 (voir *La rem* n°36, p.5), un accord qui portait justement sur les conditions de transfert des données personnelles entre l'Europe et les États-Unis.

La même logique prévaut en Europe afin de renforcer la lutte contre le crime organisé et le terrorisme. Le 17 avril 2018, la Commission européenne a présenté un projet de règlement sur les preuves électroniques autorisant les autorités judiciaires à demander à tout éditeur de services opérant en Europe des informations relatives aux données de connexion d'un suspect, l'éditeur ayant dix jours pour répondre et six heures en cas d'extrême gravité des faits. Si les données « d'utilisation », celles qui sont liées à la liste des services visités ou les durées de connexion ne nécessitent pas l'intervention du juge, les données de « contenus », comme les *e-mails* ou les vidéos postées, doivent faire l'objet préalable d'une requête d'un juge pour être transmises

aux enquêteurs. Et le juge ne l'accordera qu'à la condition que le crime présumé soit passible d'au moins trois ans de prison. Ce type de mesures, en Europe comme aux États-Unis, vise à mettre fin tout à la fois à l'instabilité juridique en la matière et aux délais que cette dernière générait dans les enquêtes.

AJ

Sources :

- «En Chine, Apple censure l'application du New York Times», lemonde.fr avec AFP, 5 janvier 2017.
- «Apple pourrait commander ses mémoires à un groupe chinois», Yann Rousseau, *Les Echos*, 16 février 2018.
- «Microsoft se pose en champion de la cybersécurité», Lucie Ronfaut, *Le Figaro*, 20 février 2018.
- «Données : Apple se plie aux exigences de la Chine», Elsa Braun, *Le Figaro*, 27 février 2018.
- «États-Unis : Gafam et défenseurs de la vie privée devant la Cour suprême», Florian Dèbes, Nicolas Rauline, *Les Echos*, 28 février 2018.
- «Microsoft refuse de livrer les mails de ses clients aux autorités», Elsa Braun, *Le Figaro*, 1er mars 2018.
- «Justice Department asks Supreme Court to moot Microsoft email case, citing new law», Ellen Nakashima, washingtonpost.com, 31 mars 2018.
- «Bruxelles force les preuves électroniques», Derek Perrotte, *Les Echos*, 17 avril 2018.
- «L'Europe veut faciliter l'accès aux preuves en ligne», Lucie Ronfaut, *Le Figaro*, 18 avril 2018.

Facebook repense l'objectivité grâce à Monsieur-tout-le-monde

« We decided that having the community determine which sources are broadly trusted would be most objective » (Nous avons décidé que faire appel à la communauté pour déterminer quelles sources sont globalement crédibles sera le plus objectif), Mark Zuckerberg, 19 janvier 2018.

Quelle affirmation surprenante de Mark Zuckerberg qui, empêtré depuis 2016 dans les critiques à répétition sur le rôle de Facebook comme caisse de résonance des *fake news* (voir *La rem* n°44, p.86), n'anticipait pas, début 2018, le scandale majeur qui allait se profiler avec l'affaire Cambridge Analytica (voir *infra*). Il s'agissait alors seulement de «réparer Facebook». À cette fin, Mark Zuckerberg a souhaité mettre fin aux trop nombreuses sollicitations polémiques relayées sur le réseau social par des articles d'information dont la dimension sensationnelle l'emporte sur l'exigence d'objectivité. En conséquence, Facebook annonçait une modification de son algorithme, le 11 janvier 2018, afin de limiter la présence des contenus de type *«média»* dans le fil d'actualité de ses utilisateurs pour privilégier les conversations avec la famille et les utilisateurs. Cette modification de l'algorithme devait se traduire par une baisse de l'engagement des utilisateurs, moins sollicités par des acteurs devenus spécialistes de la communication sociale, qu'il s'agisse de marques ou de producteurs de contenus comptant sur la publicité pour financer leur activité. Concrètement, la part des contenus des médias dans le fil d'actualité passe de 5 % à 4 % du total des messages, soit une baisse de 20 %. Mais les médias sérieux ne sont pas menacés, ce que laisse entendre le *post* de Mark Zuckerberg daté du 19 janvier 2018 et cité en exergue.

Dans ce *post,* Mark Zuckerberg veut rassurer ses utilisateurs, lassés par l'information militante et les *fake news*. Facebook leur propose désormais une information de

« haute qualité », à savoir *« véridique, informative et locale »*, reposant sur des *« sources sûres »*. Les médias d'information devraient s'en réjouir. Sauf que la détection des sources sûres par Facebook est on ne peut plus surprenante. Alors que le réseau social avait mobilisé les rédactions pour vérifier les informations circulant sur son réseau social, dans un effort de *fact checking* respectant les canons du journalisme, c'est à un véritable renversement copernicien que procède Mark Zuckerberg en janvier 2018. Prenant acte de la polarisation des esprits et des divisions qui traversent les sociétés, Mark Zuckerberg s'interroge sur la manière d'identifier les sources dignes de confiance.

Plusieurs pistes sont évoquées. Une sélection des sources d'information directement par les équipes de Facebook, procédé avec lequel le réseau social est mal à l'aise. Facebook tient en effet à rester un hébergeur et à ne surtout pas endosser une quelconque responsabilité éditoriale. Pourtant, recruter des individus éclairés pourrait facilement permettre d'établir une liste des médias dignes de confiance, même s'il y aura toujours débat sur la qualification de certains médias. La deuxième solution est de recourir à des experts extérieurs, ce qu'a fait Facebook quand il a sollicité des rédactions pour *fact checker* certaines informations partagées sur le réseau social. Mais cela ne permet pas de « régler le problème de l'objectivité ». Sans plus d'explications, voici donc les rédactions évacuées. Il faut dire que toutes les rédactions n'aboutissent pas aux mêmes conclusions, l'objectivité étant d'abord un idéal régulateur pour le journalisme, plus qu'elle n'est un ensemble de règles assurément applicables (voir sur ce point le travail de Michael Schudson). Reste donc la communauté, *« you »* selon Mark Zuckerberg, dont les retours permettront de classer les médias. En l'espèce « Monsieur ou Madame Tout-le-monde » et ses différentes figures sociales présideront désormais sur Facebook à l'établissement de l'objectivité comme norme, quand cette dernière relève dans les rédactions d'un débat qui articule principes journalistiques et pratiques professionnelles.

L'affirmation est à ce point abrupte que Mark Zuckerberg doit finir son *post* par une petite explication. *« Dans le cadre de nos enquêtes de qualité en cours, nous demanderons aux gens s'ils sont familiers avec une source d'information et, le cas échéant, s'ils font confiance à cette source »*. « L'idée » mise en avant est que certains médias n'ont la confiance que de leurs lecteurs ou spectateurs, donc une confiance somme toute communautaire, quand d'autres médias sont considérés comme généralement crédibles au sein d'une société, même par ceux qui ne les *« suivent »* pas directement. La notoriété diffuse l'emporte donc…, qu'un calcul non précisé viendra toutefois corriger, parce qu'il faut quand même prendre sérieusement en compte l'avis de ceux qui s'exposent pour de bon à un média et le jugent en connaissance de cause. Interrogé par le *Wall Street Journal*, Adam Mosseri, chargé du fil d'actualité de Facebook, a d'ailleurs précisé le jour même que cette incursion de Facebook dans l'évaluation de l'objectivité, limitée d'abord aux États-Unis, l'engageait sur un terrain glissant (*a tricky thing*) qui conduit Facebook à endosser une certaine responsabilité éditoriale. Il justifiait par la même occasion la non-communication des résultats des enquêtes de qualité, ces derniers n'étant qu'un des critères désormais mobilisés par l'algorithme de Facebook pour décider de l'ordre de publication des actualités sur le fil de ses utilisateurs. L'algorithme prendra également en compte le fait que certaines publications peu connues sont pourtant généralement considérées comme crédibles afin de ne pas les pénaliser face aux médias aux marques puissantes. Ces derniers devraient d'ailleurs être favorisés par cette nouvelle méthode de classement : les pièges à clics et les sites pourvoyeurs de *fake news* ont souvent une existence éphémère, ce qui limite leur notoriété, à moins qu'ils ne finissent par être considérés comme peu crédibles quand ils prospèrent dans la durée.

AJ

Sources :

- *Post* sur Facebook de Mark Zuckerberg, https ://www.facebook.com/zuck/posts/, January 19, 2018.
- « Facebook to Rank News Sources by Quality to Battle Misinformation », Deepa Seetharaman, wsj.com, January 19, 2018.
- « Les internautes vont noter les médias sur Facebook », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 23 janvier 2018.
- « Mark Zuckerberg, rédacteur en chef de la planète média », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 6 février 2018.

À RETENIR

Refroidissement social

Traduction de l'expression anglophone *social cooling*, ce concept a été inventé par le Néerlandais Tijmen Schep, critique des technologies, *privacy designer* et spécialiste des questions d'éthique en matière d'innovation. « Le refroidissement social » désigne la retenue que chacun exercerait dans ses activités en ligne, allant jusqu'à une forme d'autocensure afin de préserver sa réputation. De plus en plus conscients des effets pervers liés à l'exploitation commerciale des traces qu'ils laissent sur le Net, les internautes seraient amenés à jouer au modérateur pour eux-mêmes, en contrôlant les contenus qu'ils postent ou qu'ils partagent, voire leurs simples recherches ou utilisations des services de l'internet, afin que leur vie numérique n'entache pas leur image dans la vie réelle.

Sur la page d'accueil du site web Socialcooling, lancé en 2017 et consacré à ce phénomène, Tijmen Schep annonce que *« tout comme le pétrole conduit au réchauffement climatique, les données conduisent au refroidissement social »*. Autrement dit, à l'instar de la pollution atmosphérique, explique-t-il, le refroidissement social n'est pas un phénomène immédiatement perceptible mais la prise de conscience de ses effets néfastes pour la société est l'affaire de tous. Et nous devrions être plus prompts à réagir pour défendre une approche raisonnable et réfléchie de la vie privée, que nous l'avons été pour lutter contre la pollution de l'air que nous respirons.

Le chercheur néerlandais part du constat que, se sentant observé, chacun de nous va inévitablement changer son comportement, réflexe que *« le Big Data amplifie à l'extrême »* et qui pourra entraîner à long terme *« un gel de toute la société »*. Nous serions, selon lui, entrés subrepticement dans l'ère de l'économie de la réputation où chaque vie intime ou professionnelle fait l'objet d'une évaluation et se déroule au risque de cette évaluation ou notation. L'économie des données *« endommage l'environnement social »*, prévient Tijmen Schep.

Une fois collectées, nos données personnelles, de toute nature, issues de nos agissements en ligne et hors ligne, font l'objet d'un traitement par des algorithmes programmés pour établir des catégories, des tendances et des modèles *(patterns)* offrant une représentation du corps social. Ainsi, les courtiers en données, ou *data brokers* (voir *infra*), entreprises qui vivent de la revente de données dérivées, évaluent la probabilité que nous appartenions à tel ou tel profil, à partir des traces apparemment insignifiantes que nous avons laissées sur le Net, des « détails » concernant nos vies que nous n'avions nous-mêmes jamais divulgués. Le site Socialcooling en propose une liste édifiante : *« religion, victime de viol, fait un régime, aime le jardinage, nombre d'amis en ligne, nombre d'amis réel, QI, opinions politiques, a avorté, crédulité, orientation sexuelle projetée, orientation sexuelle réelle, lit des magazines de voyage, lit des livres de voyage, envisage d'avoir un enfant, parents divorcés avant ses 21 ans, névrosé(e), ouverture d'esprit, date de naissance, aime la mode, a des plantes à la maison, situation économique stable, héritier(ière) potentiel(le), extraverti(e), gentillesse, année de construction de la maison, fume à la maison, a des besoins de "senior", diabétique, a des tendances addictives,*

physiquement fragile, appareil de communication de prédilection, adulte sans enfant, niveau d'éducation, aime les articles commémoratifs d'Elvis». Et Tijmen Schep d'expliquer : *«Leurs "données dérivées" ont plus de valeur que "vos données". S'il vous disent qu'ils ne vendent pas vos données, demandez-leur s'ils vendent les leurs»*.

Outre la question de la pertinence des modèles identifiés, liée notamment à la fiabilité des données collectées et aux biais inhérents à toute formule algorithmique, la manipulation de ces fameuses «données dérivées» peut se révéler préjudiciable pour les personnes concernées. *«Vous pouvez ne pas obtenir l'emploi de vos rêves si vos* e-mails *et vos publications Facebook ne sont pas assez positifs»* ; *«Si vous êtes une femme, vous pourriez avoir moins d'offres pour des emplois à forte rémunération»* ; *«Si vous avez de "mauvais amis" sur les réseaux sociaux, vous pourriez avoir à payer votre crédit plus cher»* : ce sont là autant d'exemples d'interprétations préjudiciables présentés sur le site Socialcooling.

Conscients du risque d'entrave à nos choix et à notre liberté en général, nous serions obligés de nous conformer à une «bonne» réputation en ligne, en adaptant nos comportement afin de ne pas être «mal jugés». Tijmen Schep y décèle les effets pervers d'une société dessinée par le *Big Data,* qui se résument selon lui en trois caractéristiques :

- Une culture du conformisme, soit l'effet de dissuasion provoqué par la crainte qu'une activité en ligne puisse être retenue en notre défaveur, aussi anodine soit-elle *a priori*. *«L'ironie : on ne nous enlève pas des libertés, on a juste peur de les utiliser»*, analyse Tijmen Schep.

- Une culture d'évitement du risque, avec l'exemple de la notation des médecins new-yorkais. Une décision administrative a eu pour effet d'attribuer une plus mauvaise note à ceux qui soignaient des patients très malades car ils obtenaient un taux de mortalité plus élevé que ceux qui ne s'en occupaient pas et qui par conséquent étaient mieux notés.

- Une rigidité sociale accrue, lorsque *«les systèmes de réputation numérique limitent notre capacité et notre volonté de contester l'injustice»*, citant la volonté des autorités chinoises de mettre en place, d'ici à 2020, un système de «crédit social» selon lequel les citoyens se verront attribuer des points, notamment en fonction de leur comportement et de leurs activités en ligne, leur score sera déterminant pour accéder à leurs demandes (emploi, logement, école, prêt…). *«La pression sociale est la plus forte et la plus subtile des formes de contrôle»*, explique Tijmen Schep.

COURTIERS EN DONNÉES *(DATA-BROKERS)*

Acteurs majeurs de l'économie du *Big Data*, ces entreprises ont pour activité d'agréger, combiner, analyser, louer ou revendre les données personnelles des consommateurs, après traitement, et cela par milliards.

Une fois analysées et croisées avec de multiples autres sources publiques ou privées, les données brutes extraites des comportements numériques sont transformées et ainsi monnayées en tant que «données dérivées».

Cette activité de courtage, traditionnelle dans le commerce des matières premières céréalières ou énergétiques, a pris une dimension particulière dans le secteur de l'information (au sens large du terme) avec l'essor du *Big Data.* Au cœur de l'économie des données,

ces entreprises jouent le rôle d'intermédiaire en apportant de la valeur au « capital de données » collecté par les uns et en le revendant aux autres pour développer leur activité.

Outre les plateformes numériques, au premier rang desquelles Google et Facebook, de nombreux secteurs sont également impliqués dans le profilage des consommateurs, tels que le commerce de détails, les médias, l'édition, les télécommunications, les fabricants ou fournisseurs de terminaux, les banques, les assurances... S'y ajoutent les administrations publiques et les services en commun comme l'éducation, la santé, le logement, les transports, l'énergie, les allocations, la sécurité nationale... L'activité de partage ou de vente des données personnelles implique un grand nombre d'acteurs privés et publics.

Sociétés privées, les courtiers en données, n'étant pas en relation directe avec les consommateurs, restent inconnus de ceux-ci. Détenant chacune des milliards d'informations sur plusieurs centaines de millions de personnes, ces revendeurs de données ont pour nom Acxiom, leader au niveau mondial, Experian, Epsilon, Equifax, Nielsen, Oracle Data Cloud, TransUnion, WPP PLC ou encore Cambridge Analytica (au cœur du scandale du vol des données de 87 millions de membres du réseau Facebook, voir *infra*). Ils opèrent dans le monde entier sur un marché d'une valeur supérieure à 150 milliards d'euros par an.

