# européenne #Médias et du numérique

n° **52** automne 2019

Meero Deepfake

DROITVOISIN

Régulation par la donnée

La Liberté
de la presse
et la Chine

BANALISATION DE LA RECONNAISSANCE FACIALE

> Plateformes de jeux vidéo

De la nétiquette à la confrontation planétaire

> LOGICIELS RGPD What3words

# EN EUROPE



## DROIT

- 5 Le nouveau droit voisin des éditeurs et agences de presse
- 10 Inapplicabilité de la loi allemande relative au droit voisin des éditeurs de presse
- 11 Droit d'auteur européen : exceptions de citation et de compte rendu d'événements d'actualité
- 13 Droit au déréférencement des données personnelles d'un moteur de recherche
- 14 Obligations de l'exploitant d'un réseau social en matière de contrôle et de suppression de l'accès à un contenu litigieux
- Droit européen du traitement des données à caractère personnel par un moteur de recherche
- 18 Nouvelles sanctions infligées à Facebook en Allemagne et en Italie
- 21 Responsabilité du gestionnaire d'un site internet ayant incorporé un module social
- 22 Amazon condamné à quatre millions d'euros d'amende par le tribunal de commerce de Paris
- 24 La taxe Gafa ayant été adoptée au Parlement, la réforme de la fiscalité à l'OCDE se précise
- 26 Qualcomm de nouveau sanctionné par la Commission européenne

## TECHNIQUES

- 28 Netflix occupe 1/4 de la bande passante
- 29 What3words, répertoire mondial d'adresses en trois mots

- 31 La France s'équipe d'un nouveau supercalculateur dédié à l'intelligence artificielle
- 34 Des « logiciels RGPD » pour se mettre en conformité avec le règlement européen

# ÉCONOMIE

- 37 Fiscalité : le mode de calcul présomptueux des géants du Net
- 39 *Le Parisien, L'Humanité, L'Express, Nice-Matin, Sud Ouest* : la presse française en difficulté
- 43 Le Monde : le pacte d'actionnaires menacé
- 45 Axel Springer s'émancipe de la Bourse
- 46 2,3 %, c'est la part de la culture dans l'économie française

#### USAGES

- 48 Avec Meero, la photo n'a plus d'auteur
- 52 Médias audiovisuels et loisirs en ligne des Français
- 54 Les données au service d'une nouvelle forme de régulation
- 56 La liberté de distribuer la presse, elle aussi, est menacée
- 60 Le Conseil de l'Europe demande au gouvernement maltais d'élucider le crime de la journaliste Daphne Caruana Galizia

# REPÈRES TENDANCES







# **AILLEURS**

- 61 Le jeu vidéo à l'heure des plateformes
- 66 Les États-Unis autorisent la fusion entre T-Mobile et Sprint
- 68 Apple s'empare des puces d'Intel dans un contexte de guerre technologique
- 70 CBS et Viacom regroupés à nouveau
- 71 L'État de Californie adopte une loi anti-ubérisation

#### LES ACTEURS GLOBAUX

- 74 Le libra, une utopie marchande?
- 77 Une amende record de 5 milliards de dollars prononcée par la FTC contre Facebook
- 80 Musique : le streaming s'impose partout
- 82 Communication et marketing : le marché publicitaire à l'heure de la convergence

# À RETENIR

- 86 Deepfake
- 91 Un chiffre ou deux...

# À LIRE EN LIGNE

- 92 L'apport du droit de la compliance à la gouvernance d'internet, Marie-Anne Frison-Roche, avril 2019
- 93 EU coordinated risk assessment of the cybersecurity of 5G networks, NIS Cooperation Group, October 9, 2019

96 Internet, de la nétiquette à la confrontation planétaire

Alexandre Joux

La liberté de la presse et la Chine : péril à l'intérieur, soft power à l'extérieur

**Boris Barraud** 

La banalisation de la reconnaissance faciale : un enjeu de société

Françoise Laugée

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

Imprimeur: Le Révérend

# LONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO L

#### **Boris Barraud**

Enseignant-chercheur à l'Université de Grenoble-Alpes, membre du Centre de recherches juridiques (CRJ, EA 1965)

#### **Emmanuel Derieux**

Professeur à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas

# 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)

# I COMITÉ DE PATRONAGE I

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)

La revue européenne des médias et du numérique

IREC – Université Paris 2 122 rue de Vaugirard - 75006 Paris Contact et abonnements

http://la-rem.eu 01 53 63 88 99

# ENERGE ENERGIE

# Le nouveau droit voisin des éditeurs et agences de presse

La loi du 24 juillet 2019 vient de créer un nouveau droit voisin au profit des éditeurs et des agences de presse, leur permettant d'autoriser contre rémunération la reproduction et la diffusion totale ou partielle par un service de communication en ligne des publications dont ils assurent l'édition. La loi française transpose ainsi l'article 15 de la directive du 17 avril 2019, la création de ce droit ayant néanmoins suscité un certain nombre de controverses.

'agissant en premier lieu de savoir quels seront les titulaires de droits voisins, on peut certes songer à dire que ce droit sera accordé à toute personne dont les activités ont pour objet l'exploitation d'une œuvre de l'esprit. Mais, à l'évidence, on ne saurait multiplier les titulaires de ces droits sans risque de paralyser cette exploitation. Donc, il serait logique de n'attribuer ce droit qu'à ceux qui apportent à cette exploitation une contribution d'une importance et d'une qualité particulière. »<sup>1</sup>

Ainsi s'exprimait le professeur André Françon en 1974, sur le sujet de la protection que l'on doit accorder aux droits voisins du droit d'auteur. Ces réflexions allaient être suivies onze ans plus tard par la loi du 3 juillet 1985, consacrant en droit français les droits voisins des artistes-interprètes, des producteurs de

phonogrammes et de vidéogrammes, ainsi que des entreprises de communication audiovisuelle. Il n'était pas question alors d'inclure, parmi les titulaires de ces nouveaux droits, les éditeurs de presse, quand bien même ceux-ci exploitent également des œuvres de l'esprit<sup>2</sup>. Les premiers droits voisins visaient surtout à récompenser l'investissement réalisé dans le développement de nouvelles techniques de diffusion et de fixation, tels les enregistrements sonores ou audiovisuels et la communication audiovisuelle, lesquels ne concernaient pas, en l'occurrence, le secteur de la presse écrite.

Le développement des services de communication en ligne pendant les années 2000 a néanmoins durement affecté le secteur de la presse écrite, au point de légitimer, en France, une première réforme touchant l'exploitation des droits d'auteur des journalistes employés par les entreprises de presse. La loi Création et Internet du 12 juin 2009 ou Hadopi 1 (voir La rem n°12, p.10) a ainsi entériné le principe d'une cession automatique des droits des journalistes à l'éditeur pour une exploitation multi-supports de leurs contributions, ce qui inclut bien entendu les services de presse en ligne<sup>3</sup>. Depuis, le secteur de la presse écrite a été confronté à de nouvelles difficultés avec l'arrivée de services de communication en ligne qui utilisent le contenu des publications sans bourse délier à leurs éditeurs. Tel est le cas précisément des agrégateurs de presse, des services de veille médiatique et autres sites utilisant des crawlers (robots d'indexation). Ceux-ci procèdent d'une nouvelle organisation des articles de presse, qui peut prendre la forme de snippets (extraits) dans certains cas, tout en profitant d'une captation de l'audience publicitaire associée à la consultation de ces contenus. Il semble en effet qu'un grand nombre d'internautes se limitent à la consultation de ces résumés, sans prendre connaissance de l'intégralité des publications.

L'idée d'octroyer un droit voisin au profit des entreprises éditrices de publication de presse a fait son chemin. Malgré l'échec des initiatives allemande et espagnole en la matière (voir *infra*), c'est au niveau européen que celui-ci a finalement été consacré par la directive du 17 avril 2019 (voir *La rem* n°50-51, p.12). La directive a été suivie, en France, d'une loi de transposition, promulguée le 24 juillet 2019, portant spécifiquement sur ce droit voisin. L'un et l'autre textes soulèvent néanmoins bien des interrogations quant au fondement et à la mise en œuvre de ce dispositif.

Le droit voisin prévu par l'article 15 de la directive du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique

L'article 15 de la directive octroie désormais aux éditeurs de publications de presse un droit sur l'utilisation en ligne de celles-ci par des fournisseurs de services de la société de l'information.

Dans son préambule, la directive reconnaît la contribution de la presse au débat public et au bon fonctionnement d'une société démocratique (cons. n° 54), ainsi que la contribution « organisationnelle et financière » des éditeurs dans la production de publications de presse (cons. n° 55). La reconnaissance d'une contribution particulière à la diffusion d'œuvres de l'esprit, au sens donné par André Françon, intervient donc tardivement pour ces entreprises et dépendrait du contexte technologique. Si les justifications fournies par le préambule de la directive sont légitimes, les conditions et les finalités de l'exploitation des contenus de presse sont pourtant sensiblement différentes de celles des titulaires « classiques » de droits voisins<sup>4</sup>. Aussi, la création de ce droit vise moins à récompenser la contribution des éditeurs qu'à corriger le déséquilibre financier dont ils font l'objet en raison d'une pratique sectorielle<sup>5</sup>.

Au-delà, la directive définit les publications de presse relevant du champ d'application de ce nouveau droit voisin. Celles-ci sont exclusivement constituées de créations journalistiques, quels que soient leur nature et leur support, publiées dans des périodiques quotidiens, hebdomadaires ou mensuels, généralistes ou spécialisés (cons. n° 56). Seules les publications « principalement » écrites sont concernées, la présence de contenus de nature différente étant considérée comme accessoire. Cela conforte le champ restreint du droit, limité aux publications de presse, et exclut les contenus journalistiques de type radiophonique ou audiovisuel. Les

contenus produits par les agences de presse sont également concernés. Les publications scientifiques et universitaires sont exclus du dispositif, ainsi que, de façon implicite, tous les autres types de supports qui relèvent d'une activité d'édition sans lien avec la presse (livres, disques, vidéogrammes...).

Le champ d'application du droit voisin est également établi dès le préambule de la directive. Celui-ci aura la même portée que le droit de reproduction et le droit de mise à disposition au public prévus par la directive de 2001, sans pouvoir s'appliquer aux actes d'hyperliens ni aux faits rapportés dans les publications de presse. L'exclusion des hyperliens entend ainsi préserver la jurisprudence de la Cour de justice en la matière, toute reprise d'un lien hypertexte ne constituant pas forcément une nouvelle communication au public<sup>6</sup>. Il est néanmoins important de noter que le droit voisin s'appliquera aussi bien aux reprises intégrales qu'aux reprises partielles de publications de presse, sans pouvoir inclure les utilisations de mots isolés ou de très courts extraits. Cette dernière notion pose un délicat problème de définition non résolu par la directive, alors même qu'elle est d'une très grande importance pratique. Outre les exclusions précitées, le droit voisin sera soumis aux mêmes exceptions que celles applicables aux autres droits selon la directive de 2001 (cons. n° 57). De même, les utilisations privées ou non commerciales ne seront pas non plus concernées par la nouvelle prérogative.

Le nouveau droit ne saurait être invoqué à l'encontre des droits des auteurs, ceux-ci ayant également droit à une part des bénéfices engrangés par l'exploitation de leurs contributions. De même, il ne saurait priver les auteurs d'œuvres intégrées dans des publications de presse d'exploiter celles-ci par d'autres moyens de communication au public. On pense notamment aux photographies d'illustration réalisées indépendamment de la publication, pour lesquelles un contentieux récent a rappelé, en France, le périmètre d'exploitation dont peut se prévaloir l'éditeur.

Enfin, la durée du droit voisin créé par l'article 15 est de deux ans à compter du 1<sup>er</sup> janvier suivant l'année de la première parution des publications de presse. Il est

également précisé que seules celles parues après le 6 juin 2019 seraient concernées par ce dispositif, donc indépendamment de la transposition dans les lois nationales. Sur ce point, la France s'est montrée bonne élève puisque l'article 15 a déjà été transposé dans le droit national

#### La loi française

Une proposition de loi tendant à créer un droit voisin au profit des éditeurs de presse avait déjà été déposée dès le mois de janvier 2019 par le sénateur David Assouline, alors même que l'adoption de la directive avait été repoussée de quelques mois.

L'objectif visait à anticiper la transposition de celle-ci avec un « véhicule législatif adapté », la situation des éditeurs de presse appelant une réponse urgente de la part du législateur<sup>8</sup>. La loi a finalement été promulguée le 24 juillet 2019<sup>9</sup>, après une discussion relativement rapide. L'article 15 de la directive est ainsi transposé dans le nouveau chapitre VIII du livre II du code de la propriété intellectuelle, qui comporte de nouveaux articles L 218-1 à L 218-5. Ces dispositions reprennent les termes de la directive avec quelques spécificités.

L'article L 218-1 ajoute ainsi une nouvelle définition de la publication de presse rappelant la notion de « titre de presse », qui figurait déjà à l'article L 132-35 du code (bien qu'aucun renvoi ne soit effectué dans le texte). Cet ajout, visiblement motivé par la volonté de coller le plus possible à la directive, ne contribue pas pour autant à la lisibilité des dispositions en la matière. Cela est d'autant plus paradoxal que les définitions des agences et des éditeurs de presse sont elles-mêmes établies par un renvoi à l'ordonnance du 2 novembre 1945 et à la loi 1er août 1986. Les articles L 218-2 à L 218-4 établissent le régime juridique du nouveau droit voisin. D'une durée de deux ans, comme dans la directive, celui-ci est défini comme un droit d'autoriser toute reproduction et toute communication au public totale ou partielle, par un procédé numérique et sur un service de communication au public en ligne, de publications de presse au sens de l'article L 218-1. Ce droit peut faire l'objet d'une licence concédée aux services en ligne, ou confiée à une société de gestion collective.

Des précisions sont apportées quant au barème de rémunération qui sera due en contrepartie de l'autorisation accordée par les éditeurs et les agences de presse. Celle-ci devra être basée sur les recettes d'exploitation de toutes natures, directes ou indirectes. Les revenus publicitaires seront bien sûr inclus dans ce barème. La rémunération devra également être établie au regard de trois critères : l'importance de l'utilisation des publications par les services de communication en ligne ; l'étendue des investissements réalisés par les éditeurs et les agences de presse sur le plan humain, matériel et financier ; l'importance de la contribution des publications de presse à l'information dite « politique et générale ». Si le second critère rappelle quelque peu celui de l'investissement substantiel du producteur de base de données (art. L 341-1 du code), le troisième paraît très discutable, en ce qu'il est étranger à la propriété littéraire et artistique. Les idées étant de libre parcours, l'importance de leur apport à un débat d'intérêt général est normalement indifférente à l'exploitation des œuvres de l'esprit, qui sont des créations de forme. Surtout, ce critère risque d'induire des discriminations entre publications de presse, les titres d'information politique et générale étant à ce titre davantage favorisés par le dispositif. La directive affirme pourtant que les publications ayant vocation au dispositif peuvent aussi bien être généralistes que spécialisées. De façon plus ambiguë, l'article L 218-1 mentionne les publications ayant pour but de « fournir au public des informations sur l'actualité ou d'autres sujets », ce qui n'aidera guère à éclairer la portée ce critère.

La loi précise aussi, de façon désormais classique, que les services de communication en ligne seront tenus à un devoir de transparence et de coopération avec les éditeurs et les agences de presse. Elle établit également les conditions de la rémunération qui sera due aux auteurs des contributions faisant l'objet du droit voisin, en se calquant quasiment sur le modèle de la loi Hadopi 1 en ce qui concerne l'exploitation des droits patrimoniaux des journalistes (accord collectif et saisine d'une commission à défaut d'accord dans un délai de six mois suivant la publication de la loi).

Enfin, d'autres dispositions du code sont modifiées à des fins d'intégration du droit voisin, pour ce qui concerne la lutte contre la contrefaçon, mais aussi les limites et exceptions à ce nouveau droit. Le nouvel article L 211-3-1 dispose ainsi qu'il ne s'applique pas aux actes d'hyperliens ni à l'utilisation de courts extraits ou de mots isolés d'une publication de presse, à condition que ceux-ci ne soient pas organisés de façon à dispenser le lecteur de consulter l'intégralité de la publication. La précision vise à prévenir les risques liés à l'accumulation de courtes citations.

## Perspectives et interrogations

Au niveau européen comme au niveau national, la création de cette nouvelle prérogative suscite beaucoup d'interrogations et de critiques, tant pour son fondement que pour sa mise en œuvre.

Sur le plan des principes, le droit voisin des éditeurs de presse vient confirmer la tendance, déjà dénoncée, à la désagrégation des droits de propriété littéraire et artistique. Celle-ci obéit désormais à une logique utilitariste, visant à satisfaire des intérêts catégoriels, ce qui lui fait perdre toute cohérence d'ensemble<sup>10</sup>. On ne comprend pas pourquoi les autres éditeurs sont écartés du dispositif, alors qu'ils effectuent pour l'essentiel la même activité, à savoir investir dans la diffusion d'œuvres de l'esprit. Les éditeurs de presse ne se sont vus reconnaître une spécificité qu'au regard de leur contribution au débat public, critère pourtant incertain dans le champ de la propriété intellectuelle. Par ailleurs, la prérogative est dotée d'un régime ad hoc, sans équivalent avec les autres droits voisins, que ce soit pour sa durée ou ses limites.

Sur le plan pratique, cette prérogative a suscité de vives inquiétudes, notamment quant à son impact sur l'accès à l'information et, partant, l'exercice de la liberté d'expression. Il a pu également lui être reproché son effet contre nature, les services de communication en ligne pouvant eux-mêmes orienter le public vers les sites de presse ayant produit les publications qu'ils rediffusent. Ces critiques, formulées au cours du vote de la directive, ont justifié plusieurs des exclusions précitées, notamment en ce qui concerne le contenu même des publications, les actes liés aux hyperliens et les usages

à finalité non commerciale. Sont ainsi préservés du dispositif tous les services non économiques dédiés à la diffusion d'informations qui procèdent de liens hypertextes publics et gratuits.

En revanche, l'incertitude demeure quant au seuil d'application du droit voisin. Si les « mots isolés » peuvent être aisément cernés par un service de référencement, on ne sait encore comment la notion de « très courts extraits » devra être appréhendée. Si une approche quantitative semble a priori la plus opportune (en nombre de lignes par exemple), les précisions apportées dans la loi française au sujet de la portée de ces extraits pourraient orienter vers une approche qualitative beaucoup plus pernicieuse. En effet, le contenu d'une publication peut aisément être résumé en quelques mots ou par la reprise du titre, ce qui dispenserait le lecteur d'en consulter l'intégralité. L'exception serait alors écartée au profit du droit voisin, ce qui invite à nous interroger sur l'accès à l'information. La détermination de cette notion est d'autant plus problématique que l'une des motivations de la directive et de la loi consistait à compenser la perte de valeur dont les éditeurs sont victimes en raison de l'utilisation de snippets et autres « premières lignes » d'articles, parfois illustrées de photographies, par les services de communication en ligne tels que les moteurs de recherche.

Enfin, les journalistes, qui restent les auteurs des publications de presse concernées par le dispositif, s'interrogent sur les modalités du partage de la rémunération qui leur sera rétribuée, celles-ci ayant été renvoyées à des accords collectifs plutôt qu'à des dispositifs plus contraignants<sup>11</sup>.

PM

#### Sources:

- 1 «La protection internationale des droits voisins », A. Françon, *RIDA*, n° 79, janvier 1974, p. 410.
- 2 Selon l'art. L 132-1 du code de la propriété intellectuelle, l'éditeur est la personne cessionnaire du « droit de fabriquer ou de faire fabriquer en nombre des exemplaires de l'œuvre ou de la réaliser ou faire réaliser sous une forme numérique, à charge pour elle d'en assurer la publication et la diffusion ».
- 3 « Droit d'auteur des journalistes : la révolution en marche », C. Alleaume, *LP*, n° 265, octobre 2009, II, p. 123 ; « La réforme du droit d'auteur des journalistes par la loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 », L. Dral, CCE, septembre 2009, Étude n° 18, p. 8.
- 4 « Les droits accordés aux éditeurs dans la proposition de directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique », T. Azzit, *JAC*, n° 47, juin 2017, p. 26 et s.
- 5 Pour une présentation des motifs ayant conduit, en France, à la création de ce droit : Rapport de la mission de réflexion sur la création d'un droit voisin pour les éditeurs de presse, L. Franceschini et S. Bonnaud-Le Roux, Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, juillet 2016.
- 6 CJUE, 4° Ch., 13 février 2014, Nils Svensson e. a. c. / Retriever Sverige AB, n° C-466/12; CJUE, 9° Ch., 21 octobre 2014, BestWater International GmbH c./ Michael Mebes and Stefan Potsch, n° C-348/13; CJUE, 2° Ch., 8 septembre 2016, GS Media BV c./ Sanoma Media Netherlands BV e.a., C-160/15.
- 7 C. Cass., 1<sup>rc</sup> Ch. Civ., 4 juillet 2019, n° 18-17.155; sur cet arrêt, voir notre commentaire « De la cession du droit de diffusion de photographies d'illustration dans un service d'archives en ligne », à paraître dans la revue *Dalloz IP/IT*.
- 8 Voir le rapport de David Assouline, fait au nom de la commission de la culture, de l'éducation et de la communication du Sénat, déposé le 16 janvier 2019.
- 9 Loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse.
- 10 « Le droit voisin des éditeurs de publications de presse ou l'avènement d'une propriété intellectuelle catégorielle », T. Azzit, *Dalloz IP/IT*, n° 270, mai 2019, p. 297 et s.
- 11 « Le journaliste, la presse et le droit voisin »,
  O. Da Lage, Astérisque La lettre de la SCAM, n° 63, juillet 2019, p. 8 et s.

# Inapplicabilité de la loi allemande relative au droit voisin des éditeurs de presse

CJUE, 12 septembre 2019, VG Media c. Google LLC, Aff. C-299/17.

aute d'avoir été notifiée à la Commission européenne – préalablement à son adoption (antérieure à celle de la directive (UE) 2019/790, du 17 avril 2019, dont l'article 15 porte sur la protection des publications de presse en ce qui concerne les utilisations en ligne, voir *supra* et *La rem* n°50-51, p.12) –, la loi allemande du 7 mai 2013, relative au droit voisin des éditeurs de presse, est, de ce fait, déclarée inapplicable par la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE).

La loi de mai 2013 a introduit, dans la loi allemande sur le droit d'auteur, une section, intitulée « protection de l'éditeur de presse », relative au droit voisin des éditeurs de presse. Il y était notamment posé que « le producteur d'un produit de la presse (éditeur de presse) détient le droit exclusif de mettre à la disposition du public, en tout ou partie, le produit de la presse à des fins commerciales, sauf s'il s'agit de mots isolés ou de très courts extraits de texte » et que « la mise à la disposition du public, en tout ou partie, de produits de la presse est licite, pour autant que cette mise à disposition n'est pas effectuée par des prestataires commerciaux de moteurs de recherche ou des prestataires commerciaux de services qui éditent de manière analogue des contenus ».

Dans un litige opposant VG Media, organisme allemand de gestion collective des droits, à la société Google, il a été contesté l'applicabilité des dispositions en cause, faute d'avoir été notifiées à la Commission européenne, comme l'impose la directive 98/34/CE, du 22 juin 1998, « prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information ». Tel était l'objet de la question préjudicielle transmise, par la juridiction allemande, à la

CJUE et sur laquelle celle-ci s'est prononcée par le présent arrêt du 12 septembre 2019.

Conformément à l'objectif de la directive, tel qu'énoncé dans son intitulé, son article 8 pose pour principe que « les États membres communiquent immédiatement à la Commission tout projet de règle technique » concernant les services en cause. Il est prévu un délai entre la notification du projet de loi et son adoption par les autorités nationales. Bien que la directive elle-même ne prévoie aucune conséquence de l'absence de communication dudit projet, la Cour de justice a déjà précédemment conclu, comme elle le fait ici, que ce manquement rend le texte inapplicable.

#### « Règles techniques »

Selon la définition qu'en donne la directive 98/34, à laquelle se réfère le présent arrêt, constituent notamment des « règles techniques » : « les dispositions législatives, réglementaires ou administratives d'un État membre qui renvoient soit à des spécifications techniques ou à d'autres exigences ou à des règles relatives aux services ».

Pour la Cour de justice, la « réglementation nationale relative au droit d'auteur ou aux droits voisins », telle qu'en cause en cette affaire, relève de la catégorie des « règles techniques en matière de propriété intellectuelle ». Pour être soumise à l'obligation de notification préalable auprès de la Commission, la réglementation doit, de plus, être spécifiquement relative « aux services de la société de l'information ».

#### « Services de la société de l'information »

L'autre élément de la question préjudicielle portait sur le point de savoir si l'activité soumise par la nouvelle loi allemande au respect du droit voisin des éditeurs de presse est constitutive d'un « service de la société de l'information » et si elle est spécifiquement visée par le texte ?

Empruntant à nouveau à la définition qu'en donne la directive 98/34, l'arrêt considère comme « service de la société de l'information » : « tout service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services ».

Selon ladite directive, « une règle est considérée comme visant spécifiquement les services de la société de l'information lorsque, au regard de sa motivation et du texte de son dispositif, elle a pour finalité et pour objet spécifiques, dans sa totalité ou dans certaines dispositions ponctuelles, de réglementer de manière explicite et ciblée ces services ».

L'arrêt estime que la disposition législative allemande en cause « vise de manière expresse, notamment, les prestataires commerciaux de moteurs de recherche dont il est constant qu'ils fournissent des services », tels que visés par la directive 98/34, et qu'elle « a pour finalité et pour objet spécifiques de réglementer de manière explicite et ciblée les services de la société de l'information ».

De tout cela, la Cour conclut à « l'inapplicabilité d'une règle technique qui n'a pas été notifiée conformément » à ce qu'impose ladite directive.

En l'absence, à l'époque de directive européenne à cet égard, l'obligation de notification préalable de la mesure s'imposait aux autorités allemandes. Son non-respect est sanctionné par le présent arrêt de la Cour de justice quoique, entre-temps, ait été adoptée la directive du 17 avril 2019. En revanche, échappe à cette obligation la loi française n° 2019-775, du 24 juillet 2019, ayant le même objet, « tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse » (voir supra), assurant la transposition de ladite directive, et bien que sa discussion ait été entreprise avant l'adoption définitive de celle-ci.

Le 25 septembre 2019, la société Google a annoncé qu'elle n'afficherait plus d'articles de presse, sur ses services, afin de ne pas avoir à payer aux éditeurs le droit voisin instauré par l'Europe et consacré par diverses législations nationales.

ED

#### Sources:

- « Les éditeurs unis contre le "coup de force" de Google »,
   Carasco Aude, La Croix, 27 septembre 2019.
- « Droits d'auteur : Google prend à contre-pied la presse française », Alexandre Piquard, *Le Monde*, 27 septembre 2019.

# Droit d'auteur européen : exceptions de citation et de compte rendu d'événements d'actualité

CJUE, 29 juillet 2019, Spiegel Online GmbH c. Volker Beck, Aff. C-516/17.

épondant aux questions préjudicielles concernant l'interprétation qu'il convient de faire de l'article 5, relatif aux « exceptions » au droit patrimonial d'auteur, de la directive 2001/29/CE du 22 mai 2001, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) pose notamment que la disposition en cause « s'oppose à une règle nationale restreignant l'application » de ladite exception « aux cas dans lesquels une demande d'autorisation en vue d'utiliser une œuvre protégée », qui peut être une œuvre littéraire, « à des fins de compte rendu d'événements d'actualité n'est pas raisonnablement possible », et que « la notion de "citations", visée à cette disposition, couvre le renvoi, au moyen d'un lien hypertexte, à un fichier consultable de manière autonome ».

À l'occasion d'une contestation à l'encontre du site d'information en ligne Spiegel Online, auquel il était reproché d'avoir reproduit intégralement un texte en violation du droit de son auteur, Volker Beck, parlementaire allemand; les juridictions allemandes devaient apprécier si, comme le prétendait l'utilisateur, celui-ci pouvait, au nom de la liberté d'information, se prévaloir des exceptions invoquées et dont il considérait qu'elles l'autorisaient à effectuer cet emprunt.

Pour se prononcer, la Cour de justice, après avoir rappelé, telles qu'elles sont déterminées par le droit européen, les conditions générales de l'ensemble des exceptions au droit patrimonial d'auteur, a précisé les conditions particulières de deux des exceptions en cause : le compte rendu d'actualité et la citation.

#### Exception de compte rendu d'actualité

La juridiction allemande demandait s'il doit être considéré « que la mise à la disposition du public d'œuvres protégées au titre du droit d'auteur sur le portail internet d'une entreprise de presse ne constitue pas d'emblée un compte rendu d'événements d'actualité, dispensé d'autorisation conformément à l'article 5, paragraphe 3, sous c) [...] de la directive 2001/29, dès lors que l'entreprise de presse avait la possibilité de solliciter l'accord de l'auteur avant la mise à disposition du public et que l'on pouvait raisonnablement l'exiger d'elle ».

En réponse, l'arrêt énonce qu'« il y a lieu de relever que », déterminant une exception au droit patrimonial d'auteur, « l'article 5, paragraphe 3, sous c) » de ladite directive « ne comporte, dans son libellé, aucune exigence relative à l'obtention, avant la reproduction ou la communication au public d'une œuvre protégée, du consentement du titulaire ». Il ajoute que, « sous réserve que soit indiquée la source et que l'utilisation de cette œuvre soit effectuée dans la mesure justifiée par le but d'information poursuivi, l'exception ou la limitation qui y est prévue exige uniquement que cette utilisation soit faite "afin de rendre compte d'événements d'actualité" ».

Pour motiver sa décision, l'arrêt précise que « la survenance d'un événement d'actualité requiert, en règle générale, et particulièrement dans le cadre de la société de l'information, que l'information y relative puisse être communiquée rapidement, de sorte qu'elle se concilie mal avec l'exigence d'obtention préalable du consentement de l'auteur, laquelle serait susceptible de rendre excessivement difficile, voire d'empêcher, la fourniture au public d'informations pertinentes en temps utile ».

### Exception de citation

L'autre interrogation posée à la Cour de justice concernait la question de savoir si « une publication, à des fins de citation, conformément à l'article 5, paragraphe 3, sous d), de la directive 2001/29, fait [...] défaut si le texte des œuvres citées ou des parties de celui-ci ne sont pas insérés dans le nouveau texte de manière indissociable [...] mais sont mis à la disposition du public sur internet, au moyen de liens hypertextes, en tant que fichiers consultables de manière autonome à côté du nouveau texte ».

Pour la Cour, et contrairement au point de vue de l'avocat général, « ni le libellé de l'article 5, paragraphe 3, sous d), de la directive 2001/29 ni la notion de "citation" [...] ne requièrent que l'œuvre citée soit incluse de manière indissociable [...] dans l'objet qui la cite, une telle citation pouvant résulter », comme en l'espèce, « de l'inclusion d'un lien hypertexte vers celle-ci ». Elle en conclut que « la notion de "citation" [...] couvre le renvoi, au moyen d'un lien hypertexte, à un fichier consultable de manière autonome ».

Se livrant à une libre interprétation de la directive 2001/29, du 22 mai 2001, « sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information », et élargissant ainsi la portée de ces deux exceptions (compte rendu d'actualité et citation) au droit patrimonial d'auteur, la Cour de justice de l'Union européenne ne vide-t-elle pas ce droit, au détriment de ses titulaires, d'une part de son intérêt ?

ED

# Droit au déréférencement des données personnelles d'un moteur de recherche

CJUE, 24 septembre 2019, Google LLC c. Commission nationale de l'informatique et des libertés, C-507/17.

e Conseil d'État a saisi la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) d'une question préjudicielle visant à l'interprétation de la directive 95/46/CE relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (en vigueur à l'époque des faits, et aujourd'hui remplacée par le règlement (UE) n° 2016/679, du 27 avril 2016, ayant le même objet), à l'occasion d'un recours en annulation, porté devant lui, à l'égard d'une sanction prononcée (100 000 euros), à l'encontre de la société Google LLC, par la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), pour refus d'appliquer une demande de déréférencement de données personnelles à l'ensemble des extensions de nom de domaine du moteur de recherche.

En son arrêt, la Cour de justice est notamment amenée à se prononcer sur les données personnelles soumises audit *« droit au déréférencement »* (ou, plus couramment, « droit à l'effacement » ou « droit à l'oubli ») et sur la portée territoriale de ce droit.

# Données personnelles soumises au droit au déréférencement

À l'origine de cette affaire, l'arrêt évoque « un litige, entre Google et la Cnil, sur le point de savoir de quelle manière l'exploitant d'un moteur de recherche, lorsqu'il constate que la personne concernée a droit à ce qu'un ou plusieurs liens vers des pages web sur lesquelles figurent des données à caractère personnel la concernant soient effacés de la liste des résultats, qui est affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir de son nom, doit mettre en œuvre ce droit au déréférencement ». Il s'agissait, en l'espèce, d'informations relatives à des procédures judiciaires dont la

collecte et le traitement sont l'objet d'un régime particulier.

L'arrêt mentionne cependant que « le droit à la protection des données à caractère personnel n'est pas un droit absolu », mais qu'il « doit être considéré par rapport à sa fonction dans la société et être mis en balance avec d'autres droits fondamentaux ». Les textes européens prévoient, à cet égard, un régime dérogatoire à la protection des données en faveur de « l'exercice du droit à la liberté d'expression et d'information ».

# Portée territoriale du droit au déréférencement

Pour la Cour de justice, la question dont elle est saisie vise à savoir si les dispositions de la directive 95/46/CE et du règlement 2016/679 « doivent être interprétées en ce sens que, lorsque l'exploitant d'un moteur de recherche fait droit à une demande de déréférencement », il est tenu de l'opérer « sur les versions de celui-ci correspondant à l'ensemble des États membres » ou « uniquement sur celle correspondant à l'État membre dans lequel la demande de déréférencement a été introduite ».

Dans l'affaire en cause, « la Cnil a mis Google en demeure, lorsqu'elle fait droit à une demande d'une personne physique tendant à la suppression de la liste de résultats, affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir de son nom, de liens menant vers des pages web, d'appliquer cette suppression sur toutes les extensions de nom de domaine de son moteur de recherche ». Mais « Google a refusé de donner suite à cette mise en demeure, se bornant à supprimer les liens [...] des seuls résultats affichés en réponse à des recherches effectuées depuis les noms de domaine correspondant aux déclinaisons de son moteur dans les États membres ».

L'arrêt relève qu'« un déréférencement opéré sur l'ensemble des versions d'un moteur de recherche » serait « de nature à rencontrer pleinement » l'objectif de protection des données à caractère personnel dans l'ensemble de l'Union européenne. En effet, « Internet est un réseau mondial sans frontières et les moteurs de recherche confèrent un caractère ubiquitaire aux informations et aux liens contenus dans chaque liste de résultats affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir du nom d'une personne physique » et, « dans un monde globalisé, l'accès des

internautes, notamment ceux qui se trouvent en dehors de l'Union, au référencement d'un lien renvoyant à des informations sur une personne dont le centre d'intérêts se situe dans l'Union est ainsi susceptible de produire sur celle-ci des effets immédiats et substantiels au sein même de l'Union ».

Il considère cependant qu'il « ne ressort aucunement » des dispositions en vigueur que le législateur de l'Union « aurait fait le choix de conférer », au droit à la protection des données à caractère personnel, « une portée qui dépasserait le territoire des États membres et qu'il aurait entendu imposer à un opérateur » tel que Google « une obligation de déréférencement portant également sur les versions nationales de son moteur de recherche qui ne correspondent pas aux États membres ».

La Cour en conclut que, « en l'état actuel, il n'existe, pour l'exploitant d'un moteur de recherche qui fait droit à

une demande de déréférencement [...] pas d'obligation, découlant du droit de l'Union, de procéder à un tel déréférencement sur l'ensemble des versions de son moteur ». Ledit exploitant « est tenu d'opérer ce déréférencement non pas sur l'ensemble des versions de son moteur, mais sur les versions de celui-ci correspondant à l'ensemble des États membres ». Il est ainsi donné raison à Google, contre la Cnil, de n'avoir déréférencé des informations, constitutives de données à caractère personnel, seulement sur les versions européennes de ses moteurs de recherche.

ED

#### Source:

 « Sur Internet, le "droit à l'oubli" ne s'applique pas au monde entier », Martin Untersinger, *Le Monde*, 26 septembre 2019.

# Obligations de l'exploitant d'un réseau social en matière de contrôle et de suppression de l'accès à un contenu litigieux

CJUE, 3 octobre 2019, Eva Glawischnig-Piesczek c. Facebook Ireland Limited, C-18/18.

ise en cause dans un article de presse relayé par un utilisateur de Facebook, qui l'a accompagné de commentaires auxquels il était reproché d'être constitutifs de diffamation, une personne, de nationalité autrichienne, a sollicité et obtenu une première décision de justice enjoignant à l'hébergeur le retrait des propos litigieux. La juridiction d'appel ayant partiellement confirmé la

première décision, l'affaire fut portée devant la Cour suprême du pays. Considérant que le litige soulève des questions d'interprétation du droit de l'Union européenne, et notamment des articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE, du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, déterminant les conditions dans lesquelles peut être engagée la responsabilité des prestataires de services d'hébergement, la Cour suprême autrichienne adressa à la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) une question préjudicielle relative aux conditions et à la portée de l'obligation de contrôle des contenus reprochés, pesant, en sa qualité d'hébergeur, sur l'exploitant d'une plateforme de réseau social.

En réponse aux questions ainsi soulevées, la CJUE se prononce, sur la base de la directive, sur l'obligation de suppression de l'accès au message litigieux pesant sur l'hébergeur et sur la portée territoriale de cette obligation.

# Obligation de suppression de l'accès

Déterminant les conditions restrictives d'une possible mise en jeu de la responsabilité des fournisseurs d'hébergement, du fait de contenus mis en ligne par les internautes utilisateurs du service, les articles 14 et 15 de la directive du 8 juin 2000, très justement interprétés en cette affaire par la CJUE, fondent une absence d'obligation générale de surveillance et de contrôle des messages pesant sur l'hébergeur, mais la possibilité qu'il soit soumis à une obligation spéciale à cet égard.

L'article 15 de ladite directive dispose que « les États membres ne doivent pas imposer aux prestataires » de services, tels que les fournisseurs d'hébergement, « une obligation générale de surveiller les informations qu'ils [...] stockent, ou une obligation générale de rechercher activement des faits ou des circonstances révélant des activités illicites ».

Aux termes de l'article 14, « les États membres veillent à ce que, en cas de fourniture d'un service [...] consistant à stocker des informations fournies par un destinataire du service, le prestataire ne soit pas responsable des informations stockées [...] à condition que [...] le prestataire n'ait pas effectivement connaissance de [...] l'information illicite » ou que, « dès le moment où il a de telles connaissances », il « agisse promptement pour retirer les informations ou rendre l'accès à celles-ci impossible ».

Pour la Cour de justice ressort de ces dispositions, « la possibilité, pour les juridictions ou les autorités administratives nationales, d'exiger de l'hébergeur concerné », et ainsi informé, « qu'il mette un terme à une violation ou qu'il prévienne une violation, y compris en supprimant les informations illicites ou en rendant l'accès à ces dernières impossible ». Peuvent être ainsi visées non seulement « une information déclarée illicite précédemment » ou ayant fait l'objet d'une injonction à en bloquer l'accès, mais également des « informations de contenu équivalent » qui, « tout en véhiculant en substance le même message, est formulé de manière légèrement différente, en raison des mots employés ou de leur combinaison, par rapport à l'information dont le contenu a été déclaré illicite ».

La CJUE en conclut qu'une injonction de suppression de l'accès à un message litigieux peut, dans ces conditions, être adressée à l'hébergeur.

## Portée territoriale de l'obligation

Ordonnée par une autorité nationale à l'hébergeur d'un réseau social de dimension mondiale, quelle peut être la portée territoriale d'une telle obligation de suppression de l'accès au message litigieux ? Peut-elle « produire des effets s'étendant à l'échelle mondiale », ou seulement dans le cadre de l'Union européenne, ou même sur le seul territoire du pays dont relève cette autorité ?

Le présent arrêt considère que « la directive 2000/31 ne s'oppose pas à ce que lesdites mesures d'injonction produisent des effets à l'échelle mondiale », sous la seule condition « d'assurer la cohérence des règles de l'Union dans ce domaine avec les règles applicables au niveau international ». Ladite directive ne comportant aucune disposition à cet égard, la Cour de justice pose qu'« il est du ressort des États membres de veiller à ce que les mesures qu'ils adoptent et qui produisent des effets à l'échelle mondiale tiennent dûment compte de ces dernières règles ».

La CJUE conclut, en cette occurrence, que les dispositions européennes ne s'opposent pas à ce qu'une juridiction d'un État membre puisse « enjoindre à un hébergeur de supprimer les informations visées par l'injonction ou de bloquer l'accès à celles-ci au niveau mondial, dans le cadre du droit international pertinent ». Qu'il autorise ou qu'il interdise, le droit européen peut-il prétendre ainsi à une application mondiale?