Les grandes plateformes en ligne telles que Google et Facebook sont aujourd'hui les acteurs les plus performants en matière de collecte d'informations sur la vie quotidienne en temps réel de milliards de personnes dans le monde. Néanmoins, elles ne vendent ni ne partagent directement le profil de leurs consommateurs numériques avec des entreprises tierces. En revanche, elles permettent aux entreprises spécialisées dans l'agrégation des données personnelles d'utiliser ces données, à leur propre bénéfice ou à celui d'annonceurs afin d'affiner le ciblage publicitaire. Pour chaque publicité diffusée sur sa plateforme grâce aux données dérivées d'un courtier, Facebook reverse une commission à ce dernier.

Première mesure prise à la suite du scandale Cambridge Analytica, Facebook a décidé, fin mars 2018, d'interrompre ses partenariats avec les courtiers en données. Autre mauvaise nouvelle pour ce secteur jusqu'ici très prospère : l'entrée en vigueur du Règlement général pour la protection des données (RGPD, voir *La rem* n° 42-43, p.21), le 25 mai 2018, devrait contraindre les courtiers en données à revoir leurs conditions de collecte des informations personnelles.

FL

Sources :

- Corporate Surveillance in Everyday Life, Wolfie Christl, a report by Cracked Labs, crackedlabs.org, June 2017.
- « Facebook désactive les data brokers », Thomas Coëffé, Blogdumoderateur.com, 29 mars 2018.

Dans un article publié sur le site de *L'Obs* en juillet 2017, la journaliste Émilie Brouze rappelle que l'idée d'un *«refroidissement social»* n'est pas nouvelle, signalant que diverses études ont déjà effectivement montré «les effets d'intimidation» *(chilling effects)* survenus à la suite des révélations de l'ancien consultant de la NSA, Edward Snowden, en 2013, qui ont démontré l'existence d'un système de surveillance de masse. Chercheur à l'université de Toronto, Jon Penney avait ainsi mis en lumière la baisse du nombre de consultations d'articles dans la version anglophone de Wikipédia faisant allusion, d'une façon ou d'une autre, au terrorisme dans les deux mois qui ont suivi. Le constat est le même pour des requêtes effectuées dans le moteur de recherche Google à partir de mots-clés «sensibles». Les travaux de recherche de l'Américaine Elizabeth Stoycheff ont également contribué à démontrer un phénomène d'autocensure lié à la révélation de programmes de surveillance en ligne, agissant au détriment des opinions minoritaires.

Face aux algorithmes qui servent à évaluer nos moindres faits et gestes, Tijmen Schep défend l'idée que *«la vie privée, c'est avoir le droit d'être humain»*. Il s'interroge sur le risque à devenir *«plus raisonnables, mais moins humains»* ou encore *«trop transparents»* pour laisser émerger les différences et les points de vue minoritaires.

Cependant la propagation des *fake news* et autres discours débridés sur le Net ne laisse pas apparaître le moindre refroidissement social, contredisant ainsi la thèse soutenue par Tijmen Schep. Il en va de même de la grande insouciance avec laquelle la grande majorité des internautes inscrits sur les réseaux sociaux y publient des pans entiers de leur vie privée, sans s'inquiéter outre mesure de l'usage qui en sera fait. À l'inverse, d'autres pratiques en ligne, s'appuyant sur un système de notation comme les sites Airbnb ou Uber, fonctionnent assurément sur la base d'une autocensure, destinée à rester bien noté par les uns et par les autres, afin de continuer à exercer ou à bénéficier pleinement de ces services. Mais là encore, s'agit-il vraiment d'un refroidissement social?

La prise de conscience du déploiement de l'économie des données est loin d'être généralisée et cela pour une simple raison, l'accès aux services en ligne gratuits s'étant fait, dès l'origine, grâce à la délivrance implicite par les utilisateurs de l'autorisation à exploiter leurs données. Mais nous avons changé d'échelle de mesure, avec un niveau de collecte et des possibilités de calcul, jamais atteints, ce qu'atteste en quelque sorte la nécessité de l'adoption (tardive) du Règlement général sur la protection des données (RGPD, voir *infra* et *supra*). Et pourtant cette nouvelle ère du *Big Data*, qui s'appuie sur la surveillance omniprésente des consommateurs, ne fait que commencer. D'ores et déjà étant tous concernés, notre dilemme s'accroîtra sans cesse entre notre désir de protéger notre vie privée et celui de profiter des outils de la modernité (voir *supra*). L'informatique ambiant, avec le déploiement des interfaces connectées permettant la surveillance, la mesure de nos gestes et de nos émotions, de manière transparente, à partir de technologies comme l'*eye tracking,* la reconnaissance faciale et les *wearables technologies* ou les futures interfaces homme-machine capables de retranscrire nos pensées, risque effectivement de nous rendre à ce point transparents que seule une forme d'auto-contrôle pourrait, peut-être, nous préserver à l'avenir des effets induits par une automatisation omnisciente fonctionnant à partir de nos données personnelles.

FL

Sources :

- Socialcooling.fr
- «Sur internet, vous sachant surveillé, vous n'êtes plus vous-même», Emilie Brouze, nouvelobs.com, 26 juillet 2017.

Plateformes d'innovation

Une plateforme d'innovation est un lieu physique permettant à une communauté ouverte d'entrepreneurs et d'entreprises, accompagnés ou non par une collectivité, de mettre en commun, de partager des équipements et des ressources afin de favoriser l'innovation à travers de nouvelles pratiques de collaboration. Tiers-lieu, *open lab, fab lab*, incubateur, accélérateur, *maker space,* espace de *co-working,* espace collaboratif : ces nouveaux pôles émergent un peu partout en France avec cette même volonté de constituer autour d'eux des écosystèmes permettant d'échanger, de partager et de « co-créer ».

Le principe de base n'est pas nouveau. Le regroupement d'infrastructures et d'équipements mutualisés existe déjà depuis longtemps à destination des entreprises, qui permet à une communauté d'utilisateurs d'effectuer des travaux de recherche et de développement collaboratifs, des tests, des mises en production de préséries, ou des laboratoires d'usage. Les pôles de compétitivité, créés en France en 2004, avaient déjà pour objectif de relancer une politique industrielle à travers des subventions publiques et un régime fiscal attrayant. En atteste également le financement, en octobre 2008, de trente-quatre plateformes d'innovation créées dans le cadre de deux appels à projets du Fonds unique interministériel (FUI), un programme destiné à soutenir la recherche appliquée, pour aider au développement de nouveaux produits ou services susceptibles d'être mis sur le marché à court ou moyen terme, et cela, dans des domaines aussi variés que les TIC (technologies de l'information et de la communication), la santé, les transports, la chimie ou les matériaux.

Les plateformes d'innovation les plus récentes, par la diversité de leur offre de services, leur positionnement et surtout l'implication des territoires dans leur fonctionnement, témoigne d'un nouvel essor, porté par le numérique en général et par les technologies de l'information et de la communication en particulier. Selon le rapport commandé pour la deuxième année consécutive par l'Innovation Factory et Bpifrance LE LAB, et réalisé par les chercheurs de la chaire newPIC de Paris School of Business, ces plateformes d'innovation se caractérisent par trois dimensions principales : *« une communauté d'individus portée par des valeurs et située au cœur des nouvelles démarches d'innovation ; un lieu physique qui cristallise la rencontre, l'émergence de nouvelles pratiques et modèles de collaboration ; et une offre de services au profit des entrepreneurs et des grandes entreprises »*.

Certaines plateformes d'innovation détonnent par leur taille (plusieurs dizaines de milliers de mètres carrés), ainsi que par le grand nombre de services qu'elles proposent. Elles constituent tout un écosystème mêlant jeunes pousses et grandes entreprises. La France compte environ une dizaine de ces nouvelles méga-plateformes. La plus ancienne se situe à Lille, quand d'autres sont encore en construction à Mulhouse, à Marseille ou à Lyon. Une seule d'entre elles mérite le titre de « plateforme de plateformes », d'abord par son gigantisme, et surtout parce qu'elle propose, dans un même lieu, des programmes d'accompagnement portés par d'autres plateformes d'innovation : Station F, située à Paris. Les autres plateformes d'innovation, bien ancrées localement, sont réparties sur tout le territoire. Toutes ont en commun de proposer à une communauté d'acteurs peu habitués à travailler ensemble une infrastructure permettant d'échanger et d'innover.

Station F, une plateforme de plateformes

Station F, créée par Xavier Niel et inaugurée le 29 juin 2017, se présente comme le plus grand incubateur de start-up au monde. Elle est répartie sur un campus de 34 000 mètres carrés situé à la place de l'ancienne Halle Freycinet, une gare de fret à l'abandon classée au titre des monuments historiques dans le 13e arrondissement de Paris. Plateforme d'innovation de tous les superlatifs, Station F propose plus de 3 000 stations de travail à l'attention des start-up, vingt-six programmes internationaux d'accompagnement et

d'accélération, des espaces événementiels dont un auditorium de 370 places ainsi qu'un restaurant et trois bars. Roxanne Varza, directrice de Station F lors de son inauguration expliquait : *« L'idée est que les start-up puissent trouver à Station F tout ce dont elles ont besoin : des programmes d'incubation et d'accélération, des bureaux, un réseau, des experts, l'accès à des investisseurs, à la French Tech ou encore à Bpifrance. »* Station F œuvre dans des domaines aussi variés que les technologies de l'information et de la communication, du matériel informatique à l'intelligence artificielle en passant par la Foodtech, mais aussi l'automobile, la santé ou encore les industries créatives. Au sein de l'incubateur ont également été associés des fonds d'investissement, un *fab lab* (voir *La rem* n°36, p.62), des imprimantes 3D et des services publics.

Station F est une « plateforme de plateformes » : elle accueille des programmes d'accompagnement dirigés par des plateformes d'innovation tierces. Ainsi, Focus, lancé par l'Usine IO, est un programme d'accélération de six mois pour les start-up industrielles qui se consacrent à l'automobile connectée et autonome. L'Usine IO est un « accélérateur de projets *hardware* », qui accompagne chaque année 150 projets provenant de start-up, mais aussi de PME, de grandes entreprises et même d'instituts de recherche, avec pour ambition de *« passer de l'idée à l'industrialisation »*. Autre exemple : Numa, un programme parisien d'accélération de start-up créé en 2011, situé rue du Caire à Paris, a lancé, au sein de Station F, un programme d'accompagnement dédié aux start-up internationales qui souhaitent conquérir le marché français. Quant à Impulse Labs, il s'agit d'un accélérateur de start-up spécialisé dans les *« nouvelles formes de mobilité, à la construction et à l'immobilier »*, qui a lui aussi ouvert un programme d'accélération à Station F afin d'accueillir des start-up pour *« co-construire la ville et les infrastructures de demain avec de grands groupes »*.

Méga-plateformes

EuraTechnologies à Lille, Darwin à Bordeaux, la cité Créative à Montpellier, The Camp à Aix-en-Provence, Bel Air Camp à Villeurbanne, KM0 à Mulhouse, ICI Marseille, ou encore un tiers-lieu situé au cœur de Lyon qui n'a pas encore de nom, la plupart des grandes métropoles françaises ont ou sont sur le point d'ouvrir leur méga-plateforme d'innovation. Le substantif « méga-plateforme » est employé pour désigner de très grandes plateformes d'innovation dont la portée dépasse le simple territoire où elles sont installées. Parfois accompagnées par la région ou par la ville, elles sont souvent implantées dans des friches industrielles entièrement réhabilitées en espaces de travail et en lieux de vie pour favoriser les échanges entre start-up, entreprises et, parfois, avec des pôles d'enseignement ou de recherche.

Parmi ces méga-plateformes d'innovation, la plus ancienne est EuraTechnologies. Créée en mars 2009, elle est le pôle de compétitivité de la métropole lilloise qui fédère des acteurs du monde de la recherche, de l'enseignement supérieur et des entreprises dans le domaine des technologies de l'information et de la communication. Start-up, TPE, PME, grandes entreprises françaises et étrangères interagissent au sein d'un parc d'activités de 150 000 m² qui accueillait, en 2017, quelque 200 entreprises représentant 3 500 emplois. Ce parc d'activités héberge cinq laboratoires de recherche dont un laboratoire de l'INRIA, présent depuis 2010, et le CEA Tech – pôle « recherche technologique » du Commissariat à l'énergie atomique –, consacré aux domaines de l'information et de la communication, des énergies nouvelles, de la santé et la biologie. Parmi les établissements d'enseignement supérieur, l'École des hautes études d'ingénieur propose une formation en « informatique et technologies de l'information (ITI) ». Sont également présentes sur le lieu de grandes entreprises spécialisées dans le numérique, comme Capgemini, IBM ou encore Microsoft. À la disposition de tous, des espaces ont été aménagés pour l'organisation d'événements, de forums et de salons liés aux innovations.

EuraTechnologies propose surtout un incubateur d'entreprises permettant chaque année à quelques start-up d'être accompagnées. En 2018, trente-quatre ont été sélectionnées parmi 180 postulants : réparties sur les trois sites – Roubaix pour le commerce connecté, Lille pour les projets *hardware* et *software* et Willems pour les AgTech, technologies appliquées à l'agriculture –, elles disposeront d'un délai de 80 jours pour développer un prototype en s'appuyant sur les

infrastructures existantes et notamment sur l'écosystème des 200 start-up déjà présentes. À l'issue de cette période d'incubation, douze d'entre elles intégreront le programme d'accélération « Scale », qui vise à accompagner leur montée en puissance.

Le propre d'une plateforme d'innovation est d'animer une communauté en favorisant les échanges et les rencontres *in situ* entre différents porteurs de projet, grâce à des événements et des outils numériques propices à créer du lien. Ces méga-plateformes offrent donc dans un même cadre, une palette de services orientés vers l'innovation portée par une communauté. Les méga-plateformes sont une spécificité française et l'on peut d'ores et déjà s'interroger sur leur capacité à fédérer un nombre suffisant d'entrepreneurs et de grandes entreprises afin que l'émulation entre une communauté aux profils divers puisse pleinement s'exprimer.

Plateformes et territoires

À côté des méga-plateformes, se répartissent également plusieurs dizaines de plateformes d'innovation ancrées localement. Le Hub Creatic, à Nantes, instaure un lien entre les entreprises innovantes, des établissements d'enseignement supérieur et de recherche comme Polytech'Nantes l'Écoles des Mines ou l'École de Design, et des laboratoires de recherche comme l'Institut des sciences de l'ingénieur en thermique-énergétique et matériaux (ISITEM) ou encore l'Institut départemental d'analyse et de recherche (IDAC). La Cantine by TVT Innovation à Toulon a pour vocation *« d'offrir un environnement propice à la création et au développement de l'entreprise innovante dans l'aire toulonnaise, le Var et en Région Provence-Alpes-Côte d'Azur »*. The Corner, à Brest, créé par un réseau d'entreprises de taille intermédiaire (ETI) locales, vise à aider au développement de leur territoire. À Lyon, le TUBÀ, porté par l'association Lyon Urban Data, se veut un *« lieu d'innovation et d'expérimentation pour la ville de demain »*.

Positionnement et offre

Selon le rapport de la chaire newPIC de Paris School of Business, les plateformes d'innovation se distinguent selon leur positionnement : marchand – (*business oriented*), social (*social business oriented*) ou non marchand (*not-for-profit*). Leurs activités sont orientées tantôt vers des prestations intellectuelles (*thinker*) ; tantôt au travers d'ateliers de fabrication numérique (*maker*) avec des machines-outils permettant d'effectuer un prototypage rapide d'objets ou de produits. Enfin, selon les cas, l'accent est mis davantage sur l'animation de communautés et la mise en relation de personnes ou sur la transmission de savoirs à travers des activités de formation, de conseil et d'accompagnement à l'utilisation des machines.

Les plateformes adoptant un positionnement marchand ont pour vocation d'accompagner des start-up motivées par la rentabilité mais également de participer à la transformation d'entreprises existantes, avec des variantes : *« Dans le cas d'EuraTechnologies, The Corner, Alsace digitale, Cantine by TVT innovation, il s'agit d'accompagner l'innovation, la transformation numérique des entreprises et contribuer à la création de nouvelles firmes sur le territoire alors que pour Metropulse et Tuba, il s'agit d'accompagner le développement de nouveaux services pour la ville par les startups comme par les grands groupes. Dans d'autres cas, les plateformes d'innovation visent à la création de projets entrepreneuriaux en proposant de l'incubation, l'accélération et / ou des services mutualisés comme pour Hemera, Bel Air Camp ou Station F. Enfin, You Factory et Make It Marseille, sont orientées vers une nouvelle manière de produire et prototyper en s'appuyant sur l'industrie créative. »*

Les plateformes d'innovation sociale, comme The Camp ou Darwin, s'inscrivent dans une démarche à fort impact social. The Camp espère que *« les découvertes que nous ferons en chemin nous permettront d'inventer le futur de l'alimentation, la santé, la mobilité, l'éducation, l'environnement… »* afin *« d'explorer des solutions pour un futur humain et durable »*. À Darwin, tous les acteurs sont engagés *« dans la transition écologique face au péril climatique, à l'effondrement de la biodiversité, à la raréfaction des ressources, à la prolifération des risques »*.

Quant aux plateformes d'innovation qui adoptent un positionnement non marchand, comme Myne à Lyon ou La Fabrique à Strasbourg, elles ont en premier lieu la volonté d'accompagner des projets citoyens ou de

former à la manipulation des machines-outils présentes dans des *fab labs*.

On peut d'ailleurs distinguer également les plateformes d'innovation selon qu'elles disposent ou non d'un *fab lab* ou d'un *tech lab*, tiers-lieu de type *« marker space »* – un endroit où l'on fait –, c'est-à-dire un atelier mettant à la disposition des participants des outils de fabrication d'objets assistée par ordinateur, avec l'accompagnement de professionnels aidant ou formant à ces nouvelles machines. Station F et l'ensemble des méga-plateformes d'innovation proposent un *fab lab*. Ces ateliers de prototypage occupent même une place centrale pour certaines plateformes, comme You Factory, Make it Marseille ou encore La Fabrique à Strasbourg.

Financement et modèle d'affaires

Face à la diversité de ces plateformes d'innovation, se pose enfin la question de leur mode financement et de leur modèle d'affaires. L'ancrage territorial des plateformes d'innovation implique des financements et un modèle d'affaires alliant à la fois des fonds publics et des fonds privés. L'implication des collectivités locales au financement des plateformes d'innovation est passée d'une logique de subvention à une logique de marchés publics. Elles mettent en œuvre des politiques locales d'accompagnement visant à la transformation numérique des entreprises, à l'innovation urbaine ou territoriale, misant sur le développement de ces plateformes comme levier pour la création d'emplois. Néanmoins toutes les plateformes ne bénéficient pas de subventions, à l'instar de Darwin à Bordeaux qui réalise un chiffre d'affaires d'environ dix millions d'euros, comptant sur la diversité de leur offre : *coworking,* lieux de restauration, événementiel, productions artistiques et culturelles.

Le modèle d'affaires des plateformes d'innovation dépendra de leur positionnement et du type de services qu'elles offrent, quoique *« toutes travaillent avec des flux de revenus parallèles et complémentaires, liés à des services rendus à leurs communautés, aux startups et aux grands comptes »*.

Comment expliquer un tel foisonnement de plateformes d'innovation, de plus en plus grandes ? Sans doute, leur capacité à attirer autant d'entrepreneurs tient à l'hétérogénéité de la communauté qui s'y retrouve et à la volonté de chacun à collaborer. Avec un bémol cependant, *« plus il y a de monde, moins on se connaît intimement, alors on ne s'entraide plus. Dès que les liens entre les incubés deviennent faibles, l'essence même de la plateforme d'innovation se casse la figure »*. Les plateformes d'innovation constituent, pour le moins, un rouage essentiel pour de nouvelles formes de coopétition, (alliance de compétition et de coopération) entre start-up, entreprises, pôles d'enseignement et laboratoires de recherche.

J-A FS

Sources :

- « Bordeaux : Philippe Barre invente un nouveau modèle économique à Darwin », Nicolas César, SudOuest.fr, 6 janvier 2016.
- « L'exploitant du lieu Totem de Lyon désigné », Lamia Barbot, LesEchos.fr, 15 février 2017.
- « Avec Station F, Xavier Niel s'impose comme figure incontournable du monde des start-up », Leila Marchand, LesEchos.fr, 29 juin 2017.
- « Station F, un mini-écosystème d'innovation dans la ville », Sylvain Rolland, LaTribune.fr, 29 juin 2017.
- « Mulhouse passe à l'heure numérique », Alain Piffaretti, LeMonde.fr, 18 novembre 2017.
- Créer et innover aujourd'hui en Île-de-France : le rôle des plateformes d'innovation dans les écosystèmes régionaux, rapport d'étude commandé par Innovation Factory et BPI France Le Lab, Valérie Merindol, David W. Versailles, Nicolas Auboin, Alexandra Lechaffotec et Ignasi Capdevila, Chaire newPIC, Paris School of Busines, presse.bpifrance.fr, février 2018.
- « Les plates-formes d'innovation font le lien entre les start-up et les PME », Julie Chauveau, LesEchos.fr, 23 mars 2018.
- « L'émergence des méga-plateformes d'innovation signe-t-elle la fin de l'esprit collaboratif ? » Melissa Carles, Netpme.fr, 26 mars 2018.

UN CHIFFRE OU DEUX…

100
milliards de dollars

C'est le montant **des revenus publicitaires** générés sur les douze derniers mois, à compter du premier trimestre 2018, par Google, dépassant le total des dépenses publicitaires *offline* dans les médias traditionnels aux États-Unis.

Source : *Les Echos*, 25 avril 2018.

640
milliards d'euros

La trésorerie accumulée à la fin 2017 par les dix entreprises de technologie les plus riches – par ordre décroissant, **Apple, Microsoft, Google, Cisco, Oracle, Facebook, Qualcomm, Amazon, Intel et IBM** – vaut trois fois et demie la trésorerie des dix entreprises pétrolières les plus riches du monde ou deux fois et demie celle du CAC 37 (le CAC 40 sans les banques).

Source : *Le Monde*, 25 avril 2018.

6 milliards d'euros

Les investissements publicitaires effectués sur **l'internet mobile au Royaume-Uni** en 2017 dépassent, pour la première fois, ceux de la télévision (5,9 milliards d'euros).

Source : *La Correspondance de la Presse*, 27 avril 2018.

6,5 milliards d'euros

C'est la somme investie dans la construction d'une **Cité du cinéma** inaugurée, en avril 2018, par le groupe Wanda à **Tsingtao** dans l'est de la Chine, sa superficie représente 500 terrains de football.

Source : AFP, *Libération*, 30 avril 2018.

2,7 milliards d'euros

La vente de billets de cinéma en Chine au premier trimestre 2018 dépasse le box-office de l'Amérique du Nord (2,4 milliards d'euros), essentiellement **grâce aux films locaux.**

Source : *La Correspondance de la Presse*, 1er juin 2018.

240 000
dollars

C'est **le salaire annuel médian** des employés de **Facebook** en 2017 – 197 000 dollars chez Google –, quatre fois supérieur à la moyenne du salaire médian dans 1 600 entreprises américaines (63 000 dollars).

Source : Equilar in *Les Echos*, 17 mai 2018.

FL

À LIRE EN LIGNE

Smartphones, tablettes, assistants vocaux… Les terminaux, maillon faible de l'ouverture d'internet, rapport sur leurs limites et sur les actions à envisager, ARCEP, février 2018

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep) s'intéresse ici au principe de neutralité, non pas du réseau internet – consacré par le règlement européen 2015/2120 garantissant le droit des citoyens à un accès ouvert – mais des terminaux et de leur influence sur l'accessibilité des services internet. Autrement dit, pour reprendre une formule de Sébastien Soriano, président de l'Autorité, *« on s'intéressait aux tuyaux, pas aux robinets »*.

En effet, s'il y a encore quelques années, l'accès aux services d'internet s'effectuait essentiellement depuis un ordinateur ou un téléphone portable, la diversité grandissante des terminaux pose désormais de nouveaux enjeux quant à l'accessibilité des contenus et des services : tablettes, smartphones, consoles de jeux, téléviseurs, voitures et objets connectés sont devenus autant de points d'accès à l'internet susceptibles de mettre à mal le respect du principe de neutralité du réseau.

Retraçant la migration des usages en dix ans de l'ordinateur vers le téléphone portable, l'Arcep met en lumière la mainmise des groupes Google et Apple sur le marché des logiciels pour smartphones, résultat de leurs stratégies respectives conduisant à écarter progressivement tous les autres systèmes d'exploitation présents depuis 2008, notamment ceux de Microsoft, de BlackBerry ou encore de Nokia.

L'Arcep s'intéresse également aux fonctionnalités qui deviendront décisives dans le choix d'un smartphone, notamment l'intelligence artificielle, les assistants vocaux, le paiement mobile ou encore la réalité augmentée.

Le rapport poursuit son analyse en qualifiant de *« kindle-isation »* le fait qu'un utilisateur se voit aujourd'hui proposer des objets connectés conçus spécialement pour la consommation de services *ad hoc*, téléviseur, assistant vocal, voiture, console de jeu, qui peuvent présenter *« un risque de fragmentation de l'accès des utilisateurs à internet, qui pourrait à terme ne plus consister qu'en de nombreux silos ou "sous- internet" spécialisés »*.

Il ressort ainsi du travail mené par l'Arcep que les terminaux engendrent de nombreuses limites à l'ouverture de l'internet : celles liées, d'une part, à leurs caractéristiques techniques, à l'évolution des logiciels et, d'autre part, celles liées aux politiques éditoriales, notamment des magasins d'applications, aux modèles économiques élaborés par les fabricants de terminaux et par les éditeurs de systèmes d'exploitation.

En conclusion de ses travaux, l'Arcep formule une dizaine de mesures, afin de préserver le caractère ouvert de l'internet au stade des terminaux, notamment en déclinant l'approche qu'elle applique déjà au secteur des télécoms : *« réguler par la* data *»*, c'est-à-dire permettre à l'Autorité de jouer un rôle d'arbitre, à partir des données fournies par les fabricants et les éditeurs, en apportant aux consommateurs les informations

nécessaires pour choisir leur appareil en toute connaissance de cause.

Insistant sur l'importance des enjeux soulevés par son rapport, l'Arcep appelle de ses vœux que la neutralité des terminaux devienne un sujet dont l'Europe se saisisse.
À lire sur la-rem.eu

J-A FS

Exploitation des données dans le secteur de la publicité sur internet, Autorité de la concurrence, avis n° 18-A-03, 6 mars 2018

Le modèle de la gratuité des services web accessibles sur internet repose en grande partie sur l'exploitation commerciale des données de leurs utilisateurs. Le développement du haut débit, la fréquentation croissante des réseaux sociaux, l'essor du commerce électronique favorisent la captation de données numériques sur lesquelles reposent de nouveaux modèles de publicité que l'Autorité de la concurrence analyse dans cet avis. Elle s'est tout particulièrement intéressée à la publicité dite programmatique, qui désigne l'activité publicitaire pour laquelle l'achat et la diffusion d'espaces publicitaires se fait en temps réel et de manière automatisée (voir *La rem* n°32, p.55).

Ces nouvelles formes de publicité ont engendré un écosystème composé de multiples acteurs utilisant des technologies complexes et dont les revenus sont captés à 90 % par deux entreprises, Google et Facebook. Il s'agit là d'un enjeu majeur puisque la publicité en ligne concourt au financement des médias qui ne tirent pas suffisamment profit de la croissance soutenue du secteur.

Ce déséquilibre s'explique par un certain nombre d'avantages concurrentiels tenant à la nature même de la publicité en ligne : les utilisateurs de moteurs de recherche, de plateformes de partage de vidéos, de services de cartographie ou encore de réseaux sociaux sont tout à la fois destinataires des publicités et fournisseurs des données qui permettent de les cibler. Par l'usage des services gratuits, par les contenus qu'ils produisent eux-mêmes et par leurs interactions, les internautes livrent spontanément, consciemment ou non, leurs données personnelles permettant ainsi que leur soient adressés des messages publicitaires personnalisés. Parce que Google et Facebook sont les services les plus utilisés sur le web, le volume de données qu'ils recueillent est sans commune mesure avec celui des autres acteurs du secteur.

Ces géants du web ont également construit un modèle d'intégration verticale, se positionnant tout à la fois comme éditeurs et comme intermédiaires techniques, ce qui leur confère un avantage concurrentiel indéniable puisque la seule manière d'accéder à leurs propres outils d'achat d'espaces publicitaires est de passer par leurs services.

Effets de réseau, capacité à créer des innovations technologiques, audiences considérables et vastes ensembles d'inventaires et de données : ce sont autant de barrières à l'entrée pour toutes les autres entreprises financées par la publicité en ligne.

Alors que le marché de la publicité en ligne est en forte croissance, un avantage concurrentiel déterminant repose sur la capacité de quelques acteurs à capter massivement des données « à forte valeur ajoutée » et à maîtriser des outils technologiques permettant de les commercialiser. Si cet avis de l'Autorité de la

concurrence n'a qu'une valeur consultative, celle-ci n'exclut pas, face à la situation de plus en plus fragile de nombreux acteurs du marché, de se saisir d'office pour examiner l'existence éventuelle de pratiques anticoncurrentielles tenant à l'exploitation des données dans le secteur de la publicité sur internet. L'Autorité rappelle, à ce titre, que le droit de la concurrence s'applique à l'ensemble des services en ligne fournis aux utilisateurs, y compris les services gratuits, puisqu'ils fonctionnent exclusivement sur la commercialisation des données personnelles collectées.

À lire sur la-rem.eu

J-A FS

ARTICLES & CHRONIQUES

Pour ou contre la patrimonialité des données personnelles

Philippe Mouron

Le droit des données personnelles est plus que jamais d'actualité. En Europe, l'entrée en vigueur du Règlement général relatif à la protection des données personnelles et à la libre circulation de ces données (RGPD, voir *La rem* n°42-43, p.21), le 25 mai 2018, a contraint les entreprises à se mettre en conformité [1]. Les multiples changements apportés aux conditions générales d'utilisation des services numériques attestent de leur degré de préoccupation. De plus, ces évolutions arrivent dans un contexte de scandales mettant en cause les réseaux sociaux, dont le dernier en date concerne les relations de Facebook avec l'entreprise Cambridge Analytica [2].

Cette dernière, spécialisée dans la communication stratégique et l'analyse de données (courtiers en données, voir *supra*), aurait ainsi exploité les données d'environ 87 millions d'utilisateurs du réseau social à des fins de « profilage » politique. L'objectif consistait à anticiper les tendances électorales et à mieux cibler les électeurs potentiels en leur envoyant des messages personnalisés. Les personnes concernées n'ont nullement été informées de ce traitement, de ses finalités, ainsi que de ceux qui ont utilisé leurs données. La collecte a été effectuée par l'intermédiaire d'un professeur de psychologie ayant développé une application mise à la disposition des utilisateurs du réseau social (Thisisyourdigitallife). Ceux-ci se voyaient invités à participer à des tests de personnalité. Les questions posées permettaient en outre de recueillir les données de personnes en relation avec les participants, et qui n'avaient pas nécessairement installé l'application, ce qui augmentait considérablement le volume de données collectées. Celles-ci ont par la suite été cédées à l'entreprise Cambridge Analytica et ont notamment servi pendant la dernière campagne présidentielle américaine. Steve Bannon, futur conseiller stratégique du président Donald Trump, figurait au rang des membres du conseil d'administration de la société. Outre la collusion entre les sphères politique et économique, l'affaire mettait ainsi en lumière l'incapacité des réseaux sociaux à garantir un parfait respect des informations

SUR LE PLAN JURIDIQUE, LES DONNÉES PERSONNELLES SE SITUENT À LA FRONTIÈRE ENTRE LA PERSONNE ET LA CHOSE

de leurs utilisateurs. Elle démontre comment des données divulguées de façon *a priori* anodine et pour une finalité précise peuvent finalement être récupérées par des tiers et servir d'autres objectifs. Cela est d'autant plus grave que ces nouveaux objectifs mettent en cause l'exercice de droits et libertés aussi précieux que la liberté d'opinion et le droit de vote. C'est d'ailleurs pourquoi Marck Zuckerberg reconnut la pleine responsabilité de Facebook dans cette fuite de données, ce qui lui a valu d'être auditionné par le Congrès des États-Unis et par le Parlement européen.