Une telle décision ne va-t-elle pas, sur ce point, à l'encontre d'un arrêt rendu, quelques jours plus tôt, par la même Cour (CJUE, 24 septembre 2019, Google c. Cnil, C-507/17 – voir supra) ? À propos d'une demande de déréférencement de données personnelles d'un moteur de recherche, elle a en effet considéré qu'il « ne ressort aucunement » des dispositions en vigueur que le législateur de l'Union « aurait fait le choix de confèrer », au droit à la protection des données à caractère personnel, « une portée qui dépasserait le territoire des États membres et qu'il aurait entendu imposer à un opérateur », tel Google, « une

obligation de déréférencement portant également sur les versions nationales de son moteur de recherche qui ne correspondent pas aux États membres ». Elle en a conclu que, « en l'état actuel, il n'existe, pour l'exploitant d'un moteur de recherche qui fait droit à une demande de déréférencement [...] pas d'obligation, découlant du droit de l'Union, de procéder à un tel déréférencement sur l'ensemble des versions de son moteur » et, en conséquence, que l'exploitant concerné « est tenu d'opérer ce déréférencement non pas sur l'ensemble des versions de son moteur », partout à travers le monde, mais seulement « sur les versions de celui-ci correspondant à l'ensemble des États membres ».

De la présente décision, il ressort que, conformément aux dispositions de la directive du 8 juin 2000, les exploitants de réseaux sociaux ne sont pas tenus à une obligation générale de surveillance des contenus qu'ils hébergent et qu'ils ne peuvent en être responsables que s'ils ont « effectivement connaissance » des messages litigieux ou de leurs équivalents, à la suite d'une notification qui leur en a été faite par une personne intéressée ou à une injonction, émanant d'une autorité nationale, d'avoir à en empêcher l'accès. Peut-il cependant être prétendu, comme le fait ici la Cour de justice, et contrairement à une autre récente décision rendue par elle, dans un domaine voisin, à une application mondiale du droit européen ?

ED

# Droit européen du traitement des données à caractère personnel par un moteur de recherche

CJUE, 24 septembre 2019, CC, AF, BH, ED c. Commission nationale de l'informatique et des libertés, C-136/17.

a Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) ayant refusé, sur demande de différentes personnes qui avaient été impliquées dans diverses procédures judiciaires, de mettre en demeure Google, exploitant un moteur de recherche, « de procéder à des déréférencements de divers

liens inclus dans la liste de résultats, qui est affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir de leur nom, et menant vers des pages web publiées » par divers organes d'information, les intéressés ont saisi le Conseil d'État de ce refus. Celui-ci décida de surseoir à statuer et adressa à la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) diverses questions préjudicielles relatives à l'interprétation qu'il convient de faire, à cet égard, des dispositions de la directive 95/46/CE, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (telle qu'en vigueur à l'époque des faits et aujourd'hui remplacée par le règlement (UE) 2016/679, du 27 avril 2016, ayant le même objet).

Dans l'arrêt rendu, le 24 septembre 2019, la CJUE posa notamment que les moteurs de recherche sont

soumis aux obligations relatives à la protection des données à caractère personnel qui s'imposent aux traitements de données et que, dans le même temps, ils doivent être considérés comme bénéficiaires de certaines des dérogations prévues, à cet égard, au profit notamment des activités d'information et de la liberté d'expression.

# Moteurs de recherche soumis aux obligations

Par la première question posée, il était demandé à la Cour de justice de dire si les dispositions de la directive concernant les traitements de données à caractère personnel s'appliquent « à l'exploitant d'un moteur de recherche [...] en tant que responsable du traitement effectué pour les besoins du fonctionnement de ce moteur ».

L'arrêt pose que « l'activité d'un moteur de recherche, consistant à trouver des informations publiées ou placées sur l'Internet par des tiers, à les indexer de manière automatique, à les stocker temporairement et, enfin, à les mettre à la disposition des internautes selon un ordre de préférence donné, doit être qualifiée de "traitement de données à caractère personnel" [...] lorsque ces informations contiennent des données à caractère personnel ». Il estime que « l'exploitant de ce moteur de recherche doit être considéré comme "responsable" dudit traitement ». Il ajoute que « le traitement de données à caractère personnel effectué dans le cadre de l'activité d'un moteur de recherche se distingue de et s'ajoute à celui effectué par les éditeurs de sites web » et « joue un rôle décisif dans la diffusion globale desdites données en ce qu'elle rend celles-ci accessibles à tout internaute effectuant une recherche à partir du nom de la personne concernée ».

Il en est déduit que, « dans la mesure où l'activité d'un moteur de recherche est susceptible d'affecter, significativement et de manière additionnelle par rapport à celle des éditeurs de sites web, les droits fondamentaux au respect de la vie privée et à la protection des données à caractère personnel, l'exploitant de ce moteur, en tant que personne déterminant les finalités et les moyens de cette activité, doit s'assurer [...] que celle-ci satisfait aux exigences de la directive 95/46 pour que les garanties prévues par celle-ci puissent développer leur plein effet et qu'une protection efficace et complète des personnes concernées, notamment de leur droit

au respect de leur vie privée, puisse effectivement être réalisée ». Soumis aux obligations qui pèsent, à cet égard, sur les traitements de données, les moteurs de recherche doivent, dans le même temps, bénéficier des dérogations qui leur sont accordées.

# Moteurs de recherche bénéficiaires des dérogations

Alors que la directive réglemente notamment les conditions restrictives dans lesquelles peuvent être traitées des données personnelles relatives à des affaires judiciaires, comme celles concernant, en l'espèce, les personnes ayant formulé des demandes de déréférencement, des dérogations y sont prévues en faveur de la liberté d'expression et des activités d'information « aux seules fins de journalisme ou d'expression artistique ou littéraire ». Cela peut-il s'appliquer aux moteurs de recherche et justifier leur refus de satisfaire des demandes de déréférencement ?

L'arrêt pose que « le droit à la protection des données à caractère personnel n'est pas un droit absolu, mais doit [...] être considéré par rapport à sa fonction dans la société et être mis en balance avec d'autres droits fondamentaux, conformément au principe de proportionnalité ». Il considère que « l'exploitant d'un moteur de recherche, lorsqu'il est saisi d'une demande de déréférencement, doit vérifier [...] si l'inclusion du lien vers la page web en question dans la liste affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir du nom de la personne concernée est nécessaire à l'exercice du droit à la liberté d'information des internautes potentiellement intéressés à avoir accès à cette page web au moyen d'une telle recherche » et que, « si les droits de la personne concernée [...] prévalent, en règle générale, sur la liberté d'information des internautes, cet équilibre peut toutefois dépendre, dans des cas particuliers, de la nature de l'information en question et de sa sensibilité pour la vie privée de la personne concernée ainsi que de l'intérêt du public à disposer de cette information, lequel peut varier notamment en fonction du rôle joué par cette personne dans la vie publique ».

Il en résulte selon la Cour que « lorsque l'exploitant d'un moteur de recherche est saisi d'une demande de déréférencement portant sur un lien vers une page web sur laquelle des données à caractère personnel relevant de catégories particulières [...] sont publiées, cet exploitant doit

[...] compte tenu de la gravité de l'ingérence dans les droits fondamentaux de la personne concernée au respect de la vie privée et à la protection des données à caractère personnel [...] vérifier, au titre des motifs d'intérêt public [...] si l'inclusion de ce lien dans la liste des résultats, qui est affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir du nom de cette personne, s'avère strictement nécessaire pour protéger la liberté d'information des internautes potentiellement intéressés à avoir accès à cette page au moyen d'une telle recherche ».

D'une manière plus spécifique aux situations en cause, l'arrêt ajoute que « les informations relatives à une procédure judiciaire dont une personne physique a été l'objet ainsi que, le cas échéant, celles relatives à la condamnation qui en a découlé constituent des données relatives aux "infractions" et aux "condamnations pénales" » et que

« l'exploitant d'un moteur de recherche est tenu de faire droit à une demande de déréférencement portant sur des liens vers des pages web, sur lesquelles figurent de telles informations, lorsque ces informations se rapportent à une étape antérieure de la procédure judiciaire en cause et ne correspondent plus, compte tenu du déroulement de celle-ci, à la situation actuelle, dans la mesure où il est constaté [...] que, eu égard à l'ensemble des circonstances de l'espèce, les droits fondamentaux de la personne concernée [...] prévalent sur ceux des internautes potentiellement intéressés ».

Ainsi éclairée, il appartient, à la juridiction française ayant saisi la Cour de justice, d'apprécier si, dans les cas d'espèce, le déréférencement des informations en cause s'imposait ou non au moteur de recherche.

ED

# Nouvelles sanctions infligées à Facebook en Allemagne et en Italie

Outre la sanction infligée à Facebook par la FTC américaine (Federal Trade Commission) le 24 juillet 2019 (voir *infra*), le réseau social a fait l'objet de deux condamnations prononcées, l'une par l'autorité allemande de la concurrence, l'autre par l'autorité italienne de protection des données personnelles. Dans un cas comme dans l'autre, il est reproché à Facebook un manque de transparence dans les conditions de partage et de croisement des données des utilisateurs. La décision de l'autorité allemande a cependant fait l'objet d'une suspension en appel, dans l'attente d'une décision au fond.

a concentration des fichiers de données constitue pour Facebook un bon moyen permettant de profiler ses utilisateurs. La pratique consiste à partager les informations collectées par différentes applications. Ce croisement permet d'enrichir, mais aussi de préciser le stock de données exploitables pour chaque personne utilisant au moins l'un de ses services. Il inclut également les informations de leurs « amis », au sens donné à ce terme par le réseau social. Pour autant, une telle combinaison ne peut s'affranchir des prescriptions légales encadrant les traitements de données personnelles. Les utilisateurs devraient ainsi être informés de l'existence, de l'étendue et des finalités de ces opérations, ainsi que de l'identité des entreprises et applications partenaires qui y participent. Le non-respect de ces dispositions par Facebook a déjà pu être sanctionné par le passé, notamment à l'occasion des changements apportés aux conditions générales d'utilisation de la messagerie Whatsapp, et qui avaient pour finalité un tel croisement (voir La rem, n°41, p.20 et n°42-43, p.18). Le manque de transparence du réseau social sur ce point a pu être dénoncé une nouvelle fois avec le scandale Cambridge Analytica (voir *La rem*, n°48, p.90). Il constitue justement l'un des motifs pour lesquels la FTC a sanctionné le réseau social d'une amende de 5 milliards de dollars, le 24 juillet 2019 (voir *infra*).

Cette situation préoccupe également les autorités européennes de la concurrence et de la protection des données personnelles. C'est ainsi que l'autorité allemande de la concurrence et l'autorité italienne de protection des données personnelles ont enjoint au réseau social de modifier ses pratiques sur ce point. Si la seconde décision a été assortie d'une sanction pécuniaire, on relèvera en revanche que la première a fait l'objet d'une suspension en appel.

# Allemagne : la décision controversée du 6 février 2019 de l'Office fédéral de lutte contre les cartels

L'Office fédéral de lutte contre les cartels (Bundeskartellamt) a rendu une décision le 6 février au terme de plusieurs années d'enquête portant sur les croisements de données effectués par Facebook *via* ses différents services!

De façon générale, l'Office a reproché à l'entreprise de ne pas informer suffisamment ses usagers de l'existence de ces croisements, ni de leurs finalités. Sur le fondement du RGPD (règlement général sur la protection des données), le consentement à ces traitements de données ne saurait être déduit de la seule acceptation des conditions générales d'utilisation lors de l'ouverture d'un compte sur le réseau social ou une autre application du groupe. Ces manquements sont d'autant plus graves que les sources de données sont multiples. Outre les partages réalisés à partir des applications dont Facebook est propriétaire (Whatsapp et Instagram, par exemple), il est également procédé à des collectes via des sites tiers sur lesquelles figurent les boutons « like » et « share ». Les personnes utilisatrices du service se voient « tracées » sur des pages de sites web n'ayant aucun lien avec Facebook, quand bien même elles n'auraient pas cliqué sur ce bouton. L'entreprise est donc en mesure de connaître précisément leurs habitudes de navigation et d'affiner leur profilage, au-delà même des données qu'elles ont chargées dans le réseau social. On notera sur ce point que la Cnil française (Commission nationale de l'informatique et des libertés) ainsi que l'Autorité espagnole de protection des données avaient déjà relevé et sanctionné cette pratique dans deux décisions en 2017, les autres manquements alors reprochés à Facebook étant similaires à ceux relevés dans la décision ici commentée (voir *La rem*, n°42-43, p.18 et n°44, p.17).

Au vu du nombre d'utilisateurs allemands de Facebook (23 millions d'utilisateurs quotidiens et 32 millions d'utilisateurs mensuels), l'Office déduit que ces pratiques sont constitutives d'un abus de position dominante. Elles permettent en effet à Facebook d'accéder à une quantité quasiment illimitée de données personnelles, tant sur le marché des réseaux sociaux que sur celui des applications satellites, telles que celles dédiées à la messagerie privée. L'entreprise est ainsi à même de proposer des services de publicité personnalisée sans équivalent chez ses concurrents. Aussi, l'Office a enjoint au réseau social de revoir ses conditions de traitement à l'aune du RGPD. Selon sa décision, le partage des données issues des applications propriétaires du groupe avec le réseau social ne pourra être effectué qu'avec le consentement explicite de l'utilisateur. Il en est de même pour les collectes procédant des sites tiers, une information préalable devant par ailleurs être délivrée aux internautes quant aux finalités de celles-ci. Le consentement devra naturellement être distinct de l'acceptation des conditions générales d'utilisation et ne pas constituer une condition d'accès aux services.

Bien que ces griefs rejoignent ceux formulés devant d'autres autorités et juridictions, la décision de l'Office a fait l'objet d'une suspension le 26 août 2019, Facebook ayant fait appel devant la Cour provinciale de Düsseldorf<sup>2</sup>. Les juges ont en effet estimé que les conditions d'utilisation des services de Facebook étaient suffisamment explicites pour que ses utilisateurs puissent garder le contrôle sur le sort de leurs données. Par ailleurs, il n'existerait pas de corrélation entre le partage de celles-ci et un éventuel abus de position dominante. Une décision au fond devrait prochainement être rendue sur cette épineuse question.

# Italie : sanction d'un million d'euros prononcée par l'Autorité de protection des données le 14 juin 2019

Dans la continuité du scandale Cambridge Analytica (voir *La rem* n°48, p.90), l'Autorité italienne de protection des données (Garante per la protezione dei dati personali) a également prononcé une sanction à l'égard de Facebook, le 14 juin 2019<sup>3</sup>.

L'Autorité a ainsi établi que 57 utilisateurs italiens du réseau social avaient téléchargé et utilisé l'application partenaire thisisyourdigitallife. Outre les données transmises par ces personnes, il est établi que la collecte portait également sur les informations de leurs « amis », ce qui porte à 214 077 le nombre d'utilisateurs concernés en Italie. Ceux-ci n'étaient bien sûr pas informés de l'existence de ces collectes par « amis » interposés, et n'y avaient donc pas consenti. Le grief est désormais classique. Aussi, même s'il semble que les données n'aient pas été transmises à l'entreprise Cambridge Analytica, l'Autorité estime le manquement suffisamment grave pour infliger une amende d'un million d'euros, tenant compte de la taille de la base de données eu cause.

La décision contribue à un mouvement global de responsabilisation des réseaux sociaux, et en particulier de Facebook, qui convoque aussi bien le droit des données personnelles que le droit de la concurrence ou de la consommation. À ce titre, on rappellera que l'Autorité italienne de la concurrence avait déjà sanctionné Facebook, fin 2018, pour pratiques commerciales trompeuses au sens du code de la consommation (voir *La rem*, n°49, p.19). Un certain nombre de clauses des conditions générales d'utilisation ont également pu être annulées par les juridictions françaises sur ce même fondement (voir *La rem*, n°48, p.26 et n°50-51, p.16).

## Perspectives européennes

Au-delà du réseau social, les partenaires de Facebook seront également conduits à revoir leur politique d'exploitation des données. La Cour de justice de l'Union européenne tend en effet à responsabiliser ces acteurs, qui tirent un avantage de l'utilisation des outils fournis par Facebook.

Tel est le cas du fameux bouton « like », qui était au cœur de l'affaire portée à la connaissance de la Cour dans son arrêt du 29 juillet 2019<sup>4</sup> (voir *infra*). Saisie d'une question préjudicielle posée par une juridiction allemande, la juridiction européenne devait confirmer si un site tiers offrant cet outil sur ses pages devenait coresponsable du traitement de données avec le réseau social. La réponse est positive pour la Cour, dès lors que les deux parties sont financièrement intéressées par l'utilisation de cette fonctionnalité. Le site tiers voit cependant sa responsabilité limitée aux seules opérations dont il détermine les finalités, à savoir la collecte et la transmission des données.

Cette décision fait écho à un précédent arrêt de la Cour, en date du 5 juin 2018<sup>5</sup>, ayant jugé dans le même sens que l'administrateur d'une page Facebook assumait également les fonctions de coresponsable du traitement des données réalisé sur celle-ci.

**PM** 

#### Sources:

- 1 Bundeskartellamt, Beschluss in dem Verwaltgungsverfahren, Facebook Inc., Facebook Ireland ltd., Facebook Deutschland GmbH, 06 Februar 2019, n° B6-22/16.
- 2 Oberlandesgericht Düsseldorf Beschluss, VI-Kart 1/19, Facebook Inc., Facebook Ireland ltd., Facebook Deutschland GmbH gegen Bundeskartellamt, 26 August 2019.
- 3 Ordinanza ingiunzione nei confronti di Facebook Ireland Ltd e Facebook Italy s.r.l. – 14 giugno 2019.
- 4 CJUE, 2° Ch., 29 juillet 2019, Fashion ID GmbH & Co. KG c./ Verbraucherzentrale NRW eV, n° C-40/17.
- 5 CJUE, GC, 5 juin 2018, Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein c./ Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH, n° C-210/16.

# Responsabilité du gestionnaire d'un site internet ayant incorporé un module social

CJUE, 29 juillet 2019, Fashion ID GmbH & Co. KG c. Verbraucherzentrale NRW eV, C-40/17.

aisie par les juridictions allemandes d'une question préjudicielle relative au point de savoir dans quelle mesure le gestionnaire d'un site internet, Fashion ID (entreprise de vente de vêtements de mode en ligne), ayant incorporé une fonctionnalité dite module social (du type « j'aime » du réseau social Facebook) permettant la communication, sans en avoir informé les intéressés et obtenu leur consentement, des données personnelles des utilisateurs (adresse IP de l'ordinateur du visiteur, informations sur le contenu souhaité...), et alors qu'il n'a aucune influence sur le traitement des données transmises au fournisseur du module, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), fondant sa décision sur la directive 95/46/CE, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (en vigueur à l'époque des faits de l'espèce, et aujourd'hui remplacée par le règlement (UE) n° 2016/679 ayant le même objet), détermine notamment les conditions de la responsabilité du gestionnaire et l'étendue de sa responsabilité.

#### Conditions de la responsabilité

Se référant à « l'objectif poursuivi par la directive 95/46, de garantir un niveau élevé de protection des libertés et des droits fondamentaux des personnes physiques, notamment de leur vie privée, à l'égard du traitement des données à caractère personnel », l'arrêt mentionne que son article 2, « définit de manière large la notion de "responsable du traitement" comme visant la personne physique ou morale [...] le service ou tout autre organisme qui, seul ou conjointement

avec d'autres, détermine les finalités et les moyens du traitement des données à caractère personnel ». Il ajoute que la Cour a précédemment posé « qu'une personne physique ou morale qui influe, à des fins qui lui sont propres, sur le traitement de données à caractère personnel et participe, de ce fait, à la détermination des finalités et des moyens de ce traitement peut être considérée comme [en] étant responsable ». En sens inverse, cette personne « ne saurait être considérée comme étant responsable [...] des opérations antérieures ou postérieures de la chaîne de traitement dont elle ne détermine ni les finalités ni les moyens ».

En cette affaire, il est relevé que le gestionnaire « semble avoir inséré, sur son site Internet, le bouton "j'aime" de Facebook, mis à la disposition des gestionnaires de sites Internet par Facebook Ireland, tout en étant conscient que celui-ci sert d'outil de collecte et de transmission de données à caractère personnel des visiteurs de ce site », et qu' « en insérant un tel module social sur son site », le gestionnaire « influe [...] de manière déterminante sur la collecte et la transmission de données à caractère personnel des visiteurs dudit site au profit du fournisseur dudit module [...] qui, en l'absence de l'insertion dudit module, n'auraient pas lieu ».

La Cour en conclut que le gestionnaire du site peut être considéré « comme étant responsable [...] conjointement avec Facebook Ireland, des opérations de collecte et de communication par transmission des données à caractère personnel des visiteurs de son site Internet ». Le gestionnaire du site étant ainsi susceptible d'être tenu pour responsable, il convient encore de déterminer l'étendue de sa responsabilité.

# Étendue de la responsabilité

Posant, comme précédemment indiqué, que « si le gestionnaire d'un site Internet qui insère sur ledit site un module social permettant au navigateur du visiteur de ce site de solliciter des contenus du fournisseur dudit module et de transmettre à cet effet audit fournisseur des données à caractère personnel dudit visiteur peut être considéré comme étant responsable, conjointement avec ce fournisseur, des opérations de collecte et de communication par transmission des données à caractère personnel de ce visiteur », l'arrêt retient que « son obligation de recueillir le consentement de la personne concernée [...] ainsi que son obligation

d'information [...] concernent ces seules opérations. En revanche, ces obligations ne s'étendent pas aux opérations de traitement des données à caractère personnel visant les autres stades, antérieurs ou postérieurs auxdites opérations ».

L'arrêt ajoute que, dans un cas comme celui de l'espèce, l'obligation d'obtenir le consentement des utilisateurs pèse sur le gestionnaire du site « uniquement en ce qui concerne l'opération ou l'ensemble des opérations de traitement des données à caractère personnel dont ledit gestionnaire détermine les finalités et les moyens ».

De cela, la Cour de justice conclut que « le gestionnaire d'un site Internet », tel que celui en cause en l'espèce, « qui insère sur ledit site un module social permettant au navigateur du visiteur de ce site de solliciter des contenus du fournisseur dudit module et de transmettre à cet effet, à ce fournisseur, des données à caractère personnel du visiteur, peut être considéré comme responsable du traitement », mais que « cette responsabilité est cependant limitée à l'opération ou à l'ensemble des opérations de traitement des données à caractère personnel dont il détermine effectivement les finalités et les moyens ».

ED

# Amazon condamné à 4 millions d'euros d'amende par le tribunal de commerce de Paris

Le tribunal de commerce de Paris a prononcé une amende de 4 millions d'euros à l'encontre d'Amazon pour pratiques restrictives de concurrence à l'égard des entreprises utilisant sa plateforme de vente.

e développement des *marketplaces* présente un intérêt certain pour les consommateurs comme pour les entreprises. Les premiers bénéficient d'une plus grande sélection de produits et de services, dont ils peuvent plus aisément comparer les différentes offres. Les seconds profitent de la visibilité que leur garantit la plateforme, ainsi que d'un réseau de distribution supplémentaire par rapport à leur propre service. Pour ces raisons, le modèle des *marketplaces* a pu être qualifié de « gagnant-gagnant¹ ». Elles sont

ainsi devenues des acteurs incontournables dans le secteur du commerce électronique, tout comme les réseaux sociaux sont devenus de nouvelles places publiques pour l'échange d'informations (voir *La rem*, n°44, p.62). Le règlement européen du 20 juin 2019 rappelle que ces services « peuvent être déterminants pour le succès commercial des entreprises qui y font appel pour entrer en contact avec les consommateurs »². Pour autant, ce succès place les partenaires des marketplaces dans une situation de dépendance économique.

# La marketplace Amazon, concurrente de ses propres partenaires

Le constat nous interpelle d'autant plus que certaines places de marché développent leurs propres offres et réseaux de distribution pour des produits et services identiques à ceux proposés par les entreprises qui utilisent leurs services. On rappellera également qu'elles touchent une commission sur les ventes réalisées par ces vendeurs partenaires. L'Autorité de la concurrence avait déjà attiré l'attention sur les dangers inhérents à ce modèle, ces plateformes disposant d'un avantage concurrentiel non négligeable qui peut peser dans les relations avec les entreprises tierces<sup>3</sup>. Des conditions

inéquitables peuvent ainsi leur être unilatéralement imposées, ce qui renforce les risques d'abus de position dominante.

La plateforme Amazon, pionnière dans ce modèle économique, présente justement de tels risques, puisqu'elle se trouve à la fois partenaire et concurrente des fournisseurs et des vendeurs qui utilisent ses services. Des pratiques sectorielles du géant américain avaient déjà pu être dénoncées par le passé, notamment en ce qui concerne le marché des livres numériques. L'application de la clause de « nation la plus favorisée » lui permettait en effet de bénéficier systématiquement des meilleures conditions offertes par les éditeurs, ce qui réduisait les possibilités d'offres fournies par des plateformes concurrentes (voir *La rem*, n°42-43, p.5).

Plus récemment, ce sont les clauses imposées par Amazon aux entreprises utilisant sa *marketplace* qui ont été mises en cause par la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) dans une enquête menée entre 2015 et 2016. Cela lui a valu une amende de 4 millions d'euros prononcée par le tribunal de commerce de Paris, dans un jugement du 2 septembre 2019<sup>4</sup>.

# Un déséquilibre significatif entre la *marketplace* Amazon et ses partenaires

Les poursuites ont été engagées par le ministre de l'économie et des finances, à la suite de l'enquête précitée, sur le fondement de l'article L 446-2 du code du commerce, dans sa version alors en vigueur. Celui-ci disposait que le fait « de soumettre ou de tenter de soumettre un partenaire commercial à des obligations créant un déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties » constituait une pratique restrictive de concurrence pouvant engager la responsabilité de son auteur, le ministre pouvant également demander le prononcé d'une amende civile d'un montant maximum de 5 millions d'euros.

Le tribunal a dans un premier temps constaté la position dominante dont dispose la plateforme Amazon dans le marché du commerce électronique, qualifiant même celle-ci de « *superstar* » de l'internet. L'utilisation de ses services est en effet devenue incontournable pour bon nombre de petits vendeurs

tiers qui souhaitent bénéficier d'un effet de réseau, les alternatives ne garantissant nullement un même niveau de qualité ni une même richesse de fonctionnalités. Le critère de soumission, exigé par l'article précité, est donc vérifié. Cela a conduit le tribunal à analyser onze clauses figurant dans les contrats passés par Amazon pour l'utilisation de sa plateforme, étant précisé que ceux-ci ne sont nullement négociables par les partenaires. Sept d'entre elles révèlent un déséquilibre significatif dans les relations entre les parties.

Tel est le cas notamment de celle qui permet à Amazon de modifier unilatéralement ses conditions d'utilisation sans avoir à informer préalablement ses partenaires, y compris lorsque ces modifications portent sur des éléments essentiels (tel le pourcentage des commissions prélevées). Il en est de même pour les clauses permettant d'exclure temporairement ou définitivement un partenaire de la plateforme. Sans surprise, la clause selon laquelle Amazon peut mettre un terme à la relation à sa seule discrétion et sans préavis est considérée comme abusive. Quant à celle qui permet d'infliger une « suspension-sanction » du compte, le tribunal déplore le manque de précision quant aux motifs que peut invoquer la plateforme et, une fois encore, l'absence d'information préalable et de préavis à l'égard du partenaire sanctionné. De la même manière, les clauses relatives aux indices de performance, qui permettent d'évaluer un vendeur, sont rédigées de manière générale, évoluent de manière instable et donnent lieu à une appréciation discrétionnaire. Sur ce point, le tribunal mentionne le témoignage d'un vendeur dont la note globale a été brutalement baissée à la suite d'une demande d'explications auprès des services d'Amazon.

#### Ces différentes clauses, dont la portée n'est pas négociée,

exposent les vendeurs à de grandes incertitudes et à des risques commerciaux considérables en cas de rupture unilatérale. L'argument selon lequel ces clauses sont nécessaires pour garantir la qualité du service rendu aux consommateurs est sans incidence sur ce constat. D'autres clauses ambiguës, notamment relatives à la propriété intellectuelle (usage des marques des vendeurs par Amazon) et aux exonérations de responsabilité ont néanmoins été jugées équilibrées par le tribunal. Il a par ailleurs été tenu compte de la « bonne foi »

d'Amazon, qui a spontanément modifié certaines stipulations dès 2017. Au vu de tous ces éléments, l'amende civile a été portée à quatre millions d'euros, en dépit des demandes du ministre, Amazon devant également modifier les sept clauses litigieuses.

## Perspectives européennes

Le tribunal ne manque pas de mentionner le nouveau règlement relatif à l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne. À ce titre, le fait que l'entrée en vigueur de ce texte intervienne à une date ultérieure n'interdit pas au tribunal de prononcer dès maintenant les mesures précitées.

Plusieurs des pratiques condamnées dans le jugement du 2 septembre seront également interdites par le règlement. Ainsi, l'article 3, qui encadre la rédaction et la présentation des conditions d'utilisation des *market-places*, impose à celles-ci, en cas de modification, de respecter un délai de préavis raisonnable, qui ne pourra être inférieur à quinze jours, les entreprises partenaires pouvant le cas échéant rompre la relation. L'article 4 établit les conditions dans lesquelles une plateforme

pourra décider de suspendre ou de résilier le compte d'une entreprise. Un exposé des motifs précis devra notamment lui être communiqué au moins trente jours avant la prise d'effet de la sanction. Un principe de transparence des services de classement et de référencement est également établi par l'article 5. Enfin, un système interne de traitement des plaintes (article 11) et le recours à des médiateurs (article 12) pourront le cas échéant permettre aux plateformes et à leurs partenaires de régler tout différend quant à l'utilisation des services de la *marketplace*.

**PM** 

#### Sources:

- 1 Droit du e-commerce et du marketing digital, Romain V. Gola, Gualino, 2019, p. 42.
- 2 Règlement (UE) 2019/1150 du Parlement européen et du Conseil du 20 juin 2019, promouvant l'équité et la transparence pour les entreprises utilisatrices de services d'intermédiation en ligne, *Journal officiel de l'Union européenne* (JOUE), 11 juillet 2019.
- 3 Autorité de la concurrence, Avis n° 12-A-20 du 18 septembre 2012 relatif au fonctionnement concurrentiel du commerce électronique, §§ 149-151.
- 4 T. Com. Paris, 1<sup>rc</sup> Ch., 2 septembre 2019, M. le Ministre de l'Economie et des Finances c./Amazon.

# La taxe Gafa ayant été adoptée au Parlement, la réforme de la fiscalité à l'OCDE se précise

Adoptée en France, la taxe Gafa provoque la colère des États-Unis qui menacent la France de sanctions. La résolution du conflit dépend

désormais des avancées dans la réforme internationale de la fiscalité.

i elle n'a pu aboutir en Europe (voir *La rem* n°50-51, p.23), la taxe Gafa, promue par la France, a finalement été adoptée par l'Assemblée nationale le 11 juillet 2019, à la suite du vote du Sénat. Cette taxe introduit, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019, une fiscalité spécifique pour les acteurs du numérique réalisant plus de 750 millions d'euros de chiffre d'affaires annuel dans le monde.

Immanquablement, les géants américains l'internet sont concernés, ce qui a soulevé l'ire de l'administration Trump qui, la veille du vote au Sénat, a annoncé l'ouverture d'une enquête sur la taxe Gafa française au titre de la section 301 du Trade Act de 1974, déjà mobilisée dans la guerre commerciale et technologique entre les États-Unis et la Chine (voir La rem n°49, p.101). Cette section 301 autorise les États-Unis à pratiquer des mesures de rétorsion, notamment une hausse des droits de douane, contre tout État qui adopterait des pratiques discriminatoires à l'encontre des entreprises américaines. La taxe Gafa ferait partie de ce type de pratiques, ce que dira l'enquête américaine. Mais le ministre français de l'économie, Bruno le Maire, a pris soin de rappeler que cette taxe est provisoire, le temps que l'OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques) aboutisse à réformer la fiscalité internationale.

En la matière, des progrès significatifs ont été faits. Après l'engagement pris en janvier 2019 en faveur d'une réforme rapide, dès 2020, des règles fiscales internationales, l'OCDE a produit un premier plan de travail technique le 29 mai 2019. Ce dernier comporte deux volets, le premier concernant les règles d'imposition des entreprises, le second à propos d'un taux d'impôt minimum.

Au sujet du premier point, l'OCDE a proposé de revoir le « nexus » fiscal entre les entreprises et les administrations fiscales. Celui-ci repose aujourd'hui sur la notion d'établissement stable, qui permet la taxation des entreprises là où elles localisent leur production. Or, ces dernières, avec la dématérialisation, peuvent être facilement délocalisées dans des pays à la fiscalité avantageuse, ce qui entraîne une disjonction entre le lieu de réalisation des bénéfices et leur lieu de taxation. Ainsi, près de 60 % des échanges commerciaux internationaux sont réalisés aujourd'hui entre les filiales d'un même groupe, preuve de la circulation des bénéfices grâce aux prix de transfert, qui permettent la refacturation des services entre filiales situées sur des territoires différents (voir La rem n°33, p.12). C'est pour éviter cette optimisation légale, mais moralement condamnable, que l'OCDE propose deux approches nouvelles sur lesquelles les ministres des finances

devront se mettre d'accord. La première distingue les profits routiniers (activités de production et de distribution, recherche et développement) d'une part, et les profits non routiniers d'autre part, comme par exemple les revenus de licence ou de marque qui sont très facilement délocalisables. La répartition du paiement de l'impôt pour les profits non routiniers pourrait dès lors ne plus relever de l'établissement stable et faire l'objet d'une répartition nouvelle entre les pays. Les États-Unis sont favorables à cette approche, que le Royaume-Uni soutient, mais plus spécifiquement pour les acteurs du numérique. La seconde approche consiste à répartir la totalité des bénéfices réalisés par les multinationales entre les différents pays selon une clé de répartition qui reste à définir. Cette seconde approche est évidemment soutenue par les pays en développement qui y voient un moven de récupérer des recettes fiscales qui leur échappent trop souvent.

Le second point de la réforme, à savoir un taux minimal d'imposition des entreprises dans le monde, passe, pour l'OCDE, soit par l'imposition d'un taux minimal unique, soit par la création d'un couloir de taux. L'objectif est de permettre à chaque administration fiscale de récupérer auprès de ces entreprises la part d'impôt qu'elles n'ont pas payée en localisant leurs bénéfices à l'étranger. Il s'agit ici d'éviter l'optimisation fiscale, comme celle pratiquée par Apple ou Google qui transfèrent leurs bénéfices européens en Irlande où le taux d'imposition sur les sociétés est parmi les plus faibles d'Europe (voir infra), mais aussi d'éviter également le dumping fiscal entre États, qui conduit globalement à dégrader les finances publiques (voir La rem n°25, p.16). C'est d'ailleurs l'une des motivations de la récente réforme fiscale américaine qui a introduit un taux d'impôt minimal de 13,125 % pour ces entreprises, lequel enlève de facto toute attractivité aux paradis fiscaux les plus agressifs.

Les propositions de l'OCDE ont fait l'objet d'un premier accord lors du G20 en juin 2019, qui a entériné le principe même de la réforme structurelle de la fiscalité internationale. En juillet 2019, les ministres des finances du G7 ont à leur tour accepté

le principe d'un nouveau nexus pour définir le lien entre les entreprises et les administrations fiscales et celui d'un taux minimal d'imposition des entreprises. L'OCDE va dès lors jouer un rôle clé car il faudra qu'elle parvienne à un compromis à partir des différentes pistes proposées, l'échéance étant fixée à fin 2020.

Cette échéance est devenue en France un enjeu diplomatique dans la relation avec les États-Unis. En effet, lors du G7 de Biarritz fin août 2019, la France et les États-Unis ont fini par trouver un terrain d'entente sur la taxe Gafa. qui devrait éviter des mesures américaines de rétorsion. La France a pris un engagement sur la suppression de la taxe Gafa dès 2020 au profit de la taxation internationale proposée par l'OCDE, si un accord bien sûr est trouvé, quand aucun calendrier de suppression de la taxe n'avait jusqu'alors été évoqué. La France s'est par ailleurs engagée à rembourser aux entreprises le trop-perçu lié à la taxe Gafa si d'aventure la taxation proposée par l'OCDE était inférieure au taux actuel appliqué en France, à savoir 3 %.

AJ

## Sources:

- « Fiscalité du numérique : le plan de bataille prend forme à l'OCDE », Richard Hiault, Les Echos, 27 mai 2019.
- « La réforme de la fiscalité des Gafa franchit un nouveau pas », Richard Hiault, Les Echos, 4 juin 2019.
- « Une nouvelle donne fiscale pour changer la mondialisation », Richard Hiault, Les Echos, 18 juin 2019.
- « La France adopte la taxe Gafa malgré les menaces de Donald Trump », Elsa Conesa, Les Echos, 12 juillet 2019.
- « Trump attaque la France sur la taxe Gafa »,
   Armelle Bohineust, Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*,
   12 juillet 2019.
- « G7 : la France espère un accord de principe sur l'imposition minimale des entreprises », Richard Hiault, Les Echos, 17 juillet 2019
- « Consensus au G7 pour une refonte de la fiscalité des Gafa », Richard Hiault, Les Echos, 19 juillet 2019.
- « Taxation des Gafa : en attaquant Macron, Trump met la pression sur le G7 », Daniel Bastien, *Les Echos*, 29 juillet 2019.
- « Paris et Washington trouvent un accord sur la taxe Gafa », Fabrice Nodé-Langlois, Le Figaro, 27 août 2019.

# Qualcomm de nouveau sanctionné par la Commission européenne

Pour avoir pratiqué des prix d'éviction entre 2009 et 2011 auprès d'acteurs majeurs du marché, Qualcomm est sanctionné pour la deuxième fois par la Commission.

onvaincu d'abus de position dominante en 2018 par la Commission européenne et en 2019 par la Federal Trade Commission américaine (voir *La rem* n°50-51, p.60), Qualcomm a de nouveau été sanctionné par la Commission européenne, le 18 juillet 2019, pour des pratiques de « *prix d'éviction* », un motif de sanction de plus en plus rare tant ces pratiques sont contraires au droit de la concurrence. Qualcomm se voit ainsi assujetti à une amende de 272 millions d'euros, soit 1,27 % de son chiffre d'affaires en 2018, pour avoir pratiqué des prix inférieurs au coût de production entre 2009 et 2011 auprès de deux des plus importants clients sur le marché européen, à savoir Huawei et ZTE. La pratique concerne certains de ses composants pour les puces 3G, ce qui a provoqué l'exclusion de son principal concurrent, Icera, du marché européen des composants. Rachetée depuis par Nvidia, la société a été

liquidée en 2015. Or, la Commission européenne considère qu'Icera était technologiquement à même de concurrencer Qualcomm sur ce segment de marché. La pratique de prix d'éviction auprès d'acteurs majeurs, qui a interdit à un concurrent de Qualcomm d'atteindre une taille critique et la rentabilité, a empêché « la concurrence et l'innovation sur ce marché et a limité le choix offert au consommateur ». C'est ce que conteste Qualcomm, qui a fait appel de la décision de la Commission européenne. En effet, le groupe américain considère que ses produits sont technologiquement supérieurs et que ce motif – et non celui du prix – explique le choix de Huawei et

de ZTE en faveur de ses technologies. Dès lors, l'analyse de la Commission serait non pertinente, selon Qualcomm, car les prix d'éviction ne seraient pas constatés sur des technologies véritablement comparables.

AJ

#### Sources:

- « L'UE inflige une seconde amende à Qualcomm », Sébastien Dumoulin, Derek Perotte, Les Echos, 19 juillet 2019.
- « L'Europe inflige une nouvelle amende à Qualcomm », Le Figaro, 19 juillet 2019.

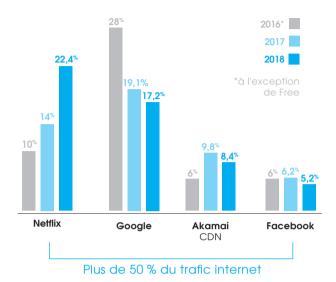
# **TECHNIQUES**

# Netflix occupe 1/4 de la bande passante

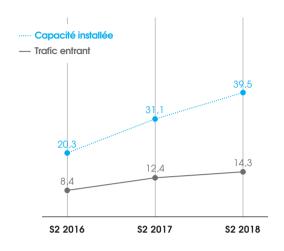
Pour la première fois en 2018, le service de vidéo à la demande américain devance Google en termes de trafic internet en France, indique l'Arcep dans l'édition 2019 de son rapport annuel intitulé « L'état d'internet en France ».

vec plus de 5 millions d'abonnés en 2018, Netflix est devenu le plus gros fournisseur de contenus générant près d'un quart du trafic vers les clients des principaux fournisseurs d'accès à internet (FAI) en France, Orange, SFR, Bouygues Telecom et Free. Les données collectées par l'Arcep montrent également une concentration du trafic internet entre quatre acteurs sur les trois dernières années: Netflix, Google, Akamai et Facebook accaparent ensemble plus de la moitié de la bande passante. La place prise par le CDN Akamai reflète la forte croissance du volume de données à acheminer sur internet : un CDN (Content Delivery Network) ou RDC en français (réseau de diffusion de contenus) joue en effet un rôle essentiel pour la qualité d'un service internet. Intermédiaire entre le fournisseur de contenus et le fournisseur d'accès à internet, le CDN assure, via un réseau de serveurs, la livraison des flux de données, sans temps mort, vers les internautes. La France est l'un des premiers marchés européens pour Akamai, grâce au développement des services OTT (over the top) et au déploiement du très haut débit. Google et Netflix, quant à eux, déploient des CDN internes au réseau des principaux FAI en France.

# Origine du trafic des 4 principaux FAI (Orange, SFR, Bouygues Telecom et Free)



# Trafic entrant et capacité installée des 4 principaux FAI (en Tbit/s)



Source : d'après Arcep. ©la-rem.eu

En Europe, le principe de la neutralité du Net garantit un accès au réseau indifférencié à tous les fournisseurs de contenus et d'applications. Dans un entretien accordé au site Atlantico, Sébastien Soriano, président de l'Arcep, évoque pourtant le risque que seuls les grands acteurs internet disposent des moyens techniques et financiers d'accroître la qualité de la diffusion de leurs contenus vers les utilisateurs, notamment en investissant dans leurs propres infrastructures et en nouant des partenariats avec des opérateurs télécom : « Cela peut engendrer un handicap concurrentiel pour de plus petits acteurs. [...] Le risque, c'est donc que la neutralité du Net soit en partie vidée de sa substance par des effets d'échelle. »

Selon la société d'étude américaine Sandvine, Netflix occupe 12,60 % du trafic internet entrant au niveau mondial en 2019, contre 12,33 % pour Google, 8,14 % pour Facebook, 5,42 % pour Microsoft, 3,65 % pour Apple et 3,15 % pour Amazon.

FL

# Sources:

- « L'état d'internet en France », rapport de l'Arcep, arcep.fr, juin 2019.
- « Over 43 % of the internet is consumed by Netflix, Google, Amazon, Facebook, Microsoft, and Apple: Global Internet Phenomena Spotlight », Cam Cullen, sandvine.com, August 30, 2019.

# What3words, répertoire mondial d'adresses en trois mots

What3words est une start-up londonienne, qui a développé un système alternatif à la géolocalisation traditionnelle *via* GPS par la désignation d'un emplacement au moyen de trois mots du dictionnaire. Le service est disponible en 35 langues.

Après avoir déposé un brevet en avril 2013, Chris Sheldrick, Jack Waley-Cohen, Mohan Ganesalingam et Michael Dent ont créé What3words l'été 2013 avec, pour première langue opérationnelle, l'espagnol. Aujourd'hui, la société utilise une liste de vingt-cinq mille mots pour chacune des 35 langues, parmi lesquelles le hindi, parlé essentiellement dans le nord et le centre de l'Inde; le marathi, autre langue indienne; le xhosa et le zoulou, deux langues tonales d'Afrique australe; le swahili d'Afrique de l'Est, ou encore la langue mongole. Depuis 2016, en Mongolie, le système postal national fait entièrement référence aux lieux par une série de trois mots, à la place des numéros de maison et des noms de rues. En décembre 2016, les services postaux de la Côte d'Ivoire ont suivi son exemple et s'appuient dorénavant sur le système de géolocalisation en trois mots de What3words pour assurer la distribution du courrier à domicile, plutôt que par la poste restante.

Pour fonctionner, le site web, les applications iOs et Android, ainsi qu'une API permettant la conversion des adresses What3words et des coordonnées de latitude et de longitude, utilisent une grille du monde composée de cinquante-sept mille milliards de carrés de trois mètres sur trois mètres, chaque carré correspondant à une séquence de trois mots. Par exemple, le cimetière du Père-Lachaise à Paris est situé à « visant. primitif.souffler » au lieu du géocodage traditionnel exprimé selon ses latitude et longitude 48.862725 -2.2875920. Le service fonctionne au moyen d'un algorithme propriétaire relié à la base de données des vingt-cinq mille mots, les deux pouvant être stockés dans un fichier d'environ dix mégaoctets, (l'équivalent de deux titres de musique MP3) permettant ainsi un usage hors ligne du service.

Depuis 2013, l'entreprise a levé 14 millions de dollars et intéresse de plus en plus de sociétés ou d'organisations humanitaires qui voient plusieurs avantages à utiliser What3words. Le recours à trois mots pour désigner un lieu permet à quiconque de trouver n'importe quel endroit avec précision et d'en communiquer les coordonnées avec moins d'incertitude que tout autre système. En outre, les trois mots peuvent facilement être mémorisés, écrits ou partagés. Le système semble particulièrement approprié dans les pays où le système

d'adresse n'est pas efficace ou lorsque la localisation d'un endroit ne correspond à aucune adresse précise, comme en pleine forêt, dans le désert, en haute montagne, ou encore dans des situations de crise, par exemple lors de catastrophes naturelles.

En 2015, les Nations unies, à l'aide de la société AnsuR Technologies, ont mis au point l'application UN Asign qui permet à l'organisation internationale de recueillir des photos et des rapports provenant directement des personnes lors de catastrophes naturelles. Les données telles que les points d'inondation, les bâtiments endommagés et les lignes électriques dangereuses sont automatiquement cartographiées via What3words, et aident à la connaissance globale de la situation et aux interventions. En septembre 2019, soixante-six services d'urgences (police, ambulances, pompiers, garde-côtes) ont utilisé What3words en Angleterre, afin d'identifier très précisément les endroits où intervenir.

What3words est utilisé dans des secteurs variés comme celui de l'automobile, par Tata Motors en Inde, les véhicules Ford ou Mercedes Benz les plus récents, ou encore Jaguar et Land Rover sur l'île de Mull en Angleterre. Sur ces voitures connectées, le système What3words interpréte les commandes vocales d'un conducteur, évitant de nombreuses confusions liées à la prononciation : à Londres, il existe 14 Church Roads différentes et à Mexico City, 632 Juarez streets.

L'application de messagerie la plus populaire en Corée du Sud, Kakao, équipée depuis avril 2019 du système What3words, permet à ses sept millions d'utilisateurs de se guider sans erreurs.

En ce qui concerne la logistique, la livraison, le commerce électronique, le tourisme, les festivals et l'organisation d'événements, ou même les drones, des entreprises de plus en plus nombreuses s'appuient sur les services de What3words pour offrir à leurs utilisateurs un système précis de localisation.

Pour les particuliers, le modèle économique repose sur un usage gratuit du site web, des applications ou de l'API, aussi longtemps que le volume des conversions entre l'adresse en trois mots et les latitude/longitude reste peu élevé. Les entreprises, quant à elles, sont facturées pour l'utilisation de l'API selon le volume de conversions des adresses. Par ailleurs, les organisations à but non lucratif et les organisations internationales bénéficient de barèmes spécifiques, voire de la gratuité du service.

Parmi les critiques émises à l'encontre du service figurent notamment celles de la communauté open source qui dénonce le caractère propriétaire et privé du logiciel. Pour répondre à cette critique, What3words s'est engagé à publier son code source : « Si nous, What3words Ltd, ne sommes plus en mesure de maintenir la technologie What3words ou de prendre des dispositions pour qu'elle soit maintenue par un tiers (ce tiers étant disposé à prendre le même engagement), alors nous publierons notre code source dans le domaine public. Nous le ferons, et avec les licences et la documentation appropriées, pour nous assurer que tous les utilisateurs de What3words, qu'ils

soient des particuliers, des entreprises, des organisations caritatives, des agences d'aide, des gouvernements ou toute autre personne, puissent continuer à s'appuyer sur le système What3words ».

J-A FS

#### Sources:

- What3words what3words.com/news.
- What3words Wikipedia, fr.wikipedia.org/wiki/ What3words.
- "UN disaster app includes three word addresses", ee.co.za, September 7, 2015.
- « Mongolia is changing all its addresses to three-word phrases », qz.com, June 13, 2016.
- « Ivory Coast post office adopts three-word system », bbc.com, December 9, 2016.
- « Injured at Glastonbury? Three little words will help medics find you », A Mathieson theguardian.com, September 20, 2017.
- « Trois mots pour ne plus se perdre », Karl de Meyer,
   Les Echos Weekend, 19 avril 2019.

# La France s'équipe d'un nouveau supercalculateur dédié à l'intelligence artificielle

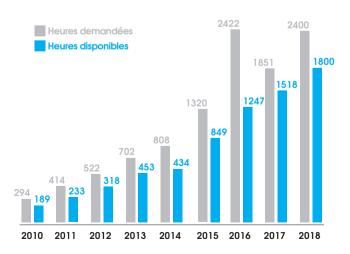
Installé en région parisienne à l'Institut du développement et des ressources en informatique scientifique (Idris), centre de calcul intensif du CNRS, ce supercalculateur servira principalement à la simulation numérique ainsi qu'à ses applications à l'intelligence artificielle. l s'appelle Jean Zay, en hommage au ministre de l'éducation nationale du Front populaire et créateur du CNRS, et remplace Ada et Turing, deux autres supercalculateurs déjà présents sur le plateau de Saclay. La société civile GENCI (Grand équipement national de calcul intensif) en avait annoncé l'acquisition, en janvier 2019, auprès de Hewlett Packard Enterprise (HPE), pour un montant de 25 millions d'euros. Doté d'une puissance de 14 pétaflop/s, soit 14 millions de milliards d'opérations par seconde (un flop étant l'unité de mesure de la puissance de calcul – floating-point operations per second), le supercalculateur Jean Zay double ainsi les moyens de calcul disponibles de la France pour la simulation numérique.

Créé en 2007 par les pouvoirs publics, le Genci est une société civile détenue à 49 % par l'État, 20 % par le CEA, 20 % par le CNRS, 10 % par les universités représentées par la Conférence des présidents d'université et 1 % par l'Inria. Son objectif est de démocratiser l'usage de la simulation numérique et du calcul intensif au bénéfice des équipes de recherche académiques et industrielles françaises, ainsi que de représenter la France à l'échelle européenne. La société est chargée de l'investissement en calcul et en stockage des trois centres français hébergeant des supercalculateurs, le Très Grand Centre de calcul du CEA (TGCC) dans l'Essonne, où est installé le supercalculateur Joliot-Curie (9,4 pétaflops/s, étendu à 12,2 pétaflops/s en 2020), le Centre informatique national de l'enseignement supérieur (CINES) à Montpellier, où sont installés le supercalculateur Occigen (3,5 pétaflops/s) et la machine prototype Frioul (164 téraflops/s), ainsi que le Centre de calcul intensif du CNRS à Saclay, où est hébergé, en plus de Jean Zay, la machine prototype Ouessant (260 téraflops/s).

Depuis 2010, le Genci coordonne l'attribution gratuite des heures et des ressources sur les supercalculateurs, répartis sur les trois sites, à destination de la communauté scientifique et industrielle, qui se fait « sur des critères d'excellence scientifique, à partir de projets soumis et évalués lors d'appels à projets », sous réserve de publier les résultats des travaux réalisés grâce à l'allocation d'heures de calcul.

Évolution des demandes et disponibilités d'heures de calcul

(en millions d'heures normalisées)



Source : Genci.

Chaque année, le nombre d'heures demandées augmente plus vite que l'offre en ressource de calcul, ce qui témoigne tout à la fois du dynamisme de la recherche académique ou industrielle française et des mutations des pratiques de l'innovation. En effet, le rapport d'activité de 2018 du Genci explique que « non seulement les entreprises automobiles, pétrolières ou aéronautiques n'envisagent plus de réaliser des crash tests, de mener des campagnes d'explorations, ou de contrôler l'écoulement de l'air sur les ailes d'un avion sans prendre appui sur des simulations numériques, mais les grands groupes et les PME du secteur des nanotechnologies, de la médecine personnalisée ou des énergies renouvelables font désormais appel au calcul intensif ».

Ces supercalculateurs servent à réaliser des « calculs haute performance (HPC) », mais également à répondre aux besoins croissants en termes de calcul dans les nouvelles disciplines comme l'intelligence artificielle, le machine learning (voir La rem n°30-31, p.75), le deep learning, le data mining, ainsi que les applications transverses de l'apprentissage automatique et de l'analyse de données en sciences humaines et sociales. Le nouveau supercalculateur Jean-Zay est une machine dite convergée, ce qui signifie qu'elle peut effectuer des calculs haute performance (HPC) comme des calculs dédiés à l'intelligence artificielle et ses applications, auxquelles il est tout particulièrement destiné.

Pour Frédérique Vidal, ministre de l'enseignement supérieur, de la recherche et de l'innovation, « avoir une ambition mondiale en IA suppose de disposer de moyens de calcul dédiés au meilleur niveau pour développer la recherche en IA car les progrès enregistrés au cours des dernières années résultent de la combinaison d'algorithmes nouveaux, de la disponibilité de jeux de données massives et du décuplement des puissances de calcul ».

L'acquisition de ce supercalculateur s'inscrit dans le cadre des ambitions du gouvernement français, présentées en novembre 2018, de transformer la France en « leader européen de la recherche en intelligence artificielle ». Ces supercalculateurs bénéficient à tous les secteurs industriels et de services, scientifiques comme technologiques, et ils répondent aussi aux grands enjeux de société. C'est pourquoi les scientifiques français regroupés au sein de l'Infrastructure nationale de

modélisation du climat, appelée Climeri-France, participent au programme mondial de simulations du climat (CMIP6 – Coupled Model Intercomparison Project) avec deux modèles climatiques, qui serviront à la publication du sixième rapport d'évaluation du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC), prévue en 2021. Ce travail de modélisation, réunissant des scientifiques de disciplines variées, climatologues, océanographes, glaciologues, spécialistes de l'atmosphère, de la végétation et des sols, et experts en calcul intensif, a déjà nécessité 500 millions d'heures de calcul assurées par les supercalculateurs du Genci et de Météo-France. Il a généré 20 pétaoctets de données.

L'acquisition de ce supercalculateur répond à un enjeu de souveraineté numérique puisque le calcul intensif et la simulation numérique requièrent aujourd'hui des puissances de calcul toujours plus importantes et s'utilisent dorénavant dans des champs scientifiques de plus en plus variés comme l'aéronautique, l'automobile, l'énergie, les matériaux, la biologie et la santé, la sécurité et la défense mais s'appliquent aussi aux voitures autonomes, à la médecine ou encore aux sciences humaines et sociales.

En effet, la course au supercalculateur affichant la plus grande puissance de calcul se joue aujourd'hui essentiellement entre les États-Unis et la Chine (voir La rem n°45, p. 16), même si le programme EuroHPC marque le retour de l'Europe dans la course et affiche dorénavant une volonté de ne plus dépendre du traitement de données hors de l'Union européenne. Comme l'explique Andrus Ansip, ancien vice-président chargé du marché numérique unique à la Commission européenne, « les superordinateurs sont le moteur permettant d'alimenter l'économie numérique ». Or, les moteurs les plus puissants sont actuellement en dehors de l'Europe. Stéphane Requena, directeur technique et innovation au Genci détaille cette ambition européenne appelée Partnership for Advanced Computing in Europe (PRACE): « Prace, sorte de Genci européen, a ainsi été créé en 2010 grâce notamment aux apports de quatre États membres (Allemagne, France, Italie et Espagne) [100 millions d'euros chacun] mais sans impulsion financière

européenne suffisante pour soutenir cette ambition. Cela a changé avec le lancement, fin 2018, de l'initiative européenne EuroHPC dotée d'un milliard d'euros pour sa première phase. Elle coordonne ainsi les efforts de R&D et le déploiement de premiers supercalculateurs de classe mondiale dédiés à la recherche. »

La première phase du programme EuroHPC va permettre d'installer en Espagne, en Italie et en Finlande, trois supercalculateurs dits « pré-exascale », développant une puissance de calcul autour de 200 à 300 pétaflops. La deuxième phase du programme, qui débutera entre 2022 et 2023, aura pour objectif de développer des supercalculateurs dits « exascale » (un exaflop correspondant à un milliard de milliards d'opérations par seconde) pour lesquels l'Allemagne ainsi que la France, à travers le Genci, se sont portées candidates pour héberger l'une de ces machines.

Retrouver une souveraineté numérique autour de ces enjeux fondamentaux permettrait également d'orienter l'innovation différemment des États-Unis et de la Chine. Jamal Atif, chargé de mission « science des données et intelligence artificielle » au CNRS explique qu'il serait possible de « concevoir une IA compétitive, qui génère du business, tout en étant éthique. [...] L'Europe peut faire du machine learning qui accroît la confiance, travailler sur la transparence des algorithmes et préparer des IA éthiques, à condition de s'y atteler ».

J-AFS

#### Sources:

- GENCI, genci.fr
- TERATEC, teratec.eu
- « GENCI: Rapport d'activité 2017 » genci.fr
- « GENCI : Rapport d'activité 2018 » genci.fr
- « Le Genci commande un supercalculateur de 14 pétaflops », Serge Leblal, lemondeinformatique.fr, 8 janvier 2019.
- « Intelligence artificielle : un supercalculateur de 14 pétaflops, à quoi ça sert? », Rémy Demichelis, lesechos.fr, 19 janvier 2019.
- « Supercalculateurs : la domination des systèmes pétaflopiques », zdnet.fr, 18 juin 2019.
- « Supercalculateurs : les enjeux d'une course planétaire »,
   Anaïs Culot, CNRS lejournal.cnrs.fr, 9 septembre 2019.
- « Changement climatique : les résultats des nouvelles simulations françaises », CEA, cea.fr, 17 septembre 2019.

# Des « logiciels RGPD » pour se mettre en conformité avec le règlement européen

Depuis l'entrée en vigueur du règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), le 25 mai 2018, une offre logicielle se développe, celle de la Cnil notamment, qui permet à n'importe quelle organisation traitant des données sensibles de se mettre en conformité avec le règlement.

esprit du règlement européen sur la protection des données personnelles repose sur une responsabilisation accrue et un renforcement des exigences à l'égard des auteurs de traitements de données personnelles, afin notamment qu'ils assurent « une protection optimale des données à chaque instant et soient en mesure de la démontrer en documentant leur conformité » (voir La rem n°42-43, p.21). Autrement dit, les organisations n'ont plus à effectuer une déclaration de détention de données personnelles a priori, comme c'était le cas avec la loi dite Informatique et libertés du 6 janvier 1978, mais elles doivent être en mesure de prouver à tout moment, par l'intermédiaire de leur délégué à la protection des données (DPO pour Data Protection Officer), que les traitements de données opérées sont bien conformes à la législation en vigueur.

De nombreux éditeurs de logiciels proposent, pour certains depuis 2017, des solutions informatiques permettant d'automatiser leur mise en conformité avec la législation imposée par le règlement européen, parmi lesquels Data Flow Map, Smart Global Privacy, Compliance Booster, Captain DPO, Data Legal Drive, RGPD Manager, GDPR Compliance Solution, myDPO, Mission RGPD, EKIALIS Explore, DPMS, Blockproof, Central Consent Manager, GDPR Drop, Power GDPR, Axeptio, DATAE, DPO.run, Actecil

Privacy Manager ou encore Adequacy. Face à cette offre pléthorique de logiciels propriétaires, le Laboratoire d'innovation numérique de la Cnil (LINC) développe, depuis 2017, le logiciel PIA (Privacy Impact Assessment), distribué librement et dont l'objet est de faciliter la conduite et la formalisation d'analyses d'impact relatives à la protection des données (AIPD), telles que prévues par le RGPD.

Cette fonctionnalité d'analyse d'impact se retrouve à la fois dans l'offre logicielle libre et propriétaire. L'article 35 du RGPD prévoit la conduite d'une telle analyse, « lorsqu'un traitement de données personnelles est susceptible d'engendrer un risque élevé pour les droits et libertés des personnes concernées ». La notion de risque élevé s'apprécie au regard d'une liste prévue par le règlement européen. Elle concerne notamment le traitement des données génétiques des personnes dites vulnérables (patients, employés, enfants, etc.) et des données de santé recueillies par les établissements de santé ou les établissements médico-sociaux pour la prise en charge de ces personnes ; le traitement établissant des profils de personnes physiques à des fins de gestion des ressources humaines ; le traitement avant pour finalité de surveiller de manière constante l'activité des employés concernés; le traitement impliquant le profilage des personnes pouvant aboutir à l'exclusion du bénéfice d'un contrat ou à sa suspension, voire à sa rupture; le traitement de profilage faisant appel à des données qui proviennent de sources externes ou encore le traitement de données de localisation à large échelle.

Dès lors qu'une organisation recueille et analyse ce type de données, elle doit obligatoirement prévoir une analyse d'impact relative à la protection des données (AIPD) qui se décompose en trois parties : « (1) Une description détaillée du traitement mis en œuvre, comprenant tant les aspects techniques qu'opérationnels. (2) L'évaluation, de nature plus juridique, de la nécessité et de la proportionnalité concernant les principes et droits fondamentaux (finalité, données et durées de conservation, information et droits des personnes, etc.) non négociables, qui sont fixés par la loi et doivent être respectés, quels que soient les risques. (3) L'étude, de nature plus technique, des risques sur la sécurité des données (confidentialité,

intégrité et disponibilité) ainsi que leurs impacts potentiels sur la vie privée, qui permet de déterminer les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour protéger les données ».

Le logiciel PIA de la Cnil, dont la première version disponible en téléchargement date de novembre 2017, a pour objectif de « faciliter la réalisation d'analyses d'impact sur la protection des données prévues par le RGPD ».

Le logiciel peut être lancé sur un poste de travail ou être déployé sur les serveurs d'une organisation, afin d'être intégré dans les outils existant en interne. Selon Estelle Hary, designer à la Cnil, le logiciel s'articule autour de trois axes et consiste à suivre la méthodologie prévue par le règlement européen. Tout d'abord, la description et le contexte du traitement de données permettent de se poser les bonnes questions : « Quel est mon traitement et ses enjeux principaux? Quelles sont les données traitées et comment le sont-elles ? Quelles sont les réglementations auxquelles mon traitement est soumis? ». Le deuxième axe concerne l'étude juridique du traitement de données personnelles et sa mise en œuvre : « Respecte-t-il les principes de proportionnalité et de nécessité ? Par exemple, sa finalité est-elle clairement définie? Est-ce que les personnes concernées par le traitement sont correctement informées à propos de mon traitement ? Comment peuvent-elles faire valoir leurs droits? ». Enfin, l'évaluation des risques permet de prendre en compte l'analyse préalablement effectuée et d'y répondre par des mesures techniques, comme l'anonymisation ou le chiffrement, et des mesures organisationnelles, comme celles liées à la gestion du personnel. Le logiciel permet ensuite de visualiser, à travers un tableau de bord, les risques liés au traitement des données personnelles et de prendre les mesures nécessaires pour les limiter.

Le logiciel PIA a d'abord été lancé en français et en anglais, puis traduit grâce à une communauté de bénévoles en 18 langues. Référencé sur le site de l'OCDE parmi les initiatives exemplaires en matière d'innovation publique, il a également été récompensé en 2018 par deux « Global Privacy and Data Protection Awards », lors de l'International Conference of Data Protection and Privacy Commissioners (ICDPPC) réunissant, chaque année depuis 1979, les autorités

administratives indépendantes équivalentes à la Cnil à travers le monde.

En décembre 2018, le logiciel a été téléchargé 130 000 fois. Puisqu'il est open source, quiconque peut y contribuer ou développer une version alternative. En octobre 2019, le logiciel a fait l'objet de 193 *forks*, ramifications informatiques qui gardent à la fois les fonctions existantes et en rajoutent de nouvelles.

C'est notamment le cas d'une version alternative développée par Libre Informatique sous le nom de PIA Lab, comptant une quinzaine de clients parmi lesquels une institution médico-sociale qui regroupe 150 établissements en France et qui manipule des données sensibles liées à des situations de handicap et à des personnes âgées. Libre Informatique, société coopérative et participative (SCOP), membre de Coopaname, mutuelle de travail associée créée en 2004, a souhaité développer une version alternative à celle de la Cnil pour répondre aux besoins de certains clients liés à l'authentification des utilisateurs du logiciel afin de travailler de manière collaborative, et pour les accompagner sur la prise en main du logiciel. En effet, selon Amélie Caro, consultante RGPD pour PiaLab, « entre l'offre de la Cnil, dont certaines fonctionnalités n'étaient pas encore assez abouties et l'offre des logiciels propriétaires, dont les fonctionnalités sont au contraire bien trop nombreuses, certains clients se sentent un peu perdus ».

Les fonctionnalités proposées par les logiciels propriétaires recoupent celles proposées par le logiciel PIA : cartographier les traitements de données personnelles, identifier les données sensibles, gérer les droits et demandes. Ces logiciels permettent ainsi de tenir des registres des risques et des mesures, d'enregistrer l'agrément des parties prenantes, de faire remonter des déclarations d'incidents, d'être alerté en cas d'anomalies : un travail collaboratif où sont précisément définis les utilisateurs et le rôle de chacun, le tout étant supervisé par le délégué à la protection des données personnelles. Certains logiciels sont préconfigurés par secteurs d'activité ou par métiers afin de mieux guider le DPO dans la cartographie des traitements. Ces logiciels intègrent parfois des modules de

formation permettant d'accompagner les parties impliquées dans la protection des données. Proposés à partir d'une centaine d'euros par mois, les tarifs évoluent suivant la taille de la structure au sein de laquelle le logiciel est déployé. Tous ont pour principal argument de faire gagner un temps précieux aux entreprises en automatisant en grande partie des règles de conformité à la réglementation en vigueur.

J-A FS

#### Sources:

 « [outil] Le PIA pas à pas », Estelle Hary, Laboratoire d'innovations numériques de la Cnil (LINC), linc.cnil.fr, 22 novembre 2017.

- « RGPD La Cnil propose un logiciel libre PIA pour soigner sa conformité », Christophe Auffray, zdnet.fr, 19 janvier 2018.
- « RGPD et logiciels libres pour accompagner les mises en conformité », Baptiste Simon, linuxfr.org, 1<sup>er</sup> mai 2018.
- « Ce qu'il faut savoir sur l'analyse d'impact relative à la protection des données (AIPD) », cnil.fr, 6 novembre 2018.
- « Analyse d'impact : la version 2.0 de l'outil PIA est disponible », cnil.fr, 6 décembre 2018.
- « Quels outils logiciels pour la mise en conformité au RGPD », Xavier Biseul, zdnet.fr, 23 juillet 2019.
- « Outil PIA : téléchargez et installez le logiciel de la Cnil », cnil.fr, 5 août 2019.
- « Smart Global Privacy, un outil de détection automatisée des non-conformités au RGPD », Alice Vitard, usinedigitale.fr, 10 septembre 2019.

# ÉCONOMIE

# Fiscalité : le mode de calcul présomptueux des géants du Net

Ancien secrétaire d'État au numérique, député LREM du 19° arrondissement de Paris, Mounir Mahjoubi publie une note chiffrée sur l'ampleur de détournement fiscal opéré par les Gafam.

es groupes internet américains persistent à ne déclarer en France que des revenus très inférieurs à ceux engendrés par leur activité réelle sur le territoire. Le fait est connu. Intitulée « Les hackers de la fiscalité », la note d'analyse signée par Mounir Mahjoubi donne la mesure de l'optimisation fiscale pratiquée par les Gafam :

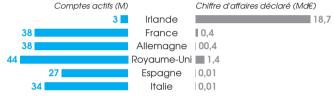
- un chiffre d'affaires divisé par 4 : 3,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires déclarés par les Gafam en 2018 au lieu de 14,9 milliards;
- un impôt divisé par 9 : 130 millions d'euros versés au titre de l'impôt sur les sociétés en 2018 au lieu de 1,16 milliard d'euros ;
- un taux d'imposition effectif de 4 % pour les Gafam : 1 milliard d'euros de manque à gagner pour l'État (6 % pour Amazon, 10 % pour Facebook, 22 % pour Alphabet, 31 % pour Apple et 32 % pour Microsoft);
- des filiales irlandaises et luxembourgeoises où est comptabilisée la majeure partie des ventes réalisées en France;
- l'impôt consolidé des Gafam est inférieur à celui des entreprises du CAC 40 (12 % pour Google en 2018 contre 34 % pour Hermès, 29 % pour LVMH ou 25 % pour l'Oréal.)

#### Chiffres d'affaires déclarés et usagers dans six pays européens

Année 2018 ou dernière année disponible.











#### NETFLIX



Source: Mounir Mahjoubi, d'après comptes de résultat (base Orbis), Eurostat, Facebook, Twitter, CompariTech.

Comme le montre le graphe ci-contre, Facebook a déclaré un chiffre d'affaires en Irlande de 18,7 milliards d'euros alors que le réseau social y dénombre seulement 3,1 millions de comptes actifs. Paradoxalement, Facebook totalise 38 millions d'utilisateurs en France, pays où son chiffre d'affaires déclaré équivaut à 389 millions d'euros en 2018. Google, quant à lui, annonce un chiffre d'affaires par internaute en Irlande 932 fois supérieur à celui réalisé en France. Netflix, pour sa part, ne déclare aucune vente d'abonnement à son service de vidéo à la demande en France, donc aucun bénéfice imposable, parce que son siège social n'est pas en France.

Selon le député Mounir Mahjoubi, les réformes en cours manquent d'ambition. La France a pris les devants en choisissant d'instaurer une taxe Gafa (voir *supra*) dans l'attente que les pays de l'OCDE se mettent d'accord sur des règles fiscales communes, tandis que les paradis fiscaux européens – l'Irlande, le Luxembourg, Malte, Chypre et les Pays-Bas – empêchent toute collaboration étroite destinée à lutter contre le détournement fiscal.

« Les géants du numérique exploitent au mieux les asymétries de législations entre les pays. Ils jouent de leur poids pour favoriser l'adoption de règles à leur avantage et tissent des réseaux de filiales par lesquelles transitent leurs bénéfices », explique l'auteur qui exhorte le Parlement à obtenir la transparence des comptes des géants du numérique comme de l'État.

FL

#### Source:

« Les hackers de la fiscalité » note d'analyse,
 Mounir Mahjoubi, medium.com, 25 septembre 2019.

## Le Parisien, L'Humanité, L'Express, Nice-Matin, Sud Ouest: la presse française en difficulté

Actionnaires en retrait, marges insuffisantes, dettes accumulées : les maux de la presse française lui interdisent souvent les investissements nécessaires pour se relancer, même si certains actionnaires, plus que d'autres, pourraient changer les choses.

a promulgation, le 24 juillet 2019, de la loi transposant en France la directive européenne qui crée un droit voisin pour les éditeurs de presse (voir supra et La rem n°50-51, p.12) constitue, pour les groupes de presse française, un premier pas vers la monétisation de leur audience en ligne, les recettes publicitaires sur internet étant très en deçà des espérances initiales malgré leur succès auprès des lecteurs. Il faudra ensuite que les éditeurs de presse s'entendent et trouvent avec les plateformes les moyens d'une gestion collective de ces droits voisins qui satisfasse aussi les moteurs de recherche et les réseaux sociaux, le risque d'un déréférencement de la presse en ligne étant élevé. Si la presse en ligne et la presse magazine sont dans l'expectative, des amendements prévoyant que la nouvelle rémunération vise prioritairement les groupes qui investissent dans leurs rédactions et contribuent à l'information politique et générale, l'Alliance de la presse d'information générale (AIG), qui fédère les quotidiens nationaux et régionaux, est en revanche en première ligne. Elle espère ainsi récupérer entre 250 et 320 millions d'euros chaque année, ce qui correspond à 10 % du chiffre d'affaires des moteurs de recherche et des réseaux sociaux, mais également aux pertes de la presse sur le marché publicitaire en ligne du fait de la captation des ressources par Google et Facebook, selon une étude EY commanditée par l'AIG. Si d'aventure ce financement se révélait pérenne, la presse française retrouvera-t-elle les moyens de se développer ? Sa situation est en effet précaire, y compris pour les groupes bénéficiaires dont

les marges sont souvent insuffisantes. Plusieurs événements attestent ces difficultés qui frappent aussi bien la presse locale, la presse nationale ou les magazines d'information.

Ainsi, le 10 juillet 2019, le Groupe Sud Ouest annonçait un plan de départs volontaires de 132 postes, dont 18 journalistes, alors même qu'il a été bénéficiaire en 2017 et 2018. Il s'agit avec ce plan de réduire les pertes liées à la fabrication du journal, le plan visant d'abord l'impression et la distribution, tout en dégageant des moyens pour investir dans le numérique grâce à la réduction de la masse salariale.

D'autres titres sont tout simplement déficitaires ou handicapés par des dettes anciennes qui leur interdisent d'investir dans leur offre éditoriale. Dans la presse locale, *Le Parisien* relève de cette catégorie. Racheté par LVMH en 2015 (voir *La rem* n°36, p.30), le titre a été refinancé en décembre 2018 à hauteur de 83 millions d'euros afin d'épurer son passif tout en retrouvant les moyens d'investir, avec pour perspective le retour à l'équilibre. En 2017, les pertes du *Parisien* s'élevaient en effet à 24 millions d'euros.

Dans la presse quotidienne nationale, L'Humanité est confrontée aux mêmes défis mais n'a guère la possibilité de compter sur un riche actionnaire, le capital du titre étant détenu majoritairement par la Société des amis de L'Humanité. Après deux exercices positifs en 2016 et 2017, à la suite du plan de relance de 2016, lequel s'est traduit par une baisse de la masse salariale, le titre a de nouveau perdu de l'argent en 2018, parce que ses ventes ont reculé et que ses coûts de production augmentent. S'ajoute à cela la difficulté de procéder à une relance éditoriale, ce qui nécessite d'investir. Or, le titre, qui en 2017 a réalisé 26,5 millions d'euros de chiffre d'affaires pour un résultat net de 1,7 million d'euros, est pénalisé par une dette de presque 7 millions d'euros qui dissuade les banques de lui accorder de nouveaux emprunts. Dès lors, l'absence de relance éditoriale n'encourage pas le renouvellement du lectorat, lequel pénalise encore plus le titre dont la dette augmente, ce cercle vicieux ne pouvant être brisé que par un apport immédiat de capitaux. Si le journal souhaite conserver son indépendance capitalistique, il faudra qu'il compte sur les dons de ses lecteurs et de ses

« soutiens » qui représentaient déjà 3 millions d'euros dans le chiffre d'affaires 2017. Le titre espère plus en 2019. Le 30 janvier 2019, il s'est en effet déclaré en cessation de paiement et a demandé son placement en redressement judiciaire auprès du tribunal de Bobigny, ce à quoi le tribunal donnait suite une semaine plus tard. Durant la période d'observation de six mois déclenchée par la mise en redressement, la paye des salariés sera prise en charge par le fonds patronal de garantie des salaires, l'AGS. Le titre a donc des marges de manœuvre nouvelles qui sont élargies par l'appel aux dons lancé à la suite de la cessation des paiements, le quotidien ayant récolté quelque 700 000 euros dans la semaine qui a suivi le lancement de sa souscription populaire. Pour retrouver son équilibre à terme, le titre fondé en 1904 par Jean Jaurès a dû toutefois se résoudre à un plan de sauvegarde de l'emploi, en juillet 2019, qui porte sur 41 des 157 postes, ce qui devrait lui permettre d'économiser 2,3 millions d'euros chaque année.

Dans un contexte tout différent, où la presse devait être financée par les télécoms grâce à la convergence (voir La rem n°40, p.45), le news magazine L'Express a été confronté au retrait de son actionnaire, le groupe Altice, lequel se sépare ainsi d'un foyer de pertes devenu non stratégique (voir infra). En effet, comme la presse quotidienne, la presse magazine d'information connaît une baisse constante de son lectorat, les ventes de L'Express s'établissant à 243 948 exemplaires en diffusion France payée au troisième trimestre 2018, contre 338 239 en 2015 lors du rachat du titre par Altice. Cette baisse très importante des ventes nécessite un redressement, le titre ayant perdu quelque 10 millions d'euros en 2018 pour un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros, ce qu'a confirmé Alain Weill, PDG d'Altice France, aux salariés du magazine. Mais cette confirmation est atypique. Le plan de redressement a été annoncé le 12 février 2019, alors qu'Alain Weill indiquait aux salariés devenir actionnaire majoritaire de L'Express, à hauteur de 51 %, aux côtés d'Altice (49 %) dont il continue de diriger les activités françaises. Ce qu'Alain Weil n'a pas ou pu faire comme PDG d'Altice France, il le fera donc en tant que propriétaire de L'Express.

Le changement de majorité au sein du capital de *L'Express* a pour première conséquence l'ouverture de la clause de cession sur laquelle mise Alain Weill pour convaincre entre 30 et 40 journalistes de quitter la rédaction sur les 127 cartes de presse qu'elle compte, dont 110 CDI. Parce que reposant sur le volontariat, une clause de cession déclenchée par l'arrivée d'un nouvel actionnaire majoritaire est plus facile à gérer qu'un plan social, ce qu'aurait dû mettre en place Altice si le groupe avait souhaité réduire les effectifs de *L'Express* de manière contraignante. Mais l'objectif déclaré d'Alain Weill est bien la relance du titre et non l'externalisation des difficultés de *L'Express* au bénéfice d'Altice France.

Pour cette relance, il pourra compter sur Altice qui prendra en charge une partie de la clause de cession et contribuera au financement de la modernisation du news magazine, 20 millions d'euros devant être investis en totalité pour un retour à l'équilibre prévu en 2020. Outre la réduction de la masse salariale, Alain Weill souhaite procéder à un repositionnement éditorial fort de L'Express : de news magazine généraliste, celui-ci devrait se recentrer sur quelques thématiques (économie, finances, nouvelles technologies...) traitées de manière approfondie, le britannique The Economist ayant été donné en modèle. L'offre en ligne devrait également être privilégiée, Alain Weill ayant indiqué à plusieurs reprises ne plus croire à l'avenir du papier lors du lancement de SFR Presse. L'Express devrait ainsi se structurer autour de trois équipes pour son offre en ligne, une petite équipe de 10 journalistes chargée du live qui sera en accès libre, une deuxième équipe de 10 journalistes consacrée à l'actualité lifestyle, elle aussi principalement gratuite, et enfin une rédaction solide de 76 journalistes qui se consacrera aux articles de fond. Or, c'est demander à des équipes en place de procéder d'une manière nouvelle dont rien ne dit qu'elles en ont les moyens : faire du journalisme live n'est pas une habitude pour de nombreux journalistes venus de la presse écrite dans ce qu'elle a de plus classique. Au moins le plan d'économie est-il garanti par la clause de cession, ce qui devrait permettre d'améliorer les comptes de L'Express.

De son côté, le groupe Altice continue à se délester de ses activités dans la presse. Après *L'Express*, il est entré

en négociations exclusives avec Alchimie Médias en mai 2019 pour lui céder le magazine 01net, Alchimie Médias étant un sous-traitant de 01net dont il réalise certains hors-séries. L'opération va ainsi transformer l'agence de presse en éditeur à part entière, tout en faisant d'01net, à l'instar de L'Express, un actif isolé plutôt qu'intégré à un groupe de médias. En effet, le chiffre d'affaires d'Alchimie Médias est près de dix fois inférieur au titre qu'elle rachète.

Dans le sud de la France, c'est là encore l'actionnaire qui, par son retrait, impose à un titre, en l'occurrence Nice-Matin, une nouvelle stratégie. Repris en 2014 par ses salariés (voir La rem n°33, p.26) qui s'associeront en 2016 au belge Nethys - 34 % du capital - (voir La rem n° 38-39, p.35), le groupe a multiplié les efforts, avec un plan de départs volontaires portant sur 160 salariés en 2014, puis un second plan en 2016 portant sur 120 salariés. Nice-Matin a par ailleurs réussi sa mue numérique, le groupe comptant 10 000 abonnés numériques sur 125 000 exemplaires, soit près de 10 % de la diffusion. Il s'agit d'une performance notable pour un titre de presse quotidienne régionale, ce qui se traduit dans ses comptes, le chiffre d'affaires issu du numérique étant passé de 400 000 à 4,8 millions d'euros en cinq ans.

Certes, le Groupe Nice-Matin reste encore fragile. Il a perdu 2 millions d'euros en 2017 et approchait de l'équilibre en 2018, tout en affichant une dette de 20 millions d'euros que vient toutefois compenser un patrimoine immobilier exceptionnel. Mais il pensait avoir les moyens de ses ambitions afin d'achever sa mue, l'entrée de Nethys à son capital en 2016 étant assortie d'un pacte d'actionnaires, qui prévoit la prise de contrôle du titre par Nethys au plus tard au 31 décembre 2018, le groupe belge s'étant engagé à monter à hauteur de 51 %, du capital moyennant un apport de 1,6 million d'euros, puis à racheter la totalité des participations des salariés en 2020. Sauf que Nethys, qui est contrôlé par les instances publiques de Wallonie, fait face à des scandales en Belgique et a été sommé de mettre de l'ordre dans ses participations, ce qui l'a conduit à se retirer de la presse française. Le 28 décembre 2018, Nethys annonçait donc son intention de céder sa participation et, avec elle, le pacte d'actionnaires qui lui est associé, plongeant Nice-Matin

dans l'incertitude. Avec ce retrait, Nethys évite également le financement de la clause de cession puisqu'il ne sera jamais majoritaire, une obligation qui revient à l'acquéreur de sa participation quand il fera jouer le pacte d'actionnaires afin de prendre la majorité du capital de *Nice-Matin*.

Très vite, la société Privinvest Media (Valeurs actuelles), contrôlée par l'homme d'affaires Iskandar Safa, s'est portée candidate à la reprise de la participation de 34 % et au rachat des 66 % de capital détenus par les salariés. Mais Nethys n'a pas donné suite, laissant Nice-Matin dans l'expectative, sans moyens nouveaux de financement. Pour forcer Nethys à vendre sa participation, la direction de Nice-Matin, favorable au rachat par Iskandar Safa, a sollicité le tribunal de commerce de Nice qui lui a accordé, le 6 mars 2019, l'ouverture d'une procédure de sauvegarde obligeant Nethys à examiner les propositions de reprise du groupe. Seul acheteur déclaré jusqu'en juillet 2019, Privinvest Media semblait devoir l'emporter avec une offre, valable jusqu'au 31 juillet, qui valorisait la participation des salariés à 4,9 millions d'euros.