On rappellera que ce n'est pas la première fois que le réseau social se trouve accusé de pratiques illicites dans ses opérations de collecte de données. La mutualisation des données des utilisateurs de Facebook et de WhatsApp avait déjà donné lieu à une série de sanctions en Europe, mais également dans le reste du monde (voir *La rem*, n°42-43, p.18-20). Outre le manque de clarté des conditions de partage et le non-respect du droit d'opposition des utilisateurs, cette opération entrait aussi en contradiction avec la position historique de WhatsApp, qui entendait ne pas faire un usage commercial des informations de ses usagers.

Toutes ces pratiques ne font que renouveler les interrogations liées aux capacités d'utilisation des données personnelles. S'il est certain qu'elles constituent l'un des moteurs de l'économie numérique, leur attachement à des personnes physiques n'en fait pas des données comme les autres. En tant que « données », elles constituent des informations qui peuvent circuler, être utilisées et valorisées, notamment pour la publicité. En tant que « données personnelles », elles constituent des prolongements de la personnalité des personnes physiques et reflètent des éléments qui leur sont propres (identité, vie privée, intimité, réputation, conscience, choix personnels…). Pour ces raisons, les données personnelles relèvent à la fois de l'être et l'avoir.

LA VOIE D'UNE QUALIFICATION EXTRAPATRIMONIALE DES DONNÉES ENTEND PRÉSERVER L'INTÉGRITÉ DE LA PERSONNALITÉ EN LIMITANT LEUR UTILISATION COMMERCIALE

Sur le plan juridique, elles se situent à la frontière entre la personne et la chose, et peuvent relever aussi bien de l'une que de l'autre. Cette dichotomie rejaillit sur le plan géographique, puisqu'elle oppose les ordres juridiques européen et états-unien. Alors que le premier tente de préserver l'intégrité de l'identité sur les réseaux, le second fait primer l'aspect informationnel des données et favorise leur exploitation commerciale. L'opposition n'est toutefois que relative, le nouveau Règlement européen étant basé sur la libre circulation des données. Il confère aux individus des garanties supplémentaires leur permettant de mieux maîtriser le sort de ces données, y compris lorsqu'elles sont employées à des fins commerciales. Le niveau adéquat de protection qui peut leur être accordé dépend lui-même de la nature juridique des droits dont elles sont l'objet.

La voie d'une qualification extrapatrimoniale des données entend préserver l'intégrité de la personnalité en limitant leur utilisation commerciale. Si celle-ci n'est pas à rejeter dans l'absolu, elle doit pouvoir être strictement contrôlée par le titulaire des données. C'est cette conception qui a été retenue en droit français, notamment par la loi du 7 octobre 2016 pour une République numérique (voir *La rem* n°41, p.15), sous l'expression « droit à l'autodétermination informationnelle »[3], et par le RGPD au niveau européen. À l'inverse, l'idée d'un droit de propriété des données compte un certain nombre de partisans. Le rapport publié par le *think tank* Génération libre en janvier 2018[4] a ainsi permis de dresser un nouvel état des lieux des arguments favorables à cette qualification, en se basant notamment sur les dispositions du RGPD. L'idée part du constat que les données personnelles ont déjà une valeur économique[5] et peuvent donc être considérées comme des biens à part entière. Le fait de reconnaître une propriété des données restaurerait la souveraineté de l'individu sur son patrimoine informationnel[6] et lui permettrait également de profiter des bénéfices liés à leur exploitation.

Malgré cette opposition de principe, on constate que les deux courants ne parviennent à qualifier les données personnelles que de façon imparfaite. Là où le premier admet l'existence d'une « commercialité » limitée des données, normalement incompatible avec leur caractère personnel, le second admet que la patrimonialité des données puisse être organisée selon des règles spéciales, quitte à leur reconnaître un caractère personnel. Aucun ne parvient en théorie à surmonter la dichotomie induite par la nature des données personnelles et à trancher nettement pour une conception « pleinement » personnaliste ou patrimoniale.

La question certes n'est pas nouvelle. Elle s'était déjà posée pour les droits de la personnalité. Cela est logique puisque le développement de ces droits a été intimement lié à celui des procédés de communication[7]. Ceux-ci ont permis de matérialiser les informations propres à la personnalité sur des supports distincts de la personne qui peuvent être d'autant plus facilement dispersés. Le besoin d'en contrôler le sort s'est naturellement fait sentir. Le droit à l'image fut l'un des premiers droits concernés, depuis que la photographie a rendu l'image d'une personne « détachable » et « transportable » devant le public[8]. Il en est de même avec le droit au respect de la vie privée, qui permet de s'opposer à la divulgation d'informations par voie de presse écrite ou audiovisuelle[9]. Ce besoin s'est renforcé avec les services de communication en ligne, qui ont repoussé les limites de l'intrusion en permettant de fixer un nombre croissant de données allant bien au-delà de la vie privée[10]. Aussi, les droits de la personnalité sont bien exercés sur des objets extérieurs à la personne, plus ou moins tangibles, et qui peuvent avoir une valeur commerciale. Le droit à l'image peut faire l'objet de contrats d'exploitation et générer des revenus[11]. Il en est de même avec le droit au nom[12]. Bien que les droits de la personnalité soient normalement extrapatrimoniaux et, par voie de conséquence, incessibles, insaisissables et intransmissibles, une certaine forme de patrimonialisation a toujours été sous-jacente à l'aune des techniques de communication.

AU RÉALISME DE LA CONCEPTION PATRIMONIALE S'OPPOSE L'IDÉALISME DE LA CONCEPTION PERSONNALISTE

Une attraction des droits de propriété intellectuelle, et plus particulièrement du droit d'auteur, a également pu être recherchée [13]. La diffusion des éléments de l'identité personnelle procède en effet des mêmes moyens de communication que les œuvres de l'esprit. Le droit d'auteur est aussi doté d'une importante dimension personnaliste, d'où les nombreuses discussions doctrinales liées à sa nature juridique. Le caractère dualiste de ces deux séries de prérogatives (droit moral et droit patrimonial) apparaît ainsi comme un certain compromis entre la conception personnaliste et la conception patrimoniale du droit d'auteur. Surtout, l'œuvre de l'esprit constitue une extériorisation de la personnalité de l'auteur, dont elle porte nécessairement l'empreinte. Il pourrait donc en être de même pour les données personnelles et les autres éléments relevant des droits de la personnalité.

Le rapprochement serait d'autant plus pertinent que certains éléments de l'identité des personnes peuvent faire l'objet d'une certaine mise en forme originale. Tel est le cas des avatars dont la personne peut faire usage sur certains services, tels les jeux vidéo ou les réseaux sociaux, que l'on peut assimiler à des personnages de fiction. Ils expriment bien une personnalité, au sens du droit d'auteur, tout en remplissant une fonction d'identification. L'assimilation ne saurait cependant être totale, dès lors que le droit d'auteur nécessite l'existence d'une création de forme originale. Cette qualité est certes indifférente à un certain nombre de critères (destination, mérite…), mais ne saurait inclure les informations « brutes » propres à un individu. Bien que mises en forme, elles ne sont pas créées. Cette proximité entre les droits de la personnalité et le droit d'auteur pourrait également être recherchée par comparaison avec le droit américain. Le *right of privacy* y est en effet corrélé au *right of publicity,* celui-ci permettant d'exploiter les attributs de la personnalité, notamment par des moyens de communication au public. L'exercice de ce droit a d'ailleurs pu être substitué à celui du *copyright* [14].

C'EST ÉGALEMENT LÀ LE PARADOXE DU RGPD, QUI RENFORCE LES DROITS DES PERSONNES SUR LEURS DONNÉES, TOUT EN AUTORISANT LEUR LIBRE CIRCULATION

La nature juridique des données personnelles ne fait donc que renouveler des questions qui sont anciennes et parfois paradoxales. En effet, il est certain que les deux conceptions ont un objectif commun, la garantie d'une parfaite maîtrise de l'utilisation des données par les personnes auxquelles elles se rapportent. Au réalisme de la conception patrimoniale s'oppose l'idéalisme de la conception personnaliste. De plus, malgré les déclarations de principe tendant à reconnaître un caractère extrapatrimonial aux droits sur les données personnelles, les textes peuvent se prêter à diverses interprétations.

Comme le rapport « Mes data sont à moi » du *think tank* Génération libre cherche à le démontrer, les prérogatives octroyées aux personnes par le RGPD peuvent s'apparenter à des pouvoirs d'usage et de disposition des données, ce qui les rapproche de la propriété. De façon générale, la mise en œuvre des droits à l'information et au consentement, ainsi que des droits d'opposition et à l'effacement, protégerait l'individu contre toute « dépossession » de ses données. La réification des données résulterait même plus

particulièrement de certaines prérogatives. Tel est le cas avec le droit à la portabilité, puisqu'il garantit aux personnes la possibilité de séparer et transférer leur patrimoine informationnel d'un service à un autre. Les prérogatives consacrées dans d'autres textes pourraient également avoir cet effet. En droit français, la création d'un droit sur le sort *post mortem* des données par la loi pour une République numérique a pu interroger sur l'éventuel caractère transmissible de celles-ci aux héritiers [15]. Cette même loi a néanmoins rappelé que les droits ouverts par la loi relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés du 6 janvier 1978 s'éteignaient au décès de leur titulaire, confortant ainsi leur caractère extrapatrimonial.

IL SEMBLE QUE LA RECONNAISSANCE D'UNE PROPRIÉTÉ DES DONNÉES PERSONNELLES SOIT UN LEURRE

De même, certaines décisions ont pu être interprétées comme reconnaissant la patrimonialité de fichiers de données personnelles. Tel a été le cas à la suite de l'arrêt de la chambre commerciale de la Cour de cassation en date du 25 juin 2013 ; la Cour y confirmait qu'un fichier de clientèle informatisé non déclaré à la Cnil constituait une chose hors commerce et ne pouvait valablement faire l'objet d'une cession [16]. Inversement, cela sous-entend que le fichier dûment déclaré peut bien faire l'objet d'une exploitation. L'impératif de protection des données personnelles n'est donc pas totalement exclusif de leur usage commercial. C'est également là le paradoxe du RGPD, qui renforce les droits des personnes sur leurs données, tout en autorisant leur libre circulation.

Enfin, et au vu de ces constats, le recours à une qualification patrimoniale des données ne devrait pas être exagéré. Le triptyque *usus, fructus* et *abusus* ne saurait leur être appliqué dans sa totalité. L'article 544 du code civil dispose que le droit de propriété est indéfini dans son contenu, mais non illimité dans sa portée. Certains actes peuvent ainsi être interdits au propriétaire, soit en raison de la nature des biens en cause soit en raison de restrictions légales. La libre disposition des données personnelles pourrait dès lors être exclue pour les plus sensibles, comme celles qui touchent à l'intimité et la dignité des personnes [17]. Les dispositions du règlement général et des autres textes relatifs à la protection des données personnelles peuvent être considérées comme contenant de telles restrictions légales, puisqu'elles conditionnent l'exercice du droit de propriété sur ces données, tant par leurs titulaires que par leurs cessionnaires.

Qu'il s'agisse de prééminence de la personnalité sur les intérêts économiques ou de souveraineté de la personne sur ses biens, il semble finalement que le résultat des deux conceptions soit le même, à savoir garantir le contrôle de l'individu sur ses données, y compris lorsqu'elles font l'objet d'une exploitation commerciale. De plus, quand bien même le règlement général ainsi que d'autres textes octroieraient des pouvoirs exclusifs et opposables aux personnes sur leurs données, ces caractères ne sont pas suffisants pour établir leur patrimonialité. L'exclusivité et l'opposabilité sont propres à tout droit subjectif, quelle que soit sa nature juridique. Le débat serait dès lors inutile, puisqu'il porte plus sur des questions de points de vue que sur la portée pratique des mécanismes qui seraient ainsi établis.

Pourtant, il semble que la reconnaissance d'une propriété des données personnelles soit un leurre, malgré la bonne volonté des défenseurs de cette conception. Elle présente en effet de nombreux risques, tels ceux qui ont été relevés par l'affaire Cambridge Analytica. Tout d'abord, la valorisation des données suppose d'atteindre un seuil de rentabilité tel que les actes de collecte, de traitement et de croisement se doivent d'être les plus massifs possibles, ce qui en renforce le caractère intrusif. De plus, cette valorisation n'aurait que peu d'intérêt pour les titulaires des données. En effet, individuellement, les données n'ont que peu de valeur et ne pourraient en acquérir davantage qu'au prix d'importantes divulgations. L'idée d'une rémunération de l'individu en échange de ses données ne constitue donc pas une avancée remarquable. On peut d'ailleurs constater qu'une telle rémunération existe déjà par équivalence, à travers la gratuité d'accès que proposent certains services numériques en échange de l'usage publicitaire des données [18]. Aussi, on ne saurait faire peser la gestion des données sur les épaules de consommateurs désarmés et propices à se laisser conquérir par des arguments commerciaux [19]. Pour toutes ces raisons, le Conseil d'État français s'était opposé à cette conception dans son rapport « Le numérique et les droits fondamentaux », paru en 2014 [20] (voir *La rem* n°32, p.61).

ON NE SAURAIT FAIRE PESER LA GESTION DES DONNÉES SUR LES ÉPAULES DE CONSOMMATEURS

La voie d'une qualification extrapatrimoniale paraît dès lors préférable, en dépit des incertitudes précitées. Quand bien même il existerait une « échelle de patrimonialité » des droits de la personnalité, celle-ci se doit d'être la plus exceptionnelle possible. La personne n'étant pas une chose, ses informations ne sauraient l'être non plus. Indépendamment de leur valeur commerciale, ces données reflètent des intérêts moraux de la personne et sont consubstantielles à l'exercice de libertés fondamentales, telles que la liberté d'opinion, la liberté de conscience ou encore la liberté d'expression. De tels intérêts ne sauraient en soi être évaluables en argent, et leur utilisation se doit d'être la plus restreinte possible pour prévenir tout risque de discrimination. L'affaire Cambridge Analytica atteste parfaitement des dangers inhérents à un usage dérégulé des données personnelles. Celles-ci ne sauraient être traitées comme des choses ordinaires. C'est bien pour cela que leurs titulaires ne sauraient en disposer à titre définitif, et qu'il importe de garantir un pouvoir de contrôle et de suivi sur leur usage. Les utilités économiques qui peuvent en être tirées ne sauraient être confondues avec les données elles-mêmes, qui doivent conserver un caractère extrapatrimonial. Les dispositions du RGPD ne sauraient donc être interprétées comme instituant une patrimonialité des données, pas plus qu'un droit de propriété sur celles-ci.

L'AFFAIRE CAMBRIDGE ANALYTICA ATTESTE PARFAITEMENT DES DANGERS INHÉRENTS À UN USAGE DÉRÉGULÉ DES DONNÉES PERSONNELLES

Le droit à l'autodétermination informationnelle, qui engloberait l'ensemble des prérogatives des personnes sur leurs données, doit dès lors être considéré comme un droit extrapatrimonial. La notion, consacrée en 1983 par la Cour constitutionnelle allemande, assurerait le maintien d'une conception personnaliste

en assimilant les droits des personnes sur leurs données aux droits de la personnalité. Ce droit n'interdit pas une certaine marchandisation des données mais en limite la portée et offre des garanties contre toute divagation. Cette qualification n'est donc pas purement symbolique puisqu'elle confère aux personnes de réels pouvoirs leur permettant de faire respecter leurs intérêts fondamentaux.