Cependant, l'arrivée d'Iskandar Safa à Nice-Matin s'est compliquée dès juin 2019 quand Xavier Niel, actionnaire du Monde et fondateur d'Iliad, a déclaré son intérêt pour Nice-Matin, faisant ainsi émerger une offre possible d'un actionnaire politiquement plus modéré que ne peut l'être Iskandar Safa, le titre Valeurs actuelles étant l'étendard de la droite la plus conservatrice, et ce dans un contexte électoral niçois qui oppose le « très à droite » Éric Ciotti à Christian Estrosi, certes Républicain mais aussi proche de La République en marche. Aucune annonce publique n'étant innocente, Xavier Niel officialisait, le 12 juillet 2019, le rachat de la part de 34 % détenue par Nethys dans le Groupe Nice-Matin, récupérant à son avantage le pacte d'actionnaires lui permettant de racheter les 66 % du capital détenus par les salariés. Ces derniers, qui misaient sur l'offre avantageuse d'Iskandar Safa avec qui ils étaient en négociation depuis plusieurs mois, ont tenté de s'opposer au coup de force de Xavier Niel. Le même jour, les salariés actionnaires réunis en assemblée générale ont rejeté à 60 % le projet de rachat par Xavier Niel au profit de l'offre d'Iskandar Safa. Mais ce vote « pro-Safa », qui mobilise la direction et les personnels administratifs et techniques, n'est pas représentatif des attentes de la rédaction, le collège des journalistes ayant voté à 98,33 % pour l'offre de Xavier Niel. Quant à l'administrateur judiciaire, il a précisé que la dénonciation du pacte d'actionnaires, si elle devait faire suite au vote de l'assemblée générale, conduirait le Groupe Nice-Matin dans une zone d'insécurité juridique qui pourrait l'affaiblir grandement, plaçant *de facto* le groupe en redressement judiciaire. Même si Iskandar Safa s'était engagé après le vote à prendre en charge les frais de justice en cas de procédure, il a préféré, le 30 juillet 2019, renoncer officiellement à s'emparer de *Nice-Matin*.

S'il est peu probable qu'un industriel achète un titre de presse exclusivement pour des motivations politiques, il reste que l'arrivée de Xavier Niel à Nice est surprenante. Xavier Niel reproduit à Nice ce qu'il a lancé au *Monde* avec Mathieu Pigasse et Pierre Bergé (voir *infra*). Il a indiqué compter investir 50 millions d'euros dans le groupe, dont 20 millions d'euros pour les parts de Nethys et 10 millions pour les titres détenus par les salariés, tout en annonçant la création d'une société des rédacteurs ayant la possibilité de bloquer l'arrivée d'un nouvel actionnaire.

AJ

#### Sources:

- « Le groupe Nice-Matin reste convalescent »,
   Chloé Woitier, Le Figaro, 27 avril 2018.
- « Nethys va se retirer de *Nice-Matin* », Christiane Navas, M.A., *Les Echos*, 31 décembre 2018.
- « *Nice-Matin* à la recherche d'un nouvel actionnaire »,
   Chloé Woitier, *Le Figaro*, 3 janvier 2019.

- « Le Parisien renfloué par LVMH », Chloé Woitier, Le Figaro, 10 janvier 2019.
- « L'Humanité en grandes difficultés », F. Sc., AFP, Les Echos, 28 janvier 2019
- « L'Humanité en cessation de paiement », Chloé Woitier, Le Figaro, 29 janvier 2019.
- « Le patron d'Altice, Alain Weill, pourrait reprendre L'Express », Marina Alacaraz, Les Echos, 7 février 2019.
- « Le journal L'Humanité placé en redressement judiciaire »,
   Marina Alacaraz, AFP, Les Echos, 8 février 2019.
- « Les projets d'Alain Weill, nouveau propriétaire de L'Express », Alexandre Debouté, Le Figaro, 13 février 2019.
- « Le projet d'Alain Weill pour relancer L'Express »,
   Marina Alacaraz, Les Echos, 13 février 2019.
- « Nice-Matin obtient l'ouverture d'une procédure de sauvegarde, contestée par son actionnaire belge Nethys », La Correspondance de la Presse, 7 mars 2019.
- « Altice va revendre son magazine 01net », Chloé Woitier, Le Figaro, 14 mai 2019.
- « Damien Allemand : « On va faire de Nice-Matin 1e
   Netflix de l'info locale » », upmedias.com, 6 juin 2019.
- « La presse régionale française : une forteresse fragilisée »,
   Marina Alacaraz, Nicolas Madelaine, *Les Echos*,
   9 juillet 2019.
- « Sud Ouest : plan de départs volontaires portant sur 132 postes », AFP, 10 juillet 2019.
- « Nice-Matin divisé sur l'arrivée de Xavier Niel »,
   Chloé Woitier, Le Figaro, 12 juillet 2019.
- « *Nice-Matin*: bataille judiciaire en vue », Christiane Navas,
   N.M., *Les Echos*, 15 juillet 2019.
- « Nice-Matin : l'offre de reprise de Xavier Niel rejetée par les salariés », Vincent-Xavier Morvan, Olivier Lucazeau, AFP, 21 juillet 2019.
- « Droit voisin : la France devient le premier pays à transposer la directive européenne », Alexandre Piquard, lemonde.fr, 23 juillet 2019.
- « Semaine décisive pour l'avenir de la presse écrite »,
   Chloé Woitier, Le Figaro, 25 juillet 2019.
- « Iskandar Safa renonce à *Nice-Matin* », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 30 juillet 2019.

#### Le Monde : le pacte d'actionnaires menacé

En tentant de s'emparer des 20 % de Prisa dans Le Monde Libre, Mathieu Pigasse et Daniel Kretinsky ont menacé l'indépendance obtenue en 2010 dans le cadre d'un pacte d'actionnaires atypique. Xavier Niel joue la surenchère et propose une fondation pour le contrôle du Monde.

n 2010, la Société des rédacteurs du Monde donnait le contrôle du quotidien au trio Bergé-Niel-Pigasse (BNP) et, grâce à son droit de veto, dissuadait l'espagnol Prisa de tenter une prise de contrôle (voir La rem n°17, p.63). Pourtant, Prisa était au capital du titre depuis 2005 et apportait avec lui l'expérience d'un grand groupe de médias, Prisa éditant notamment El País en Espagne. Mais une solution française et atypique a été retenue avec le trio BNP, réuni au sein d'une société en commandite, Le Monde Libre, qui contrôlera 75 % du capital du groupe, le solde étant détenu par le pôle d'indépendance du Monde. Cette société en commandite donne le contrôle du Monde Libre au seul trio BNP, chacun disposant de 26,66 % du capital, le solde, 20 % du capital du Monde Libre, restant détenu par Prisa qui n'a pas de pouvoir décisionnaire.

Les nouveaux statuts de l'entreprise vont par ailleurs donner à la Société des rédacteurs du Monde un droit de regard sur la nomination du directeur du quotidien en même temps que les statuts du Monde Libre interdisent à un actionnaire de devenir majoritaire. Cette configuration originale de l'actionnariat du Monde, gage de son indépendance à l'égard des « pouvoirs économiques », a finalement tenu et permis au journal de retrouver progressivement des perspectives. Mais elle était fragile parce qu'elle supposait implicitement la fidélité des actionnaires sur le long terme.

Cet équilibre fragile a été rompu une première fois en octobre 2018 quand le quotidien a révélé que Mathieu Pigasse, l'un des actionnaires du Monde Libre, était entré en négociations exclusives avec Czech Media

#### Actionnariat du Groupe Le Monde

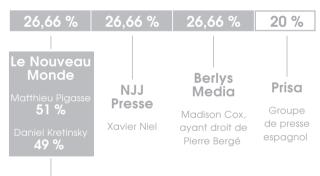
#### Pôle d'indépendance

(Société des rédacteurs, des personnels et des lecteurs, actionnaires historiaues)



#### Le Monde libre

Créé en 2010 lors de la recapitalisation du groupe Le Monde Actionnaire majoritaire



#### Les Nouvelles Éditions indépendantes (LNEI)

Holding possédant également des médias culturels (Les Inrocks, Radio Nova), une activité de production audiovisuelle (participation dans Mediawan) et d'événementiel (Rock en Seine)

\*Filiales de la SEM: Télérama, Courrier international, Malesherbes Publications, Le Monde diplomatique, M Publicité, VM Magazines, etc.

Source: Le Monde

Invest pour lui céder sa part (voir La rem n°49, p.44). Finalement, la pression des journalistes comme celle de Xavier Niel conduira Matthieu Pigasse à ne céder que 49 % de sa participation dans Le Nouveau Monde,

la société à travers laquelle il apparaît dans le Monde Libre. Le solde du capital du Nouveau Monde est détenu par Daniel Kretinsky, qui contrôle Czech Media Invest, ce dernier ayant vocation à prendre le contrôle de la totalité du Nouveau Monde.

Ce changement d'actionnaires au sein du trio BNP a été perçu comme une trahison par les journalistes du Monde. En effet, la mort de Pierre Bergé en 2017 a neutralisé une grande partie de l'influence associée à sa participation dans Le Monde Libre, ses ayants droit réunis dans Berlys Media ne jouant pas de rôle significatif au sein du trio d'actionnaires. En envisageant de se retirer, Mathieu Pigasse laisse donc seul Xavier Niel face à Daniel Kretinsky, dont les intentions sont immanquablement différentes de celles qui ont animé à l'origine le trio BNP. C'est pour éviter un tel scénario que les journalistes du Monde ont obtenu de Daniel Kretinsky et de Matthieu Pigasse qu'ils négocient un dispositif spécial entre les actionnaires et le pôle d'indépendance du Monde, donnant à ce dernier un droit de regard sur tout changement à venir dans la composition de l'actionnariat du groupe. Daniel Kretinsky ne contrôlant à ce jour que 49 % du capital du Nouveau Monde, sa prise de contrôle de la participation de Matthieu Pigasse pourrait ainsi se traduire par une annulation des droits qui lui sont associés. Sauf que ce protocole n'a jamais été signé, Daniel Kretinsky n'étant pas parvenu à trouver un terrain d'entente avec les journalistes du pôle d'indépendance du Monde. En l'absence d'accord, Xavier Niel se refuse à dialoguer avec Daniel Kretinsky sur la gestion du Monde, ce qui bloque plus encore le fonctionnement du pacte d'actionnaires.

Néanmoins, Daniel Kretinsky et Matthieu Pigasse ont annoncé, le 17 juillet 2019, leur montée au capital du Groupe Le Monde, la société Le Nouveau Monde étant entrée en négociations exclusives avec Prisa pour lui racheter ses parts. Ce dernier abandonne ainsi son aventure dans la presse française et récupère des liquidités alors qu'il ploie sous une dette importante contractée dans le cadre de ses activités audiovisuelles en Espagne. Prisa représente 20 % du Monde Libre, auquel il faut ajouter les 26,66 % détenus par Le Nouveau Monde, ce qui fait de l'attelage Pigasse-Kretinski l'actionnaire principal

et presque majoritaire du Nouveau Monde, même s'il ne dispose que d'un tiers des votes, les 20 % du capital détenus par Prisa étant dénués de droits économiques.

Cette annonce peut être perçue comme une provocation, Xavier Niel avant officiellement annoncé qu'il « prendrait comme une agression » une telle opération. Quant aux salariés, ils souscrivent pour l'essentiel au courriel, envoyé à ses équipes par le directeur du Monde, Jérôme Fenoglio lors de l'annonce de l'opération et depuis rendu public, dans lequel il explique que « la démarche entreprise auprès de Prisa ne peut être interprétée par nos rédactions que comme une mise devant le fait accompli qui cache mal une forme d'intimidation ». Concrètement, avec 46,66 % du capital du Monde Libre, il sera difficile pour les journalistes, dans le dispositif spécial de négociation avec Daniel Kretinsky, de lui refuser un droit de regard sur les choix stratégiques du quotidien. D'autant que Daniel Kretinsky a pour lui l'avantage de celui qui dispose de liquidités. En effet, Prisa a tenté de céder sa participation à Xavier Niel et à Matthieu Pigasse, Les Echos indiquant que le groupe espagnol en exigeait 7 millions d'euros, quand Daniel Kretinsky et Matthieu Pigasse proposeraient désormais au groupe espagnol quelque 15 millions d'euros. L'avenir du Monde, ou au moins de son actionnariat, est donc en jeu. Si d'aventure Daniel Kretinsky parvient à en prendre progressivement le contrôle, ce serait la première fois qu'un grand quotidien national serait contrôlé par des capitaux étrangers, seule la presse quotidienne nationale économique s'étant déjà retrouvée dans cette situation quand Les Echos étaient contrôlés par Pearson, avant leur revente à LVMH en 2007 (voir *La rem* n°5, p.13).

Les péripéties des actionnaires du *Monde* devaient ne pas s'arrêter là. Début septembre 2019, le pôle d'indépendance, qui représente les journalistes au sein du capital du *Monde*, fixait aux actionnaires un ultimatum, au 17 septembre, pour signer l'agrément. Xavier Niel s'est empressé de le faire dès le 9 septembre, la pression maximale étant portée sur Matthieu Pigasse et son associé, Daniel Kretinzky. Le 10 septembre 2019, la totalité de la rédaction publiait une tribune dans *Le Monde* exigeant la signature du droit d'agrément et, le vendredi 13 septembre, 500 personnalités signaient une pétition publiée dans *Le Monde*, qui

réclamait aux actionnaires la reconnaissance du droit d'agrément défendu par la rédaction du quotidien. Le 16 septembre 2019, Les Echos indiquaient de leur côté que Bercy envisagerait d'étendre aux médias le contrôle des investissements étrangers, menaçant de facto les ambitions de Daniel Kretinsky à l'égard du Monde. Finalement, le 19 septembre 2019, Matthieu Pigasse signait à son tour, mais en ayant au préalable obtenu une modification du droit d'agrément. La nouvelle version prévoit qu'en cas de revente de ses parts, l'acheteur agréé par la rédaction devra verser un prix plancher correspondant à son investissement dans Le Monde, estimé à 57 millions d'euros en 2019. Matthieu Pigasse a par ailleurs proposé à cette occasion de partager avec Xavier Niel le rachat de la participation de Prisa afin que les actionnaires qui ont le co-contrôle du quotidien soit à égalité en termes de capital. Sauf que Matthieu Pigasse envisage très probablement de se désengager du Monde. C'est probablement la raison pour laquelle Xavier Niel cherche à le pousser dans ses retranchements. En réponse, il a proposé que les parts de Prisa qu'il pourrait co-acheter avec Matthieu Pigasse soient cédées au pôle d'indépendance pour un euro symbolique, afin de renforcer ce dernier face à d'éventuels

nouveaux actionnaires. Et Xavier Niel a même évoqué la transformation du *Monde* en fondation, ce qui reviendrait ainsi, pour les actionnaires, à renoncer aux millions d'euros investis. Ce n'est pas le sens de la clause imposée par Matthieu Pigasse en contrepartie de la signature du droit d'agrément.

AJ

#### Sources:

- « Au Monde, les couteaux sont tirés entre Niel et Kretinsky », Chloé Woitier, Enguérand Renault, Le Figaro, 18 juillet 2019.
- « Bataille d'actionnaires pour le contrôle du *Monde* »,
   Nicolas Madelaine, Fabienne Schmitt, *Les Echos*,
   18 juillet 2019.
- « Le Monde presse le duo Pigasse-Kretinsky »,
   Chloé Woitier, Le Figaro, 11 septembre 2019.
- « Crise ouverte au groupe Le Monde », Fabienne Schmitt, Les Echos, 16 septembre 2019.
- « L'Etat projette d'étendre aux médias le contrôle des acquisitions étrangères », Anne Drif, Les Echos, 16 septembre 2019.
- « Niel propose une fondation pour *Le Monde* »,
   Chloé Woitier, *Le Figaro*, 20 septembre 2019.
- « Le Monde: bras de fer entre Mathieu Pigasse et Xavier Niel », Fabienne Schmitt, Les Echos, 20 septembre 2019.

# Axel Springer s'émancipe de la Bourse

En s'alliant au fonds KKR, Springer tente d'échapper au court-termisme boursier afin de continuer à investir dans le numérique.

n 2011, Mathias Döpfner, directeur général du groupe Axel Springer, tenait des propos sans équivoque : « Notre entreprise n'est pas une

entreprise de presse, mais une entreprise de contenus. » Il en tirait toutes les conclusions en se séparant de l'essentiel de ses titres de presse régionale pour ne conserver que ses marques les plus fortes, seules susceptibles de se développer rapidement en ligne : Die Zeit et le Bild (voir La rem n°29, p.34). Depuis, le groupe a massivement investi dans le numérique, tant sur le plan de l'offre de contenus (Business Insider, Politico, eMarketer) que dans les petites annonces où il compte parmi les plus grands en Europe (SeLoger, LogicImmo, ImmoWelt Group dans l'immobilier, Caradisiac et La Centrale dans les véhicules, StepStone pour les offres d'emplois). Le numérique représente ainsi 70 % de son chiffre

d'affaires de 3,2 milliards d'euros en 2018, mais l'activité est menacée sur le marché publicitaire par la captation de recettes opérée par Google et Facebook (voir *La rem* n°42-43, p.92), et sur les petites annonces par l'émergence de nouveaux venus, comme le site leboncoin en France qui « siphonne » les annonces immobilières. C'est d'ailleurs pour répondre à la concurrence de leboncoin qu'Axel Springer a annoncé l'acquisition de Meilleurs Agents en France, début août 2019, afin d'intégrer le service d'estimation des biens en ligne à ses offres d'annonces immobilières.

Pour développer les abonnements à ses titres et renforcer sa présence dans les petites annonces, le groupe doit poursuivre ses investissements. Or, cette stratégie ne satisfait pas ses actionnaires minoritaires qui attendent d'Axel Springer un retour sur investissement plus rapide. La Bourse trahit cette désaffection avec un repli de plus de 40 % du titre en moins d'un an, ce qui a notamment dissuadé son directeur général d'acquérir les annonces légales d'eBay afin d'éviter une chute plus importante du cours de l'action. L'absence de soutien des actionnaires entrave ainsi le management, pourtant soutenu par l'actionnaire historique, Friede Springer, propriétaire de 42,6 % du capital.

C'est pour se donner les moyens d'investir qu'Axel Springer s'est rapproché du fonds KKR. Le 12 juin 2019, Axel Springer annonçait s'être mis d'accord avec le fonds de capital-investissement qui, grâce à une offre publique d'achat, espère monter au moins jusqu'à 20 % du capital sachant que 52,5 % de ce dernier est du capital flottant. KKR s'en donne les moyens avec une prime de 31,5 % par rapport au cours moyen de l'action sur trois mois, ce qui valorise Axel Springer à quelque 6,8 milliards d'euros. Avec cette opération, KKR place ses liquidités tout en se renforçant dans le secteur des médias en Allemagne, le fonds étant présent au sein de Tele München Group depuis février 2019. Il donne par ailleurs à Axel Springer la possibilité de se retirer de la Bourse afin de déployer plus facilement sa stratégie. La vraie question sera celle de l'avenir de cette participation, l'accord précisant que Friede Springer garde un droit de veto sur les décisions stratégiques mais n'interdisant pas à KKR de devenir un jour majoritaire.

AJ

#### Sources:

- « Axel Springer envisage un retrait de la cote avec KKR »,
   Sébastien Dumoulin, Les Echos, 31 mai 2019.
- « Axel Springer annonce négocier avec le fonds KKR », Chloé Woitier, Le Figaro, 31 mai 2019.
- « Pourquoi KKR séduit Axel Springer », Sébastien Dumoulin, Les Echos, 13 juin 2019.
- « Le fonds KKR séduit Axel Springer », I.V.,
   Le Figaro, 13 juin 2019.
- « Axel Springer va acquérir Meilleurs Agents »,
   Marina Alcaraz, Les Echos, 2 août 2019.

# 2,3 %, c'est la part de la culture dans l'économie française

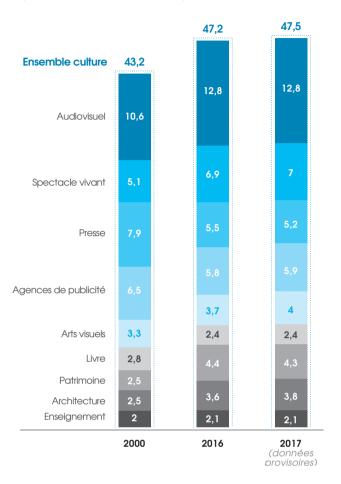
Le poids économique direct de la culture – soit la valeur ajoutée produite par l'ensemble des branches de ce secteur – correspond à un

montant de 47,5 milliards d'euros en 2017. En termes d'emplois, la culture représente 2,4 % de la population active française en 2016.

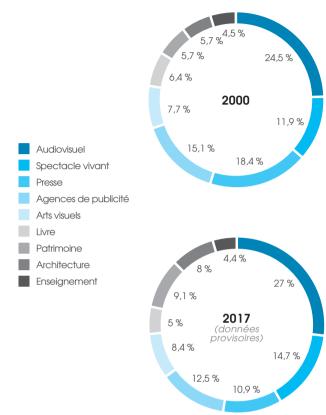
eux branches sont en crise structurelle, le livre et la presse, cette dernière contribuant à peine à 11 % de la valeur ajoutée du secteur culturel en 2017, contre plus de 18 % en 2000. En revanche,

#### Poids (en valeur ajoutée) des branches culturelles dans le champ de la culture

Valeur ajoutée (en milliards d'euros constants)



Part dans l'ensemble des branches culturelles (en %)



Source : d'aprés DEPS, ministère de la culture. ©la-rem.eu

l'audiovisuel, première branche par son poids économique, connaît une croissance continue de sa valeur ajoutée (+ 1,7 % en 2017), soutenue par le jeu vidéo (+ 23 % en 2017) et la production cinématographique (+ 7 % en 2017), apportant plus du quart de la valeur ajoutée du secteur de la culture dans son ensemble en 2017.

Près de 636 000 personnes ont un emploi dans l'une des branches du secteur de la culture en 2016, soit 2,4 % de la population active. L'audiovisuel compte 16 % de l'effectif total du secteur (+ 12 % entre 2008 et 2016), tandis que la presse et le livre enregistrent respectivement une baisse de 24 % et 25 % sur la même période de huit années, occupant 11 % de l'effectif total pour la presse, et 7 % pour le livre en 2016. Le secteur de la culture compte 30 % d'emplois de non-salariés, contre 12 % pour l'ensemble de la population active.

Moins d'un cinquième (17 %) de la production culturelle est non marchande – étant désignés ainsi les biens et les services culturels commercialisés à un tarif subventionné (représentant moins de 50 % des coûts de production) – contre 12 % tous secteurs économiques confondus. Le spectacle vivant (57 %), le patrimoine (91 %) et l'enseignement culturel (86 %) sont les branches proposant le plus de produits non marchands. Selon la nomenclature choisie pour cette étude, les entreprises de l'audiovisuel public sont classées dans la production marchande.

FL

#### Source:

« Le poids économique direct de la culture en 2017 »,
 Laure Turner, Culture Chiffres, département des études,
 de la prospective et des statistiques (DEPS), ministère de la culture, 2019-1, culture.gouv.fr, 28 mai 2019.

## **USAGES**

# Avec Meero, la photo n'a plus d'auteur

D'un côté, il y a une start-up baptisée Meero qui a lancé la « *première plateforme de photogra-phie à la demande dans le monde* » ; de l'autre, des photographes professionnels qui s'inquiètent pour la survie de leur savoir-faire.

as de message sans image et, *a fortiori*, pour une communication en ligne. Sur les réseaux sociaux surtout, une image illustrant un texte favorise considérablement la réaction des internautes en partages ou en commentaires. À cette pratique courante, Meero a fait correspondre un modèle

économique. La start-up entend devenir un acteur majeur de la production de photos dans le monde.

Dans une interview publiée le 19 juin 2019 dans le quotidien *Les Echos*, le fondateur et PDG de Meero, Thomas Rebaud, déclare sa volonté de transformer « *le monde des services de photographie* ». Créée en 2016, la start-up Meero a pour objet de mettre en relation des photographes et des entreprises. En 2019, elle compte plus de 30 000 clients dans une centaine de pays, 58 000 photographes étant inscrits sur son site, dont 700 en France. Avec six bureaux à Paris, New York, Los Angeles, Tokyo, Bangalore et Singapour, Meero annonce sur son site « *une prise de vue livrée dans le monde toutes les 25 secondes* ». Après avoir réussi l'une des levées de fonds les plus importantes dans le secteur des nouvelles technologies en France, Meero a rejoint, en juin 2019, le cercle très restreint des sept licornes

françaises (start-up non cotées dont la valorisation boursière atteint un milliard de dollars – voir *La rem* n°34-35, p.55).

Le fondateur de Meero explique notamment au journal Les Echos, l'aspect « communautaire » de son projet : « Je veux permettre aux artistes de générer un revenu, de sorte qu'ils puissent se consacrer à leur art de manière plus sereine. » Et d'ajouter : « Ma vision pour Meero est de créer une entreprise qui sorte les artistes de la précarité.» Pour l'heure, Meero enregistre principalement des commandes d'entreprises du secteur de l'immobilier et de la restauration livrée à domicile. D'autres « services de photographie » seront développés pour les particuliers : photos de famille, de mariage, portraits, événements... Le fondateur et PDG de Meero vise entre 5 et 10 milliards de revenus d'ici à cinq ou sept ans sur le marché de la photographie professionnelle, selon lui, évalué à 80 milliards de dollars aujourd'hui.

« Pour disrupter le monde de la photographie », selon les mots de Thomas Rebaud, Meero propose d'automatiser la retouche de photo grâce à un logiciel d'intelligence artificielle. Sur son site, la plateforme annonce : « Le traitement d'image à son paroxysme. L'intelligence artificielle de Meero analyse et améliore les images tel un expert. Mais elle en traite des millions en quelques secondes avec une précision inégalée. Un photographe professionnel passe de nombreuses heures à traiter ses images afin d'y apporter des modifications esthétiques uniques. Meero conçoit des algorithmes qui apprennent ces procédés de création afin d'offrir une solution rapide, globale, et applicable à grande échelle. » Afin de « libérer » également les photographes d'autres tâches, outre la postproduction, la plateforme myMeero met à leur disposition les outils de comptabilité et de gestion de la relation-client utiles aux travailleurs indépendants rémunérés à la commission.

Enfin, Meero propose deux autres « outils pour les artistes »: la fondation Meero pour soutenir le photo-journalisme ainsi que le webzine Blind, lancé en octobre 2019 à Paris, ayant pour vocation de « démocratiser la photographie ». Le titre choisi évoque la photo Blind Woman de Paul Strand, qui remonte à 1916, mais

comme le précise Meero, dans son communiqué de presse, « son nom fait également référence à l'aveuglement qui peut survenir suite à la surabondance des images aujourd'hui ».

Contre toute attente, Meero s'est présentée en septembre 2019 au célèbre festival de photojournalisme, Visa pour l'image, qui se déroule chaque année à Perpignan. Les propos du fondateur de Meero concernant son activité de production de masse appliquée à la photographie, énoncés lors de sa levée de fonds record, ont soulevé tout à la fois la crainte et la colère des photographes professionnels présents au festival. La plupart d'entre eux ne vivent pas de leur métier, y compris les photographes de presse indépendants, et ils doivent répondre à toutes sortes de commandes pour vivre (voir La rem n°36, p.77). La start-up a été tout de suite qualifiée de « Uber de la photo ». Une appellation dont se défend Thomas Rebaud, pour qui, la postproduction étant à la charge de Meero, « il faut réfléchir en tarifs horaires, et non à la prestation ».

Selon le président de l'UPP (Union des photographes professionnels), Philippe Bachelier, le « travail d'opérateur » proposé par Meero n'a rien à voir avec la photo d'auteur, reconnaissant néanmoins que « le danger serait qu'ils s'attaquent à des marchés comme la presse ». Dans le même esprit, Gaël Turine, photographe et fondateur de l'agence MAPS, constate que « ce genre d'images de plats ou d'appartements, très standardisées, c'est presque un autre métier que le mien. [...] Je me sens bien plus trahi quand un organe de presse, pour un reportage, paie des tarifs dérisoires et diffuse les images sans payer de droits supplémentaires ». Si Meero déclare ne pas avoir vocation à étendre son activité aux secteurs de la mode et de la publicité, elle casse déjà les prix sur les marchés de la photo d'entreprise et de mariage, gagne-pain des photographes indépendants, artistes ou journalistes. La start-up facture 89 euros un reportage « corporate » (douze photos en une heure), contre 600 à 1 200 euros pour une commande après d'une agence traditionnelle. La rémunération proposée au photographe est de 50 euros pour une heure de prises de vue dans le secteur de l'immobilier, 52 euros dans la restauration et 75 euros pour un portrait, indique le journal *Libération*. En outre, les photos devenant la propriété de Meero, elles ne peuvent venir enrichir son *book*.

Un photographe portraitiste de renom, qui a souhaité garder l'anonymat, dénonce, dans un article de Libération du 5 juillet 2019, une opération de communication de la part d'une start-up qui est « en train de tuer la photo ». La volonté affichée par Meero de soutenir les photographes professionnels, à travers notamment sa fondation, n'est rien d'autre qu'une campagne de promotion, selon ce photographe qui a lui-même refusé 10 000 euros pour être le sujet d'une « Meero Master », une master class vidéo sur son travail. Cette stratégie de relations publiques semble en partie réussie puisque le sujet Meero était dans toutes les conversations aux Rencontres d'Arles, festival annuel de photographie et même certains professionnels ont accepté l'offre qui leur était proposée.

La question des droits d'auteur s'impose. Travaillant avec des photographes auto-entrepreneurs, Meero n'en verse pas pour des photos retouchées avec ses logiciels. Ce qui fait dire au président de la Saif (Société des auteurs des arts visuels et de l'image fixe), Pierre Ciot : « Il n'y a pas d'un côté les presse-bouton et de l'autre les artistes ». Alors qu'en août 2019, il avait reçu Maxime Riché, responsable de la photo chez Meero, pour discuter des droits d'auteur, le président de la Saif s'est vivement indigné des propos tenus un mois plus tard par le fondateur de Meero interviewé par 9 Lives magazine, site consacré à la photographie et à l'image : « Lorsqu'une photographie correspond à un cahier des charges très précis, nous avons le droit de ne pas la considérer comme une œuvre d'art, donc elle n'appartient à personne. En très grande majorité nous sommes dans ce cas de figure, mais il arrive parfois, que la photographie soit vraiment considérée comme une œuvre, et là nous payons les droits d'auteur. »

Selon l'UPP, « l'ingéniosité » du système Meero pourrait effectivement constituer une source de revenus complémentaires pour les photographes. Néanmoins, une « prétendue modernisation du marché de la photographie »

n'autorise pas « la création d'une zone de non-droit ». Et d'expliquer dans un communiqué : « La réalisation d'images normées et homogénéisées selon des critères imposés suppose un lien de subordination entre Meero et ses photographes. Ces derniers devraient alors être salariés par la société. De ce fait, signer des contrats de prestations avec des photographes indépendants revient à reconnaître une autonomie créative dans l'exécution de la prestation. Cela confère juridiquement aux images prises dans ce cadre le statut d'œuvres de l'esprit protégées par le Code de la propriété intellectuelle, et dont l'utilisation doit être rémunérée en cession de droits. » Ce qui est le cas de la majorité des images réalisées par exemple dans le cadre du marché publicitaire, où le cahier des charges est souvent d'une extrême précision.

Parfois prise avec un smartphone, l'image d'illustration a envahi les sites web et les réseaux sociaux. Ainsi, au festival Visa pour l'image, le directeur d'un collectif de photographes se demande « si une photo de salle de bain destinée à un site web a vraiment la même valeur qu'une photo d'auteur ». Journaliste du quotidien Libération, Jérôme Lefilliâtre invite à consulter la « démo » sur le site de Meero d'un « service de retouche automatique des photos, dopée à l'intelligence artificielle, qui transforme n'importe quel hachis parmentier en œuvre d'art alignée avec les canons de beauté Instagram de l'époque ».

Indépendamment de toute préoccupation artistique, le gouvernement a pour objectif de donner naissance à vingt-cinq licornes d'ici à 2025. L'Europe en compte aujourd'hui 45 contre 182 pour les États-Unis et 94 pour la Chine. En septembre 2019, le président de la République a annoncé une enveloppe de 5 milliards d'euros que des investisseurs institutionnels – assurances et banques - s'engagent à consacrer à la « French Tech » au cours des trois prochaines années. Remis au ministre de l'économie et des finances en juillet 2019, le rapport Tibi – du nom de l'ancien président de l'Association française des marchés financiers et de UBS Investment Bank en France – indiquait pourtant qu'un montant de 20 milliards d'euros était nécessaire au développement du secteur de la « Tech » en France. L'indice Next40 a également été lancé officiellement en septembre 2019, rassemblant quarante start-up françaises « à très fort potentiel et ayant pour ambition de devenir rapidement des leaders technologiques de rang mondial », dont Meero qui se trouve notamment aux côtés de Believe, Deezer, Blablacar, Cityscoot, Frichti, Vestiaire Collective, Doctolib, etc.

Ce défi commercial et financier, Meero semble le relever avec confiance. « Si un jour Canon ou Adobe sont intéressés par un rachat, ils verront que notre valeur se situe aussi bien sur les revenus que dans notre capacité à générer l'engagement de nos photographes », assure son PDG.

FL

#### Sources:

 - « "Je lève 230 millions de dollars pour disrupter le monde de la photographie" », Interview de Thomas Rebaud, propos recueillis par Déborah Loye, *Les Echos*, 19 juin 2019.

- « Travail à la chaîne, tarifs ridicules... Meero, la nouvelle licorne française, fait hurler les photographes », Marine Protais, L'ADN, ladn.eu, 28 juin 2019.
- « Meero, le "Uber" de la photo », Jérôme Lefilliâtre, Libération, 5 juillet 2019.
- « Contrats Meero, une brèche dans le droit d'auteur », communiqué de presse, UPP, upp-auteurs.fr, 4 septembre 2019.
- « Les photographes dans l'expectative face à Meero »,
   Déborah Loye et Thierry Meneau, *Les Echos*,
   11 septembre 2019.
- « Meero se défend d'être le "Uber de la photo" »,
   Claire Guillot, *Le Monde*, 12 septembre 2019.
- « Pierre Ciot, président de la Saif, réagit à une interview consacrée à Thomas Rebaud, co-fondateur de la start-up française Meero », communiqué de presse, La Saif, saif.fr, 17 septembre 2019.
- « Macron veut muscler la "start-up nation" »,
   Vincent Fagot, Le Monde, 19 septembre 2019.
- « Le gouvernement dévoile le "Next40 ",
   le "CAC 40 des entreprises technologiques " »,
   La Correspondance de la Presse, 19 septembre 2019.
- « Meero présente Blind son magazine dédié à la culture photographique », Meero Press, meero.com, 10 octobre 2019.

# Médias audiovisuels & loisirs en ligne des Français Chiffres clés 2018-2019

Les 13 - 34 ans

86,9 % agée de 13 ans et +

pratiquent des

loisirs numériques (jeux vidéo, vidéo, musique et contenus sur téléphone

portable) chaque jour

88,7 %

médias traditionnels (TV, radio, presse, cinéma)

2019

**RADIO** 

2ho6

Durée d'écoute par jour

Écoute de la radio en ligne des 15-19 ans par mois

**42,5 %** en direct et en différé

24 % en différé TV et VIDÉO

1h56

Durée d'écoute TV par jour des 15-34 ans

- **15 min** vs 2017
- -45 min vs 2013

Sur un autre écran que le téléviseur

Les 15-24 ans

Les 25-34 ans

20 min

12 min

1 millennial sur 2

utilise un service de SVoD

2019 (mars)

en 2018

#### **LOISIRS AUDIO**

	Podcasts natifs	Livres audio	Musique en streaming
— 15-24 ans	16,2 %	10,2 %	61,4 %
— 25-34 ans	14,8 %	7,5 %	54,9 %

#### Sources:

- « La télévision attire de moins en moins les jeunes », Didier Si Ammour, strategie.fr, 1er février 2019.
- « Les jeunes, fans d'audio », Audience Le Mag, mediametrie.fr, 26 juin 2019.
- « Global SVoD 2018 », Résultats & Repères, communiqué de presse, mediametrie.fr, 11 avril 2019.
- « Transformation des usages médias », Résultats & Repères, mediametrie.fr, 5 septembre 2019.

# **Ensemble** des Français

Pas de déconnexion estivale (août 2019)

en 2018

**INTERNET** 

par jour

43,6 millions

d'internautes connectés 69.5 % de la population française

#### Ensemble des Français

1h18 sur téléphone mobile 25 minutes sur ordinateur (- 4 min vs iuin)

Les 15-34 ans

2h27 sur téléphone mobile 23 minutes sur ordinateur

Les CSP+

ont navigué

(+ 3 min vs juin).

sur leur smartphone

en consacrant plus

en ligne suivantes :

de temps aux activités

Plans-Cartes-Itinéraires +33 %

> Vidéos-Cinéma +18 %

en 2019

#### INTERNET

par jour

#### 2h09

sur téléphone mobile (1h22), ordinateur, et tablette

> dont 26 % aux réseaux sociaux

**+5 %** vs 2016

**77%** 

pratiquent au moins un loisir numérique

(ieux vidéo, vidéo, musique

et contenus sur téléphone

portable) chaque jour

écrans par foyer

2 écrans de plus en 10 ans

en 2019

#### **RADIO**

2h47

Durée d'écoute par jour dont 13.6 % sur un terminal numérique

Écoute de la radio en ligne des Français par mois

40,3 %

19,5 %

en direct et différé

en 2019

#### **LOISIRS AUDIO**

23 %

6,6 %

des podcasts

écoutent des podcasts natifs (par mois)

37,5 %

5,2 %

écoutent de la musique en streaming (par mois)

écoutent des livres audio (par mois)

regardent un contenu vidéo en ligne

des internautes jouent aux jeux vidéo.

> FL - graphisme DC ©la-rem.eu

en 2018

#### TV et VIDÉO

par jour

Durée d'écoute TV sur les 4 écrans

dont 3h36 sur le téléviseur -6 min en un an

TV délinéarisée + TV sur autres écrans connectés

10 %

des usages TV

5,5 millions

utilisent un service de SVoD

Musique

+14 %

Sport

+14 %

- « Audience Internet Global en France en août 2019 », Résultats & Repères, communiqué de presse, mediametrie.fr, 26 septembre 2019.
- « Paysage audio 2018-2019 : choix et flexibilité au programme! », Isabelle Lellouche Filliau, Résultats & Répères, Audience Le Mag, mediametrie.fr. 24 octobre 2019.

## Les données au service d'une nouvelle forme de régulation

Les nouveaux usages en ligne et les modèles d'affaires des acteurs économiques évoluent si vite qu'une réglementation *a priori* apparaît de plus en plus partielle et même rapidement obsolète. Une nouvelle forme de régulation « par la donnée » permettrait de compléter le système actuel d'encadremen, qui fixe des règles à un instant T, par une logique de supervision évolutive, grâce à un meilleur partage des données entre les acteurs régulés, les utilisateurs et les régulateurs.

est l'objet de la note rédigée conjointement par sept Autorités administratives indépendantes (AAI) et Autorités publiques indépendantes (API), publiée le 8 juillet 2019. L'Autorité de la concurrence, l'Autorité des marchés financiers (AMF), l'Autorité de régulation des activités ferroviaires et routières (Arafer), l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep), la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), la Commission de régulation de l'énergie (CRE) et le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) souhaitent coordonner leur action afin d'instaurer « une régulation par la donnée ».

Selon les autorités indépendantes, cette nouvelle conception de la régulation, qui viendrait en complément du mode de régulation traditionnel, « consiste à utiliser la puissance de l'information pour comprendre le marché et éclairer son fonctionnement de manière factuelle pour mieux l'orienter et mieux assurer la protection d'ordre public du consommateur sur ces différents marchés ».

# La régulation par la donnée s'organise autour de deux types d'actions

Au lieu d'encadrer uniquement le comportement des acteurs économiques par des réglementations, souvent adoptées tardivement, la régulation par la donnée consisterait tout d'abord « à collecter et analyser des sommes d'information pour détecter des signaux faibles ou des problèmes systémiques, accélérer et rendre plus efficace la régulation ou veiller au respect d'obligations par les acteurs régulés ». Ce premier type d'actions « procède d'une logique de supervision » et repose sur une collecte de données élargie. Par exemple, la plateforme en ligne J'alerte l'Arcep permet à quiconque (particuliers, entreprises ou collectivités), d'alerter l'Autorité en cas de « dysfonctionnements rencontrés dans leurs relations avec les opérateurs fixes, mobiles, internet et postaux ». Une démarche similaire a été mise en place par l'AMF dès 2010, permettant au public de joindre un centre d'appel afin de signaler les arnaques financières, l'Autorité ayant ainsi le moyen de « capter les tendances de commercialisation et les dysfonctionnements du monde régulé ».