Philippe Mouron est maître de conférences HDR en droit privé à Aix-Marseille Université et rattaché au Laboratoire interdisciplinaire de droit des médias et des mutations sociales (LID2MS)

Sources :

1 Règlement n° 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données).

2 «Revealed : 50 Million Facebook Profiles Harvested for Cambridge Analytica in Major Data Breach», C. Cadwalladr & E. Graham-Harrisson, *The Guardian*, March 17, 2018 ; «How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions», M. Rosenberg , N. Confessore & C. Cadwalladr, *The New York Times*, March 17, 2018.

3 Art. 1er de la loi du 6 janvier 1978 : *«Toute personne dispose du droit de décider et de contrôler les usages qui sont faits des données à caractère personnel la concernant, dans les conditions fixées par la présente loi».*

4 Mes data sont à moi – Pour une patrimonialité des données personnelles, Génération libre, generationlibre.eu, janvier 2018.

5 «Pour un droit commercial de l'exploitation des données à caractère personnel», P. Storrer, *Recueil Dalloz*, 2013, p.1844.

6 *Informatique et libertés,* A. Bensoussan, 2e éd., Francis Lefebvre, Paris, 2010, p.42.

7 *Une création prétorienne : les droits de la personnalité,* R. Lindon, Dalloz, Paris, 1975, p.11-13.

8 *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique,* W. Benjamin, Allia, Paris, 2007 (1re éd. 1936), p.44.

9 «Liberté de la presse et protection civile des droits modernes de la personnalité en droit positif français», J.-P. Gridel, *Recueil Dalloz,* 2005, p.391-398.

10 «Les nouveaux territoires des droits de la personnalité», L. Marino, *Gazette du Palais,* 18 mai 2007, p.1477-1483.

11 «L'image de la personne est un bien», T. Revet, *Revue trimestrielle de droit civil,* avril 2009, p.342-346.

12 «Le patronyme saisi par le patrimoine», *M. Vivant, Mélanges offerts à André Colomer,* Litec, Paris, 1993, p.516-531.

13 «L'influence de la loi du 11 mars 1957 sur les autres branches du droit», J.-M. Bruguière, *Petites Affiches,* 6 décembre 2007, p.13-14.

14 U.S. Supreme Court, 433 U.S. 562, *Zacchini vs Scripps-Howard Broadcasting Co.,* June 18, 1977.

15 «Les données à caractère personnel et la mort – Observations relatives au projet de loi pour une République numérique», C. Pérès, *Recueil Dalloz,* 2016, p.90-96.

16 C. Cass., Ch. Comm., 25 juin 2013, n° 12-17.037, FS-P+B+I ; voir «Le fichier de clientèle informatisé non déclaré à la Cnil est hors commerce», H. Barbier, *Revue Trimestrielle de droit civil,* juillet 2013, pp. 595-596.

17 «Être propriétaire de ses données personnelles : peut-on recourir aux régimes traditionnels de propriété?», F. Mattatia F. et M. Yaiche, *Revue Lamy, Droit de l'immatériel,* n° 114, avril 2015, p.60.

18 *A qui profite le clic? Le partage de la valeur à l'ère numérique,* V.-L. Benabou et J. Rochfeld, Odile Jacob, Paris, 2015, p.27.

19 «Pour en finir avec l'idée d'un droit de propriété sur ses données personnelles : ce que cache véritablement le principe de libre disposition», N. Ochoa, *Revue française de droit administratif,* 2015, p.1157.

20 Le numérique et les droits fondamentaux, Étude annuelle 2014 du Conseil d'État, La Documentation française, 2014, p.264.

Musique en ligne : le *streaming* inaugure la mondialisation du marché

Alexandre Joux

Le marché de la musique a longtemps été une affaire de privilégiés puisqu'il s'est concentré à plus de 80 % dans cinq pays : les États-Unis, le Japon, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France. Les trois *majors* mondiales de la musique témoignent d'ailleurs de cet ancrage historique, avec Universal Music Group aux États-Unis, contrôlée par le groupe français Vivendi ; avec Sony Music, contrôlée par le groupe japonais éponyme ; enfin, avec Warner Music, une *major* britannique où dominent désormais les capitaux russes (voir *La rem* n°18-19, p.50). Une fois numérisée et disponible en ligne, la musique a pu se mondialiser et s'étendre au-delà de ses marchés historiques, un phénomène dont le piratage s'est chargé dès les années 2000, amorçant à cette occasion la chute du marché de la musique enregistrée. Avec le *streaming* musical, et notamment ses offres par abonnement, les acteurs de la musique enregistrée comptent transformer en véritable marché les nouvelles pratiques planétaires d'écoute de la musique en ligne afin d'assurer des revenus pérennes à un secteur qui sort de vingt années douloureuses.

Les promesses économiques du *streaming* musical

À l'évidence, le *streaming* est en train de relancer les marchés historiques de la musique enregistrée, comme l'attestent les chiffres du Global Music Report de l'International Federation of Phonographic Industry (IFPI) pour l'année 2017. Les cinq premiers marchés au monde affichent de bons résultats grâce aux excellents chiffres du *streaming*. Certes, le Japon ne parvient pas encore à compenser avec le *streaming* la perte de chiffre d'affaires liée à la baisse des ventes de CD. De son côté, la France reste encore atypique, avec 51 % des ventes de musique enregistrée en format CD ou vinyle. Mais le marché mondial, à l'inverse du marché français, dépend désormais majoritairement des revenus numériques (54 %), cette proportion devant s'accroître puisque le chiffre d'affaires du *streaming* s'envole (+ 41,1 %), ce qui permet au marché mondial d'être en hausse pour la troisième année consécutive (+ 8,1 %), malgré l'effondrement des téléchargements (- 20,5 %) et la poursuite du recul des ventes physiques (- 5,4 %).

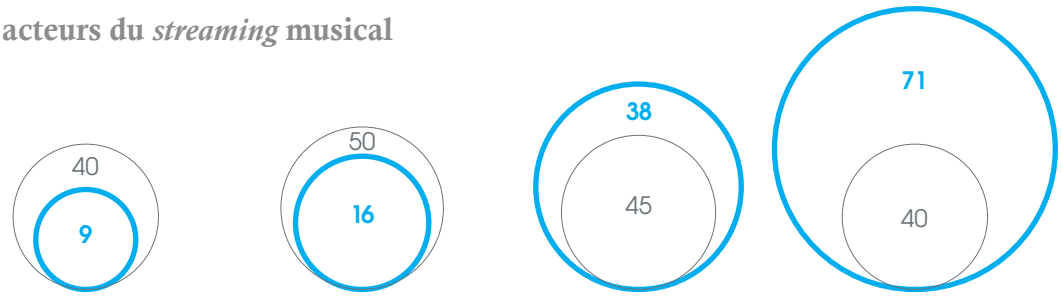
Ces chiffres masquent toutefois une réalité mondiale beaucoup plus contrastée : le recul des ventes physiques et l'effondrement des téléchargements concernent d'abord les pays où le marché de la musique s'est développé historiquement quand, à l'inverse, les bons chiffres du *streaming* témoignent d'un phénomène constaté sur tous les continents. En Asie, le marché croît de 5,4 % grâce au *streaming* (+ 38,2 %), où ce mode d'écoute touche désormais les pays les plus peuplés : le *streaming* s'envole de 60,8 % en un an en Inde, de 35,3 % en Chine et de 24,3 % aux Philippines. Ces marchés étaient absents de la carte des *majors* il y a encore vingt ans. Même si le prix des abonnements y est plus bas qu'en Europe ou aux États-Unis, ces pays sont le principal relais de croissance du marché de la musique, le marché chinois devant même devenir à terme le premier marché de la musique dans le monde. Le même constat peut être dressé en Amérique latine où le marché croît de 17,7 % par rapport à 2016, tiré là encore par le *streaming* qui s'envole à + 48,9 %, quand les ventes physiques s'effondrent de 41,5 %. Le succès du *streaming* permet ainsi au Brésil d'afficher une croissance de 17,9 % de son marché de la musique enregistrée, quand il était en repli de 3 % en 2016. Mais d'autres pays apparaissent sur la carte avec + 21,7 % pour le Pérou ou encore + 10,5 % pour la Colombie. En Europe, où le marché est plus mature, la hausse n'est que de 4,3 %, le *streaming* affichant une croissance de 17,3 % pour porter la part des revenus numériques à 43 % du total du marché. Les chiffres du *streaming* sont excellents au Royaume-Uni et en Allemagne, avec des hausses respectives de 41,1 % et de 46,2 %, quand la France voit le *streaming* croître de seulement 24,1 %, phénomène qui s'explique par l'arrivée à expiration de plusieurs offres d'abonnement proposées par les opérateurs de télécommunications. Enfin, en Amérique du Nord, le marché croît de 12,8 % grâce aux performances du *streaming* (+ 49,9 %), les revenus numériques comptant désormais aux États-Unis pour 75 % du total du marché de la musique enregistrée.

LE MARCHÉ DE LA MUSIQUE S'EST MONDIALISÉ GRÂCE AU *STREAMING*, DONC AUSSI GRÂCE AUX PLATEFORMES D'ÉCOUTE QUI ONT SU METTRE LEURS SERVICES À DISPOSITION PARTOUT DANS LE MONDE

À l'évidence, le marché de la musique s'est mondialisé grâce au *streaming*, donc aussi grâce aux plateformes d'écoute qui ont su mettre leurs services à disposition partout dans le monde. Mais cette mondialisation est encore embryonnaire : dans le Top 10 des marchés de la musique enregistrée, seuls le Brésil et la Chine viennent côtoyer les puissances industrielles d'avant l'ère internet, en se classant respectivement à la 9e et 10e place, derrière les États-Unis, le Japon, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France, la Corée du Sud, le Canada et l'Australie. Or, les premiers marchés en nombre d'internautes sont la Chine et l'Inde, très loin devant le Canada ou l'Australie par exemple. Autant dire que la clientèle potentielle des offres de musique en *streaming* est très large, parce qu'elle concerne désormais les 3 milliards

de smartphones dans le monde, les 2 milliards d'utilisateurs de Facebook, le milliard et demi d'utilisateurs de YouTube, les 700 millions d'utilisateurs des services de Tencent et les dizaines de millions d'utilisateurs de Spotify, d'Amazon ou encore de Deezer. Aussi la banque d'affaires JP Morgan estime-t-elle à 60 milliards de dollars le marché mondial de la musique en 2030, contre 17,3 milliards de dollars en 2017 selon l'IFPI, les perspectives de croissance pour le *streaming* étant gigantesques puisque les principales plateformes d'écoute, en premier lieu Spotify et Apple Music, ne comptent ensemble que 110 millions d'abonnés.

Les principaux acteurs du *streaming* musical



	Deezer	Amazon Music Unlimited	Apple Music	**Spotify**
Modèle (payant ou gratuit)	Mixte	Payant	Payant	Mixte
Prix de la base mensuel	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€

◯ Nombres de morceaux catalogue (en millions) ◯ Nombres d'abonnés payants (en millions)

Sources : d'après sociétés ; Midia research *in Le Figaro,* 4 avril 2018.

À cet égard, les annonces récentes des *majors*, qui ont renouvelé leurs accords avec Spotify et signé des accords avec YouTube et Facebook sont autant d'indications en faveur d'une accélération de la mondialisation du marché du *streaming* musical. De son côté, Spotify défriche la mondialisation des usages musicaux en achevant son internationalisation grâce notamment à son alliance avec Tencent. Plus opportuniste, Apple compte sur ses terminaux pour imposer son service Apple Music à l'échelle mondiale et profiter de la croissance des marchés que Spotify et Deezer ont inventés il y a désormais plus de dix ans.

SPOTIFY EST UN *PURE PLAYER* QUI EST DÉSORMAIS MENACÉ PAR LE SUCCÈS DU MARCHÉ QU'IL A CRÉÉ, LE DÉVELOPPEMENT DU *STREAMING* ATTIRANT DÉSORMAIS LES GAFA

Spotify ou la mondialisation du marché de la musique

Avec 159 millions d'utilisateurs mensuels et 71 millions d'abonnés payants, Spotify est le leader de la musique en *streaming*, une place qu'il a patiemment conquise en dix ans. Il lui a fallu explorer les nouveaux usages de la musique en ligne et trouver, avec les *majors* comme avec les opérateurs télécoms, de nouvelles voies

de coopération. Mais Spotify est un *pure player* qui est désormais menacé par le succès du marché qu'il a créé, le développement du *streaming* attirant désormais les Gafa (voir *La rem* n°33, p.54). Ainsi, Apple a attendu 2015 pour lancer son service de *streaming* musical, Apple Music, qui prend le relais d'iTunes. Or, Apple a d'emblée annoncé viser 100 millions d'abonnés, le groupe disposant de ses terminaux pour imposer son service musical (voir *La rem* n°36, p.56). Et Apple pourrait bien gagner son pari en détrônant Spotify sur le marché américain, dès l'été 2018, selon le *Wall Street Journal*, la base d'abonnés d'Apple Music aux États-Unis croissant de 5 % par mois contre 2 % pour Spotify. Amazon a lui aussi une offre de *streaming* musical et Facebook et Google affinent leur dispositif avant de se lancer (voir *infra*).

LES RELATIONS ENTRE SPOTIFY ET LES AYANTS DROIT SONT DÉCISIVES, TOUTE MODIFICATION DES CONDITIONS CONTRACTUELLES, À SON DÉSAVANTAGE, POUVANT MENACER SÉRIEUSEMENT SON MODÈLE D'AFFAIRES

C'est pour résister à la concurrence des Gafa que Spotify a opté pour une mondialisation du marché du *streaming* musical et l'élargissement maximal de sa base d'utilisateurs afin de gagner très vite la taille mondiale qui le protégera. Depuis 2014, le groupe a multiplié les ouvertures de son service dans de nouveaux pays, en même temps qu'il rendait gratuit l'accès à Spotify sur smartphones et tablettes, certes dans une version dégradée, afin de toucher le plus rapidement possible le plus grand nombre d'utilisateurs (voir *La rem* n°29, p.68 et n°30-31, p.73). Spotify, depuis, n'a pas dévié de sa trajectoire. Il a élargi aux utilisateurs gratuits les *playlists* personnalisées en avril 2018 pour attirer un plus grand nombre d'utilisateurs vers sa plateforme. Il a lancé son service en Afrique du Sud, en Israël et au Vietnam en mars 2018. Enfin, Spotify est surtout parvenu à accéder au marché chinois en s'alliant avec Tencent en novembre 2017, qui a pris 7,5 % du capital de la plateforme dans le cadre d'un accord de participations croisées, Spotify contrôlant en retour 9 % de Tencent Music. Cet accord permet à Spotify d'accéder aux services de Tencent, dont la très puissante messagerie WeChat, la filiale Tencent Music du groupe dominant par ailleurs le marché chinois du *streaming* musical avec KuGou, KuWo et QQ Music, qui ensemble cumulent 700 millions d'utilisateurs par mois. Ces plateformes distribuent essentiellement de la musique chinoise que Spotify viendra compléter avec son catalogue de 40 millions de morceaux issus des *majors* occidentales.

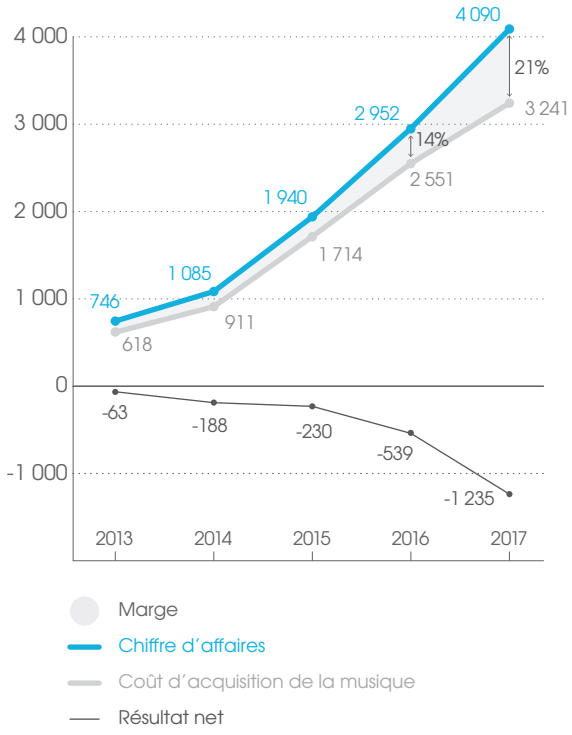
La mondialisation de l'offre de Spotify est également passée par la Bourse, le groupe suédois s'étant introduit au New York Stock Exchange, le 3 avril 2018, en optant pour la cotation directe (les détenteurs du capital vendent directement leurs actions, sans émission de nouvelles actions). À la mi-journée, la capitalisation boursière de Spotify a atteint 29,5 milliards de dollars, signe de la confiance

des investisseurs dans le marché du *streaming* et dans la première plateforme de distribution de la musique au monde. L'objectif sera désormais, pour Spotify, de ne pas les décevoir en résistant à la concurrence des Gafa et en stabilisant son modèle économique, Spotify n'ayant jamais dégagé de bénéfices.

Si Spotify a un potentiel de croissance important avec trois milliards de possesseurs de smartphones dans le monde à convertir à ses offres payantes, son modèle d'affaires semble en revanche moins prometteur que celui de Netflix, leader du *streaming* vidéo par abonnement. En effet, Netflix construit progressivement son propre catalogue quand Spotify dépend de ses accords avec les trois *majors* et Merlin, qui représente les producteurs indépendants, pour continuer à pouvoir distribuer de la musique. Or, ces accords indexent la rémunération de la musique sur sa consommation, une fois les *minima* garantis atteints (voir *La rem* n°17, p.38). Autant dire que Spotify ne peut pas amortir ses coûts sur un parc élargi d'utilisateurs aussi bien que le fait Netflix, lequel mise sur les économies d'échelle pour devenir rentable.

Spotify en chiffres

en millions d'euros



Sources : d'après sociétés ; Midia research *in Le Figaro,* 4 avril 2018.

Le modèle d'affaires de Spotify repose donc sur le juste équilibre entre utilisateurs gratuits et abonnés, et sur les conditions contractuelles négociées avec les producteurs. En effet, les utilisateurs gratuits, s'ils rapportent de maigres recettes publicitaires, coûtent cher au service qui doit rémunérer les producteurs pour chaque titre écouté. En revanche, cette dépense est le moyen de constituer rapidement le vivier d'utilisateurs dans lequel se trouvent les futurs abonnés. Ce sont ces derniers qui sont rentables, mais ils devraient représenter 60 % de la base d'utilisateurs pour que Spotify devienne bénéficiaire, contre 44 % actuellement selon Enders Analysis cité par *Les Echos*. En effet, les abonnés permettent d'amortir plus rapidement les dépenses liées aux *minima* garantis, ce qui autorise dans un second temps une augmentation de la marge, mais à condition que la consommation de titres par la plupart des abonnés engendre des reversements aux ayants droit, inférieurs au coût de l'abonnement. Ainsi Spotify reverse-t-il près de 75 % de son chiffre d'affaires aux producteurs, ce qui l'empêche d'être actuellement rentable : son chiffre d'affaires, légèrement supérieur, ne parvient pas à combler les charges de la société.

À cet égard, les relations entre Spotify et les ayants droit sont décisives, toute modification des conditions contractuelles, à son désavantage, pouvant menacer sérieusement son modèle d'affaires. Certes, Spotify est protégé par sa taille, par son accord avec Tencent qui offre aux *majors* un accès au marché chinois, enfin par la présence de Sony Music à son capital. Spotify est protégé également par son statut, la plateforme étant la seule des grandes plateformes de *streaming* qui ne soit pas liée aux Gafa, lesquels pourraient en cas de monopole imposer des conditions très contraignantes aux producteurs. C'est en ce sens que le renouvellement des accords entre Spotify et les *majors*, juste avant son entrée en Bourse, a été interprété comme une stabilisation de son modèle économique. Mais Spotify doit également respecter les décisions du législateur, qui tend à protéger d'abord la création. Ainsi en décidant en janvier 2018 de porter de 10,5 à 15,1 % la part reversée aux auteurs-compositeurs au titre des rémunérations issues du *streaming*, le Copyright Royalty Board (CRB) a-t-il imposé à Spotify d'augmenter encore le pourcentage de son chiffre d'affaires à rendre aux ayants droit aux États-Unis.

C'EST EN PARTIE POUR RATTRAPER SON RETARD DANS LA CAPACITÉ À RECOMMANDER LES BONS MORCEAUX AUX BONNES PERSONNES QU'APPLE A RACHETÉ L'APPLICATION DE RECONNAISSANCE MUSICALE SHAZAM

C'est pour se prémunir contre la concurrence des Gafa et contre les risques associés à son modèle d'affaires que Spotify, désormais, diversifie son offre. Une publicité sur l'application Spotify aux États-Unis a révélé le lancement imminent d'un mini autoradio connecté permettant d'installer Spotify dans sa voiture et de le commander par la voix pour qu'il joue vos *playlists* favorites. Hormis la diversification attendue du chiffre d'affaires, cet autoradio connecté sera un moyen de recruter de nouveaux abonnés. Spotify suit ici le développement des objets connectés tout en évitant d'aller concurrencer directement les enceintes connectées des Gafa, où il jouera aussi son avenir. Enfin, parce que les Gafa intègrent souvent leur offre de *streaming* musical à une offre élargie de contenus et de services (voir *La rem* n°41, p.71), Spotify s'est allié à Hulu, aux États-Unis, pour proposer une offre combinée de musique et de vidéo en *streaming* à un tarif réduit, un moyen de répliquer notamment à la concurrence des offres intégrées d'Amazon Prime. Pour 13 dollars par mois, l'offre combinée Spotify et Hulu donne accès au catalogue musical de Spotify et aux 75 000 programmes disponibles sur Hulu, alors que s'abonner séparément aux deux services coûterait 18 dollars. Cette alliance, réservée d'abord aux abonnés américains de Spotify, permettra dans un second temps d'élargir le recrutement du service de *streaming* musical, d'abord auprès des abonnés de Hulu (17 millions de foyers américains), puis auprès de tous ceux qui sont intéressés par cette offre couplée, proposée déjà aux étudiants en version test.

Apple Music l'opportuniste

Parce que le *streaming* a détrôné le téléchargement à l'acte, Apple a lancé son service de *streaming* par abonnement, Apple Music, dès 2015 (voir *La rem* n°36, p.56). Avec ce service, Apple compte non seulement donner à l'iPhone les contenus qui le valorisent, mais il espère également développer les revenus issus de son activité de services, faute d'inventer le terminal qui lui ouvrira les portes d'un nouveau marché (voir *La rem* n°25, p.62). Autant dire qu'Apple Music est un vrai concurrent pour Spotify parce qu'il s'agit d'une activité stratégique pour le Groupe Apple et pas seulement d'une application parmi tant d'autres. Apple mobilise donc son écosystème pour imposer Apple Music : après l'iPhone et l'iPad, Apple Music a été intégré à l'HomePod, l'enceinte connectée d'Apple sortie aux États-Unis en février 2018 et en France en juin 2018. Équipée de sept haut-parleurs, elle a de quoi s'imposer comme le remplaçant potentiel des stations iPod et iPhone au sein du foyer. Sur le marché des enceintes intelligentes, le choix des morceaux en fonction du contexte est essentiel, un domaine dans lequel Spotify a une longueur d'avance, sa force reposant sur la qualité de ses *playlists* et de ses recommandations.

C'est en partie pour rattraper son retard dans la capacité à recommander les bons morceaux aux bonnes personnes qu'Apple a racheté l'application de reconnaissance musicale Shazam, en décembre 2017, pour 400 millions de dollars. Lancée en 1999, Shazam s'est imposée dans les smartphones depuis que le service a été rendu disponible sous forme d'application, au point de compter désormais dans la catégorie des applications téléchargées plus de 100 millions de fois dans le Play Store. Shazam dispose donc d'une base de données très riche en morceaux appréciés par les utilisateurs de smartphones, jusqu'ici valorisée par les renvois d'audience que l'application engendre quand elle propose d'aller écouter un titre sur un service de *streaming* ou de le télécharger. En l'occurrence, Shazam laisse le choix du service d'écoute, les services disponibles en accès libre avec financement publicitaire étant avantagés par les utilisateurs, comme Deezer ou Spotify, quand Apple Music n'est accessible que par abonnement. Autant dire que l'intégration de Shazam dans Apple Music pourrait donner un avantage compétitif certain au service de *streaming* face à ses concurrents, et encore plus si Shazam « priorise » les renvois d'audience vers Apple Music. Par ailleurs, le contrôle de Shazam pourrait permettre à Apple de récupérer des informations sur ses concurrents dans le *streaming* musical, ce qui constituerait un avantage certain. Ces risques concurrentiels ont conduit plusieurs pays européens, l'Autriche, l'Espagne, la France, l'Italie, la Suède, mais également la Norvège et l'Islande qui relèvent de l'espace économique européen, à saisir l'Union européenne pour qu'elle enquête sur ce rachat. Dès février 2018, l'Union a ouvert une enquête pour estimer si le rachat *« pourrait menacer, voire affecter la concurrence dans la zone économique*

> GOOGLE COMME FACEBOOK VIENNENT D'ANNONCER DES ACCORDS IMPORTANTS AVEC DES *MAJORS* ET DES PRODUCTEURS INDÉPENDANTS

européenne». Le 24 avril 2018, la Commission européenne confirmait le lancement d'une enquête approfondie sur l'opération qui pourrait nuire à la concurrence en *«réduisant le choix pour les utilisateurs de services de diffusion de musique en continu»*. À vrai dire, l'enjeu est réel pour la Commission européenne car, à l'exception d'Apple Music qui est américain, ou encore de Tidal, les pépites mondiales du *streaming* musical sont principalement européennes, avec Spotify, Deezer et SoundCloud.

YouTube et Facebook en embuscade

Si Apple Music est pour l'instant le grand concurrent américain de Spotify, de nouveaux venus, issus également des Gafa, pourraient à terme le menacer. En effet, Google comme Facebook viennent d'annoncer des accords importants avec des *majors* et des producteurs indépendants qui leur permettront de déployer leur offre de musique en ligne dans des conditions optimales.

Alors que le service de *streaming* musical de Google baptisé Google Play Music, lancé en 2011 (voir *La rem* n°29, p.56) n'a jamais véritablement décollé, le groupe de Mountain View compte désormais s'appuyer sur YouTube pour se développer enfin dans la musique. En effet, YouTube déploie depuis 2016 aux États-Unis une offre enrichie de contenus, facturée sur abonnement et appelée YouTube Red (voir *La rem* n°37, p.60). Cette dernière inclut déjà de la musique, YouTube testant depuis 2014 une offre de musique en *streaming* sur abonnement sous le nom de Music Key (voir *La rem* n°33, p.54). Celle-ci va désormais disposer des moyens de s'internationaliser depuis que YouTube a trouvé un accord avec les *majors* qui lui reprochaient de mal rémunérer les *streams* sur son service de vidéo (voir *La rem* n°41, p.67). En mars 2017, YouTube a ainsi passé des accords avec Warner Music, puis avec Universal Music et Sony Music en décembre 2017. Ils incluent la distribution gratuite et payante des titres des trois *majors* et cela pour une distribution internationale, moyennant un relèvement de la redevance payée par YouTube pour disposer du droit d'exploiter leur catalogue. Le service de *streaming* musical sur abonnement de YouTube va donc pouvoir se transformer en véritable concurrent d'Apple Music ou de Spotify. YouTube Music a été lancé le 22 mai 2018 dans cinq pays, dont les États-Unis, avant d'être étendu au monde entier. Deux versions sont proposées, la version avec publicité et une version payante à 9,99 dollars par mois. Parallèlement, les anciens services musicaux de Google seront fermés, les utilisateurs de Google Play Music devant basculer automatiquement sur YouTube Music. Mais Google risque de ne pas s'engager dans une logique d'exclusivité en imposant YouTube Music dans les smartphones opérant sous Android ou dans son enceinte connectée Google Home. Cette dernière propose par défaut l'accès à tous les services de *streaming* musical, la priorité pour Google restant de contrôler la base la plus large d'utilisateurs pour ses services de recherche et ses OS. Par ailleurs, la même démarche a été initiée par Google pour son service de vidéo sur abonnement, YouTube Red, devenu YouTube Premium.

Si YouTube peut à l'avenir s'imposer comme un concurrent sérieux sur le marché du *streaming* musical parce qu'il apporte avec lui plus d'un milliard d'utilisateurs, Facebook l'est tout autant, et pour les mêmes raisons. Le réseau social numérique vient également de signer une série d'accords avec les *majors* de la musique et les producteurs indépendants afin de sécuriser l'accès de ses services à leur catalogue. Dans la foulée de YouTube, Facebook a signé un premier accord de rémunération avec Universal Music en décembre 2017, suivi d'un accord avec Sony Music en janvier 2018 et avec Warner Music en mars 2018. Toujours en mars, Facebook s'est entendu également avec la Sacem, la Socan, équivalent canadien de la Sacem, et enfin avec l'éditeur américain Wixen Music Publishing afin d'encadrer les modalités de rémunération des auteurs et compositeurs lors de la diffusion de leurs titres. Si ces accords sécurisent juridiquement la reprise de morceaux en fond musical pour les vidéos postées sur Facebook, ils permettent également au réseau social de développer une offre légale de musique en ligne. C'est ce qu'espèrent probablement les *majors* qui, en signant avec YouTube et Facebook, savent que leur catalogue va désormais être distribué et valorisé auprès de plus de deux milliards d'internautes, un changement d'échelle sans commune mesure comparé aux chiffres actuels du *streaming* musical sur abonnement, où les acteurs ne réunissent que des dizaines de millions d'abonnés.

Ce changement d'échelle et les promesses de revenus nouveaux qui l'accompagnent expliquent tout à la fois la valorisation importante des acteurs de la musique, après deux décennies de dépréciation, et le regain d'intérêt pour l'édition musicale. Ainsi, outre les bons résultats de Spotify en Bourse, lequel représente les distributeurs, les *majors* sont elles aussi très bien valorisées : Universal Music pourrait valoir jusqu'à 40 milliards de dollars, plus que sa maison mère Vivendi ; Sony Music est estimé à près de 20 milliards de dollars ; Warner Music à 15 milliards de dollars ; Tencent Music à 25 milliards de dollars, des chiffres qui excèdent de loin la réalité du marché mondial de la musique en 2017, mais qui anticipent sa future croissance. Si les *majors* représentent la production musicale, les éditeurs ne sont pas en reste. Ils gèrent les droits d'auteur et les catalogues constitués des anciens albums, leur première exploitation (18 mois en moyenne) revenant aux *majors*. Or le *streaming* redonne une seconde vie aux anciens titres, ce qui offre aux éditeurs une source nouvelle de revenus. Le marché devrait donc être amené à se consolider, Sony ATV Music Publishing, la branche édition musicale de Sony, s'étant positionnée pour reprendre la totalité du capital d'EMI Publishing, dont elle détient déjà 40 % depuis la vente des actifs de l'*ex-major* du disque en 2012 (voir *La rem* n°24, p.7).