Le deuxième type d'actions sur lesquelles repose la régulation par la donnée « consiste à fournir aux utilisateurs et aux acteurs relais (acteurs publics, associations, société civile, outils de mesure ou comparateurs, etc.) un contre-pouvoir par une information précise, individualisée voire personnalisée », les rendant ainsi des « acteurs de la régulation à part entière ». Depuis 2005, la CRE met à disposition, tous les trimestres, des observatoires sur les marchés de gros et de détail de l'électricité et du gaz naturel, les professionnels du secteur ayant de cette façon une vision éclairée du marché et des tendances. Par ailleurs, la CRE publie les données brutes en open data sur son site web.

Plutôt que de cloisonner leur champ d'action, cette nouvelle forme de régulation crée un écosystème qui inclut les acteurs économiques, les utilisateurs, la société civile, ainsi que les autorités indépendantes, et qui repose sur les données qui circulent entre tous. L'État, qui n'est pas toujours le plus à même de fournir les informations pertinentes, ne reste plus le seul garant de l'intérêt public, dont la défense et la poursuite reposent désormais sur les actions de tous, et ce « dans une logique d'empowerment et d'animation d'un écosystème "RegTech", c'est-à-dire de start-up ou d'acteurs de la société civile susceptibles de développer des outils d'information ».

Opter pour une logique de supervision relève d'un changement de culture au sein de l'État. La régulation par la donnée requiert d'intégrer des compétences nouvelles pour les régulateurs en matière d'analyse de données et d'algorithmes ainsi qu'en termes d'ergonomie pour les applications destinées aux utilisateurs. Une coopération technologique comprenant la mutualisation de leurs ressources et outils devra être mise en place, notamment ceux liés au traitement de données massives et à l'intelligence artificielle.

Cette nouvelle forme de régulation apporte également de la valeur aux données dont le recueil, l'analyse et la restitution deviennent « des moyens d'évaluer les politiques publiques et de garantir un débat public objectif », expliquait déjà en 2015 Anne Yvrande-Billon, vice-présidente de l'Arafer sur le site de cette autorité.

Dans un article intitulé « Réguler par la donnée ? » paru sur le site InternetActu (Fing) en décembre 2017, Hubert Guillaud rassemble différents points de vue, à commencer par celui de l'entrepreneur et investisseur Nick Grossman, auteur de l'article « Regulation, the internet way », paru en 2015. Nick Grossman défend la conception d'une « politique conduite par la donnée » (ou data-driven policy), selon laquelle le mode traditionnel de régulation « par la permission (et son corollaire, l'interdiction) » cède la place à « une régulation par la responsabilité informée par la donnée ». Pour Nick Grossman, à l'ère de l'information, les données sont porteuses de réponses en matière de régulation, à la condition toutefois « d'avoir accès aux données, de les partager, entre citoyens, entreprises et autorités et également de trouver les modalités communes de leurs usages » et cela, en toute transparence.

Néanmoins la régulation par les données rend-elle obsolète la régulation en amont, par autorisation ou interdiction? Autrement dit : « surveiller la construction des immeubles n'est pas la même chose que leur donner une autorisation de construction selon le respect des critères auxquels les constructeurs doivent se conformer avant la construction », explique Hubert Guillaud. « La régulation par les données ne pourra peut-être pas s'appliquer partout et pour tout. L'instauration de boucles de rétroaction vertueuse nécessite de la transparence et du dialogue pour peaufiner les critères (évaluer et surveiller dans le temps leur pertinence) », conclut-il en citant Cathy O'Neil, auteur de l'ouvrage Algorithmes, la bombe à retardement (Les Arènes, 2018).

Reprenant l'analyse du juriste et professeur émérite du Collège de France Alain Supiot (Gouvernance par les nombres, Fayart, 2015), Hubert Guillaud souligne le danger que pourrait engendrer une régulation par les données, celui de « transformer la politique en simple fonctionnement ». Il résume : « Quand les machines servent à la fois à rendre compte, à administrer, juger et légiférer... le risque est de voir fusionner la satisfaction des indicateurs et la réalisation des objectifs au détriment de tout contrôle démocratique par ceux qui sont calculés, administrés, jugés et ainsi légiférés. »

J-A FS

#### Sources:

- « Réguler par la donnée ? », Hubert Guillaud, internetactu.net, 12 décembre 2017.
- « Nouvelles modalités de régulation la régulation par la donnée », Autorité de la concurrence, AMF, Arafer, Arcep, Cnil, CRE, CSA, 8 juillet 2019.

#### La liberté de distribuer la presse, elle aussi, est menacée

En publiant un rapport intitulé « Ces journaux qui n'arrivent jamais... », l'association Reporters sans frontières (RSF) rappelle que les professionnels de la distribution des journaux – imprimeurs, transporteurs, dépositaires, kiosquiers – sont également victimes de la censure, comme les journalistes. Et cela même en Europe.

ant qu'il n'est pas parvenu dans les mains de son lecteur, un journal reste vulnérable », écrit RSF. Selon son enquête menée auprès des professionnels de l'information et de la distribution de la presse dans 90 pays, les gouvernements ou les États sont désignés, par plus des deux tiers des personnes interrogées, comme les principaux responsables des atteintes à la liberté de la distribution de la presse. Les sujets concernant la politique, la corruption et les questions de sécurité ou de défense figurent parmi ceux qui provoquent le plus couramment des entraves à la distribution. Cette forme de censure intervient le plus souvent avant même que le journal n'existe en tant que tel, avant l'impression, comme en témoignent plus de 60 % des personnes ayant participé à l'enquête. Et selon 41 % d'entre elles, la censure peut également sévir sur les points de vente. Quand ils ne sont pas parvenus à bâillonner les journalistes, les censeurs reportent leurs représailles sur les imprimeurs ou sur les acteurs de la chaîne de distribution. Les moyens employés sont aussi divers qu'efficaces : achat de toute une édition, saisie des exemplaires à l'imprimerie et dans les kiosques, piratage de contenu, instauration d'une taxe douanière rédhibitoire ou organisation d'une pénurie de papier. « Qu'importent la manière et les moyens, l'objectif est toujours le même : empêcher un journal d'être lu », conclut RSF.

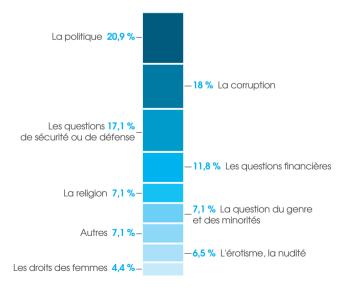
« Dernier intermédiaire entre le lecteur et son journal, le vendeur de journaux représente aussi la dernière possibilité de limiter l'accès à l'information », explique RSF en pointant une atteinte à la liberté de distribuer la presse particulièrement insidieuse — « lorsque les marchands de journaux n'ont d'autre choix que de promouvoir la seule presse pro-gouvernementale au détriment de la presse indépendante, qui finit par étouffer économiquement » — ou une censure exercée « de façon radicale et brutale lorsque les marchands de journaux se trouvent directement menacés, voire assassinés ».

# Les entraves à la distribution de la presse en chiffres

Qui sont les auteurs des entraves qui affectent la chaîne de distribution?



Quels sont les sujets les plus fréquemment bloqués au moment de leur distribution ?



À quels stades de la diffusion d'un journal se produit la censure ?



RSF a interrogé des professionnels de l'informationet de la distribution dans plus de 90 pays.

Source: RSF.

En Pologne, les marchands de journaux se retrouvent contraints par le parti polonais au pouvoir, l'ultra-conservateur Droit et Justice (PiS), de présenter de manière « esthétique » et « visible » les titres progouvernementaux, masquant ainsi la presse indépendante et la presse d'opposition sur les présentoirs. S'appuyant sur une « étude maison » concernant les habitudes de consommation de la clientèle des stations-service, la société d'État Lotos Paliwa, à la tête d'un important réseau de stations-service, a imposé en janvier 2017 que soient mis en avant des titres favorables au pouvoir (Nasz Dziennik, Do Rzeczy, Sieci, Wprost et Gazeta Polska). Un an auparavant, la société publique Orlen, qui compte 1 700 stations-service dans le pays, avait résilié un contrat concernant l'exposition du journal d'opposition Gazeta Wyborcza du groupe Agora et de Newsweek Poland, coédité par le suisse Ringier et la filiale polonaise de l'allemand Axel Springer.

En Bulgarie, trois caricaturistes – Tchavdar Nikolov, Tchavdar Georgiev et Christo Komarnitski – luttent pour distribuer *Pras-Press*, mensuel satirique qu'ils ont lancé en 2017. En effet, sa diffusion est étouffée par l'homme politique le plus riche du pays, Delyan Peevski, à la tête de New Bulgarian Media Group détenant les grands quotidiens *The Telegraph* et *Monitor*, mais aussi des chaînes de télévision et des sites

d'information, et qui contrôle en outre, « via des hommes de paille », selon RSF, la société privée Agence de distribution nationale. C'est ainsi que, pourtant déclarés vendus, les 10 000 exemplaires du premier numéro de Pras-Press, présentant en Une un dessin satirique du Premier ministre et de la dirigeante du Parti socialiste nus dans un lit, ne sont en réalité jamais parvenus à leurs lecteurs. Le distributeur de presse, via l'Agence nationale de distribution, a essayé de dissimuler l'existence du mensuel satirique. Les exemplaires censément invendus ont été par la suite distribués dans la rue. Les fondateurs de Pras-Press ont recu le soutien « au nom de la liberté d'expression » de la presse bulgare dans son ensemble et, notamment, du quotidien Sega lui-même victime « au quotidien de ce phénomène de disparition d'exemplaires ». Cafés, librairies, galeries d'art et même quincailleries sont encore aujourd'hui les seuls points de vente qui diffusent chaque mois les 5 000 exemplaires du journal satirique.

À Malte, paradis fiscal où fut assassinée Daphne Caruana Galizia en octobre 2017 (voir infra), le grand quotidien local The Times of Malta est impliqué dans une affaire de corruption révélée il y a trois ans par les Panama Papers. Le chef de cabinet du Premier ministre maltais, Keith Schembri est visé, mais l'enquête est toujours en cours. Cet homme public, qui rappelle volontiers aux journalistes qu'il « paie leur salaire », exerce indirectement un contrôle sur la distribution des journaux en détenant la société Kasco, premier producteur et fournisseur de papier journal de l'île. Pour échapper aux pressions, l'ancienne rédactrice en chef du Times of Malta, Caroline Muscat, a lancé The Shift News, site d'investigation en ligne engagé dans la lutte contre la corruption et la défense de la liberté de la presse.

En France, des partisans du président turc Erdogan ont obtenu par la violence le retrait d'affiches sur un kiosque en banlieue d'Avignon et sur un autre à Valence, affiches représentant la Une du *Point* du 24 mai 2018 – une photo du président turc titrée : « Le dictateur. Jusqu'où ira Erdogan ? Enquête sur le président turc, sa folie des grandeurs, ses réseaux en France, son offensive sur l'Algérie, ses crimes... ». À la demande de l'hebdomadaire, dénonçant des « attaques aux symboles

de la liberté d'expression et de la pluralité de la presse », les affiches ont été reposées sur les kiosques de ces deux villes, deux heures plus tard, mais sous la protection de la police municipale ainsi que des gendarmes. RSF relate que les équipes du *Point* avaient reçu « des insultes, des intimidations, des injures antisémites et des menaces » sur les réseaux sociaux la semaine précédant la publication de cette Une consacrée à Erdogan.

Le 16 mars 2019, 18e journée de manifestation du mouvement des Gilets jaunes, sept kiosques à journaux étaient en flamme sur l'avenue des Champs-Élysées, dont cinq totalement détruits, et une quinzaine d'autres ont été endommagés, selon MédiaKiosk, société qui gère les points de vente dans la capitale. « Les saccages et pillages perpétrés en marge des manifestations hebdomadaires sont le fait tantôt de manifestants dits radicalisés, tantôt de "casseurs" opportunistes ou d'individus apparentés au groupuscule ultra-violent des "black blocs" », écrit RSF. L'association constate également un climat anti-médias en France, rappelant que les Gilets jaunes dénoncent « le système de désinformation de la presse française, détenue à 90 % par une poignée d'hommes d'affaires milliardaires issus du BTP, de l'armement, du luxe ou de la téléphonie, et proches du pouvoir ». Les kiosquiers, quant à eux, qui travaillent souvent plus de 70 heures par semaine sans gagner correctement leur vie, ne comprennent pas que la colère des manifestants se retourne contre eux. Vice-présidente du Syndicat des kiosquiers avec 30 ans de métier, Nelly Todde explique que « ceux qui se sont attaqués aux kiosques ne devaient même pas savoir que les kiosquiers, des travailleurs indépendants qui galèrent, sont les derniers maillons d'une chaîne de la distribution de la presse ». En outre, les Gilets jaunes ont également mené des actions contre des imprimeries, relate RSF. Les camions de livraison de L'Yonne Républicaine, du Journal du Centre et de La République du Centre à Auxerre ont été empêchés d'effectuer leur tournée le 10 janvier 2019 et 75 000 exemplaires du Courrier de l'Ouest, du Maine Libre et d'Ouest-France n'ont pas pu être distribués depuis leur imprimerie à Angers dans la nuit du 10 février 2019.

L'enquête menée par RSF rappelle également cette exception française qu'est le Syndicat général du livre et de la communication écrite (SGLCE) – la CGT du Livre, représentant unique des ouvriers de la presse

quotidienne nationale française, ce qui leur confère un pouvoir « monopolistique » de fait sur la parution des journaux, avec la liberté de bloquer inopinément les rotatives. Ainsi le 26 mai 2016, à la suite du refus des principaux quotidiens d'ouvrir leurs colonnes à Philippe Martinez, à la tête de la CGT, au sujet de la loi Travail, les « ouvriers du livre », comme on les appelle encore, ont annulé leur parution à l'exception de celle de L'Humanité. En 2019, le Syndicat du livre est fortement mobilisé contre la réforme en cours de la loi Bichet de 1947 – « charte » de la vente au numéro en France instaurant un régime solidaire, unique au monde, mais dont le principal protagoniste, le groupe Presstalis (ex-NMPP), a échappé in extremis à la faillite, en mars 2018, grâce à une aide des éditeurs et de l'État.

Adopté le 24 juillet 2019, en première lecture, par l'Assemblée nationale, le projet de loi sur la modernisation de la distribution de la presse prévoit d'ouvrir ce marché à la concurrence au plus tard le 1er janvier 2023. Responsable de l'international chez Presstalis et présidente de Distripress, association pour la promotion de la libre distribution et de la diffusion de presse papier et numérique dans le monde, Carine Nevejans, interrogée dans le cadre de l'enquête menée par RSF, confirme l'existence d'une exception française en matière de distribution de la presse, avec un système offrant à n'importe quel titre la possibilité de choisir d'être distribué sur tout le territoire par l'intermédiaire de coopératives détenues par les éditeurs de presse. Elle rappelle que, dans la plupart des pays, la distribution de la presse est une activité commerciale comme une autre et que les distributeurs sélectionnent librement les titres de presse qu'ils souhaitent vendre. En Angleterre, un distributeur peut à sa guise ne pas référencer tel journal d'opinion ou telle publication à trop faible tirage. Autre exemple : en Belgique, la société Delhaize requiert un montant minimal de son chiffre d'affaires pour distribuer un titre de presse.

« Malheureusement pour la liberté de la presse et pour le droit de tout citoyen à s'informer, force est de constater qu'il y a une vague de déréférencement des titres de presse dans le monde. Sans que cela ne se voie directement, les contraintes économiques que rencontre le secteur de la presse écrite ont une réelle incidence sur le choix démocratique », s'inquiète Carine Nevejans. Face aux bouleversements engendrés par les technologies numériques et à la baisse importante du nombre de points de vente, réformer la loi Bichet pourrait revenir à en perdre l'esprit.

# En conclusion de son enquête, RSF formule trois recommandations :

1. Respecter les obligations internationales afférentes à la diffusion d'une presse libre, plurielle et indépendante, telles qu'inscrites à l'article 19 du Pacte international sur les droits civiques et politiques (PIDCP) établissant « le droit de rechercher, de recevoir et de répandre des informations et des idées de toute espèce sans considération de frontières ».

- 2. Assurer une prévention efficace contre toute entrave à la diffusion d'une presse libre, indépendante et plurielle, en créant notamment un délit d'entrave à la diffusion de la presse.
- 3. Renforcer la prévention par une répression rapide et efficace des atteintes à la diffusion de la presse, notamment assurer un suivi judiciaire efficace.

FL

#### Source:

 « Ces journaux qui n'arrivent jamais », Reporters sans frontières, au soutien financier de la Fondation S\u00e4tila, rsf.org, 20 septembre 2019.

#### LE CONSEIL DE L'EUROPE DEMANDE AU GOUVERNEMENT MALTAIS D'ÉLUCIDER LE CRIME DE LA JOURNALISTE DAPHNE CARUANA GALIZIA

Depuis l'assassinat de la journaliste maltaise par l'explosion de sa voiture en octobre 2017 (voir *La rem* n°46-47, p.60), trois suspects ont été arrêtés en décembre 2017, puis inculpés pour meurtre. Cependant seule la confirmation officielle de leur inculpation par le ministre de la justice, prononcée ce 16 juillet 2019, a permis l'ouverture du délai de 20 mois au terme duquel le Parquet devra fixer la date du procès. À la demande du Conseil de l'Europe, le gouvernement maltais a annoncé parallèlement la création d'une commission d'enquête publique.

Le 12 septembre 2019, la commissaire aux droits de l'homme du Conseil de l'Europe, Dunja Mijatović, a aussi instamment demandé au Premier ministre maltais Joseph Muscat que soient abandonnées la trentaine de poursuites en diffamation à l'encontre de la journaliste, lesquelles se trouvent transférées à ses héritiers, conformément à la loi maltaise. Dunja Mijatović appelle également les autorités maltaises à modifier leur législation sur la diffamation selon laquelle la charge de la preuve revient à l'accusé car elle y voit « une vraie menace contre la liberté de la presse dans le pays ». Rappelant que la protection des sources des journalistes est garantie par la Cour européenne des droits de l'homme, la commissaire s'inquiète du fait que les héritiers de la journaliste « pourraient avoir à révéler des informations portant sur son travail journalistique et ses sources ». Selon elle, ces poursuites en diffamation à l'encontre de la famille de Daphne Caruana Galizia conduisent à s'interroger « sur l'engagement des autorités maltaises à trouver et à traduire en justice les commanditaires de ce crime affreux ».

FL

#### Sources:

- « Malte : les suspects du meurtre d'une journaliste formellement inculpés »,
   AFP, tv5monde.com, 16 juillet 2019.
- « Meurtre d'une journaliste : appel à Malte du Conseil de l'Europe », AFP, tv5monde.com, 19 septembre 2019.

# REPÈRES TENDANCES

# **AILLEURS**

# Le jeu vidéo à l'heure des plateformes

Offre de *cloud gaming* pour Google, Microsoft et Nvidia, services de téléchargement pour Epic Games, offres sur abonnement pour Ubisoft et Apple : la multiplication des initiatives annonce une reconfiguration du marché du jeu vidéo.

ongtemps dominé par les majors et réservé à une communauté de *hardcore gamer*s, le marché du jeu vidéo n'en finit pas de se métamorphoser. Après un premier élargissement grâce à la banalisation des jeux sur smartphone, qui a fait de l'App Store et du Play Store les deux principales plateformes de distribution, le jeu vidéo s'engage désormais dans la voie de la massification y compris pour les jeux plus complexes, ceux historiques produits par les majors et qui

alimentent le marché des consoles et du jeu sur PC (voir *La rem* n°48, p.77). C'est ce dont témoigne le bilan du marché du jeu vidéo en France établi par le Sell (Syndicat des éditeurs de logiciels et de loisirs). Avec 4,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires, achats d'équipements compris, le marché du jeu vidéo devient la première industrie culturelle en France, devant le livre, grâce à une croissance de 15 % en un an. Cette croissance est portée notamment par les achats en ligne de jeux et contenus additionnels sur console, en augmentation de 67 %. Or, le marché lié aux consoles représente à lui seul plus de la moitié du marché du jeu vidéo en France : sa bascule en ligne sera donc décisive et atteste de l'évolution en profondeur des pratiques des joueurs.

Alors que le marché des jeux sur mobile est né grâce à l'internet, la bascule en ligne du jeu sur PC et sur console concerne les joueurs « historiques » qui confirment ainsi ce que l'internet a apporté au jeu vidéo. Elle clôt en même temps un cycle d'innovations. En effet,

la croissance des ventes en ligne est liée notamment aux micro-transactions en ligne, une source de revenus que le *free to play* a banalisée, ainsi qu'au développement progressif du téléchargement de jeux. Elle est liée également aux premières offres sur abonnement, à l'instar du service PlayStation Now de Sony ou encore de l'offre Xbox Game Pass de Microsoft. Or ces nouvelles offres signalent avec un temps d'avance l'émergence d'un nouveau cycle pour le marché du jeu vidéo, celui du *cloud gaming*, qui dépend d'abord d'une évolution technique.

En effet, avec le cloud gaming, c'est-à-dire la dématérialisation complète du jeu vidéo et le transfert sur un serveur distant du stockage et des capacités de calcul, les acteurs mondiaux de l'informatique dématérialisée disposent d'un avantage indéniable qui devrait les conduire à tenter de s'imposer comme des intermédiaires essentiels sur ce marché. La bascule en ligne du marché du jeu vidéo sur console et PC attire les grands acteurs technologiques qui sont déjà tous présents dans le jeu vidéo, chacun avec un positionnement bien spécifique. Microsoft dispose d'infrastructures de cloud computing et compte parmi les acteurs majeurs du jeu vidéo avec sa Xbox et, désormais, ses activités d'éditeur. Amazon est également un acteur majeur du cloud computing. Il est le numéro 1 mondial du live streaming de jeux vidéo avec son site Twitch, racheté en 2014, et il développe des logiciels de création graphique qu'il pourrait décliner dans la production de jeux vidéo. Ensuite, Google dispose d'infrastructures puissantes de cloud computing et occupe déjà le marché du jeu vidéo grâce à YouTube. Enfin, Nvidia, dont les cartes graphiques puissantes équipent les PC dédiés au jeu vidéo, peut s'appuyer sur cet avantage pour proposer en ligne des capacités de calcul délocalisées, ses concurrents directs sur le cloud gaming ayant opté, à l'instar de Google, de Sony ou de Microsoft, pour les puces et cartes graphiques d'AMD. C'est dans cet environnement nouveau où dominent les grands acteurs technologiques que les éditeurs comme les fabricants de consoles doivent désormais trouver leur place et repenser leur modèle d'affaires. À côté des initiatives de Google ou de Microsoft, des éditeurs comme Ubisoft ou Epic Games tentent eux aussi de faire émerger un écosystème leur permettant de devenir des acteurs essentiels du marché du jeu vidéo dématérialisé.

Parmi les annonces qui témoignent des évolutions à venir, celle de Google est sans doute la plus emblématique. Le 19 mars 2019, lors de la Game Developers Conference de San Francisco, Google a en effet annoncé le lancement d'une plateforme de cloud gaming baptisée Stadia ainsi que la création de son propre studio de jeux vidéo, Stadia Games and Entertainment. Pour Google, ce projet est rendu possible grâce au développement des connexions très haut débit dans le monde, condition sine qua non pour garantir une fluidité de l'expérience de jeu en cloud gaming. D'ailleurs, avant d'annoncer le lancement de Stadia, Google avait testé la faisabilité technique du cloud gaming grâce à un partenariat avec Ubisoft qui avait rendu accessible le jeu Assassin's Creed Odyssey via le navigateur Chrome.

Le 6 juin 2019, Google confirmait le lancement de Stadia en novembre 2019 en Amérique du Nord et en Europe. Le service sera accessible depuis les PC, les smartphones Pixel de Google et les téléviseurs connectés via une clé Chromecast. L'offre reste toutefois expérimentale : un test de connexion est proposé au préalable et le catalogue est limité. En effet, Stadia ne repose pas sur un abonnement illimité pour les nouveautés, lesquelles sont vendues à l'unité, l'accès en streaming remplaçant ici le téléchargement. Parce qu'il ne s'agit pas d'une offre de type Netflix qui, pour les gros joueurs, aurait eu l'avantage de baisser significativement le coût d'accès aux jeux, la plupart des éditeurs ont accepté de proposer sur Stadia quelques jeux phares de leur catalogue. Un abonnement est toutefois proposé à 9,99 euros, mais il porte uniquement sur des anciens jeux, les nouveautés restant commercialisées à l'unité. Par ailleurs, les joueurs pourront partager leurs parties sur YouTube, ce qui fait l'originalité de Stadia, qui construit ici une passerelle avec le principal actif de Google dans le jeu vidéo. En effet, YouTube fédère chaque jour quelque 200 millions d'internautes qui regardent en ligne des parties de jeux vidéo, une audience très grand public qui sera ainsi sensibilisée aux expériences proposées par Stadia. Enfin, rien ne dit que ce partage de vidéos ne sera pas possible aussi pour des parties en live, ce qui permettra à YouTube de concurrencer frontalement Twitch, le service de streaming live de jeux vidéo d'Amazon positionné sur le créneau de l'e-sport.

Cette offensive de Google dans le cloud gaming, qui rend potentiellement inutile la possession de consoles pour jouer aux jeux les plus complexes, gourmands en capacités de calcul, a suscité des réactions de la part de Microsoft et Sony, les fabricants respectifs de la Xbox et de la PlayStation. Si Sony est déjà présent dans le cloud gaming avec son service PlayStation Now lancé en 2014, quoique peu utilisé, seul Microsoft a véritablement les moyens de résister à l'offensive de Google car il dispose des infrastructures nécessaires au cloud gaming, Microsoft étant le deuxième acteur mondial du cloud computing derrière Amazon, et devant Google. Sony ne s'y est pas trompé puisque le groupe japonais a annoncé, le 17 mai 2019, un partenariat avec Microsoft, son concurrent sur le marché des consoles, afin d'« étudier des développements communs pour accompagner les services respectifs de jeux et contenus en streaming ». C'est donc Azure, le service de cloud de Microsoft, qui supportera techniquement les offres des deux premiers fabricants de consoles quand ils basculeront leurs jeux dans le cloud gaming.

Cette bascule ne signifie pas pour autant la mort des consoles, ce qu'a confirmé Microsoft lors de l'E3, le salon de référence pour les jeux vidéo, en juin 2019. Microsoft va certes lancer un service de cloud gaming baptisé Xcloud, mais ce service est pensé en complémentarité avec la console afin de poursuivre un jeu en mobilité quand l'expérience dans le foyer restera centrée sur la Xbox. Cité par Le Figaro, Phil Spencer, vice-président de Microsoft chargé des jeux vidéo, considère en effet que cette double approche est encore nécessaire afin d'éviter de « pousser à tout prix une technologie qui n'est pas forcément prête à être déployée dans tous les territoires ». Microsoft fabriquera donc bel et bien une nouvelle console, pour l'instant baptisée Scarlett et dont la sortie est prévue fin 2020. Cette dernière aura la particularité d'être tout à la fois une console de salon et un serveur informatique capable d'envoyer sur le smartphone du joueur les jeux qu'il aura préalablement stockés sur sa console. La console Scarlett sera ainsi un hybride entre la console de salon et les offres totalement dématérialisées.

Pour Microsoft, la technologie n'est pas la seule réponse adressée à ses concurrents. Le groupe a surtout mis en avant sa production de jeux vidéo, Microsoft ayant

racheté sept studios en 2018 pour en compter désormais 15 en tout. Ensemble, ils devraient produire une soixantaine de jeux en 2020 qui accompagneront la sortie de la nouvelle console et renforceront le service de téléchargement illimité de jeux du groupe, le Xbox Game Pass, lequel devrait récupérer trente de ces jeux en exclusivité. Disposer d'un catalogue de jeux, idéalement en exclusivité, devient d'autant plus essentiel que les concurrents se multiplient. Cette logique de catalogue comporte une autre conséquence. À côté des indispensables blockbusters, elle offre des occasions nouvelles de toucher un public élargi pour les développeurs indépendants, qui voient leurs jeux proposés sans facturation supplémentaire sur les services de téléchargement illimité. C'est le cas pour le Xbox Game Pass de Microsoft, lancé le 2017 et facturé 9,99 euros par mois, qui s'est imposé comme le premier service de ce type en nombre d'abonnés.

Quand un acteur ne dispose pas d'infrastructures techniques, à l'instar de Google ou de Microsoft, ni d'un catalogue susceptible de protéger son offre, il doit trouver d'autres moyens de s'imposer. C'est ce que tente actuellement le fabricant de cartes graphiques Nvidia, dont le succès repose sur le marché des PC dédiés au jeu vidéo et que le *cloud gaming* menace au premier chef en délocalisant les capacités de calcul sur des serveurs distants. Nvidia a ainsi créé son propre service de *cloud gaming*, GeForce Now, en version bêta depuis 2015, qu'il tente désormais de commercialiser auprès des opérateurs de télécommunications. L'objectif pour ces derniers, est d'optimiser la gestion de leur bande passante pour leurs abonnés, un moyen de leur offrir des services supplémentaires grâce au jeu en ligne.

Les grands acteurs technologiques ne sont pas les seuls à tenter de s'imposer sur le marché du jeu en ligne. Les studios sont également à la manœuvre, chacun avec des ambitions différentes. Ainsi, Ubisoft mise sur l'autodistribution pour limiter sa dépendance face aux acteurs intégrés en train d'émerger, qu'il s'agisse de Microsoft, de Google ou même d'Epic Games. En effet, si Ubisoft a été parmi les premiers, à travers son fondateur, à annoncer la mort programmée des consoles du fait du *cloud gaming*, il n'entend pas pour autant être victime de la « plateformisation » du marché comme ont pu l'être les majors

hollywoodiennes avec le développement du streaming vidéo sur abonnement. Le premier éditeur français de jeux vidéo, quatrième dans le monde, a ainsi annoncé, en juin 2019, le lancement de son propre service de jeux en ligne baptisé Uplay+. Commercialisé à partir du 3 octobre 2019, moyennant 14,99 euros par mois, le service proposera, comme le Xbox Game Pass, de télécharger de manière illimitée des jeux vidéo parmi un catalogue d'une centaine de titres PC développés par Ubisoft. L'éditeur français reproduit ici l'initiative d'Electronic Arts qui, un an plus tôt, avait lui aussi annoncé le lancement d'Origin Access, son propre service de téléchargement. Dans les deux cas, il s'agit pour les éditeurs de fidéliser leurs joueurs les plus fidèles tout en ayant les moyens de conserver, à l'avenir. l'essentiel des revenus des abonnements.

Avec le *cloud gaming*, le risque est de voir s'imposer les plateformes les plus performantes, au premier rang desquelles celles de Google et de Microsoft, qui pourront compter sur l'infrastructure technique des deux groupes. Or, le partage de la valeur est dans ce cas plus défavorable aux éditeurs. Pour les ventes à l'unité, les plateformes prélèvent une commission, comme sur les magasins d'applications dans l'univers mobile. Pour les services de jeux en illimité, et une fois déduite la commission de la plateforme, les éditeurs récupèrent une part du montant de l'abonnement, indexée sur le temps que l'utilisateur a consacré à leurs jeux. Ils sont donc en concurrence avec les autres éditeurs au sein d'un catalogue élargi et ils dépendent des stratégies de référencement de la plateforme, ce qui limite d'autant leur pouvoir de négociation. C'est la raison pour laquelle Ubisoft développe ses propres services, même si l'éditeur français est le partenaire de Google dans le projet Stadia. Il a d'ailleurs obtenu de Google de proposer Uplay+ en streaming sur Stadia dès 2020, ce qui lui permettra de contrôler son catalogue et donc son offre éditoriale y compris dans l'univers d'un acteur tiers du cloud gaming.

Mais le risque de la dépendance reste très grand pour les éditeurs de jeux vidéo qui, même en contrôlant leur offre dans le *cloud gaming*, pourront perdre l'avantage face aux plateformes si certaines parviennent à fédérer des communautés massives. C'est ce qui est arrivé aux majors de la musique sur YouTube qui, avec leur

service Vevo, contrôlent la mise en ligne de leurs titres mais dépendent de YouTube pour leur apport d'audience. Afin d'éviter cette dépendance, certains éditeurs tentent de mettre sur pied leur propre écosystème dans le jeu vidéo en ligne, à l'exemple d'Epic Games.

Le studio américain s'est imposé comme un acteur majeur du marché grâce au succès de Fortnite. Lancé en 2017, le jeu free to play a vu son nombre de joueurs atteindre des sommets en 2018 grâce au succès de son mode battle royale qui permet des compétitions entre joueurs jusqu'à ce qu'il n'en reste plus qu'un. Au premier trimestre 2019, Fortnite cumulait ainsi 250 millions de joueurs, dont certains ont accepté d'acheter des contenus additionnels, ce qui aurait rapporté à Epic Games quelque 2,4 milliards de dollars en 2018 selon le cabinet SuperData. Grâce à ces revenus importants, Epic Games pourra financer l'émergence d'un écosystème complet dans le jeu vidéo qui lui permettra de s'émanciper des plateformes que sont les magasins d'applications comme les sites de téléchargement de jeux. Ainsi Fortnite n'est pas disponible sur le Play Store parce qu'Epic Games y dénonce la commission de 30 % sur les achats qui y sont effectués (voir La rem n°49, p.80), la marge étant de 300 à 400 % pour les plateformes selon Tim Sweeney, fondateur d'Epic Games.

Le studio a donc décidé de lancer sa propre plateforme de téléchargement en décembre 2018, et a ramené la commission prélevée de 30 à 12 %. En l'occurrence, il attaque les magasins d'applications pour smartphones qui sont les principaux distributeurs de jeux sur mobile mais également le leader du téléchargement de jeux pour PC, l'américain Steam. Ce dernier ne s'y est pas trompé et a abaissé ses commissions dès décembre 2018, la commission de 30 % passant à 25 % pour les jeux générant plus de 10 millions de dollars de chiffre d'affaires, et même à 20 % pour un chiffre d'affaires de 50 millions de dollars, ce qui permet à Steam d'avantager les licences des grands éditeurs, seules capables de générer autant de revenus. L'Epic Games Store représente donc une offre alternative qui s'adresse d'abord aux développeurs indépendants, peu visibles dans le gigantesque catalogue de Steam, et moins

favorisés que les grands éditeurs et leurs licences phares. Il reste que l'Epic Games Store aura besoin de jeux populaires pour attirer les internautes et les convaincre de se détourner de Steam, lequel fédérait, fin 2018 quelque 90 millions de joueurs actifs chaque mois. Fortnite y contribuera ainsi que quelques grands studios. Ubisfoft a ainsi choisi l'Epic Games Store pour commercialiser son nouveau jeu, Tom Clancy's The Division 2, lancé en mars 2019 et proposé également sur Uplay+ mais pas sur Steam. Pour disposer de cette franchise, l'Epic Games Store aurait, selon Les Echos, assuré à Ubisoft un minimum garanti de 50 millions de dollars, soit près de la moitié des coûts de développement du jeu. Les mêmes arguments ont convaincu le studio français Focus Home Interactive de distribuer en exclusivité sur l'Epic Games Store, et non sur Steam, son jeu World War Z, sorti en avril 2019. Un autre studio français, Bigben Interactive, a franchi le pas à son tour en mai 2019 en contrepartie d'un minimum garanti. À mesure que les sites de téléchargement se multiplieront, le contrôle d'exclusivités et la qualité du catalogue deviendront en effet essentiels pour les distributeurs qui devront de plus en plus rémunérer les studios pour sécuriser l'accès à leurs jeux.

Par ailleurs, Epic Games ne se limite pas à la production et à la distribution de jeux où il est en concurrence avec Steam pour les jeux sur PC mais également avec les services développés par les éditeurs de consoles, comme Xbox Game Pass. Le groupe a en effet lancé son propre moteur de développement de jeux vidéo, baptisé Unreal Engine, financé, comme les sites de téléchargement, grâce aux commissions versées par les développeurs. En effet, si le logiciel est en accès libre, les développeurs s'engagent à reverser à Epic Games 5 % des revenus des jeux créés avec Unreal Engine, dès 3 000 dollars de chiffre d'affaires. Cette commission est annulée si les jeux sont vendus sur l'Epic Games Store, le lancement du service de téléchargement tenant compte ainsi de la naissance d'un écosystème, complet qui va des logiciels de création jusqu'à la distribution des jeux. Cet écosystème est performant puisque le titre phare du groupe en est issu : Fortnite a été créé avec Unreal Engine et sa distribution passe prioritairement par l'Epic Games Store afin de boycotter les commissions des autres plateformes. Epic Games se met donc en situation de devenir un acteur, sinon indispensable, du moins important, du marché du jeu vidéo. En effet, disposer d'un moteur de développement permet de fidéliser les développeurs et de se constituer un catalogue de jeux, au moment même où la concurrence sur les contenus s'intensifie parce que les services de distribution se multiplient.

Tout l'enjeu sera donc, pour les acteurs du jeu vidéo, à l'instar d'Ubisoft, d'Electronic Arts ou encore d'Epic Games, de faire la preuve de leur capacité à proposer un univers suffisamment puissant qui leur permette de s'affranchir des plateformes ou, au moins, de ne pas tomber sous leur dépendance. En effet, si le cloud gaming en est encore au stade de l'expérimentation, si le marché du téléchargement de jeux est encore ouvert, ce n'est pas le cas sur le marché du jeu sur mobile où les magasins d'applications de Google et d'Apple contrôlent la distribution. Or ces deux acteurs multiplient les initiatives. Après Stadia de Google, Apple a dévoilé ses ambitions lors de sa conférence Show Time, le 25 mars 2019, où les nouveaux services du groupe ont été mis à l'honneur. Outre la vidéo en streaming et une offre de presse en illimité (voir La rem n°50-51, p.60), Apple a également annoncé le lancement d'Arcade, un service donnant accès à un catalogue de jeux sur mobile, qui mise là encore sur l'abonnement comme mode le plus attrayant de distribution. Certes, l'AppStore compte déjà 300 000 jeux vidéo, mais il s'agit de jeux à télécharger, à l'unité. Grâce à la logique d'abonnement et au streaming illimité, Arcade se veut à l'inverse une porte d'entrée unique dans l'univers du jeu vidéo qui permettra d'échapper à la publicité et aux micro-paiements et de découvrir l'étendue du catalogue proposé. Apple se donne par ailleurs les moyens du succès puisque le groupe envisage de mobiliser jusqu'à un demi-milliard de dollars pour s'offrir des exclusivités. Cette initiative d'Apple dans la distribution de jeux vidéo, si elle se cantonne encore au mobile, pourrait donc être lourde de conséquences. Apple a en effet rappelé, lors de son annonce, qu'il compte un milliard de joueurs parmi les utilisateurs de ses équipements. Et Apple tente de les convertir progressivement à des services par abonnement, ce qu'il maîtrise déjà comme en témoigne le succès d'Apple Music lancé en 2015. Outsider sur le marché du jeu vidéo, Apple a ainsi opté pour un tarif d'abonnement attrayant pour son service Arcade, lequel a été lancé le 19 septembre 2019 dans plus de 150 pays au prix de 4,99 dollars pour une période d'essai de 30 jours. Enfin, un abonnement d'un an à Arcade est offert à tous les acheteurs de nouveaux terminaux Apple, de quoi faire découvrir rapidement le nouveau service.

AJ

#### Sources:

- « Le créateur de Fortnite lance sa boutique de jeux »,
   Lucie Ronfaut, Le Figaro, 6 décembre 2018.
- « Steam : le géant de la vente en ligne de jeux vidéo PC attaqué de toutes parts », Nicolas Richaud, Florian Dèbes, Les Echos, 26 décembre 2018.
- « 2018, la folle année d'Epic Games », Chloé Woitier, Le Figaro, 4 janvier 2019.
- « Apex Jegends, l'anti-Fortnite d'Electronic Arts, démarre sur les chapeaux de roues », Florian Dèbes, *Les Echos*, 12 février 2019.
- « 200 millions de personnes regardent du jeu vidéo tous les jours sur YouTube Gaming », interview de Ryan Watt, responsable jeu vidéo et réalité virtuelle de YouTube, par Florian Dèbes, *Les Echos*, 15 février 2019.
- « Année record pour le jeu vidéo en France »,
   Florian Dèbes, Les Echos, 20 février 2019.

- « Le marché du jeu vidéo en France à son plus haut historique », Chloé Woitier, Le Figaro, 20 février 2019.
- « Ubisoft veut faire de son jeu vidéo The Division 2 sa future locomotive », Florian Dèbes, *Les Echos*, 15 mars 2019.
- « Google dévoile son Netflix du jeu vidéo »,
   Florian Dèbes, Les Echos, 20 mars 2019.
- « Le phénomène Fortnite approche des 250 millions de joueurs », Florian Dèbes, Les Echos, 25 mars 2019.
- « Avec Arcade, Apple mise aussi sur un abonnement dans le jeu vidéo », Florian Dèbes, Les Echos, 27 mars 2019.
- « Apple mise plus de 500 millions de dollars sur son offre de jeux vidéo », Nicolas Richaud, Les Echos, 15 avril 2019.
- « Nvidia se rapproche des opérateurs télécoms »,
   Florian Dèbes, Les Echos, 30 avril 2019.
- « Jeu en streaming : Sony et Microsoft unis face à Google », Les Echos, 20 mai 2019.
- « Avec Stadia, Google s'attaque aux jeux vidéo »,
   Chloé Woitier, Le Figaro, 7 juin 2019.
- « Microsoft contre-attaque face à Google », Florian Dèbes, Les Echos, 11 juin 2019.
- « Pour Microsoft, les consoles de jeu restent la priorité face au streaming », Chloé Woitier, Le Figaro, 12 juin 2019.
- « Ubisoft lance Uplay+, une offre d'abonnement à ses jeux vidéo », Florian Dèbes, Les Echos, 12 juin 2019.
- « Ubisoft élargit son univers aux films et séries »,
   Chloé Woitier, *Le Figaro*, 13 juin 2019.
- « Apple lance Arcade, son service de jeux vidéo »,
   Lucie Ronfaut, *Le Figaro*, 20 septembre 2019.

## Les États-Unis autorisent la fusion entre T-Mobile et Sprint

Les promesses impérieuses de la 5G et ses investissements stratégiques conduisent les autorités américaines à autoriser la fusion T-Mobile – Sprint. Dish récupère des fréquences et des abonnés pour limiter les effets du passage de quatre à trois opérateurs mobiles.

lors que les États-Unis sont engagés dans une guerre technologique avec la Chine (voir *La rem* n°49, p.101), la 5G devient un enjeu majeur, tant en termes de compétitivité économique que de capacité à influencer les standards dominants des futures industries connectées. Or, construire des réseaux 5G demande des investissements importants de la part des opérateurs. C'est cet impératif qui a conduit successivement la Federal Communication Commission (FCC) et le Department of Justice (DoJ) à autoriser la fusion entre T-Mobile et Sprint, avortée en 2014, puis en 2017, avant l'annonce d'un accord en avril

2018 entre les deux entreprises (voir *La rem* n°48, p.69).

Dans cette fusion, T-Mobile, contrôlé par Deutsche Telekom, devient l'actionnaire majoritaire avec une participation de 42 % selon le comité américain sur les investissements étrangers aux États-Unis. Sprint, propriété du japonais Softbank, ne détiendra que 27 % du nouvel ensemble. Réunis, les deux acteurs vont représenter 80 millions d'abonnés dans le mobile contre 155 millions pour AT&T et 118 millions pour Verizon. De ce point de vue, le marché américain des télécommunications se consolide mais sous certaines conditions.

Le 20 mai 2019, la FCC a donné son accord pour la fusion à 26 milliards de dollars tout en vérifiant au préalable la réalité des économies que cette fusion doit engendrer. Ces économies devront ensuite se traduire dans des investissements visant à désenclaver certains territoires américains, les deux opérateurs fusionnés s'engageant à fournir un débit d'au moins 100 mégabits par seconde à 66 % des Américains dans les trois ans suivant la fusion. Enfin, pour que cette dernière ne conduise pas à une augmentation des tarifs des abonnements, le nouvel ensemble s'engage à céder la filiale Boost Mobile de Sprint qui vend des forfaits prépayés, les moins chers du marché, afin qu'une alternative low-cost soit pérennisée, y compris sur un marché des télécoms dominé par trois géants.

Le 26 juillet 2019, le DoJ donnait à son tour son accord sur le projet de fusion alors qu'il avait exigé de plus amples informations sur les économies qu'elle doit générer, ce qui révèle l'importance de l'enjeu associé à la construction des futurs réseaux 5G. Cette fois-ci, la problématique concurrentielle ne l'a donc pas emporté, qui avait conduit le DoJ à empêcher le rachat de T-Mobile par AT&T en 2011, comme elle avait dissuadé une première fois T-Mobile et Sprint

de fusionner en 2014. La nouvelle entité va ainsi détenir le plus grand nombre de fréquences aux États-Unis, ce qui autorise une optimisation du spectre, Sprint disposant de beaucoup de fréquences quand T-Mobile bénéfice de son dynamisme commercial et voit ses besoins en capacités de transport augmenter. En devant gérer un réseau, la nouvelle entité devrait réaliser en tout quelque 43 milliards de dollars d'économies, de quoi financer un réseau 5G et couvrir aussi les territoires reculés des États-Unis. En cette occurrence, le DoJ a été plus sévère que la FCC. S'il entérine la nécessité d'une revente de Boost Mobile. c'est preuve à l'appui. Son autorisation n'a en effet été donnée qu'une fois un contrat signé entre Sprint, T-Mobile et Dish dans lequel Dish rachète, pour 5 milliards de dollars, la filiale Boost Mobile mais également des fréquences. Dish s'engage par ailleurs à conserver ces actifs au moins trois ans, Sprint et T-Mobile garantissant de leur côté à Dish l'accès à leur réseau pendant sept ans, ainsi que la fourniture d'une assistance technique aux 9 millions de clients de Boost. Certes, ce vivier d'abonnés est bien trop faible pour qu'émerge un quatrième opérateur mobile aux États-Unis face à AT&T, Verizon et T-Mobile-Sprint. Mais des acteurs du câble ou des nouveaux venus sur le marché des télécoms, comme Amazon, pourront à terme renforcer Dish ou racheter son nouvel actif.

AJ

#### Sources:

- « Doutes autour du projet de fusion entre T-Mobile et Sprint », Lucas Mediavilla, Raphaël Balenieri, Les Echos, 18 avril 2019.
- « La fusion Sprint et T-Mobile adoubée par le régulateur »,
   Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 21 mai 2019.
- « La méga-fusion Sprint T-Mobile dans l'incertitude »,
   S. Dum., Les Echos, 3 juin 2019.
- « La justice américaine valide la méga-fusion entre T-Mobile et Sprint », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 29 juillet 2019.

# Apple s'empare des puces d'Intel dans un contexte de guerre technologique

Les services sont le relais de croissance d'Apple mais ils dépendent de l'existence d'un parc important d'utilisateurs de matériel Apple. Le groupe ne saurait donc manquer aucun virage technologique, notamment la 5G, ce qui explique le rachat des puces modem d'Intel.

n présentant l'iPhone 11, le 10 septembre 2019, lors de sa keynote annuelle, Apple a insisté d'abord sur ses services, lesquels sont le nouveau relais de croissance du groupe alors que les ventes d'iPhone sont en baisse depuis 2018 (voir La rem n°50-51, p.60). Cette stratégie se traduit d'ailleurs dans le chiffre d'affaires du groupe. À l'occasion de la présentation des résultats de son troisième trimestre, le 30 juillet 2019, Apple a indiqué que les ventes d'iPhone représentent désormais moins de la moitié du chiffre d'affaires du groupe, une situation qui ne s'était plus produite depuis 2012, les services (20 % du chiffre d'affaires) et les accessoires (10 % du chiffre d'affaires, autant que les ventes de Mac) ayant pris le relais. Par ailleurs, la marge générée par les services, 64 %, est littéralement « stratosphérique », ce qui compense en grande partie le repli des ventes d'iPhone.

Les services d'Apple sont d'abord consommés depuis des terminaux Apple, le groupe revendiquant une base installée de 1,4 milliard d'appareils. Apple ne peut donc pas se permettre de délaisser ses produits technologiques phares, mais il peut en faire le vecteur de revenus décalés dans le temps, quand les utilisateurs de ces derniers s'abonneront ensuite aux services de la marque. C'est ce qui explique l'importante baisse des prix des anciens modèles d'iPhone, après l'annonce de la sortie de l'iPhone 11, le dernier modèle commercialisé étant l'iPhone 8 à un peu plus de 500 euros. D'ailleurs, l'iPhone 11 ne propose pas de puce 5G quand tous les autres grands fabricants de smartphones le font. L'iPhone 11 vise d'abord les derniers clients pour la 4G, Apple considérant que la 5G n'est

pas mûre (le réseau est de fait quasi inexistant en 2019). L'iPhone 11 n'a donc pas vocation à générer des ventes importantes, que seule la nécessité d'un renouvellement complet du parc peut entraîner à l'occasion d'une rupture technologique, ce qui sera le cas en 2021 avec l'arrivée d'un iPhone 5G. Dans l'attente, les anciens modèles encore commercialisés devraient même l'emporter sur l'iPhone 11, en volume de ventes, du fait de leur tarif abordable. C'est cette politique de baisse des prix qui explique encore la résilience d'Apple en Chine, malgré le conflit entre les États-Unis et Huawei et le nationalisme revendiqué des consommateurs chinois qui soutiennent par leurs achats le fleuron national des télécommunications (voir La rem n°49, p.101). À chaque fois, l'objectif est de maintenir la base installée d'utilisateurs d'appareils Apple, ce qui suppose de résister aux concurrences multiples des acteurs asiatiques : au deuxième trimestre 2019, Apple détenait ainsi encore 10,5 % du marché mondial des smartphones, derrière Huawei (15,8 %) et Samsung (20,4 %).

Si Apple s'autorise un certain attentisme dans l'innovation technologique, le groupe ayant pour stratégie de proposer des avancées techniques quand le marché est véritablement prêt à les accueillir (voir *La rem* n°33, p.56), il n'échappe guère à la nécessité de maîtriser l'innovation en temps voulu. Or, concernant la 5G, l'enjeu est majeur. Il est technologique, industriel et politique.

L'enjeu est technologique et industriel car la 5G est un réseau d'un genre nouveau qui connectera certes des smartphones, mais surtout une kyrielle d'objets grâce auxquels de nombreux services seront proposés en ligne. Parce que la 5G va transformer des pans entiers de l'économie et permettra même l'uberisation, son contrôle est essentiel, ce que les politiques ont bien compris quand Donald Trump fait tout pour retarder l'avancée technologique des groupes chinois (voir infra). Dès lors, les smartphones 5G ne pourront pas être équipés de composants mondialement disponibles, comme ce fut le cas depuis la 3G, les grands fournisseurs de puces étant Samsung et Qualcomm (voir supra). En effet, le contrôle des composants sera, dans une économie irriguée par la 5G, un moyen de contrôler l'innovation.

Les fabricants de smartphones ont repensé leur stratégie en conséquence. Samsung a depuis longtemps internalisé la production de ses puces, qu'il commercialise par ailleurs auprès de ses concurrents et qui génèrent 75 % des bénéfices du groupe. Huawei développe ses compétences pour se passer des fournisseurs étrangers, le chinois produisant une partie de ses puces dans sa filiale HiSilicon. Quant à Apple, le groupe est le chantre de l'internalisation puisqu'il propose un écosystème fermé à ses clients, même s'il n'est pas un spécialiste de l'industrie des micro-processeurs, ce que confirme la mention sur ses iPhone : « Designed in California, assembled in China ». Si Apple a d'abord maîtrisé le design, l'expérience marketing, les interfaces logicielles avec son propre OS, ainsi que la gestion de chaînes délocalisées de production, le groupe s'attelle désormais à développer en interne une connaissance technologique pour résister à ses concurrents, le contrôle de la fabrication des puces étant un moven efficace de concrétiser rapidement des innovations dans ses terminaux.

En 2010, Apple a développé ses premières compétences en électronique avec la maîtrise de son processeur. Depuis, le groupe renforce progressivement ses compétences, mais souvent par des rachats stratégiques qui lui permettent d'intégrer dans ses équipes des ingénieurs spécialisés. En 2018, le groupe a racheté son fournisseur Dialog Semiconductor pour 600 millions de dollars afin de prendre le contrôle des puces de gestion de l'alimentation électrique de ses appareils. En ce qui concerne les puces mémoire, Apple semblait s'en remettre à Qualcomm à la suite de l'accord récemment trouvé avec le fournisseur américain, qui fournira Apple jusqu'en 2021, et qui sera ainsi le partenaire du futur iPhone 5G. Sauf qu'à peine l'accord signé avec Qualcomm, en avril 2019, Apple rachetait en juillet 2019 l'activité puces pour modem d'Intel pour un milliard de dollars, ce qui fait de cette opération la deuxième opération la plus importante jamais réalisée par Apple après le rachat des casques Beats. Apple espère ainsi développer ses propres puces 5G, Intel ayant décidé de céder cette activité après l'accord entre Apple et Qualcomm. En effet, les puces modem nécessitant des investissements massifs en R&D et devant être amorties sur de gros volumes, seuls les acteurs adossés à un ou plusieurs des plus importants vendeurs de smartphones dans le monde peuvent survivre. Intel en a tiré toutes les conséquences en perdant Apple comme client. Il se retire donc du marché et transfère à Apple quelque 2 200 salariés et 17 000 brevets afin qu'Apple se passe de Qualcomm à moyenne échéance. Il y aura donc un après-Qualcomm chez Apple, probablement après 2021, le temps pour Apple de maîtriser progressivement la technologie 5G.

Ce choix stratégique met fin à un cycle dans l'industrie du smartphone qui avait historiquement donné l'avantage à des acteurs indépendants dans la conception des puces, dont Qualcomm et sa stratégie fabless (sans usine, sans unité de fabrication), reposant sur la vente de licences. Qualcomm s'est en effet imposé comme un acteur mondial grâce aux générations de smartphones 3G puis 4G pour lesquelles les fabricants de smartphones n'avaient pas misé sur l'internalisation pour leurs composants. Ces premières générations de l'internet mobile sont celles qui ont vu émerger des constructeurs nouveaux, venus principalement de Chine et qui dépendaient de la compétence technologique de fournisseurs étrangers afin de pouvoir s'imposer face aux anciens leaders intégrés de l'univers 2G, dont le finlandais Nokia. Avec la 5G, la configuration sera différente, trois géants intégrés sont en train d'émerger : Samsung qui fabrique depuis toujours ses puces, Huawei qui intègre progressivement cette compétence, Apple avec les puces d'Intel.

AJ

#### Sources:

- « En rachetant une partie d'Intel, Apple fait le pari de l'internalisation », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 24 juillet 2019.
- « Apple rachète les puces 5G pour smartphones d'Intel », Nicolas Richaud, Les Echos, 29 juillet 2019.
- « Apple réduit sa dépendance à l'égard de l'iPhone et rassure la Bourse », Nicolas Rauline, Les Echos, 1<sup>er</sup> août 2019.
- « Apple récolte les fruits de sa stratégie de diversification »,
   Ingrid Vergara, Le Figaro, 1<sup>er</sup> août 2019.

# CBS et Viacom regroupés à nouveau

Après douze ans de séparation, CBS et Viacom fusionnent de nouveau. Mais le nouveau géant américain des médias est encore loin d'avoir la taille critique nécessaire pour faire face à Netflix, Amazon ou Disney.

élévision gratuite et chaînes payantes du câble, production audiovisuelle et cinématographique: tous ces secteurs sont amenés à repenser leurs modèles d'affaires parce que Netflix a imposé avec succès la SVoD par abonnement. Après la fusion entre AT&T et Time Warner puis le rachat de la Fox par Disney (voir *La rem* n°45, p.43), c'est au tour de Viacom et de CBS de fusionner pour disposer d'une taille critique mieux adaptée à la nouvelle configuration du marché.

Annoncé le 13 août 2019, l'accord de fusion met fin à plusieurs années de tensions entre les deux sociétés qui partagent pourtant le même actionnaire, National Amusements, holding de la famille Redstone. Ainsi, en avril 2018, CBS avait proposé de racheter Viacom, une offre retirée dès septembre 2018 : les équipes de CBS craignaient une dilution dans Viacom alors que leur groupe était pourtant plus performant. C'est ce point que tranche l'acte de fusion, dans un jeu de balancier entre les deux groupes. La fusion réunit au sein d'un même groupe deux entreprises qui ont été réunies déjà à deux reprises. Créés en 1971, les deux groupes sont issus d'une scission imposée par les autorités de la concurrence, une première séparation qui durera jusqu'en 1999, date à laquelle Viacom pourra racheter CBS. À l'époque, les activités de Viacom dans les chaînes câblées (MTV, Nickelodeon, Comedy) sont très rentables alors que les activités de télévision en clair du Networks CBS, engagé également dans la musique (Columbia Records) et l'affichage (CBS Outdoor) sont plus malmenées. En 2006, les deux groupes se séparent de nouveau, afin que les performances de Viacom ne soient pas entravées par les déboires de CBS.

Depuis, les équilibres se sont inversés. CBS s'est débarrassé de ses activités d'affichage en 2013 et de radio en 2017 pour se concentrer sur ses activités de network (le réseau CBS, un des diffuseurs américains de sport en clair) et ses chaînes payantes haut de gamme, avec notamment le développement d'une production interne de séries de qualité (Showtime). Le groupe s'est par ailleurs positionné sur le marché de la SVoD avec CBS All Access et un service de SVoD siglé Showtime qui fédèrent ensemble 8 millions d'abonnés. En 2018, CBS a ainsi réalisé 15 milliards de dollars de chiffre d'affaires pour une valorisation boursière de 18 milliards de dollars.

Pour Viacom, les performances sont plus décevantes parce que le groupe est victime du cord cutting alors qu'il avait bâti son succès sur les chaînes jeunesse (Nickelodeon), sur la musique (MTV) et l'humour (Comedy). Le groupe contrôle également les studios Paramount, ses activités de production étant désormais plus porteuses que ses activités de télévision payante parce que les services de SVoD ont fait s'envoler le coût des droits. Il reste que Viacom paie cher la dégradation de l'environnement économique des chaînes du câble : le groupe a réalisé en 2018 un chiffre d'affaires de 13 milliards de dollars pour une valorisation boursière de 12,6 milliards de dollars. En 2006, quand Viacom s'était séparé de CBS, il valait plus du double, à 26 milliards de dollars, sa valorisation boursière ayant même grimpé jusqu'à 38 milliards de dollars au début des années 2010 avant que le succès de Netflix n'inverse la tendance.

Avec la fusion, les deux entités représentent ensemble une valorisation boursière de 30 milliards de dollars pour un chiffre d'affaires légèrement inférieur. Le rapprochement devrait améliorer leurs perspectives financières puisqu'il doit produire 500 millions d'économies. Rebaptisé ViacomCBS, le nouveau géant américain des médias devrait aussi mieux peser dans les négociations avec les annonceurs ou avec les opérateurs du câble quand il s'agira de commercialiser ses espaces publicitaires comme ses chaînes.

ViacomCBS est cependant très loin de la taille critique qui lui permettrait de contrer Netflix ou de répondre aux initiatives d'Apple, d'Amazon ou de Disney dans la SVoD. Le nouvel ensemble s'est donc présenté comme fournisseur de programmes pour les plate-formes plus que comme un acteur totalement intégré ayant vocation à conserver ses productions en exclusivité, sauf s'il grossit encore pour s'imposer face aux géants américains. Quelques actifs stratégiques sont d'ailleurs sur le marché. Le studio Lionsgate cherche à se débarrasser de la chaîne payante Starz et de ses activités de production, dont le profil est proche de Showtime. Des discussions avec CBS avaient d'ailleurs été engagées en ce sens. Enfin, Discovery fait partie des cibles, le groupe contrôlé par John Malone

proposant aux États-Unis de nombreuses chaînes payantes de télévision.

AJ

#### Sources:

- « Lions Gate is still interested in selling Starz to CBS then might have to merge with MGM to stay relevant », Alex Sherman, cnbc.com, 21 mai 2019.
- La mégafusion entre CBS et Viacom de nouveau sur la table », Nicolas Richaud, Les Echos, 21 mai 2019.
- « MTV, Paramount et CBS à nouveau réunis dans le même empire », Nicolas Madelaine, Les Echos, 16 août 2019.

## L'État de Californie adopte une loi anti-ubérisation

Le Sénat et l'Assemblée de Californie viennent d'adopter une loi révisant les critères de détermination d'un contrat de travail. Celle-ci aurait pour effet de permettre la requalification des contrats liant un certain nombre de travailleurs aux plateformes d'économie collaborative comme Uber.

et's be clear : there is nothing innovative about underpaying someone for their labor ». Ainsi s'est exprimée la sénatrice de Californie Maria Elena Durazo le 11 septembre 2019, alors que le Sénat et l'Assemblée de l'État américain sont en passe d'adopter une loi révisant les critères de détermination d'un contrat de travail. Le nouveau

texte pourrait entraîner la requalification en salariés des travailleurs de certaines plateformes de mise en relation<sup>1</sup>. Le modèle économique de ces dernières subit un nouveau revers, là même où l'entreprise Uber a établi son siège social depuis une dizaine d'années. Près d'un million de travailleurs pourraient bénéficier de cette requalification rien qu'en Californie, d'autres États pouvant s'inspirer de cette législation plus protectrice. Alors que plusieurs juridictions européennes, et notamment la juridiction française ont déjà statué en ce sens, le législateur californien entend ainsi entériner une décision de la Cour suprême rendue le 30 avril 2018<sup>2</sup>, qui s'inscrivait dans le même mouvement de requalification des emplois dits « atypiques », dénoncés en 2016 par l'OIT (Organisation internationale du travail)3.

# L' « ABC test » consacré par la Cour suprême de Californie

Dans sa décision du 30 avril 2018, la Cour a rappelé les enjeux liés à la qualification de salarié, tant pour les

employés que pour les employeurs. Comme en Europe, le statut de salarié offre un certain nombre d'avantages sociaux au bénéfice des travailleurs (assurance chômage, salaire minimum, encadrement des conditions de travail et des horaires...), les employeurs devant pour leur part s'acquitter d'un certain nombre de cotisations sociales. Par ailleurs, la Cour a rappelé les effets anticoncurrentiels que peut provoquer une mauvaise qualification des travailleurs. Les entreprises ayant abusivement opté pour le statut d'indépendant bénéficieraient d'un avantage sur celles ayant recours à des salariés, ne serait-ce qu'au regard du moindre coût par employé. C'est pourquoi la Cour est venue préciser les critères permettant de distinguer un travailleur indépendant d'un salarié. Ceux-ci sont au nombre de trois et doivent être examinés de manière cumulative, d'où l'expression triple test (ABC test). L'ancienne « version » du test, qui datait d'une jurisprudence de 1989<sup>4</sup>, s'attachait davantage au critère de l'absence de lien de subordination, neuf autres facteurs pouvant être pris en compte pour confirmer ou infirmer la qualification de travailleur indépendant (niveau de qualification requis, propriété du matériel nécessaire pour l'exécution de la prestation, possibilité de mettre un terme à la relation sans motif, durée de celle-ci ou encore modes de paiement utilisés).

Désormais, selon les juges, un travailleur doit être considéré comme indépendant lorsqu'il remplit les trois conditions suivantes :

- Il n'est pas soumis à un pouvoir de direction et de contrôle de la part de l'entreprise ayant recours à ses services, que ce pouvoir soit prévu dans le contrat ou qu'il soit purement factuel.
- L'activité qu'il effectue n'est pas en relation directe avec celle de l'entreprise ayant recours à ses services.
- L'activité est effectuée de manière régulière, rétribuée et indépendante par le travailleur, y compris avec d'autres entreprises ou clients.

À défaut de l'une de ces conditions, une présomption de salariat profitera au travailleur chargé d'exécuter une prestation de service. Celle-ci est bien sûr plus « accueillante », l'absence de lien de subordination ne constituant plus le critère principal permettant d'exclure le caractère indépendant de la relation. La solution se comprend au regard des faits de l'espèce, qui concernaient plusieurs employés d'une entreprise de transport. Initialement traités comme des salariés, ceux-ci ont contesté la conversion « forcée » de leur statut en celui de travailleurs indépendants, alors qu'ils continuaient d'exercer la même activité pour le compte de leur ex-employeur.

Bien que bénéfiques pour les travailleurs, les effets du nouveau test ont pu être dénoncés en ce qu'ils risquent de contrarier le développement des petites entreprises qui ne disposent que de faibles marges financières<sup>5</sup>.

#### La proposition de loi AB5

Cette importante jurisprudence a été suivie dès le 3 décembre 2018 de la proposition de loi précitée (Assembly Bill n° 5, dite AB5), qui vient d'être adoptée par l'Assemblée et le Sénat de Californie<sup>6</sup>. Son objectif principal est d'entériner le nouveau test dans le Labor Code. Celui-ci permettra de renforcer la présomption de salariat qui bénéficie à toute personne effectuant une prestation de service contre rémunération.

Outre les arguments déployés par la Cour suprême, le préambule de la proposition rappelle que la classification erronée de salariés en travailleurs indépendants constitue un important facteur de précarité et d'inégalité salariale. Le durcissement du triple-test permettra donc à plusieurs millions de travailleurs de bénéficier des avantages et de la protection sociale, garantis par les lois californiennes aux salariés. À ce titre, la Californie conforte sa réputation d'État particulièrement protecteur en matière de législation du travail. Malgré les critiques, celle-ci n'a pas empêché le développement, parfois jugé surprenant<sup>7</sup>, d'un très grand nombre de start-up performantes, notamment dans le domaine des nouvelles technologies. On doit néanmoins relever que la loi ménage plusieurs exceptions au triple-test. Des professions resteront ainsi gouvernées par l'ancienne version du test (notamment les avocats, architectes, ingénieurs, courtiers, agents immobiliers, pêcheurs commerciaux, professions médicales...). L'entrée en vigueur de la loi est normalement prévue pour le 1er janvier 2020, une fois que celle-ci aura été promulguée par le gouverneur de Californie.

Bien que son champ d'application soit indifférencié, il est certain que les travailleurs employés par les plateformes numériques de mise en relation figurent parmi les principales cibles du nouveau texte. C'est pourquoi les entreprises Uber et Lyft ont engagé, depuis plusieurs mois, une intense campagne de communication et de lobbying afin d'obtenir également une exemption dans la version finale du texte. Elles reconnaissent que leur succès tient notamment à la flexibilité des services qu'elles proposent... mais aussi aux économies qu'elles réalisent en optant délibérément pour le statut de travailleur indépendant. Elles invoquent par ailleurs le fait qu'elles ne sont pas propriétaires des véhicules utilisés par les chauffeurs partenaires, ce critère figurant parmi ceux de l'ancienne version du test. L'exemption, finalement, ne leur sera pas accordée. Les chauffeurs Uber ont naturellement soutenu la proposition de loi, alors que l'entreprise est en contentieux à propos de leur statut8.

Compte tenu des précédents européens, l'application du triple test devrait logiquement entraîner la requalification des contrats liant les chauffeurs et livreurs employés par ces entreprises. Comme cela a été relevé dans les affaires « Take eat easy »9 et « Uber »10 en France (voir La rem n°49, p.23), ces travailleurs se soumettent à un contrôle étroit de l'entreprise sur leurs conditions de travail, via des systèmes de géolocalisation, notamment en ce qui concerne le choix des clients, l'itinéraire à suivre ou même leur performance. Le non-respect des conditions fixées par l'entreprise peut influencer le prix de la course, et même justifier une désactivation unilatérale du compte. Tous ces éléments caractérisent l'existence d'un lien de subordination, ce qui exclut déjà le premier critère du triple test. Quand bien même les entreprises laisseraient plus de latitude aux chauffeurs sur ce point, on sait que les conditions d'utilisation leur interdisent de se constituer une clientèle propre, ce qui tend également à exclure le troisième critère. Enfin, si l'on considère que la société Uber constitue un service de transport plutôt qu'un service de la société de l'information, l'activité effectuée par les chauffeurs relèverait bien du même secteur d'activité, ce qui emporte l'exclusion du second critère. C'est justement cette qualification qui a été retenue par la Cour de justice de l'Union européenne<sup>11</sup>. On voit

bien pourquoi le deuxième et le troisième critères offriront une sécurité supplémentaire pour les travailleurs, l'absence de lien de subordination n'étant plus suffisante à elle seule pour caractériser une relation indépendante.

In fine, le législateur californien n'entend pas imposer une requalification automatique de ces contrats. La loi AB5 obligera seulement les plateformes à clarifier leurs conditions d'utilisation et à laisser une plus grande latitude aux employés réellement indépendants. De leur côté, ceux-ci pourront plus librement opter pour ce statut, s'ils le souhaitent, et bénéficier d'une plus grande flexibilité, à condition de se consacrer de façon substantielle à l'activité en cause. Pour autant, la presse américaine a pu s'émouvoir des effets que pourrait avoir la loi dans d'autres secteurs, tel que celui des transports.

**PM** 

#### Sources:

- « California Bill Makes App-Based Companies Treat Workers as Employees », K. Conger et N. Scheiber, The New York Times, September 11, 2019.
- 2 Supreme Court of California, Dynamex operations West v. Superior Court, 4 Cal.5th 903, April 30, 2018.
- 3 Non-standard employment around the world: Understanding challenges, shaping prospects, ILO, 2016, 374 p.
- 4 Supreme Court of California, S.G. Borello & Sons, Inc. vs Department of Industrial Relations, 48 Cal.3d 341, March 23, 1989.
- 5 « Protecting the Little Guys: How to Prevent the California Supreme Court's New ABC Test from Stunting Cash-Strapped Startups », *B Seibert, J. Bus. Entrepreneurship & L.*, Vol. 12, Issue 1, 2019, p. 181-202.
- 6 Assembly Bill n° 5, An act to amend Section 3351 of, and to add Section 2750.3 to, the Labor Code, and to amend Sections 606.5 and 621 of the Unemployment Insurance Code, relating to employment, and making an appropriation therefor.
- 7 B Seibert, op. cit., p. 183.
- 8 Voir « United States District Court Northern Circuit of California », *O'Connor vs Uber Techs., Inc.*, September 25, 2018, n° 14-16078.
- 9 C. Cass., Ch. Soc., 28 novembre 2018, n° 17-20.079, FP-P+B+R+I.
- $10\,$  CA Paris, P. 6, 2° Ch., 10 janvier 2019, n° 18/08357.
- 11 CJUE, GC, 20 décembre 2017, Asociación Profesional Elite Taxi c. / Uber Systems SpainSL, n° C-424/15; CJUE, GC, 10 avril 2018, Uber France SAS, n° C-320/16.

### LES ACTEURS GLOBAUX

# Le libra, une utopie marchande?

Monnaie virtuelle, stable et transnationale, le libra a le potentiel pour s'imposer dans le monde et court-circuiter les intermédiaires, qu'il s'agisse des banques traditionnelles ou des banques centrales. Mais cette utopie marchande n'est pas sans risques parce qu'elle transfère à des entreprises privées les prérogatives des banques centrales.

a confirmation, en mars 2019, d'un basculement progressif d'une partie de l'écosystème social de Facebook en mode privé (voir *La rem* n°50-51, p.64) doit se lire rétrospectivement comme l'annonce d'une mutation ambitieuse du groupe qui compte unifier l'expérience sociale de ses utilisateurs, aujourd'hui dispersée entre plusieurs applications, un choix auquel Facebook avait dû se résoudre pour s'adapter à l'évolution des usages sur mobile (voir *La rem* n°32, p.51). En unifiant l'infrastructure de Messenger, de WhatsApp et d'Instagram, Facebook amorce cette mutation qui doit faire émerger une plateforme unique de communication pour l'ensemble de

ses utilisateurs. Dès lors, il sera possible de l'enrichir d'une multitude de services qui excèdent la seule communication sociale, ce que Facebook expérimente déjà avec des possibilités d'achat « in app » dans Instagram ou de m-commerce sur Messenger. Mais ces initiatives restent embryonnaires et font déjà suite à plusieurs échecs. Entre 2009 et 2013, le groupe avait tenté de développer les Facebook Credits, une initiative depuis abandonnée, avant de tester les transferts d'argent sur Messenger. À l'inverse, les applications chinoises WeChat (Tencent) et Alipay (Alibaba) ont su se muer en véritables porte-monnaie électroniques. Ainsi, l'argent liquide est en train de disparaître en Chine au profit du paiement par smartphone qui concerne plus de 90 % des habitants des grandes villes. Pour ces applications, le contrôle des transactions est un moyen de fidéliser leurs utilisateurs et de mieux les connaître parce qu'elles récupèrent des données de consommation dont seules les banques disposaient jusqu'alors. Facebook tente donc à son tour de dématérialiser l'argent pour s'imposer comme un intermédiaire financier essentiel.

Alors que le groupe avait annoncé travailler sur un projet de monnaie virtuelle grâce à la technologie blockchain, il a finalement officialisé le lancement du libra, une monnaie dont l'ambition dépasse de très loin les Facebook Credits jusqu'ici proposés. Annoncée

pour 2020, cette monnaie virtuelle s'apparente à la création d'une véritable monnaie d'entreprise, donc une monnaie privée, qui la distingue très nettement des autres projets de crypto-monnaies. Présentée le 18 juin 2019, la monnaie libra repose certes sur la blockchain, mais il s'agira d'une blockchain privée alors que le bitcoin repose sur une blockchain publique (voir La rem n°44, p.97). Cette blockchain sera gérée par les seules entreprises partenaires du projet que Facebook a préféré réunir en fondation pour garantir au libra une certaine indépendance et lui offrir une chance de rencontrer très vite le succès. Pour la présentation du libra, la fondation suisse qui porte son nom fédérait 28 entreprises, dont Facebook et 27 autres partenaires parmi lesquels Visa, Mastercard et PayPal pour le paiement en ligne, mais aussi des sociétés de services comme Uber, Lift, eBay, Booking ou Spotify qui trouveront dans cette monnaie virtuelle un moyen de simplifier les transactions avec leurs utilisateurs, quel que soit l'endroit où ils se trouvent, l'avantage d'une monnaie virtuelle étant de ne pas connaître de frontières. Dès lors, le libra permet d'échapper aux taux de change et aux frais de transaction que les banques traditionnelles ne manquent pas d'exiger. Il promet de rendre l'argent moins cher et d'en faciliter l'accès à travers la planète. Or, parce qu'il sera accessible aux 2,4 milliards d'utilisateurs des applications de Facebook, sa portée marchande est sans commune mesure, en même temps que l'utopie d'une monnaie universelle semble désormais à portée de main.

La deuxième particularité du libra, qui le distingue des autres cryptomonnaies, est son adossement à un panier de devises fiables, dont le dollar, la livre sterling, l'euro et le yen. Le libra est donc un *stable coin* qui doit en toute logique échapper aux phénomènes spéculatifs qui caractérisent les autres monnaies virtuelles. Sur ce point, le libra se rapproche plus des monnaies nationales que des cryptomonnaies, les statuts de la fondation Libra prévoyant par ailleurs de respecter le principe du 1 pour 1, à savoir qu'à chaque libra émis devra correspondre un versement des partenaires au fonds de réserve géré par la fondation. Facebook compte en outre élargir le nombre de partenaires et atteindre au moins 100 partenaires pour le lancement officiel de la monnaie virtuelle, ce qui la crédibilisera

en même temps que le fonds de réserve sera renforcé, chaque partenaire devant investir *a minima* 10 millions de dollars dans le projet.

Blockchain privée, monnaie stable mais monnaie privée, monnaie transnationale : ces caractéristiques du libra en font un objet financier non identifié dont l'intérêt et les risques sont en partie identifiables. Outre l'intérêt économique pour les partenaires du projet qui pourront proposer de nouveaux services grâce au libra, notamment des services financiers, l'émergence d'une monnaie virtuelle utilisée par une communauté massive devrait limiter fortement les coûts de transaction, donc augmenter le nombre des échanges. En effet, l'association Libra comme Calibra, la filiale dédiée de Facebook créée pour l'occasion, ne prévoit pas de prélever de commission sur les transactions effectuées. Les sommes concernées par ces transactions sont donc potentiellement massives, les seuls transferts d'argent à l'international représentant 529 milliards de dollars en 2018 selon la Banque mondiale. Par ailleurs, une monnaie fiable mais virtuelle s'adresse potentiellement à tous ceux qui vivent dans des pays où le système bancaire est défaillant ou la monnaie trop instable. Dès lors, le libra pourra se substituer aux monnaies nationales et aux systèmes financiers nationaux quand leurs carences ne parviennent pas à faire émerger la confiance – c'est donc une grande partie de la planète qui est ici concernée, soit parce qu'elle n'a pas accès à des réseaux bancaires, soit parce que leur monnaie est sujette à une inflation incontrôlée. Cette dimension du libra, qui s'imposerait potentiellement comme monnaie de référence et viendrait sur ce point concurrencer le dollar, dont le rôle est similaire à l'échelle internationale, est liée à son adossement à des devises fiables et à son potentiel d'essaimage dans le monde, grâce aux applications de Facebook, dont 70 % de l'audience se concentre en Asie.

Ce potentiel, qui fait du libra la monnaie des marchands au point de se substituer aux monnaies nationales, notamment dans les pays où ces dernières sont fragiles, n'a pas manqué de susciter l'inquiétude des grandes banques centrales, habituées à réguler les établissements financiers. Cette inquiétude repose d'abord sur l'ampleur du projet, l'implication de Facebook devant

permettre à cette monnaie virtuelle de gagner rapidement une taille mondiale quand le recours aux crypto-monnaies reste aujourd'hui confidentiel. En effet, ces dernières sont pénalisées par leur volatilité, par le coût important des transactions et par leur lenteur, liée notamment au fait que les transactions sont enregistrées sur des blockchains publiques. Dès lors, le libra peut présenter un risque systémique, sa montée en puissance devant conduire ses partenaires à placer dans la fondation suisse des dettes d'État qui auront tendance à faire baisser les taux d'intérêt sur les monnaies de référence (si les volumes sont importants, le besoin de titres d'État le sera aussi). Or, ce type d'effets relève bien des prérogatives des banques centrales, ce qui a conduit la France qui, en juillet 2019, accueillait le G7 des ministres des finances, à solliciter les gouverneurs des banques centrales afin qu'ils rédigent un premier rapport sur le projet de monnaie virtuelle. Parallèlement, David Marcus, chargé du projet chez Facebook, a été auditionné le 16 juillet 2019 par la commission bancaire du Sénat américain, cette audition étant la première étape d'un processus de régulation à inventer.

Aux États-Unis, au sein du G7, en Europe, tous les régulateurs s'accordent sur la nécessité d'une supervision, mais personne ne sait comment s'y prendre tant le libra échappe aux dispositifs traditionnels. Plusieurs questions se posent, dont celle de la protection des données personnelles des utilisateurs ou celle du blanchiment d'argent. Des premiers gages ont été donnés lors de l'audition de David Marcus par le Sénat américain. La fondation Libra, chargée du fonds de réserve et de l'infrastructure technique, dépendra de l'autorité suisse de surveillance des marchés (Finma) et respectera la loi suisse en ce qui concerne la protection des données personnelles. Par ailleurs, les activités financières de Facebook, réunies dans la filiale Calibra, seront enregistrées aux États-Unis et respecteront donc les règles américaines. Mais le risque de cacophonie réglementaire reste élevé puisque les autres partenaires au sein de la fondation Libra appliqueront les lois qui sont celles des pays où ils auront localisé leurs services financiers. Or, en la matière, aucun accord n'existe à ce jour sur la réglementation des monnaies virtuelles et certains pays n'ont tout simplement pas de dispositif réglementaire les concernant.

Le G7 comme le Sénat américain ont donc invité Facebook à attendre qu'un cadre de régulation puisse être mis en place. Facebook a toutefois confirmé le lancement du libra en 2020 où, pour la première fois, une monnaie d'entreprise commencera petit à petit à concurrencer les monnaies nationales. Il faudra donc faire confiance, non pas aux banques centrales, mais aux entreprises privées réunies au sein de la fondation Calibra. Derrière l'utopie marchande que constitue l'émergence d'une monnaie virtuelle planétaire se profilent donc d'autres enjeux majeurs, celui de la perte de contrôle des États sur les monnaies utilisées par leurs populations, celui également des projets concurrents qui ne manqueront pas d'émerger. Afin d'inciter le régulateur américain à ne pas trop tergiverser, même si le libra peut s'apparenter à une perte de souveraineté pour le dollar, David Marcus n'a d'ailleurs pas manqué de rappeler ces enjeux très géopolitiques : « Si nous n'agissons pas, nous pourrions bientôt avoir une monnaie numérique contrôlée par d'autres dont les valeurs sont radicalement différentes. » Quitte à prendre des risques systémiques, autant les prendre avec des entreprises pour l'essentiel américaines... Ainsi la Banque centrale de Chine, qui travaillait depuis 2014 sur la création d'une monnaie numérique, a-t-elle confirmé en septembre 2019 son intention de lancer sa propre monnaie virtuelle, indexée sur le renminbi (RMB), afin de conserver le contrôle d'une monnaie internationale qui soit une alternative à la fois au libra et au dollar. Quant aux Européens, à travers le gouverneur de la banque d'Angleterre Mark Carney et le ministre français Bruno Le Maire, ils souhaitent la mise en place d'une monnaie numérique publique dont la gestion serait confiée aux banques centrales. Un libra donc, mais sans les entreprises.

Peut-être est-ce l'avenir des monnaies numériques. En effet, l'inquiétude des régulateurs a eu pour premier effet de faire renoncer plusieurs partenaires essentiels du projet Libra. Le 4 octobre 2019, PayPal était le premier partenaire à annoncer son retrait du projet, sans en donner de raison précise tout en indiquant en défendre l'inspiration. Le 11 octobre 2019, c'était au tour de Visa, de Mastercard, d'eBay et de Stripe, une plateforme de paiement créée en 2009, de se retirer du projet, enlevant à Libra la reconnaissance des spécialistes de la carte bancaire et des transactions en ligne.

Mais, là encore, tous ces groupes ont pourtant confirmé leur intérêt pour le projet Libra. À plus court terme, leurs intérêts économiques semblent en revanche menacés s'ils persistent à soutenir ce stable coin dont le régulateur se méfie pour les risques systémiques qu'il comporte, comme pour les risques de blanchiment et de piratage de données personnelles. Le libra est donc victime en partie du groupe qui le porte, Facebook, au cœur de toutes les suspicions. C'est ce qu'ont résumé brutalement deux sénateurs américains dans un courrier envoyé à Visa, Mastercard et Stripe : considérant que Facebook n'a pas fourni les garanties demandées, ils menacent les entreprises partenaires, si elles restent dans le projet, d'« examens poussés de la part des régulateurs non seulement des activités de paiement liées à Libra, mais aussi de toutes vos activités de paiement ».