Alexandre Joux est directeur de l'École de journalisme et de communication d'Aix-Marseille Université, Institut méditerranéen des sciences de l'information et de la communication (IMSIC EA 7492)

Sources :

- « *Streaming* : Spotify s'allie à Tencent pour conquérir le marché chinois », Frédéric Schaeffer, Nicolas Richaud, *Les Echos*, 11 décembre 2017.
- « Apple sur le point de racheter Shazam », Anaïs Moutot, *Les Echos*, 11 décembre 2017.
- « YouTube veut concurrencer Spotify avec un nouveau site de *streaming* », Jean-Philippe Louis, *Les Echos*, 11 décembre 2017.
- « Apple en passe de racheter l'application Shazam », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 11 décembre 2017.
- « *Streaming* musical : YouTube conclut un accord avec Universal », Jean-Philippe Louis, *Les Echos*, 21 décembre 2017.
- « Facebook signe un accord avec Universal Music », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 22 décembre 2017.
- « Apple et Universal s'allient dans la musique », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 22 décembre 2017.
- Global Music Report 2018, IFPI, 48 p.
- « Nous voulons lancer YouTube Red dans des dizaines de pays en 2018 », interview de Robert Kyncl, Chief business officer de YouTube, par Nicolas Madelaine, Véronique Richebois, *Les Echos*, 11 janvier 2018.
- « Le *streaming* fait exploser le marché mondial de la musique », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 16 janvier 2018.
- « Royalties : la décision qui pourrait faire mal à Spotify », Jean-Philippe Louis, lesechos.fr, 29 janvier 2018.
- « Apple Music en passe de détrôner Spotify sur le marché américain », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 6 février 2018.
- « Echo, Home, HomePod : les porte-voix du *streaming* musical », Jean-Philippe Louis, *Les Echos*, 13 février 2018.
- « L'Europe se penche sur le rachat de Shazam par Apple », Lucie Ronfaut, *Le Figaro*, 14 février 2018.
- « La fragile reprise du marché de la musique », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 16 février 2018.
- « Spotify : une IPO à environ 20 milliards de dollars », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 2 mars 2018.
- « Spotify lance son processus d'introduction en Bourse », Ingrid Vergara, *Le Figaro*, 2 mars 2018.
- « Sony en piste pour racheter le catalogue de EMI Music Publishing », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 13 mars 2018.
- « Apple Music revendique 38 millions d'abonnés payants », Jean-Philippe Louis, *Les Echos*, 14 mars 2018.
- « Facebook fait un pas de plus vers la création de son YouTube », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 20 mars 2018.
- « Spotify, vers une valorisation boursière à la Netflix ? », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 3 avril 2018.
- « Spotify enthousiasme Wall Street », Nicolas Rauline, *Les Echos*, 4 avril 2018.
- « Spotify entre en fanfare à la Bourse de New York », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 4 avril 2018.
- « Spotify pourrait lancer son propre autoradio », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 10 avril 2018.
- « Spotify fait converger musique et contenus TV », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 19 avril 2018.
- « Enquête sur le rachat de Shazam par Apple », L.V., *Le Figaro*, 24 avril 2018.
- « Tencent Music valorisé 25 milliards de dollars », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 24 avril 2018.
- « Rachat de Shazam par Apple : pourquoi l'Europe veut protéger Spotify et Deezer », Sylvain Rolland, latribune.fr, 25 avril 2018.
- « La musique, nouvelle star de la Bourse », Benjamin Ferran, *Le Figaro*, 30 avril 2018.
- « YouTube lance enfin son nouveau service de *streaming* musical », Jean-Louis Philippe, *Les Echos*, 18 mai 2018.

Affective computing
« Des robots et des hommes »

Interview de Laurence Devillers
Propos recueillis par Françoise Laugée

Vous êtes chercheuse au Limsi (Laboratoire d'informatique pour la mécanique et les sciences de l'ingénieur) du CNRS. Expliquez-nous votre domaine de recherche. Très concrètement sur quoi travaillez-vous ?

Spécialiste de l'*affective computing,* apprentissage machine et dialogue oral homme-machine, j'anime depuis 2000 une équipe sur les *« dimensions affectives et sociales dans les interactions parlées »*. Le domaine de l'*affective computing* est issu des travaux de recherche de Rosalind Picard au MIT [1] en 1997 et recouvre trois technologies, la reconnaissance des émotions humaines, le raisonnement et la prise de décision, pour la génération d'expressions émotionnelles. Je travaille plus particulièrement sur la détection des émotions dans le signal audio, la construction d'un profil émotionnel dans l'interaction et la gestion des stratégies du dialogue. Ces systèmes utilisent des approches d'apprentissage machine.

Dans les années 1985-1990, l'apprentissage machine avec des réseaux de neurones était un domaine nouveau de l'intelligence artificielle. Classiquement, l'intelligence artificielle manipulait plutôt des connaissances symboliques. L'apprentissage machine connexionniste, par opposition à l'apprentissage symbolique, regroupe des algorithmes de type réseaux de neurones qui apprennent à partir de données et essaient de prédire des classes (mots, émotions, etc.). La qualité de l'apprentissage dépend de la qualité des données. Les réseaux de neurones sont une approche nouvelle d'apprentissage, on étudie l'analogie entre le cerveau humain et les machines informatiques universelles. La plasticité cérébrale montre que si le cerveau est en perpétuelle reconfiguration, c'est grâce à cette plasticité que l'on peut apprendre.

En s'appuyant sur les propriétés des neurones biologiques connues à cette époque, issues d'observations neurophysiologiques et anatomiques, les mathématiciens McCulloch et Pitts ont proposé en 1943 un modèle simple de neurone formel, un automate représentant le noyau de la cellule, l'axone et ses dendrites qui, à partir d'un certain seuil d'activation, envoie de l'information aux neurones connectés. L'apprentissage dans un réseau de neurones modifie les poids entre les cellules. Les réseaux de neurones de type Perceptron Multi-Couches bénéficient de nombreux travaux théoriques sur l'apprentissage. Un réseau de neurones artificiels de ce type est un ensemble de neurones formels interconnectés et répartis en plusieurs couches, l'algorithme de « rétro-propagation du gradient »,

permettant d'entraîner ces réseaux de neurones, date de 1986. L'apprentissage avec les réseaux de neurones artificiels se fait par essais et erreurs à partir de base de données étiquetées. À l'époque, l'apprentissage était très lent et en 1990, il fallait parfois un mois de calcul pour l'obtention d'un modèle. Les calculs sont maintenant effectués en parallèle et très rapidement sur un ordinateur portable.

Pour l'apprentissage, il est nécessaire de présenter au réseau un grand nombre de données, par exemple des sons avec leurs étiquettes phonétiques. Pour chaque son, l'algorithme propage l'activité dans le réseau, de couche en couche, calcule l'erreur de prédiction par rapport à l'étiquette connue et rétro-propage l'erreur à travers le réseau en modifiant un peu chacun des seuils entre les neurones du réseau, afin que, la fois suivante, il prédise mieux le son testé. Après un grand nombre d'essais-erreurs, le réseau se stabilise sur une configuration de poids entre les cellules. C'est ce qu'on appelle l'apprentissage car la machine comprend de mieux en mieux en écoutant de nombreuses voix aux intonations différentes.

EN 1990, IL FALLAIT PARFOIS UN MOIS DE CALCUL POUR L'OBTENTION D'UN MODÈLE

Les automates sont sortis des usines. Des robots, logiciels ou machines, humanoïdes même, s'immiscent dans notre vie de tous les jours grâce au progrès de l'intelligence artificielle transformant des secteurs entiers d'activité : transports, banque, justice, commerce, éducation ou santé. Quel est l'état de l'art en la matière ? Pour reprendre le titre de votre ouvrage *Des robots et des hommes. Mythes, fantasmes et réalité* (Plon, 2017), quelle est la part du fantasme ou au contraire de la réalité quant aux capacités et au degré d'autonomie de ces agents artificiels ?

Dans cet ouvrage, j'ai analysé les capacités et le degré d'autonomie de ces agents artificiels, afin de les démystifier et d'expliquer ce qui relevait du fantasme ou de la réalité.

D'un point de vue informatique, un robot social est une entité complexe qui peut être pilotée par plusieurs ordinateurs regroupant des fonctions qui correspondent à différents programmes :

- la perception de signaux physiques grâce à des caméras vidéo thermiques, des microphones, des caméras Kinect qui capturent le mouvement gestuel, facial et la profondeur de champ ;
- l'interprétation de ces signaux et la reconnaissance de la parole, des émotions et des images (visages, objets, lieux, etc.) dans le contexte de la tâche ;
- le raisonnement et la prise de décision à partir d'informations perçues et reconnues, et également mémorisées ;
- la génération d'actions que le robot exécute dans le monde physique ;
- mais aussi des réponses orales grâce à la synthèse de la parole.

Ces robots sociaux sont cependant des objets présentant certaines particularités :

- le robot peut se substituer à l'homme dans des situations de surveillance, d'assistance et d'interaction sociale ;
- il simule des caractéristiques du vivant : son aspect physique, son comportement en interaction (simulation de parole et d'émotions), ses actions (marche, prise d'objets) ou ses capacités de raisonnement et de décision (choix entre plusieurs comportements) ;
- enfin, il se déplace dans notre environnement réel.

Les robots des films de science-fiction sont dotés de capacités sensorielles et motrices ultra-performantes, ainsi que d'un pourvoir de raisonnement, qui vont très au-delà des capacités des robots actuels. Depuis la révolution des temps modernes, une relation complexe nous unit aux machines, nourrissant peurs et fascination, entretenues par la littérature et le cinéma de science-fiction.

LES MACHINES NE COMPRENNENT PAS, ELLES RECONNAISSENT LA SURFACE DU LANGAGE MAIS SANS EN COMPRENDRE LE SENS

Les mythes du Golem ou de Pygmalion inspirent encore aujourd'hui la littérature et les films de science-fiction comme *A.I* de S. Spielberg (2001), où les robots, créés à l'image des humains, font partie de leur univers. Le robot a remplacé la statue. Avec le développement exponentiel du progrès scientifique, l'être artificiel devient une source de préoccupation majeure pour de nombreux créateurs, mais parfois également d'espoir.

L'imaginaire que nous développons autour des robots prend ses racines dans la fiction – *Metropolis, 2001 l'Odyssée de l'espace, Star Wars, Wall-E* – et dans les mythes – *Le Golem, Pygmalion* – se confrontant à de nombreuses questions d'ordre technologique, philosophique, religieux ou social. Depuis *2001, l'Odyssée de l'espace*, film de Stanley Kubrick sorti en 1968, qui met en scène *HAL,* une intelligence artificielle avec des états d'âme, on se demande si une machine peut être morale, si elle peut faire le bien ou le mal, et si elle peut être tenue responsable de ses actes.

Dans la saga des cinq *Terminators* de 1984 à 2015, l'intelligence artificielle *Skynet*, qui décide de construire une armée de robots dans ces films de James Cameron, doit absolument tout à la science-fiction et aux mythes. Ces films ont pour principal sujet le voyage dans le temps et la menace que les robots intelligents pourraient faire naître. Alors que la plupart des films de science-fiction se passaient jusqu'alors dans l'espace, sur Mars, avec des luttes guerrières et des conquêtes ; un nouveau genre s'intéresse désormais aux relations humaines des robots, à l'instar des œuvres *HER, Real Humans* et *Ex-Machina.* « Pouvons-nous tomber amoureux d'une voix ? », tel est le sujet du film *HER* réalisé par Spike Jonze, sorti en 2015 et mettant en scène un héros solitaire qui se laisse séduire par un compagnon numérique présenté comme une véritable conscience. Il s'agit dans ce film d'un programme informatique capable d'interagir vocalement avec un être humain. Si la reconnaissance de la parole n'a

pas cessé d'évoluer, pour autant les machines ne comprennent pas, elles reconnaissent la surface du langage mais sans en comprendre le sens et elles n'ont la capacité ni de comprendre le contexte ni le sens général.

La robotique sociale et affective veut créer des robots compagnons, censés nous apporter une aide thérapeutique, d'assistance ou encore de surveillance. Il est urgent de comprendre l'utilité de ces approches et d'encadrer les logiciels. Même si ces machines ne sont pas encore très performantes, elles peuvent rendre des services. De nombreux agents artificiels utilisent des modules d'apprentissage machine. Ces agents peuvent être des logiciels comme les agents conversationnels ou des instruments physiques comme les robots ou les voitures autonomes. Dotés d'une autonomie plus ou moins grande, ils peuvent apparaître comme des acteurs sociaux, avec des capacités d'interaction, voire de simulation, d'émotions et de décisions d'actions. Dans le cas de pathologies neurodégénératives ou de handicaps lourds, le robot peut se mettre au diapason de l'autre, à des rythmes très lents : le robot écoute sans aucune impatience mais sans empathie ressentie.

DOTÉS D'UNE AUTONOMIE PLUS OU MOINS GRANDE, LES AGENTS ARTIFICIELS PEUVENT APPARAÎTRE COMME DES ACTEURS SOCIAUX

Vous êtes membre de la Commission de réflexion sur l'éthique de la recherche en sciences et technologies du numérique (Cerna). Quels sont les objectifs de la Cerna[2] ? Quelles sont les conditions et les limites – et les risques aussi –, clairement identifiés en ce qui concerne le développement des machines apprenantes ?

La Commission de réflexion sur l'éthique de la recherche en sciences et technologies du numérique d'Allistene (Cerna) a pour but de répondre aux questions d'ordre éthique. Il s'agit de :

- mener une réflexion sur l'éthique des recherches scientifiques développées en sciences et technologies du numérique, de sensibiliser les chercheurs à la dimension éthique de leurs travaux ;
- aider à exprimer les besoins spécifiques de la recherche au regard du législateur et à les ouvrir à une démarche responsable ;
- apporter un éclairage de nature scientifique aux décideurs et à la société sur les conséquences potentielles de résultats de recherche ;
- veiller à ce que les étudiants soient formés à ces questions et suggérer des thèmes de recherche permettant, en résumé, d'approfondir la réflexion éthique dans un cadre interdisciplinaire.

UNE MÉDIATISATION, AUTANT EXCESSIVE QU'APPROXIMATIVE, DE L'IDÉE QUE LA MACHINE – PARFOIS UN ROBOT – POURRAIT APPRENDRE À S'AFFRANCHIR DE L'HOMME

Les succès de l'apprentissage machine, champ d'études de l'intelligence artificielle (IA), s'appuient sur l'accroissement des capacités de calcul, de stockage, de traitement des données (*big data*) et font resurgir avec une médiatisation, autant excessive qu'approximative, l'idée que la machine – parfois un robot – pourrait apprendre à s'affranchir de l'homme. Construire des systèmes capables de fonctions de perception, d'apprentissage, d'abstraction et de raisonnement est un des buts des chercheurs en intelligence artificielle. À cette fin, les algorithmes d'apprentissage utilisent différentes méthodes statistiques en se basant sur des données d'apprentissage, par exemple pour construire des règles de déduction, des arbres de décision ou pour paramétrer des réseaux de neurones ; ils les appliquent ensuite à de nouvelles données. Prédire un phénomène à partir d'observations passées présuppose un mécanisme causal. Expliquer ce mécanisme n'est pas toujours facile. L'apprentissage machine est une approche statistique permettant de découvrir des corrélations significatives dans une masse importante de données pour construire un modèle prédictif quand il est difficile de construire un modèle explicatif.

Les algorithmes d'apprentissage machine utilisés sont nombreux et divers. Ils peuvent se classer en trois grandes catégories selon leur mode d'apprentissage : s*upervisé, non supervisé* et *par renforcement. En apprentissage supervisé,* les données utilisées doivent être annotées préalablement par des « experts ». Lors d'une première phase, dite d'apprentissage, la machine construit un « modèle » des données annotées, qui peut être un ensemble de règles, un arbre de décision, un ensemble de matrices, comme dans les réseaux de neurones, etc. Ce modèle est ensuite utilisé dans une seconde phase, dite de reconnaissance. *En apprentissage machine non supervisé,* aucun expert n'est requis pour annoter les données. L'algorithme découvre par lui-même la structure des données, en les classant en groupes. *En apprentissage par renforcement,* le but est d'apprendre, à partir d'expériences, ce qu'il convient de faire dans des situations différentes, afin d'optimiser une récompense quantitative au fil du temps. L'algorithme procède par essais et erreurs, chaque erreur l'amenant à améliorer sa performance dans la résolution du problème. Le rôle des experts se limite ici à définir les critères de succès de l'algorithme.