AJ

#### Sources:

- « Facebook entraîne de nombreux groupes dans son projet de cryptomonnaie », Raphaël Bloch, Nicolas Richaud, Les Echos, 17 juin 2019.
- « Avec la monnaie libra, Facebook tente un coup de poker », Ingrid Vergara, Le Figaro, 19 juin 2019.
- « La monnaie de Facebook suscite de vives inquiétudes »,
   Danièle Guinot, Ingrid Vergara, Le Figaro, 20 juin 2019.
- « Le libra ou l'ubérisation annoncée des Etats »,
   Alexandre Hezez, Les Echos, 27 juin 2019.
- « La Fed s'inquiète du projet de monnaie digitale de Facebook », Ingrid Vergara, Le Figaro, 12 juillet 2019.
- « Comment Zuckerberg rêve de transformer Facebook en super-appli », Nicolas Richaud, Les Echos, 12 juillet 2019.
- « Le libra de Facebook passe au gril du Sénat »,
   Ingrid Vergara, *Le Figaro*, 17 juillet 2019.
- « La devise de Facebook incite les Etats à développer leurs propres projets », Nessim Aït-Kacimi, Les Echos, 9 septembre 2019.
- « Le Maire ne veut pas du libra sur le sol européen »,
   L.V., Le Figaro, 13 septembre 2019.
- « Défections en cascade chez Libra, le projet de monnaie numérique de Facebook », Julie Jammot, lemonde.fr, avec AFP, 12 octobre 2019.

# Une amende record de 5 milliards de dollars prononcée par la FTC contre Facebook

La Federal Trade Commission (FTC) a infligé une amende record d'un montant de 5 milliards de dollars à Facebook pour ses manquements au respect de la vie privée des utilisateurs.

es sanctions pleuvent sur certains Gafa depuis plusieurs mois pour leurs manquements au droit européen des données personnelles. Si certaines amendes ont été infligées par les autorités de protection censées garantir le respect du RGPD (règlement général sur la protection des données), d'autres décisions ont pu être prises sur des fondements différents tels que le droit de la consommation (voir *La rem*, n°49, p.19 et n°50-51, p.16). On sait aussi que la concentration de données personnelles peut intéresser le droit de la concurrence, notamment lorsqu'elle conduit une entreprise ou un groupe à détenir une position dominante *via* des pratiques déloyales (voir *La rem*, n°41, p.20). Des manquements au droit des données personnelles peuvent ainsi produire certains effets dans d'autres branches du droit, ce qui invite à considérer celles-ci d'une manière plus globale.

C'est justement sur le terrain du droit de la consommation que la FTC a sanctionné, le 24 juillet 2019,

le réseau social Facebook d'une amende record d'un montant de 5 milliards de dollars<sup>1</sup>. La décision tire notamment les leçons du scandale Cambridge Analytica (voir *La rem* n°48, p.90) et invite l'entreprise à faire preuve d'une plus grande transparence dans ses pratiques, particulièrement en ce qui concerne l'exploitation des données personnelles de ses utilisateurs.

### Le non-respect de l'ordonnance de la FTC du 10 août 2012

L'accord passé entre la FTC et Facebook vient clore le scandale Cambridge Analytica. D'autres manquements ont cependant été relevés par l'autorité pour justifier la sanction ainsi infligée au réseau social.

En droit, l'accord s'appuie notamment sur une ordonnance de l'autorité en date de 2012<sup>2</sup>. Celle-ci faisait déjà suite à une enquête menée sur les pratiques de Facebook concernant l'utilisation des données personnelles des utilisateurs. Il était notamment reproché au réseau social de ne pas avoir respecté les choix de configuration effectués par ces derniers. Des informations normalement qualifiées de « privées » ou « réservées » aux amis avaient ainsi été divulguées ou partagées avec des applications tierces sans que leurs titulaires en soient informés. Le recoupement et l'analyse de ces données permettaient de dégager potentiellement d'autres informations telles que les opinions politiques, la vie sexuelle ou les croyances religieuses, ce qui constitue autant d'atteintes aux droits fondamentaux. Les faits reprochés avaient eu lieu à l'occasion d'un changement dans les conditions générales d'utilisation, dont la portée n'avait pas été suffisamment communiquée aux utilisateurs. Jugeant ces pratiques déloyales et trompeuses, la FTC avait enjoint au réseau social de respecter plusieurs obligations vis-à-vis de ses usagers. Facebook était notamment tenu de délivrer une information précise et fiable quant à l'utilisation de leurs données personnelles et d'obtenir leur consentement préalable à tout partage de ces mêmes données avec des applications et entreprises partenaires.

Par ailleurs, l'entreprise devait mettre en œuvre un programme de protection de la vie privée et se soumettre à

des audits tous les deux ans afin de vérifier le respect de ces obligations.

### Une amende record assortie de nouvelles obligations

Le non-respect répété de ces obligations a conduit la FTC à instruire une nouvelle action contre Facebook. L'autorité a notamment constaté que le réseau social avait continué de partager les informations personnelles de ses utilisateurs, mais aussi de leurs « amis » avec des applications tierces, alors même que Marck Zuckerberg avait publiquement déclaré qu'un tel partage avait cessé depuis 2014. L'entreprise n'est pas parvenue à délivrer une information fiable à ses usagers sur ce point, alors même qu'elle est financièrement intéressée à l'exploitation des données par les applications partenaires. De manière générale, le discours de façade tenu par ses dirigeants dissimulait des pratiques commerciales trompeuses. C'est pourquoi la FTC a décidé d'infliger une sanction record au réseau social, tenant compte des précédents avertissements dont celui-ci avait fait l'objet. L'amende de cinq milliards de dollars est ainsi la plus élevée que l'autorité ait infligée en matière de vie privée. On notera qu'elle a également sanctionné, la veille, l'entreprise Equifax d'une amende de 575 millions de dollars, à la suite d'une faille de sécurité ayant affecté les données de près de 147 millions de personnes en 2017<sup>3</sup> (voir La rem n°44, p.50).

Au-delà de l'amende, la FTC a également enjoint à Facebook de respecter de nouvelles obligations. En filigrane, l'entreprise se voit obligée de corriger les principaux défauts ayant conduit au scandale Cambridge Analytica. Elle devra se doter, au sein de son conseil d'administration, d'un comité indépendant chargé de faire respecter les engagements pris en matière de protection de la vie privée. Les pouvoirs de ce nouveau comité sont censés contrebalancer l'autorité de Marck Zuckerberg, et garantir un contrôle des décisions affectant l'exploitation des données personnelles des utilisateurs. Ce même comité aura également pour mission de désigner des experts chargés de contrôler les collectes de données effectuées au sein du réseau social, mais aussi celles qui relèvent de ses autres applications telles que Whatsapp et Instagram. Ces experts devront rendre compte trimestriellement devant la FTC du respect des obligations imposées par l'ordonnance du 10 août 2012 ainsi que de celles qui découlent du nouvel accord. Par ailleurs, un contrôle externe renforcé sera également mis en œuvre par l'autorité.

S'agissant des nouvelles obligations, Facebook devra également réaliser des audits sur toute nouvelle application partenaire exploitant des données personnelles de ses usagers avant mise en œuvre du traitement. L'entreprise devra aussi examiner les conditions d'utilisation des applications partenaires existantes et mettre un terme à ses relations avec celles qui ne se seraient pas conformes à ses engagements en matière de protection des données. Elle devra de plus s'assurer régulièrement de la bonne sécurisation des données, et ne pas exploiter celles-ci à des fins autres que celles annoncées dans les conditions d'utilisation. Les données collectées à des fins exclusives de sécurisation des comptes ne pourront donc pas faire l'objet d'un usage publicitaire.

Malgré les avancées ainsi exigées par le nouvel accord, certains membres de la Commission ont exprimé des opinions dissidentes. Ils estiment notamment que le modèle d'affaires de Facebook n'est pas remis en cause dans sa globalité, et que d'autres poursuites auraient dû être engagées, y compris contre Marck Zuckerberg en personne<sup>4</sup>. Surtout, les pratiques sanctionnées par la FTC touchent moins au respect de la vie privée qu'à d'autres libertés fondamentales. Elles mettent en cause une réelle surveillance de masse, qui permet de

contrôler et d'influencer le comportement des citoyens<sup>5</sup>, ce qui aurait pu justifier des mesures encore plus restrictives. L'ombre du scandale Cambridge Analytica plane toujours, et on peut légitimement se demander si les garanties exigées par la commission seront suffisantes pour pallier les manquements du réseau social.

On notera justement que des poursuites ont également été engagées par la FTC contre les anciens dirigeants de l'entreprise Cambridge Analytica<sup>6</sup>. Ce sera là l'occasion de clarifier cette question particulièrement essentielle pour le respect des droits et libertés fondamentaux.

**PM** 

#### Sources :

- 1 United States District Court for the District of Columbia, Stipulated Order for Civil Penalty, Monetary Judgment, and Injuctive Relief, *United States vs Facebook Inc.*, July 24, 2019, n° 19-cy-2184.
- 2 United States of America Federal Trade Commission, Decision and Order in the matter of *Facebook Inc.*, August 10, 2012, n° C-4365.
- 3 United States District Court for the Northern District of Georgia Atlanta Division, Stipulated Order for Civil Penalty, Monetary Judgment, and Injuctive Relief, Federal trade Commission vs Equifax Inc., July 23, 2019, n° 1:19-cv-03297-TWT.
- 4 Dissenting Statement of Commissioner Rebecca Kelly Slaughter, in the Matter of FTC vs Facebook, July 24, 2019.
- 5 Dissenting Statement of Commissioner Rohit Chopra, in re Facebook, Inc., July 24, 2019.
- 6 United States of America before The Federal Trade Commission, Complaint *In the Matter of Cambridge Analytica LLC*, July 22, 2019, n° 9383.

# Musique: le streaming s'impose partout

Le streaming compte désormais pour presque la moitié des revenus mondiaux de la musique. Banalisé, il a conduit Apple à fermer iTunes, le service de téléchargement qui avait contribué à légaliser l'écoute de la musique en ligne.

année 2018 a consacré le streaming musical. Ce dernier est le mode d'écoute le plus plébiscité et désormais aussi le plus rémunérateur. Selon la Fédération internationale de l'industrie phonographique (IFPI), le streaming a représenté 47 % des revenus mondiaux de la musique en 2018, soit presque la moitié du chiffre d'affaires mondial de la musique, qui s'élève à 19,1 milliards de dollars. Il en dynamise par ailleurs la croissance : avec une hausse de 10 %, le marché mondial signe sa meilleure performance sur les quatre dernières années grâce au streaming, qui progresse de 34 %. Si le téléchargement légal avec iTunes avait pu limiter en partie les conséquences de l'effondrement des ventes de CD dans les années 2000, seul le streaming aura su inverser la tendance baissière du marché constatée depuis le pic de 1999, où le marché mondial de la musique avait atteint 25 milliards de dollars. Et il devrait même permettre de revenir à ces niveaux, sinon de les dépasser. En effet, le pic de 1999 a été réalisé sur un nombre limité de marchés, les États-Unis, l'Europe, le Japon et l'Australie principalement, où existait un réseau solide de distribution pour les CD. Ailleurs, le marché de la musique était sous-développé. Avec le streaming musical, l'obstacle de la distribution est levé et ce sont désormais tous les pays qui peuvent alimenter la croissance du marché mondial de la musique (voir La rem n°46-47, p.97). Les plus fortes hausses viennent d'Amérique latine (+ 16,8 %) et, à l'avenir, l'Afrique, l'Inde seront d'importants contributeurs.

Le constat est le même sur les marchés historiques, même si la croissance y est moins forte du fait de l'antériorité des services de streaming sur ces territoires. Ainsi, en France, longtemps considérée comme une exception du fait de la résistance du marché du CD, le streaming est devenu, pour la première fois en 2018, la première source de revenus sur le marché de la musique. La part du numérique (57 % du total des ventes) l'emporte sur les ventes de CD et de vinyles grâce à la croissance du streaming (26 %). Ce dernier représente 301 millions d'euros sur un total de 735 millions d'euros, ce qui représente 90 % des revenus numériques et 51 % des ventes globales selon le Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP). Le streaming sur abonnement domine puisqu'il représente à lui seul 243 millions d'euros, avec 5,5 millions d'abonnés en France, soit un million de plus qu'en 2017. Ces chiffres sont toutefois inférieurs à ceux des autres pays européens, le taux de pénétration du streaming musical en France étant de 10 % quand il peut s'élever jusqu'à 20 % dans d'autres pays. Le potentiel de croissance est donc élevé, mais il concerne désormais des populations plus difficiles à convaincre. En effet, pour des personnes n'ayant pas une pratique assidue d'écoute de la musique, la valeur perçue des services de streaming payant s'est fortement dégradée par rapport aux services gratuits d'écoute, notamment le streaming vidéo de musique sur YouTube. C'est ce que constate le SNEP en le déplorant : le streaming vidéo représente plus de la moitié du temps consacré au streaming musical en France, dont 48 % du temps capté par la seule plateforme YouTube, mais il ne correspond qu'à 11 % des revenus du streaming musical en France.

Ce value gap (transfert de valeur) semble insurmontable, même si la récente directive européenne sur le droit d'auteur (voir La rem n°50-51, p.12) renforce les obligations de contribution des plateformes. En effet, il illustre le plébiscite par de nombreux internautes du streaming vidéo et de l'écoute gratuite. Ce phénomène est d'ailleurs plus marqué aux États-Unis, l'un des marchés où le streaming s'est développé le plus tôt avec 75 % des revenus du marché américain de la musique en 2018. Au premier semestre 2019, la croissance du streaming vidéo a dépassé celle du streaming audio grâce à YouTube et à de nouveaux services comme Tik-Tok. Certes, Apple Music, Spotify et Amazon dominent encore le marché puisque leurs services de streaming audio représentent ensemble 333,5 milliards de streams au premier semestre 2019,

contre 175 milliards pour le streaming vidéo. Mais cette domination est désormais remise en question par le streaming vidéo, ce phénomène étant intimement lié à la banalisation des connexions haut débit pour l'internet mobile.

Au moins le streaming, audio ou vidéo, rend-il caduques les autres formes d'écoute de la musique, malgré le succès surprenant des ventes de vinyles, en France ou aux États-Unis. Ainsi, Apple, à qui l'on doit d'avoir le premier légalisé l'écoute de la musique en ligne avec l'iTunes Music Store, lancé en 2003, a annoncé la fermeture de son service le 3 juin 2019. Dédié au téléchargement, ce dernier n'aura pas survécu au streaming et au succès de l'iPhone, le terminal phare du groupe. En effet, iTunes a imposé des pratiques légales de téléchargement parce qu'il a été historiquement couplé à l'iPod qui a permis de matérialiser l'écoute de musique numérique dans un objet design. Or l'iPhone a pris en charge cette fonction, parmi d'autres. En acceptant des connexions 3G et désormais 4G, il a ensuite permis au streaming musical de trouver ses adeptes. Apple a d'ailleurs tardé à franchir le pas puisque son service de musique, Apple Music, n'a été lancé qu'en 2015 (voir La rem n°36, p.56). Il a dépassé Spotify en nombre d'abonnés aux États-Unis à l'issue du premier trimestre 2019.

Cette évolution des pratiques n'est pas dommageable pour Apple puisque les revenus générés par les abonnements ont l'avantage d'être récurrents. Et ils sont désormais plus conséquents que ceux engendrés par le téléchargement : selon l'IFPI (qui représente l'industrie du disque dans le monde entier), ce dernier ne représente plus que 12 % des revenus mondiaux de la musique enregistrée, contre 47 % pour le streaming et 25 % pour les CD. Enfin, iTunes était également pénalisé par sa polyvalence alors que, dorénavant, les applications spécialisées dominent. Il permettait de télécharger de la musique, mais aussi des podcasts, de la vidéo, autant de services qui se retrouvent désormais de manière séparée au sein de l'écosystème d'applications proposé par Apple. Au streaming avec Apple Music s'ajoutent ainsi Apple Podcasts d'une part, et Apple TV+ pour les offres de streaming vidéo d'autre part (voir La rem n°50-51, p.60). De ce point de vue, la fermeture d'iTunes devrait également provoquer un transfert de ses clients vers les nouveaux services dédiés d'Apple. Sauf que, pour ces dernières offres, Apple pourrait se retrouver dans une position délicate vis-à-vis des autorités de la concurrence. Alors qu'iTunes n'avait pas de véritable équivalent, Apple Music ou Apple TV+ sont en concurrence respectivement avec Spotify ou avec Netflix, deux services qui cherchent désormais à contourner l'AppStore et ses commissions (voir La rem n°49, p.80). Ils reprochent à l'AppStore les commissions prélevées sur leurs abonnements alors même que la notoriété de leurs offres est suffisante pour se passer d'un intermédiaire. Spotify a par ailleurs saisi la Commission européenne concernant les pratiques d'Apple sur l'AppStore qui viseraient à dégrader la qualité des offres concurrentes de ses services quand elles refusent d'opter pour des abonnements directement depuis le magasin d'applications (voir La rem n°50-51, p.22). Si Apple devait être condamné, alors son modèle économique serait remis en question au moment même où le groupe mise de plus en plus sur les services pour développer son chiffre d'affaires.

AJ

#### Sources:

- « Le streaming pèse désormais 75 % des revenus de la musique aux États-Unis », La Correspondance de la Presse, 8 mars 2019.
- « Le marché français de la musique à la traîne du rebond mondial », Nicolas Madelaine, Les Echos, 15 mars 2019.
- « Le streaming payant devient la première source de revenu de la musique en France », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 15 mars 2019.
- « Le marché mondial de la musique en forme »,
   Caroline Sallé, *Le Figaro*, 3 avril 2019.
- « Pourquoi le monde de la musique enterre le téléchargement », Jean-Philippe Louis, *Les Echos*, 29 mai 2019.
- « Apple confirme la fermeture d'iTunes »,
   Jean-Philippe Louis, leseschos.fr, 3 juin 2019.
- « Apple devrait mettre au rebus iTunes », Caroline Sallé, Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 4 juin 2019.
- « Musique : le streaming audio ralentit », Caroline Sallé, Le Figaro, 2 juillet 2019.

# Communication et marketing : le marché publicitaire à l'heure de la convergence

Rachat de Droga5 par Accenture et d'Epsilon par Publicis, fusion de Wunderman et de WPP: la convergence des métiers du conseil et de la communication témoigne de l'évolution de la communication des marques en même temps qu'elle annonce la disparition des *holding companies* de la communication et leurs réseaux planétaires d'agences.

ans le Baromètre unifié du marché publicitaire 2018 (BUMP), publié en mars 2019, les chiffres France Pub, les seuls à détailler la dépense totale des marques dans leur communication, ont adopté un périmètre nouveau. Alors que le marché publicitaire s'était habitué à la segmentation classique entre dépenses « média » et « hors-média », voici qu'apparaît une nouvelle catégorie, la dépense « médias digitaux » qui inclut l'achat d'espaces en ligne (principalement le display et le search) et les médias propriétaires, deux postes de dépense auparavant répartis dans les dépenses « média » pour le premier et les dépenses « hors média » pour le second. Les chiffres communiqués sont sans appel : les médias numériques représentent une dépense de 6 milliards d'euros en 2018, contre 8,5 milliards d'euros pour les médias historiques (presse, télévision, radio, cinéma et affichage) et 18,7 milliards d'euros pour le hors-média. Autant dire que les dépenses des annonceurs sur internet, en hausse de 14,7 % en un an, vont rattraper très vite leurs dépenses dans les médias, qui stagnent d'année en année. La France prend donc le même chemin que les États-Unis où les dépenses des annonceurs sur internet représentaient déjà 40 % du total des dépenses média en 2018. Le cabinet e-Marketer prévoit même que le numérique représentera plus de la moitié de la dépense publicitaire aux États-Unis dès 2019.

Cette performance de la dépense « digitale » est révélatrice de plusieurs tendances structurelles. Sur fond d'inquiétude en termes de brand safety (voir La rem n°45, p.52) et de performance de la communication numérique (voir La rem n°50-51, p.37), les marques tentent de se réapproprier leur communication, d'où le succès des médias propriétaires en ligne, à savoir les dépenses dans les sites web, les pages Facebook, les chaînes YouTube des marques, dans le community management, mais également dans la constitution de bases de données sur les habitudes de leurs clients. La dépense numérique inclut également l'achat d'espaces sur internet, lequel est de plus en plus dépendant des logiques imposées par les plateformes, Google et Facebook au premier chef (voir *La rem* n°42-43, p.92), même si Amazon est en train d'émerger à son tour. C'est ce dont atteste le bilan 2018 du marché publicitaire en ligne établi par le Syndicat des régies internet (SRI). Les liens sponsorisés, un marché dominé par Google, affichent une croissance de 11 %, à 2,275 milliards d'euros, soit une dépense supplémentaire des annonceurs de 225 millions d'euros. Il s'agit d'un format de communication dont la performance est garantie, les annonceurs étant facturés au clic, ce qui se traduit toujours par une exposition à leur offre. L'autre poste de dépense en forte hausse, avec 389 millions d'euros supplémentaires investis, est le display social, c'est-à-dire essentiellement des vidéos affichées en fonction des profils des utilisateurs sur les réseaux sociaux, lequel représente 1 milliard d'euros de dépenses, en hausse de 63 % sur un an. Les autres leviers (+ 6 %) et le display hors social (+ 5 %) sont loin d'afficher les mêmes performances. Dès lors, ce sont les régies de Google et du groupe Facebook (Facebook, Messenger, WhatsApp, Instagram) qui captent l'essentiel de la croissance du marché de l'achat d'espaces en ligne, chacune en garantissant la communication publicitaire. Sur le display, c'est notamment la commercialisation de profils grâce à la publicité programmatique qui convainc les annonceurs de privilégier les dépenses dans la personnalisation de leur communication. Parallèlement, les régies de Google comme de Facebook autonomisent en grande partie les annonceurs qui, s'ils le souhaitent, peuvent accéder directement aux places de marché publicitaire.

La réappropriation de leur communication par les marques est donc globale. Celles-ci déploient leurs propres médias en ligne parce que l'internet rend autonome leur communication en leur permettant de s'adresser directement à leurs clients. Elles développent leur propre compétence d'achat d'espaces parce que les places de marché des plateformes les autonomisent à l'égard des agences historiques d'achat d'espaces qui bénéficiaient d'un lien privilégié avec les médias. Les agences historiques, tout au moins l'achat d'espaces média, semblent donc menacées, même si elles parviennent encore à jouer un rôle dans ce processus nouveau d'autonomisation de la communication des marques.

Ainsi, le Club Med s'est engagé dans cette voie en 2016 alors qu'il consacre les deux tiers de sa dépense publicitaire au numérique. Dans un premier temps, il a internalisé l'achat de mots clés, donc les dépenses dites search. L'année suivante, en 2017, le Club Med internalisait l'achat display en développant notamment ses achats programmatiques grâce à un partenariat avec Google. En 2019, le Club Med a créé sa propre division d'achat média pour le numérique. Baptisée Medialab 45, elle se substitue désormais aux agences de communication historiques qui, si elles parviennent encore à travailler pour le Club Med, ont dû se repositionner. Le nombre d'intermédiaires a considérablement chuté et seul l'Agence79, une filiale de Havas, reste un interlocuteur majeur : Agence79 est en effet spécialisée dans le in housing, c'est-à-dire l'accompagnement des marques dans l'internalisation de leurs activités de communication. Agence 79 harmonise ainsi 1'achat « média digital » réalisé par le Club Med avec l'achat « média classique » qui reste externalisé. Elle produit d'abord une activité de conseil stratégique et de formation aux équipes de communication du Club Med. Cette tendance, émergente en France, est déjà généralisée aux États-Unis : fin 2018, l'Association of National Advertisers (ANA) indiquait que 78 % des annonceurs américains avaient une agence intégrée au sein de leur groupe, contre 58 % en 2013 et 42 % en 2008. Ces agences intégrées gèrent prioritairement le content marketing (marketing de contenu) et la data (les données), donc les dépenses relevant des médias dits propriétaires. Mais, comme l'atteste l'exemple du Club Med, désormais certains groupes franchissent également le pas de l'achat d'espaces en contrôlant leurs dépenses *search* et *display* programmatique, ce qui leur assure une meilleure maîtrise de leur relation client alors que la publicité en ligne est décriée pour son manque de transparence, notamment sur la certification des audiences et la qualité de l'attention (voir *La rem* n°48, p.46 et n°50-51, p.37).

Pour les agences de communication, l'internalisation de la communication des marques représente un véritable défi qui menace désormais leurs métiers traditionnels. Cité par Le Figaro, Jérémie Bugard de Havas Media le confirme : « Avant on faisait 30 % de conseil pour 70 % d'opérationnel; aujourd'hui, c'est 80 % de conseil pour 20 % d'opérationnel. » Ces 20 % d'opérationnel qui subsistent se logent dans les activités de création, qui restent l'apanage des agences, et dans les derniers contrats d'achat média. La création reste essentielle, que ce soit pour créer les supports classiques de communication ou pour accompagner les marques dans leur politique de brand content, ce qui permet à des groupes comme WPP, Omincom ou Havas, d'insister tout particulièrement sur cette dimension de leur activité. C'est beaucoup moins le cas pour l'achat média qui, lorsqu'il faisait les beaux jours des groupes de communication, imposait une maind'œuvre importante et localisée, laquelle avait conduit les holding companies de la communication à créer des réseaux d'agences avec des antennes dans chaque territoire. C'est ce modèle d'organisation que l'internalisation de la communication par les annonceurs remet en question. Les grandes agences de communication doivent désormais se séparer de collaborateurs spécialistes de la commercialisation d'espaces, un secteur en voie d'automatisation complète, pour les remplacer par des consultants en marketing et des spécialistes des données, exploitées ici à des fins de marketing et de communication. Ces nouvelles missions, plus rémunératrices du fait de leur meilleure valeur ajoutée, sont perçues comme l'avenir du métier par un groupe comme Publicis. Mais cet avenir conduit les groupes de communication sur les mêmes marchés que les cabinets de conseil.

En remontant de la communication vers le marketing, notamment grâce à la personnalisation de la communication publicitaire en ligne, les groupes de communication ont dû développer des compétences en matière informatique, ce qui explique le rachat de Sapient par Publicis en 2014 pour 3 milliards d'euros et, plus récemment, le rachat d'Epsilon, pour 4,4 milliards de dollars. Epislon est le numéro 2 mondial du CRM (Customer Relationship Managment, pour gestion de la relation client) grâce à sa capacité à établir des profils précis des consommateurs et de leurs comportements en recoupant et en exploitant les données qu'ils communiquent aux marques par de multiples canaux. Cette connaissance du consommateur, doublée d'une compétence technologique permettant d'affiner le placement des publicités, doit faire de Publicis un acteur majeur dans l'accompagnement des entreprises qui numérisent leur communication et leur marketing. Sauf qu'en remontant de la communication vers la gestion de la relation client et le conseil stratégique sur la transformation des procédures des entreprises, Publicis se trouve en concurrence directe avec des groupes de conseil comme Accenture ou Deloitte qui disposent aussi de capacités technologiques et d'effectifs spécialisés dans les stratégies d'entreprise, mais également avec des groupes au profil plus technologique (à l'exemple de Capgemini), qui, grâce à la numérisation des activités de communication, déploient leurs outils de traitement des données en direction du marketing et des marques. Pour ces derniers, qu'il s'agisse des sociétés de service informatique ou des cabinets de conseil, la convergence des métiers technologiques, du conseil stratégique en entreprise, du marketing et de la communication est plus facile à gérer. Il leur suffit juste de racheter des structures spécialisées dans la communication numérique, sans nécessité donc de gérer la transition professionnelle de salariés issus des activités historiques de la communication, comme c'est le cas pour les grands groupes de communication. Certes, les activités de création relèvent du défi en termes d'intégration, parce que leurs métiers sont historiquement très éloignés des savoir-faire et savoir-être issus du conseil ou de la technologie. Mais, progressivement, créatifs et communicants acceptent le pari de la

convergence des métiers. Aux États-Unis, Accenture s'est ainsi emparé de l'agence créative Droga5, en avril 2019, dont le fondateur, David Droga, est le créatif le plus primé aux Cannes Lions. En France, en octobre 2018, c'est Jean-Pierre Villaret, ancien président de Young&Rubicam, qui acceptait d'intégrer Capgemini.

De leur côté, les grands groupes de communication abandonnent en urgence leur ancienne organisation en réseau mondialisé d'agences et fusionnent leurs activités afin de proposer aux marques, non plus des expertises distinctes, dans l'achat média, dans la communication numérique, dans les relations presse, mais une offre de communication globale qui allie métiers traditionnels, créativité et maîtrise de la communication numérique. C'est la logique du plan « Power of One », lancé par Publicis, après le rachat de Sapient, qui fédère des équipes issues de ses différentes agences sur une plateforme numérique unique, projet par projet, pour que chaque client puisse puiser dans les effectifs du groupe, où qu'ils soient localisés. C'est la logique également de WPP qui a fusionné, fin 2018, ses activités numériques de communication – le groupe étant leader mondial avec Wunderman (devant donc Epislon) – et ses activités historiques de communication réunies dans le réseau J. Walter Thomson. Cette réorganisation est complexe et les groupes de communication restent pénalisés par le poids de leurs anciens métiers face à de nouveaux venus beaucoup plus agiles. Les investisseurs ne s'y trompent pas. Alors que les revenus avant impôts de Publicis sont de 2 milliards d'euros, sa valeur en Bourse est de 11 milliards d'euros, soit cinq fois plus. Accenture a un bénéfice avant impôt de 6,7 milliards de dollars et une valeur en Bourse de 112 milliards de dollars, soit un multiple de 16. Publicis est encore considéré comme un groupe de communication qui se diversifie progressivement en direction du conseil stratégique. Accenture est déjà un groupe de conseil intégré qui ajoute le conseil en communication à ses activités historiques.

Pour résister à cette concurrence nouvelle que la Bourse salue, les grands groupes de communication misent sur leur créativité qui reste leur point fort, même si certains des créatifs les plus en vue acceptent

d'intégrer des structures spécialisées dans le conseil. Ils misent aussi sur des tarifs attrayants, quitte à sacrifier leurs marges. C'est du moins ce qu'a affirmé Guillaume Pannaud, président de TBWA France, en annonçant en mars 2019 quitter l'AACC (Association des agences conseil en communication). Il a dénoncé à cette occasion l'absence de mobilisation de l'association qui représente les intérêts des agences, ces dernières ayant vu leur marché perdre un quart de sa valeur en dix ans alors que les dépenses de communication des annonceurs ont augmenté. Cette baisse de la rémunération des agences serait due à un dumping tarifaire qui détruit le marché de la communication au profit des activités de conseil. Dans une interview accordée aux Echos, Guillaume Pannaud explique qu'« un chef de publicité issu d'une grande école est recruté en moyenne 2 300 euros mensuels. Les consultants recrutent au même niveau à 4 500 euros. Ces deux salaires étaient identiques il y a quinze ans ». Publicis et Havas, qui dominent le marché français de la communication, le premier en misant sur le conseil, le second en misant sur la convergence avec les médias et les contenus, seraient ainsi en train d'épuiser les ressources du secteur d'activité dont ils sont pourtant issus.

AJ

#### Sources:

- « Les holdings de la publicité obligés de changer de logiciels », Alexandre Debouté, Le Figaro, 5 octobre 2017.
- « Une figure de la publicité rejoint Capgemini »,
   Véronique Richebois, Florian Dèbes, Les Echos,
   25 octobre 2018.
- « WPP met le pied sur l'accélérateur », Véronique Richebois, Les Echos, 28 novembre 2018.
- Observatoire de l'e-pub. Bilan 2018, Paris, SRI, janvier 2019.
- « La publicité digitale va capter plus de la moitié du marché aux États-Unis », Basile Dekonink, Les Echos, 21 février 2019.
- Baromètre unifié du marché publicitaire 2018 (BUMP),
   France Pub, Irep, Kantar Media, Paris, mars 2019.
- « Club Med crée son agence média interne »,
   Véronique Richebois, Les Echos, 6 mars 2019.
- « Club Med internalise le pilotage de sa publicité en ligne », Alexandre Debouté, Le Figaro, 12 mars 2019.
- « Le silence dans le monde de la publicité a assez duré », interview de Guillaume Pannaud, président de TBWA, par Véronique Richebois, Les Echos, 28 mars 2019.
- « Avec Epsilon, Publicis tente un gros coup de poker »,
   Enguérand Renault, Le Figaro, 2 avril 2019.
- « Publicis s'intéresse à l'américain Epsilon, géant du CRM », Véronique Richebois, Les Echos, 2 avril 2019.
- « La vente de Droga5 à Accenture rebat les cartes sur le marché publicitaire », Véronique Richebois, lesechos.fr, 4 avril 2019.
- « Publicis accélère son virage numérique en achetant Epsilon », Ingrid Vergara, Le Figaro, 15 avril 2019.
- « Publicis accélère dans le digital en mettant la main sur l'américain Epsilon », Véronique Richebois, *Les Echos*, 15 avril 2019.
- « La publicité en ligne a franchi le cap des 100 milliards de dollars aux États-Unis », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 10 mai 2019.

# À RETENIR

Ce mot-valise, fusion de *deep learning* (apprentissage profond, technique d'intelligence artificielle) et *fake* (faux), désigne un contenu truqué et sciemment trompeur. Un *deepfake* est un faux, quelle que soit la nature du contenu – vidéo, photo, audio ou texte –, conçu grâce à l'intelligence artificielle. Aux États-Unis, la manipulation malveillante d'images vidéo affecte déjà la sphère politique.

Pour l'heure, les deepfakes les plus couramment diffusés sur internet sont des vidéos truquées dans lesquelles le visage et la voix d'une personne connue sont falsifiés, lui faisant dire ou faire ce qu'elle n'a jamais dit ou jamais fait. Le réalisme des images recomposées artificiellement fait d'un deepfake un instrument potentiellement efficace pour manipuler l'opinion. Les progrès de l'intelligence artificielle promettent la reproduction de plus en plus précise des caractéristiques propres aux humains. Dans un avenir proche, il est donc envisageable qu'un appel vidéo sur internet soit parfaitement manipulé par un deepfake.

Deepfakes est également le nom du développeur qui le premier a posté, fin 2017, des vidéos truquées à caractère pornographique sur le forum Reddit. Pour contrefaire ces vidéos avec le visage d'actrices célèbres, des logiciels, comme Deepfake et FakeApp, étaient disponibles gratuitement sur internet dès le début de l'année 2018. Développés à partir de Tensor Flow, outil d'apprentissage machine open source de Google,

ces logiciels, capables de composer l'image 3D d'un visage à partir de milliers de photos récupérées sur internet, ont permis la propagation rapide des premiers deepfakes appliqués à la pornographie. La plupart des sites concernés comme YouPorn ou Pornhub, les forums Reddit ou Discord, le site de partage

de vidéo Gfycat et Twitter, n'ont pas tardé à réagir, entre la fin janvier et le début février 2018, en interdisant ces *deepfakes* pornographiques. En octobre 2019, l'entreprise néerlandaise Deeptrace, spécialisée

dans les risques en ligne, comptabilisait 15 000 vidéos *fake porn* en circulation sur internet au cours des sept derniers mois.

Le degré de perfection atteint est tel en matière de

fake, qu'il convient de distinguer les deepfakes, qui sont le fruit de l'intelligence artificielle, des autres fakes qui ne le sont pas. Baptisées cheapfakes ou shallow fakes, les vidéos qui relèvent de cette dernière catégorie sont peu retravaillées, le truquage consistant simplement à ralentir les images d'une séquence. Les cheapfakes ne sont pas pour autant inoffensifs. Aux États-Unis, ils ont servi avec succès à attaquer un adversaire politique. En mai 2019, une vidéo a circulé sur internet, notamment relayée par le Parti républicain, l'Alt-right et même par le président Donald Trump, montrant Nancy Pelosi « comme ivre » lors d'un discours. L'enquête menée par le

Washington Post a révélé que le débit de paroles de la

présidente (démocrate) de la Chambre des représentants avait été sciemment très ralenti sur la vidéo afin de faire croire que l'intéressée souffrait d'une addiction à l'alcool. Vu plus de deux millions de fois, ce cheapfake a été retiré sur Youtube mais maintenu accessible sur Twitter. Facebook l'a simplement déclassé, en y ajoutant un avertissement à l'attention de ses membres, répondant aux critiques que « nous n'avons pas de règles stipulant que l'information publiée sur Facebook doit forcément être vraie ». Quelques mois auparavant, en novembre 2018, un autre cheapfake, montrant une soi-disant dispute entre une collaboratrice du président Trump et un journaliste de CNN, a permis l'éviction de ce dernier des conférences de presse à la Maison Blanche.

À l'origine des deepfakes, il y a une technique inventée en 2014 par le chercheur Ian Goodfellow : les GAN (Generative Adversarial Networks ou réseaux antagonistes génératifs). Selon cette technologie, deux algorithmes s'entraînent mutuellement, l'un œuvrant à fabriquer une image tandis que l'autre cherche, en parallèle, à déterminer si cette image est fausse, entraînant de cette façon le premier à faire mieux. Cette technologie a permis d'engendrer « le portrait d'Edmond de Belamy », tableau conçu par une intelligence artificielle et vendu aux enchères chez Christie's en octobre 2018. Les images créées par les GAN ont atteint un niveau de crédibilité très satisfaisant, la frontière entre le réel et le virtuel n'étant plus toujours perceptible. En 2018, le spécialiste américain des processeurs graphiques Nvidia a présenté un programme, fondé sur la technologie des GAN, capable d'inventer des visages au réalisme sidérant. Les préventions contre le logiciel de retouche d'images Photoshop s'en trouvent très largement dépassées... En effet, les résultats du jeu Which Face Is Real?, qui consiste à identifier un vrai visage d'un faux à partir d'une paire de photos, mis en ligne par deux professeurs de l'université de Washington, Jevin West et Carl Bergstrom, afin de tester la technologie de Nvidia, ne sont pas rassurants. Sur 6 millions de parties jouées par 500 000 personnes, le taux de réussite est de 60 % dès le premier essai mais ne dépasse pas 75 % avec de l'entraînement.

Dès avril 2018, le site Buzzfeed entend dénoncer la gravité de cette pratique du faux en réalisant une vidéo à partir du logiciel FakeApp, un deepfake qui fait dire à l'ancien président Barack Obama – avec la participation du comédien Jordan Peele - tout le mal qu'il pense de son successeur à la Maison Blanche. En juin 2019, c'est une démarche plus incisive qui guide les deux artistes britanniques Bill Posters et Daniel Howe, en collaboration avec l'agence de communication Canny AI, lorsqu'ils postent sur Instagram une vidéo deepfake faisant dire à Mark Zuckerberg que « quiconque contrôle les données contrôle l'avenir ». Avec leur vidéo clairement estampillée #deepfake, les artistes invitent à imaginer « la prochaine étape de notre évolution numérique où chacun pourrait éventuellement avoir une copie numérique, un humain universel éternel. Cela changera notre façon de partager et de raconter des histoires, de nous souvenir de nos proches et de créer du contenu. » En toute logique, ce deepfake du patron n'a pas été supprimé sur le réseau social.

Un faux pourrait également servir à mieux communiquer. Une vidéo truquée d'un discours du président américain Donald Trump, qui s'enorgueillit d'avoir éradiqué le sida dans le monde, a été utilisée comme instrument de campagne par l'association Solidarité Sida à l'occasion de la sixième conférence de reconstitution des ressources du Fonds mondial de lutte contre le sida, la tuberculose et le paludisme en octobre 2019 à Lyon. Totalisant plus de 3,5 millions de vues quelques heures seulement après son lancement, le 6 octobre 2019, ce deepfake de cinquante secondes a rempli son objectif selon Eric Tong Cuong, fondateur de La Chose, agence de publicité qui l'a réalisé : « Être efficace » au regard de la génération internet pour laquelle le sida est « un non-sujet ». Le directeur fondateur de l'association Solidarité Sida, Luc Barruet, prête à cette vidéo truquée « des vertus pédagogiques, pour que les gens mesurent ce que l'on peut faire avec les deepfakes ». À ses yeux, les critiques émises sur le Net, quant au caractère « douteux » ou « dangereux » de cette fausse vidéo dont il faut attendre la fin pour en comprendre le sens, sont peu nombreuses en comparaison de son

succès viral, précisant que « ceux qui réagissent sur les réseaux sociaux sont toujours ceux qui ne sont pas contents, pas ceux qui trouvent ça formidable ».