QUI EST RESPONSABLE EN CAS DE DYSFONCTIONNEMENT DE LA MACHINE ?

Les *chatbots*, ou *bots*, sont des agents de traitement automatique de conversation en langage naturel qui utilisent des algorithmes appartenant à ces trois catégories. Ils sont de plus en plus présents en tant qu'assistants personnels ou interlocuteurs dans des transactions commerciales réalisées en ligne sur des plateformes informatiques. Il arrive aussi qu'ils soient majoritaires dans des *chats* avec les humains. La prolifération massive de ces conversations, sans hiérarchie ou distinction claire entre l'humain et la machine, pourrait à terme influencer les prises de décision des humains. En avril 2016, le *chatbot* Tay de Microsoft, qui avait la capacité d'apprendre en interaction, a rapidement été retiré par le groupe : en douze heures il avait appris à tenir des propos racistes et nazis en interagissant avec des internautes malveillants. La machine avait découvert que parler de sujets non politiquement corrects engageait les internautes, l'engagement étant l'une des récompenses codées dans le programme (voir *La rem* n°38-39, p.67).

Le rapport sur l'éthique de l'apprentissage machine [3] a énoncé un certain nombre de préconisations qui sont des points d'attention ou de vigilance pour susciter une réflexion éthique, individuelle et collective. Elles sont articulées autour de plusieurs questions : Quelles sont les données à partir desquelles la machine apprend ? Peut-on s'assurer que la machine effectuera uniquement les tâches pour lesquelles elle a été conçue ? Comment peut-on évaluer un système qui apprend ? Quelles décisions peut-on déléguer à un système apprenant ? Quelle information doit-on donner aux utilisateurs sur les capacités des systèmes apprenants ? Qui est responsable en cas de dysfonctionnement de la machine ?

Est-il pertinent, selon vous, d'étendre l'usage de l'automatisation à de nombreux aspects de la vie économique et sociale ? Du service commercial au véhicule autonome, de la justice au diagnostic médical en passant par les ressources humaines, l'intelligence artificielle peut-elle avoir réponse à tout ?

Il est pertinent d'étendre l'usage de l'automatisation à de nombreux aspects de la vie économique et sociale. Déjà, dans le domaine du transport, des systèmes obtenus par apprentissage machine sont utilisés pour reconnaître visuellement l'environnement routier des voitures autonomes. La reconnaissance faciale, popularisée par Google Face et Facebook, est aussi utilisée dans un tout autre domaine. Ainsi, en 2016, *DeepMind* a-t-il vaincu au jeu de go l'un des meilleurs joueurs mondiaux.

Il est urgent de renforcer un champ de recherche émergeant autour de l'éthique *by design* afin d'améliorer « l'explicabilité » et la transparence des systèmes d'apprentissage, ainsi que leur adaptation en contexte et l'adéquation de l'apprentissage à ce qu'en attend l'humain. Il ne s'agit plus seulement de construire des modèles par apprentissage machine sans comprendre mais bien d'essayer de les expliquer et de gérer correctement les données collectées.

Quels seraient les biais liés au traitement de données massives (*big data*) pour calculer ou prédire toute activité humaine, y compris nos émotions ?

Les traces que nous laissons lors de nos consultations sur internet et à travers les objets connectés que nous utilisons sont exploitées par des algorithmes d'apprentissage afin de mieux cerner nos préférences de consommation et nos opinions. Par rapport aux simples statistiques, ces algorithmes ont la capacité de fournir des prescriptions individuelles. Lorsque nous naviguons sur internet ou que nous nous servons de gadgets connectés, nous ne pensons pas que notre sillage numérique peut entraîner des algorithmes servant à nous « catégoriser » pour conditionner le montant de nos primes d'assurance. La conformité, la transparence, la loyauté, l'équité des algorithmes d'apprentissage sous-jacents apparaissent ici comme une exigence.

L'adaptabilité à l'environnement que confère la capacité d'apprentissage devrait à l'avenir favoriser l'usage des robots, notamment comme compagnons ou soignants. Construire des robots dits sociaux d'assistance aux personnes nécessite d'encadrer leur usage, surtout lorsqu'ils sont en contact avec des personnes malades ou âgées. Construire des robots humanoïdes sociaux nécessite de respecter

les principes éthiques fondamentaux : l'autonomie, la bienveillance, la « non-malfaisance » et la justice. Il doit se créer entre le robot et le patient une relation de confiance.

Pourquoi chercher à créer de l'empathie entre les machines et les hommes ?

Comment allons-nous réagir à l'empathie artificielle ?[4] De nombreux travaux sont en cours sur la robotique, en psychanalyse par exemple[5]. On sait bien que certaines personnes sont socialement isolées, et il a été depuis longtemps démontré que par besoin d'empathie, elles apprécient les compagnons sociaux non humains, en particulier les chiens[6]. Les assistants humains ne sont pas toujours disponibles et n'apportent pas la même chose. Le robot peut faire office d'assistant surveillant, ce que ne peut pas faire l'animal de compagnie, qui apporte principalement de l'affection. Il faut toutefois considérer les dérives de l'addiction aux machines. La place du virtuel dans notre vie et dans la conscience de nous-même n'est pas si simple. Notre propre identité peut-elle habiter des entités virtuelles ? Comment allons-nous juger cette machine capable « d'apprendre de nous » et de toujours répondre à nos demandes ?

Un robot exprimant de l'empathie peut servir à expliquer, à éduquer, à rassurer les personnes avec lesquelles la machine interagit. Par exemple, je pense à la stimulation cognitive des personnes âgées atteintes de maladies telles que la maladie d'Alzheimer. Un robot peut réagir avec des comportements pseudo-affectifs. Le malade va alors jouer avec le robot comme si c'était un animal de compagnie, ce qui le stimule du point de vue émotionnel et crée un lien social. De même, les robots peuvent aider les enfants autistes qui ont du mal à exprimer leurs émotions ou à comprendre les émotions des autres. En d'autres termes, être émotionnellement engagé avec un robot peut dans certains cas être bénéfique, à la fois pour l'individu et pour la société. Certains envisagent aussi d'utiliser des robots sexuels pour soigner des pathologies sexuelles graves. Des chercheurs néo-zélandais imaginent que des robots peuvent remplacer les prostituées à l'horizon 2050, éliminant ainsi la marchandisation des corps et réduisant les risques de transmission de maladies.

> LA PLACE DU VIRTUEL DANS NOTRE VIE ET DANS LA CONSCIENCE DE NOUS-MÊME N'EST PAS SI SIMPLE

Il est important de comprendre que les robots sociaux auront de plus en plus d'influence. Je parle souvent de coévolution « humain-machine ». Les robots peuvent manipuler les personnes qui conversent avec eux. Ils peuvent également communiquer ce qu'ils ont appris à d'autres – directement ou indirectement par le biais de bases de données partagées. Ils peuvent même détruire de l'information, y compris les opinions humaines. Ils ont la capacité d'utiliser l'internet pour acheter, discuter, mais ils peuvent aussi avoir un impact physique direct sur le monde, le casser ou le créer. Plus important encore, ils peuvent pousser les humains à prendre des décisions appropriées ou inappropriées. Il faut donc se munir de garde-fous. La plupart des chercheurs sont d'accord avec l'idée de rendre l'intelligence artificielle ainsi que la robotique morales et éthiques.

Pour reprendre l'exemple de la voiture autonome qui permettrait d'éviter 90 % des accidents de la route, comment l'algorithme sera-t-il « nourri » pour résoudre le dilemme entre sauver les occupants du véhicule ou écraser un piéton ? Ce choix *a priori* pose à la société tout entière une question cruciale d'ordre éthique, philosophique même. Comment y répondre ? Et, *in fine,* qui portera la responsabilité du choix effectué par la machine ?

Chaque accident impliquant un véhicule totalement ou partiellement autonome est abondamment commenté et il est probable qu'un trafic de voitures autonomes se révèle plus sûr qu'un trafic de voitures conduites par des personnes. Pour l'instant, toutes les voitures autonomes d'un même type sont livrées avec les mêmes paramètres et, une fois en service, elles n'apprennent plus rien mais on peut augurer qu'à l'avenir elles continueront d'apprendre en continu à partir de leur environnement. L'évaluation périodique de leur comportement deviendra alors cruciale. Les théories éthiques traditionnelles trouvent une illustration nouvelle dans le numérique et l'apprentissage machine. Les dilemmes liés aux voitures autonomes comme choisir entre sacrifier son passager ou deux enfants imprudents, ou encore un vieux cycliste respectant le code de la route, pourront être programmés : selon l'éthique de la vertu qui nous vient d'Aristote – ici l'abnégation (sacrifier le passager) ; selon l'éthique déontique du respect du code de la route (sacrifier les enfants) ou selon l'éthique conséquentialiste (sacrifier le cycliste – ici en minimisant le nombre d'années de vie perdues).

LES THÉORIES ÉTHIQUES TRADITIONNELLES TROUVENT UNE ILLUSTRATION NOUVELLE DANS LE NUMÉRIQUE ET L'APPRENTISSAGE MACHINE

Le propos n'est pas ici de traiter de telles questions qui relèvent de la société tout entière, mais d'étudier à l'attention du chercheur, dans le cas de l'apprentissage machine, certaines propriétés particulières que doit satisfaire le comportement d'un dispositif numérique. Les propriétés importantes sont la loyauté, l'équité, la transparence, l'explicabilité, l'intelligibilité, la responsabilité et la conformité.

La loyauté des systèmes informatiques signifie que ces systèmes se comportent, au cours de leur exécution, comme leurs concepteurs l'ont déclaré. L'équité d'un système informatique consiste en un traitement juste et équitable des usagers. La transparence d'un système signifie que son fonctionnement n'est pas opaque, qu'il est possible pour un utilisateur, de vérifier son comportement. Cette transparence s'appuie notamment sur la traçabilité, la mise à disposition d'informations suffisamment détaillées pour qu'il soit possible, après coup, de suivre ses actions. La traçabilité est essentielle, d'une part, pour les attributions de responsabilité car elle permet le cas échéant de fonder un recours juridique et, d'autre part, pour diagnostiquer et corriger les dysfonctionnements. Elle permet également d'expliquer le fonctionnement d'un système à partir des traces laissées par celui-ci : on parle alors d'explicabilité ou d'intelligibilité.

La possibilité d'identifier des responsabilités lors d'un dysfonctionnement implique de distinguer deux agents : le concepteur et l'utilisateur du système. Le donneur d'ordre ou le concepteur est responsable si le système est mal conçu ; l'utilisateur est responsable s'il a mal utilisé le système tout en sachant que le professionnel est tenu à un devoir d'informations supplémentaires vis-à-vis de tout usager. Un système numérique doit demeurer conforme à son cahier des charges, et ce cahier des charges doit être conforme à la législation. La conformité d'un système à son cahier des charges signifie que le système est conçu pour effectuer des tâches spécifiées en respectant les contraintes expliquées dans ce cahier. Par exemple, la conformité inclut le respect des règles de protection des données personnelles pour un système d'analyse de données ou le respect du code de la route pour la voiture autonome.

LES PROPRIÉTÉS IMPORTANTES SONT LA LOYAUTÉ, L'ÉQUITÉ, LA TRANSPARENCE, L'EXPLICABILITÉ, L'INTELLIGIBILITÉ, LA RESPONSABILITÉ ET LA CONFORMITÉ

Pour conclure...

Il n'existe pas pour l'instant de machines morales mais les robots « incarnés » arrivent tout juste dans notre vie quotidienne. Même si nous n'en voyons pas encore beaucoup, il est nécessaire de s'en occuper dès maintenant. Ils sont déjà actuellement réceptionnistes ou accompagnent les clients dans les boutiques afin d'enquêter sur leur degré de satisfaction ; ils sont là pour divertir les enfants ou encore pour apporter des renseignements sur les cartes de fidélité [7] d'un magasin. Ils seront bientôt robots assistants à l'hôpital, à l'école... La fonction des robots assistants de santé sera avant tout de transmettre aux médecins nos données de santé et de comportement. À l'école, ils pourront servir de répétiteurs pour les enfants en difficulté. Pour la plupart, ils auront des caractéristiques humanoïdes. En Occident, nous pensons qu'il est souhaitable que la frontière soit claire entre le vivant et l'inanimé, ce qui n'est pas forcément le cas dans toutes les cultures. Les Japonais sont beaucoup plus détachés que nous vis-à-vis des robots : pour beaucoup ce sont des gadgets très amusants et à la mode. Au Japon, les géminoïdes, jumeaux d'êtres vivants, ne posent pas vraiment de problème philosophique. De la même façon, se développe au Japon le marché des robots sexuels, sorte de poupées qui seront bientôt douées de réactions.

IL N'EXISTE PAS POUR L'INSTANT DE MACHINES MORALES

Il est donc nécessaire d'apprendre à utiliser ces nouveaux outils de simulation sans en avoir peur, de comprendre leur utilité ; mais aussi de mettre en place une surveillance de ces outils et de notre relation avec eux.

Laurence Devillers est professeure en informatique à l'université Paris-Sorbonne et chercheuse au Limsi (Laboratoire d'informatique pour la mécanique et les sciences de l'ingénieur) du CNRS.

Sources :

1 *Affective Computing,* Rosalind W. Picard, MIT Press, 1997.

2 La Cerna a été créée en 2012, au sein d'Allistene, Alliance des sciences et technologies du numérique fondée par la CDEFI, le CEA, le CNRS, la CPU, l'Inria et l'Institut Mines-Télécom en 2009.

3 Éthique de la recherche en apprentissage machine, avis de la Cerna, cerna-ethics-allistene.org, juin 2017.

4 *Le jour où mon robot m'aimera, vers l'empathie artificielle,* Serge Tisseron, Albin Michel, 2015.

5 *Le numérique et la robotique en psychanalyse,* Frédéric Tordo, L'Harmattan, 2016.

6 «Stressful life events and use of physician services among the elderly : The moderating role of pet ownership», J. M. Siegel, *Journal of Personality and Social Psychology,* 1990.

7 «Pepper, le robot humanoïde qui accompagne les clients de Carrefour», Maxime Brigand, LeFigaro.fr, 21 octobre 2015.

La rem

Paraissant chaque trimestre, *La rem* est conçue et réalisée par l'Institut de recherche et d'études sur la communication (IREC), dirigé par Francis Balle, professeur à l'Université Paris 2.

UN TRIMESTRE **EN EUROPE**

Les événements les plus marquants ou les plus significatifs advenus au cours du trimestre écoulé dans l'un ou l'autre des pays membres de l'Union européenne ou du Conseil de l'Europe. Ces événements décrits et analysés sont classés en fonction de leur domaine d'élection : le droit, les techniques, l'économie et les usages.

ARTICLES & CHRONIQUES

À propos d'un fait ou d'un événement de l'actualité récente, les articles ou les chroniques engagent une réflexion sur la signification qu'il revêt, assortie des commentaires qu'il est susceptible d'appeler. Articles et chroniques entendent ainsi ouvrir un débat, sinon prolonger ou enrichir une controverse.

REPÈRES & TENDANCES

Les faits et les événements advenus ailleurs, au-delà des frontières de l'Europe ; la vie des acteurs globaux, dès lors qu'elle marque de son empreinte les médias en Europe ; les mots, les expressions et les chiffres à retenir, puisqu'ils illustrent les évolutions ou les bouleversements dans le monde des médias ; au même titre que certains travaux d'observation ou d'analyse accessibles en ligne. Certains faits, apparemment insignifiants, ne manquent pas parfois d'être annonciateurs de changements particulièrement notables.

ISSN 2428-0356 - 15 €

UNIVERSITÉ PARIS II PANTHÉON-ASSAS

IREC INSTITUT de RECHERCHE et d'ÉTUDES sur la COMMUNICATION

En partenariat avec INSEEC U.