Les outils de manipulation de l'audio et de la vidéo, pour faire dire n'importe quoi à n'importe qui, se perfectionnent et se multiplient. Des chercheurs de l'université de Washington ont mis au point un algorithme basé sur la technologie VDR (remplacement de dialogue vidéo), qui permet la synchronisation trompeuse d'une voix sur des images. À Stanford, le programme Face2Face s'appuie sur la technique Facial Reenactment pour recomposer des expressions faciales en temps réel. Du côté du géant coréen de l'électronique Samsung, les scientifiques spécialistes en intelligence artificielle ont créé, à partir d'une seule photo, une copie humaine de synthèse douée de mouvements et de la parole. En Europe, des chercheurs allemands travaillent à un logiciel de « marionnettisation » servant à calquer sur le visage d'une personne des expressions et des paroles factices, ce qui permet d'imaginer un jour une conférence de presse en direct mais fausse et totalement détournée. La propagation des outils permettant de fabriquer des deepfakes serait donc une menace pour tous. En août 2019, le Wall Street Journal relatait qu'une entreprise avait été victime d'une tentative d'extorsion de fonds par des escrocs ayant utilisé une voix artificielle, imitant celle du PDG. En Belgique, un deepfake, qui montre le président Trump inciter le pays à sortir de l'Accord de Paris sur le climat, a été utilisé par le Parti socialiste flamand mais le message avertissant de la supercherie n'a pas été entendu par de nombreux internautes.

Vraisemblables quoique fausses, ces vidéos de personnes connues dans des situations fictives viennent grossir le flux quotidien de la désinformation, entendue comme la communication volontaire d'une information fausse dans le but de nuire, selon la définition proposée par l'OCDE (voir *La rem* n°45, p.62). Avec les deepfakes, l'information est de plus plus relativisée et la vérité est devenue de plus en plus précaire. Centres de recherche universitaires, start-up, gouvernements et médias se mobilisent autour d'un même objectif : identifier les deepfakes, mais avec la même crainte de

se lancer dans un « jeu du chat et de la souris », comme l'exprime Francesco Marconi, responsable R&D du Wall Street Journal. Cette bataille se présente en effet comme celle que se livrent, sans fin, les pirates informatiques et les professionnels de la cyber-sécurité, les trouvailles des uns servant de tests de fiabilité aux autres. On sait déjà que le niveau de crédibilité de certains deepfakes est testé par leurs auteurs grâce à la technologie des GAN.

L'agence de la recherche du ministère américain de la défense, la Darpa, finance depuis 2016 à travers un programme baptisé MediFlor, pour Media Forensics, plusieurs projets pour « vérifier l'authenticité et établir l'intégrité des médias visuels », associant des organismes américains à d'autres équipes de recherche à l'étranger, notamment en Europe. Pour combattre l'invasion des deepfakes, les pistes empruntées par les chercheurs sont diverses. Pour certains, la priorité serait de constituer une immense base de données d'images afin de pouvoir comparer les images originales avec celles qui sont truquées. D'autres chercheurs s'attellent plutôt à entraîner leurs algorithmes à repérer les truquages par le biais de leurs défauts ; alors qu'une autre approche comportementale est envisagée par ceux qui ne croient pas à la pérennité des solutions techniques face à la sagacité des pirates. Selon Walter Quattrociocchi, directeur du laboratoire de science de la donnée et de la complexité à l'université Ca'Foscari de Venise, la solution passerait par l'identification des sujets qui suscitent la polémique sur internet, car « ce sont souvent les plus populaires et ceux qui suscitent le plus d'engagement, mais aussi ceux qui attireront le plus de deepfakes », le but étant de pouvoir alerter les internautes engagés dans ces discussions.

Souvent décriés pour ne pas lutter assez activement contre la désinformation, les géants internet ont annoncé mettre à la disposition des chercheurs une grande quantité de contenus contrefaits afin d'entraîner leurs algorithmes à les détecter. En septembre 2019, Google a rendu publiques plus de 3 000 vidéos vraies et fausses réalisées avec des acteurs issues de sa DeepFake Detection Dataset. Par ailleurs, les groupes américains de la tech et des institutions universitaires

ont lancé un « deepfake challenge » en septembre 2019. Financée à hauteur de 10 millions de dollars par Facebook, cette initiative, qui vise à trouver des solutions anti-deepfakes, regroupe notamment les géants Apple, Amazon, Microsoft, IBM, ainsi que le MIT et l'université d'Oxford.

Les médias sont également des acteurs majeurs dans la détection des faux contenus. « La sensibilisation de l'ensemble de la rédaction à la question des deepfakes est cruciale, déclare Francesco Marconi du Wall Street Journal. Les processus et les normes du journalisme ne changent pas : bien qu'il s'agisse d'une technologie de pointe, le fondement du métier ne change pas – vérifier l'origine et la fiabilité des sources, faire des recherches sur le contexte, comparer des informations, etc. ». Depuis 2018, le Wall Street Journal dispose d'un Media Forensics Committee composé de 21 journalistes et rédacteurs en chef de tous les services (rédaction, photo, vidéo, produit, R&D, audience et analyse, normes et éthique). « Chacun d'entre eux est de garde pour répondre aux questions des journalistes sur la manipulation d'un élément de contenu, explique Francesco Marconi. Après chaque question d'un journaliste et l'analyse subséquente, les membres rédigent un rapport contenant les détails de ce qu'ils ont appris. » Si la mobilisation des grands médias américains est générale, de l'agence Reuters au New York Times en passant par le Washington Post, elle marque néanmoins la fragilité des plus petites entreprises de presse qui ne disposent pas des mêmes moyens.

En Europe, dans le cadre d'un projet de recherche soutenu par l'Union européenne, dix pays, dont la France à travers l'AFP, ont mis au point, entre 2016 et 2018, la plateforme InVID (In Video Veritas – Vérification du contenu vidéo des réseaux sociaux pour l'industrie de l'information), afin d'aider les journalistes à détecter les vidéos truquées. Un module installé sur n'importe quel navigateur internet leur permet de savoir si la vidéo a déjà été diffusée sur le web dans un autre contexte et si elle a fait l'objet d'une manipulation technique. Un autre projet de recherche en cours, baptisé WeVerify, comporte la création d'une base de données de faux connus.

Avec les élections américaines de 2020 en ligne de mire, le FBI et des représentants du gouvernement ont réuni, en septembre 2019, les équipes responsables de la sécurité de Facebook, Google, Microsoft et Twitter. Les vidéos truquées sont une nouvelle menace qui viendrait amplifier les campagnes de désinformation sur les réseaux sociaux. Le procureur Robert Mueller, après deux années d'enquête sur une possible collusion entre Moscou et l'équipe de campagne de Donald Trump, a signalé un potentiel risque d'interférence en 2020. « La Russie a sans doute été enhardie à recommencer en 2020, étant donné le peu de réactions des États-Unis face aux révélations de 2016 », estime Alex Stamos, professeur à Stanford et ancien responsable de la sécurité chez Facebook. Le Parti démocrate a d'ailleurs demandé expressément aux équipes de campagne des candidats à la primaire de ne pas « jouer » avec FaceApp, la très populaire application russe de retouche photographique pour se voir vieilli. Selon Maurice Turner, spécialiste de la sécurité électorale, le problème reste complexe car une vidéo, même identifiée comme fausse, peut « renforcer une opinion chez ceux qui veulent y croire, et détourner l'attention des informations réelles ».

À propos du cheapfake s'attaquant à Nancy Pelosi, largement répandu sur les réseaux sociaux alors qu'il était pourtant facile de ne pas se laisser duper, Francesco Marconi explique « qu'il n'en faut pas beaucoup pour tromper certains internautes. Ce sont les effets de ce que les experts appellent le "biais de confirmation" : lorsqu'une vidéo semble prouver quelque chose à laquelle ils croient déjà, les internautes penseront plus volontiers que la vidéo est réelle et la partageront. »

En janvier 2019, la chaîne de télévision locale Q13 à Seattle a diffusé un *deepfake* imitant Donald Trump au cours d'un discours tenu par le président des États-Unis à peine quelques minutes auparavant. À la perspective de voir éclore des *deepfakes* en temps réel ou en streaming, Francesco Marconi répond : « *Avec l'informatique quantique et l'expansion de la 5G, nous arriverons sans aucun doute à un point où les simulations seront très proches de la réalité.* »

FL

#### Sources:

- « L'AFP partenaire du projet européen InVID sur la vérification des vidéos sur le web », AFP, afp.com, 1<sup>er</sup> février 2016.
- « Du porno aux fausses informations, l'intelligence artificielle manipule désormais la vidéo », Morgane Tual, lemonde.fr, 4 février 2018.
- « Comment lutter contre les "deepfakes" », Jacques Henno, Les Echos, 29 janvier 2019.
- « "Deepfake" : une vidéo trafiquée de Nancy Pelosi relayée par des proches de Trump », Harold Grand, lefigaro.fr, 24 mai 2019
- « Une vidéo "deepfake" de Mark Zuckerberg met à l'épreuve la modération de Facebook », Harold Grand, lefigaro.fr, 12 juin 2019.
- « Are You For Real? », Tom Simonite, Wired, July-August 2019.
- « Un "deepfake challenge" pour lutter contre la désinformation », AFP, tv5monde.com, 6 septembre 2019.

- "La détection des "deepfakes", une course contre la montre », AFP, tv5monde.com, 11 septembre 2019.
- « Les élections américaines de 2020 menacées par les fausses vidéos et attaques informatiques », Rob Lever, AFP, tv5monde.com, 22 septembre 2019.
- « Pornographie et politique au cœur des "deepfakes" selon une étude », AFP, tv5monde.com, 8 octobre 2019.
- « Fausse vidéo de Trump : pourquoi Solidarité Sida a sorti un "deepfake" pour sa campagne », Morgane Tual, lemonde.fr, 9 octobre 2019.
- « WSJ on DeepFakes: "It's a cat & mouse game".
   WSJ's R&D Chief, Francesco Marconi, shares lessons learned », Ana Lomtadze, GEN, Global Editors Network, medium.com, Oct 10, 2019.
- « Dépister les deepfakes : le jeu du chat et de la souris »,
   Isabelle Bellin, DAP, dataanalyticspost.com,
   15 octobre 2019.

# UN CHIFFRE OU DEUX...

La part de marché du livre audio en 2018

en Suède

aux États-Unis

au Royaume-Uni

en Allemagne

en France

Source: Les Echos, 14-15 août 2019.

chaînes françaises sur YouTube de plus d'un million d'abonnés en juin 2019,

en deux ans.

Source: AFP, 4 juillet 2019.

Un Américain sur deux possède au moins une enceinte connectée en juin 2019.

Source : eMarketer.com

de la population américaine n'utilisent pas l'internet en 2019.

> contre 48 % en 2000.

Source: Pew Research Center.

Pas de réseau dans le métro aux États-Unis :

des 75 principales régies des transports en commun ont déployé le wi-fi.

Source: Wall Street Journal in L'Opinion, 8 octobre 2019.

Amazon a dépassé les 100 000 applications vocales disponibles sur Alexa, son enceinte connectée.

Source: Les Echos, 30 septembre 2019.

FL.

# À LIRE EN LIGNE

### L'apport du droit de la compliance à la gouvernance d'internet,

Marie-Anne Frison-Roche, rapport commandé par le ministre chargé du numérique, avril 2019

Organisé en quatre chapitres, le rapport dont l'auteur est professeur de droit économique à l'Institut d'études politiques de Paris, commence tout d'abord par caractériser ce qui fait la spécificité du « monde digital » qui s'est construit sur le « principe de liberté d'entreprendre », sans l'assortir d'aucun autre principe susceptible de l'équilibrer, au premier rang desquels celui de « la personne ». Ce déséquilibre entre le principe de liberté d'entreprendre et celui de la reconnaissance des personnes fait réagir les États et les législateurs : leur premier réflexe est de tenter de restreindre la liberté des entreprises ayant construit leur modèle sur la maîtrise des données. La démarche est vaine car, selon l'auteur du rapport, les normes devraient s'attacher, au lieu de restreindre la liberté des entreprises, à garantir le respect du « principe de la personne », afin d'assurer l'équilibre entre ces deux enjeux fondamentaux.

Face à ce constat, le deuxième chapitre décrit l'apport du droit de la compliance (conformité en français) à la régulation des acteurs du web, en leur imposant le « principe de la personne ». Le droit de la compliance

est défini par l'auteur comme « l'internalisation dans certains opérateurs de l'obligation de se structurer pour concrétiser des buts qui ne leur sont pas naturels, buts qui sont fixés par des autorités publiques qui ont en charge le futur des groupes sociaux, buts que ces entreprises doivent de gré ou de force viser à concrétiser, du seul fait qu'elles sont en position de les atteindre ».

Les deux chapitres suivants évoquent des solutions pragmatiques, avec 55 propositions pour mettre en œuvre ce droit de la compliance. Ce droit n'est pas créé ex nihilo, il devrait s'appuyer sur un ensemble de règles disparates, à l'échelle européenne, dont des textes novateurs déjà en application, notamment dans les domaines de la banque, de la finance et des données personnelles. Alors que le droit américain a développé une approche abstraite de la donnée, le droit européen s'est toujours attaché à en avoir une conception concrète, « construite sur le "caractère" de la donnée (par exemple "à caractère personnel"), qui implique non plus des "appropriations" des données en masse, mais au contraire des principes de disponibilité ou d'indisponibilité suivant ce qui la "concerne" ».

Le rapport énonce enfin la façon d'intégrer, grâce au droit de la compliance, le principe de la personne dans les législations européennes, dont le « droit à l'oubli » est l'exemple le plus emblématique. La primauté des données de la personne sur leur valeur commerciale devrait devenir « la formulation renouvelée de la "culture européenne" ».

Il ne s'agirait pas là d'un important chantier juridique mais plus simplement de recourir au « droit souple » et à la jurisprudence. Pour que les opérateurs numériques rompus à la liberté d'entreprendre intègrent le droit de la compliance, le rapport préconise de leur faire jouer « un rôle de régulateur de second niveau tout en les dotant des pouvoirs nécessaires "pour exécuter leurs obligations générales nouvelles" ». La direction générale des réseaux de communication, du contenu et des technologies (DG CONNECT) de la Commission européenne en assurerait la supervision institutionnelle.

J-A FS



### EU coordinated risk assessment of the cybersecurity of 5G networks,

NIS Cooperation Group, October 9, 2019

Le groupe de coopération NIS a été créé dans le cadre du lancement, par le Parlement européen le 6 juin 2016, de la directive sur la sécurité des réseaux et des systèmes d'information (Directive on Security of Network and Information Systems), appelée directive NIS. Constitué des représentants des membres de l'Union européenne, de la Commission européenne et de l'agence de cybersécurité de l'Union (l'ENISA – European Network and Security Agency), il a pour mission d'assurer une coopération stratégique, passant par l'échange d'informations, entre les États membres en matière de cybersécurité.

Le groupe a publié en octobre 2019 un rapport intitulé « Évaluation coordonnée par l'Union européenne des risques liés à la cybersécurité des réseaux 5G ». Ces réseaux de télécommunications de nouvelle génération vont jouer un rôle central dans la transformation

numérique de la société, et de l'économie en particulier, au sein de l'Union européenne, allant bien au-delà de la fourniture de services de télécommunications aux particuliers, avec une large gamme de nouvelles applications et d'objets connectés, activités dont les revenus atteindraient 225 milliards d'euros en 2025.

L'une des caractéristiques des réseaux 5G est d'améliorer les fonctionnalités de communication des objets connectés à la périphérie des réseaux, leur architecture étant de ce fait moins centralisée que celle des réseaux de génération antérieure. « Certaines fonctions des réseaux centraux peuvent être intégrées dans d'autres parties des réseaux, ce qui rend les équipements correspondants plus sensibles ». Une architecture moins centralisée « augmente donc la surface d'éventuelles attaques et le nombre de points d'entrée potentiels pour les attaquants ». En outre, les réseaux 5G requièrent un plus grand nombre de logiciels pour faire fonctionner les équipements, ce qui entraîne « des risques accrus liés aux processus de développement et de mise à jour des logiciels [...] et de nouveaux risques d'erreurs de configuration ».

Ce sont les principales raisons pour lesquelles les opérateurs de télécommunications risquent de devenir plus dépendants de leurs fournisseurs extérieurs. Aussi le groupe NIS préconise-t-il d'en diversifier le nombre pour éviter une dépendance trop grande vis-à-vis d'un seul. De l'avènement des réseaux 5G vont dépendre de « nombreuses applications informatiques critiques », non seulement en matière de confidentialité des données et de respect de la vie privée, mais également en matière d'intégrité et de disponibilité de ces réseaux : source de « préoccupations majeures en termes de sécurité nationale et défi majeur pour la sécurité dans une perspective européenne ».

Le groupe NIS estime que ces défis créent « un nouveau paradigme de sécurité, ce qui rend nécessaire une réévaluation de la politique actuelle et du cadre de sécurité applicable au secteur et à son écosystème et indispensable pour que les États membres prennent les mesures d'atténuation nécessaires ». Dans une phase ultérieure, le groupe veillera à l'application de ces recommandations et proposera une « boîte à outils de mesures de gestion des risques appropriées, efficaces et proportionnées pour atténuer les risques en matière de cybersécurité ». En outre, les experts soulignent l'importance de disposer d'une capacité

industrielle européenne en termes de « développement de logiciels, de fabrication d'équipements, d'essais en laboratoire, d'évaluation de la conformité, etc. ».

Sans jamais citer le groupe chinois Huawei, premier fournisseur mondial d'antennes de téléphonie mobile, dénoncé depuis 2018 par les services de renseignement des États-Unis, du Canada, du Royaume-Uni, d'Australie et de Nouvelle-Zélande (les « 5 eyes », voir La rem n°49, p.101), les auteurs du rapport identifient les grands défis en matière de sécurité, que l'avènement des réseaux 5G est susceptible d'engendrer ou d'intensifier, et mettent en garde les membres de l'Union quant à leur choix en matière de fournisseurs de matériels, notamment ceux qui sont liés à un pays non démocratique.

La France s'est d'ailleurs dotée, le 1<sup>er</sup> août 2019, d'une nouvelle législation en matière de cybersécurité, dite loi Huawei, qui soumet l'exploitation d'équipements pour leurs réseaux 5G français à un régime d'autorisation préalable délivrée par le Premier ministre.

J-A FS



# ARTICLES CHRONIQUES

# Internet, de la nétiquette à la confrontation planétaire

#### Alexandre Joux

Le 12 mars 2018, les États-Unis ont bloqué le rachat de Qualcomm par Broadcom à la suite d'un avis négatif du Committee on Foreign Investment into the United States (CFIUS). Ce rachat serait une menace à la sécurité nationale, un critère décisif pour le CFIUS (voir *La rem* n°49, p.101). La technologie s'est imposée alors, et de manière évidente, comme un élément central dans la confrontation entre les États-Unis et la Chine. Alors que la multiplication des taxes sur les importations semblait limiter cette confrontation à un problème portant d'abord sur le déséquilibre de la balance commerciale entre les deux premières puissances économiques mondiales, le blocage d'opérations en lien avec des fabricants de puces, notamment dans la perspective de la 5G, a changé grandement la donne.

La technologie et, à travers elle, le contrôle des infrastructures de l'internet de demain, s'impose comme l'enjeu majeur d'une confrontation planétaire entre les deux grandes puissances. De ce point de

LE CONTRÔLE DES
INFRASTRUCTURES DE
L'INTERNET DE DEMAIN,
S'IMPOSE COMME
L'ENJEU MAJEUR D'UNE
CONFRONTATION
PLANÉTAIRE

vue, il s'agit bien d'un problème de sécurité nationale, comme l'indique du reste le CFIUS, mais qui excède, et de loin, les seules inquiétudes liées à la présence ou non d'entreprises étrangères sur le marché américain. C'est ce que prouvent, autrement, les déboires récurrents de Huawei avec les autorités américaines. Après l'arrestation en décembre 2018 de Meng Whanzhou, directrice financière de Huawei et fille du fondateur du groupe, au motif d'un possible contournement de l'embargo américain sur l'Iran, Huawei a été placé, le 15 mai 2019, sur la Entity List du Département du Commerce américain. Cette « liste des entités » aligne nombre d'entreprises et d'individus qui constituent une menace potentielle pour la sécurité des États-Unis, autorisant dès lors le Département du Commerce à interdire toute relation

commerciale avec eux. Le 19 mai 2019, Google annonçait rompre ses relations commerciales avec Huawei, à qui il ne fournira plus la version officielle d'Android associée au PlayStore et à ses applications phares. Le 20 mai 2019, Broadcom, Intel et Qualcomm faisaient de même, privant Huawei des technologies et des logiciels dont il a besoin pour conserver sa place de leader mondial des équipementiers

et maintenir son ambition de devenir rapidement le premier producteur mondial de smartphones. Sans Android et la suite d'applications Google, il lui sera à l'évidence difficile de s'imposer encore auprès du grand public, notamment en Europe, le deuxième marché du groupe après la Chine. Sur le marché des puces, Huawei est plus indépendant car il contrôle ses propres technologies. Il reste que le groupe achète chaque année 11 milliards de dollars de technologie à ses fournisseurs américains.

La décision de placer Huawei sur la Entity List, même si la mise en application du dispositif a été reportée, depuis, en novembre 2019, constitue un véritable acte de guerre contre un fleuron technologique chinois. Les États-Unis sont prêts à mobiliser leurs plus grandes entreprises, tous leurs grands groupes technologiques pour retarder, voire empêcher, les ambitions chinoises sur la 5G en particulier, et sur l'internet en général. Le discours officiel a donc profondément changé à Washington qui, depuis les promesses d'Al Gore lors de la campagne présidentielle américaine de 1992, a conduit aujourd'hui à

faire de l'internet un enjeu majeur de sécurité nationale et d'influence à l'échelle planétaire.

En 1994, le vice-président de Bill Clinton, premier président américain post-guerre froide, allait jusqu'au bout de la liste des promesses liées à la

#### LA DÉCISION DE PLACER HUAWEI SUR LA ENTITY LIST CONSTITUE UN VÉRITABLE ACTE DE GUERRE CONTRE UN FLEURON TECHNOLOGIQUE CHINOIS

construction d'une Global Information Infrastucture devant les délégations nationales à l'UIT (Union international des télécommunications). Connecter la planète entière à coup de fibre optique devait [nous traduisons] «Rassembler les communautés du monde. Aujourd'hui, nous pouvons enfin créer un réseau planétaire d'information qui transmet messages et images. Ces autoroutes ou, plus exactement, ces réseaux d'intelligence distribuée, nous permettront de partager l'information et de communiquer comme une communauté globale. De ces connections découleront un progrès robuste et durable, des démocraties fortes, de meilleures solutions aux défis environnementaux à l'échelon global et local, des soins de santé améliorés et, finalement, une sensibilisation accrue à la gestion collective de notre petite planète » (Gore, 1994). Dans les faits, cette Global Information Infrastructure qui devait mobiliser des financements massifs, dont certains étaient publics, aura été abandonnée. Le pragmatisme économique a conduit à confier aux opérateurs télécoms le soin de faire évoluer leurs réseaux pour les interconnecter, ce qui aboutira au déploiement planétaire de l'internet, la fibre remplaçant dans un second temps les vieux fils de téléphone.

C'est donc sur les services en ligne, une fois l'internet déployé, que de nouveaux acteurs sont apparus, qui ont porté les promesses associées au déploiement mondial des réseaux de communication électronique. Ainsi Google, dès sa création en 1998, annonçait « ne pas être le diable » et s'engageait dans une croisade altruiste ou mégalomaniaque visant à « organiser les informations à l'échelle mondiale dans le but de les rendre accessibles et utiles à tous ». Les premiers utilisateurs de l'internet, issus des milieux hackers et de l'université imaginaient à la même époque les formes d'une sociabilité nouvelle sous le registre de la « nétiquette », un code des bonnes pratiques comportementales en ligne sur un réseau qui allait amener ses utilisateurs à entrer en contact avec des citoyens du monde entier.

#### **ARTICLES & CHRONIQUES**

La petite planète en ligne et ses communautés sensibles allaient pourtant très vite prendre un autre visage, mâtiné de puissance économique et de réalités géopolitiques. La circulation facilitée de l'information n'a pas conduit à des démocraties fortes, comme le promettait Al Gore. Google a choisi de se retirer de Chine dès 2010, pour ne pas soumettre les résultats de son moteur de recherche à la censure des autorités de Pékin (voir *La rem* n°14-15, p. 34). La mondialisation avait manifestement ses limites : l'information devait rester une affaire nationale pour les autorités chinoises, qui ont appliqué à l'internet les vieilles méthodes de non-ingérence revendiquées par l'Union soviétique quand elle interdisait l'importation des œuvres de l'esprit produites à l'Ouest. Plus récemment, les *fake news* et les soupçons d'ingérence d'États tiers lors des campagnes électorales afin de déstabiliser les démocraties témoignent pareillement des limites des promesses émancipatrices associées au déploiement de l'internet.

L'internet a eu d'autres avantages. Quand Al Gore a présenté son projet d'autoroutes de l'information aux Américains, lors de la campagne de 1992, le discours était légèrement différent de celui tenu deux ans plus tard à l'UIT, lorsque l'ambition technologique américaine a été projetée à l'échelle mondiale. Il s'agissait bien d'un *new deal* électronique, donc d'une relance de l'économie américaine grâce à des investissements publics massifs et une augmentation de la productivité par la mise à la disposition, auprès des industriels, du potentiel scientifique des laboratoires des universités américaines ayant déjà étudié le protocole TCP/IP depuis plus de vingt ans. Les États-Unis s'engageaient ainsi résolument dans les sociétés dites post-industrielles que les années 1970 avaient imaginées pour sortir les grandes puissances économiques des affres de l'industrialisation, après que le coût de l'énergie a augmenté à la suite des chocs pétroliers. L'internet y a contribué en facilitant la délocalisation de la

LA CIRCULATION FACILITÉE

DE L'INFORMATION

N'A PAS CONDUIT À

DES DÉMOCRATIES FORTES,

COMME LE PROMETTAIT AL GORE

production industrielle et en concentrant les « technologies de l'Intellect » dans la Silicon Valley. La Chine pouvait dès lors devenir une grande puissance industrielle dans les années 1990 et 2000, l'avenir américain se jouant, non plus dans les chaînes d'assemblage, mais dans la conception des composants et des services concentrant la valeur ajoutée. L'objectif a été atteint : alors que l'Europe dépend encore, pour ses fleurons en Bourse, des

grands groupes de l'ère industrielle, les plus fortes capitalisations boursières aux États-Unis sont toutes dues à la maîtrise du numérique. Au second trimestre 2019, les plus importantes capitalisations boursières au monde sont, dans l'ordre : Microsoft, Amazon, Apple, Alphabet, Facebook, c'est-à-dire les Gafam. Grâce à ces entreprises, les États-Unis dominent la recherche planétaire dans le domaine des technologies de communication et doivent donc contrôler à terme les dispositifs qui vont permettre d'accélérer la numérisation de l'économie, à savoir la 5G et sa pléiade d'objets connectés.

Cependant, la septième et huitième places pointent deux entreprises chinoises, Alibaba Group et Tencent. La première est cotée à New York et doit son succès au e-commerce. La seconde est cotée à Hong Kong. Leader mondial des jeux vidéo, elle dispose surtout de l'application WeChat qui est l'une des plus intégrées au monde, au point d'être devenue, pour ses utilisateurs chinois, une sorte d'interface

unique pour la gestion de leur vie quotidienne. Quant à Huawei, l'entreprise n'est pas cotée, mais elle occupe le premier rang sur le marché des équipementiers et le troisième sur celui des smartphones.

La domination technologique américaine, imaginée au début des années 1990, est désormais menacée. Si les États-Unis ont pu accepter que la Chine devienne une très grande nation industrielle, ils accepteront moins, en revanche, qu'elle les talonne dans le secteur technologique qui est l'une des

conditions de leur puissance à l'échelle planétaire. Les Gafam peuvent déstabiliser des économies entières : imaginons un instant un monde sans Powerpoint, sans Google, sans les serveurs d'Amazon ou de Microsoft, sans applications. C'est probablement ce à quoi devra se résoudre Huawei qui a présenté son nouveau modèle de smartphone, le Mate 30, le

LA DOMINATION TECHNOLOGIQUE AMÉRICAINE, IMAGINÉE AU DÉBUT DES ANNÉES 1990, EST DÉSORMAIS MENACÉE

19 septembre 2019. Celui-ci est désormais équipé d'une version d'Android non reconnue par Google et ne propose pas le Play Store et ses applications. En Chine, Huawei promeut déjà auprès des consommateurs son propre système d'exploitation, présenté le 9 août 2019 et baptisé HarmonyOS. Le terme est bien choisi dans un pays qui prône l'harmonie sociale sous surveillance numérique, puisqu'il prend acte de l'émergence d'un écosystème chinois qui sera potentiellement concurrent de ceux d'Apple et de Google. Les autorités chinoises débloquent de leur côté des fonds pour soutenir leurs équipementiers en accélérant la couverture du territoire chinois en 5G. Elles ont par ailleurs incité – et convaincu – China Unicom et China Telecom, les numéros 2 et 3 du marché mobile chinois, à adopter un réseau commun dans la 5G pour plus d'efficacité. La Chine prépare donc son autonomie technologique. Si son divorce avec les États-Unis devait être définitivement prononcé, ce seront alors deux conceptions de l'internet qui risquent de s'affronter à l'échelle planétaire, loin des promesses de la « communauté globale » d'Al Gore. Ce sera aussi, pour les États-Unis, un moyen de conserver leur hégémonie technologique, au moins là où elle pourra s'exercer, ce qui explique les pressions américaines auprès des pays alliés pour qu'ils barrent la route aux équipementiers chinois à l'occasion de la création de leur réseau 5G.

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:

- « Remarks Prepared for Delivery », Al Gore, UIT, CMDT, Buenos Aires, March 21, 1994.
- L'imaginaire d'Internet, Patrice Flichy, Paris, La Découverte, 2014.
- « Donald Trump punit Huawei et relance les tensions avec Pékin », Pierre-Yves Dugua, Le Figaro, 17 mai 2019.
- « Huawei meurtri par le départ de ses fournisseurs américains », Raphaël Balenieri, Les Echos, 21 mai 2019.
- « Sous la pression de Trump, Google rompt avec Huawei », Elsa Bembaron, Lucie Ronfaut, Le Figaro, 21 mai 2019.
- « Huawei dévoile son système d'exploitation, mais le plus dur reste à faire », Raphaël Balenieri,
   Les Echos. 12 août 2019.
- « La Chine se met en ordre de bataille pour la 5G », Raphaël Balenieri, Les Echos, 11 septembre 2019.
- « A Shenzhen, fief de Huawei, la 5G va être subventionnée », Raphaël Balenieri, Les Echos, 16 septembre 2019.
- « Huawei privé de Google pour ses nouveaux smartphones », Raphaël Balenieri, Les Echos, 20 septembre 2019.

# La liberté de la presse et la Chine péril à l'intérieur, soft power à l'extérieur

**Boris Barraud** 

En Chine, intimidations et répression contre les journalistes se sont intensifiées depuis une quinzaine d'années. Les médias sont au service du Parti communiste chinois (PCC). Journalistes et chercheurs étrangers y sont censurés. Ce qui n'empêche pas le régime chinois de profiter de la liberté de la presse ailleurs dans le monde, dans les démocraties et les États de droit, afin de mener ses campagnes de désinformation et de donner une image positive de son économie, de sa culture et de son régime politique. La crise hongkongaise actuelle confirme cette dichotomie de la vision de la liberté de la presse par le pouvoir chinois : un danger à l'intérieur dont il faut se garder et un facteur de puissance à l'extérieur, dont il s'agit de profiter.

L'ambitieux projet de « contrôle social » du PCC passe par les médias et, plus généralement, par les technologies numériques et l'intelligence artificielle. Alors qu'un relatif vent de libéralisme avait soufflé sur Pékin il y a quinze ans, tout a changé avec la rédaction du « Document 9 » en juillet 2012. Divulgué par le journaliste chinois Gao Yu, aujourd'hui assigné à résidence et condamné à sept ans de prison, ce manifeste intitulé « Communiqué sur l'état actuel de la sphère idéologique » est destiné aux cadres du parti. Il prohibe expressément les analyses et les opinions contraires à la ligne du PCC, ce qui confirme l'interdiction de toute opposition, y compris médiatique. Dès lors, la répression contre les journalistes et autres blogueurs insoumis s'est intensifiée. Pour créer un média en Chine, il faut obtenir une licence et accepter le contrôle d'une administration de tutelle très intrusive et exigeante. Un tel

"IL FAUT CRÉER UN NOUVEL ORDRE MONDIAL DES MÉDIAS. SINON LA PLACE SERA PRISE PAR D'AUTRES » Li Congjun, de l'agence de presse

officielle Xinhua

régime d'autorisation préalable, qui peut se rapprocher d'un régime d'interdiction, est le signe distinctif de tout régime autoritaire.

Plus encore, s'est étendue une entreprise de manipulation de l'information au-delà des frontières, qui a profité en quelque sorte des libertés publiques consacrées par les régimes démocratiques. Les médias occidentaux seraient hostiles, selon Pékin, car ils défendent une idéologie ennemie et dangereuse. L'enjeu, pour le pouvoir chinois, est d'infiltrer ces médias pour tenter de les réorienter, ou bien d'en créer de nouveaux afin de les concurrencer. « Il faut créer un nouvel ordre mondial des médias. Sinon la place sera prise par d'autres, ce qui posera un défi à notre rôle dominant dans la conduite de l'opinion publique », expliquait, en 2013, Li Congjun, alors responsable de l'agence de presse officielle Xinhua et membre du comité central du PCC, cité par Le Monde.

#### La liberté de la presse, une inconnue en Chine

La presse chinoise n'a pas le droit à la critique, ni même au débat. Pire : elle ne saurait publier certaines informations pourtant d'intérêt général. Dans le « Document 9 », la liberté de la presse est ainsi classée parmi les « sept périls occidentaux », comme les droits de l'homme et l'indépendance de la justice. Dans le même ordre d'idée, les services internet américains tels que Google, Facebook ou Twitter sont bloqués tandis que leurs alter ego locaux sont étroitement surveillés. De même les sites web du New York Times et de la BBC sont inaccessibles. Chaque jour, les autorités empêchent les rédactions de presse de traiter certains sujets ou, au contraire, leur imposent de diffuser certains messages afin de « protéger l'autorité et l'unité du parti », ce qui, en Chine, signifie « protéger l'autorité et l'unité de l'État ».

#### DANS LE « DOCUMENT 9 », LA LIBERTÉ DE LA PRESSE EST AINSI CLASSÉE PARMI LES « SEPT PÉRILS OCCIDENTAUX »

Les pressions sur les journalistes tournent à l'oppression. Journaliste exilé en Allemagne, Chang Ping a condamné publiquement l'arrestation de son confrère Jia Jia en Chine, sa famille a été arrêtée et a dû le supplier « d'arrêter de critiquer le parti ». Autre témoignage récent : Victor Mallet, chef du bureau du Financial Times à Hong Kong, a été expulsé après avoir invité un militant indépendantiste à un débat. En Afrique du Sud, un journaliste a été licencié pour avoir dénoncé la politique de répression des Ouïgours dans un titre de presse contrôlé à 20 % par des investisseurs chinois.

En février 2016, Xi Jinping a rappelé leurs devoirs aux principaux médias publics chinois (l'agence Chine nouvelle, *Le Quotidien du Peuple* et le groupe audiovisuel CCTV) : suivre le « *leadership du parti* » et se concentrer sur des « *reportages positifs* ». Une nouvelle étape dans le contrôle matériel et idéologique de la presse devait être franchie en octobre 2019, avec l'obligation imposée aux journalistes de passer un examen en ligne permettant de vérifier leur fidélité au Parti communiste et à son secrétaire général, afin de pouvoir continuer à exercer leur métier. La carte de presse ne peut être renouvelée qu'en cas de succès à cet « *examen de loyauté* », qui comprend cinq sections, entre autres deux sur la « *pensée de Xi Jinping* » et une sur le marxisme. Pour ce faire, les journalistes doivent utiliser l'application mobile Xuexi Qiangguo – ce qui signifie « *étude pour rendre la Chine forte* ». Cet outil de propagande est constitué d'articles, de vidéos et autres contenus défendant « *la philosophie politique* » officielle chinoise.

#### **ARTICLES & CHRONIQUES**

En Chine, le critère du « bon journaliste » n'est donc pas l'objectivité, la capacité à prendre des précautions ou à croiser les informations, la fidélité par rapport aux faits ou l'absence de préjugés, mais la capacité à *« penser bien »*, c'est-à-dire à avoir et à diffuser des idées en adéquation avec l'idéologie d'État. Et les technologies numériques permettent la permanence de cet ajustement.

Dans ces conditions, il n'est guère étonnant que la République populaire de Chine soit 177e sur 180 dans le classement 2019 de Reporters sans frontières sur la liberté de la presse : seuls l'Érythrée, la Corée du Nord et le Turkménistan font pire. Dans son rapport, l'ONG décrit des conditions de travail des

« NOS CONDITIONS
DE REPORTAGE EN
CHINE SONT LES PIRES
JAMAIS CONNUES
DANS L'HISTOIRE
RÉCENTE DE CE PAYS »
Le Club des correspondants
étrangers de Pékin

journalistes chinois de plus en plus difficiles : « suivi idéologique des membres des rédactions », invitation à écrire « des reportages positifs », obligation de remettre son passeport aux autorités et donc de le demander pour pouvoir sortir du pays, autocensure des débats en ligne, recul de la liberté d'expression à Hong Kong malgré son statut spécial.

Quant au rapport sur la liberté des médias étrangers, publié par le Club des correspondants étrangers de Pékin, il constate un contrôle technologique et humain des médias toujours plus poussé. Dès la première phrase du rapport, le constat est clair : « Nos conditions de reportage en Chine sont les pires jamais connues dans l'histoire récente de ce pays ». Les déplacements, les conversations et même la vie privée des correspondants étrangers sont surveillés en permanence.

#### Des médias occidentaux utilisés par la propagande chinoise

Pour l'exercice de son *soft power* – capacité d'un acteur politique de la scène internationale d'influencer un autre ou sa population à travers des moyens non coercitifs, soit culturels ou idéologiques –, la Chine investit massivement dans une « CNN chinoise », à destination notamment du continent africain. Le Parti communiste chinois profite sans coup férir de la liberté de la presse qui règne dans les démocraties occidentales : il l'analyse d'ailleurs comme une « *faille* » et une « *faiblesse structurelle* ». L'absence de contrôle ou de surveillance étatique des médias et de l'information est exploitée afin de diffuser une idéologie pro-chinoise ou du moins une image positive du pays.

C'est ainsi que Xi Jinping a réorganisé le « Front uni », structure qui, depuis 1942, a pour rôle d'infiltrer les milieux intellectuels des autres puissances : plus de 40 000 agents servent l'institution. Leur rôle est d'observer et de rapporter l'image véhiculée par la Chine à l'étranger. Ils doivent de plus contrer les critiques concernant les atteintes aux droits de l'homme et aux libertés fondamentales. Un budget important est consacré par Pékin à la diffusion de sa culture et à la sinisation du monde, équivalent

chinois de l'américanisation de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle, même si elle n'atteint pas jusqu'à présent la même efficacité, notamment en Europe. La Chine multiplie les offres de voyages de presse ou de formations en communication.

LA PRESSE ÉTRANGÈRE EST UNE CIBLE DE CHOIX POUR LE SOFT POWER CHINOIS La presse étrangère est une cible de choix pour le *soft power* chinois. La crise économique due à la baisse de leurs recettes de vente et de publicité fragilise considérablement les journaux d'information. Ils ne restent par conséquent pas insensibles aux offres commerciales du gouvernement chinois. C'est ainsi que, lors de l'arrivée de Xi Jinping à Nice, en mars 2019, *Le Parisien*, *Les Échos*, *Le Monde* et *Le Figaro* ont accepté d'éditer des « publicités » pro-chinoises, en l'occurrence des succédanés d'articles, avec textes et photos fournis par l'agence de presse officielle Chine Nouvelle (Xinhua), contre monnaie sonnante et trébuchante. Dans le même temps, le média d'État Radio Chine International (RCI) s'est fait une place sur les ondes de dizaines de radios et de télévisions étrangères, dont une trentaine aux États-Unis. En France, toujours dans un strict intérêt pécuniaire, BFM Business diffuse désormais tous les soirs, à 23 h 50, *Chine Éco*, une courte émission débutant par un sujet fourni par RCI, insistant sur les points forts et le dynamisme de l'économie chinoise. Facebook se fait également le relais efficace de l'agence de presse Xinhua par le biais des informations *« suggérées »* dans le fil d'actualités des utilisateurs.

Récemment, lors des manifestations à Hong Kong, l'appel à l'aide des manifestants, « Soutenez Hong Kong! », s'affichait dans les journaux anglais, suédois, allemands ou canadiens. Pour les habitants de l'ancienne colonie britannique, qui luttent afin de préserver les droits dont ils bénéficient à la suite des accords de rétrocession de Hong Kong à la Chine en 1997, ne pas laisser triompher la propagande du Parti communiste chinois est un enjeu décisif. Ainsi, le 9 juin 2019, après qu'un million de personnes ont défilé pour demander le retrait d'un projet de loi d'extradition vers la Chine continentale, le China Daily,

organe de la presse d'État, titrait, quant à lui, en anglais : « 800 000 personnes disent "oui" à la loi ». Plus tard, alors que deux millions de Hongkongais manifestaient pour réclamer la démission de la chef de l'exécutif hongkongais, Carrie Lam, China Daily écrivait encore : « Les Hongkongais marchent contre l'ingérence américaine ». Malgré un tel travestissement, Le Figaro a accepté d'insérer dans ses pages le supplément China Watch fourni clés en main par le même China Daily, à la gloire de la Chine et de son président Xi Jinping.

DE TELS SUPPLÉMENTS VISANT À RÉPANDRE L'IDÉOLOGIE CHINOISE SONT PAYÉS AU PRIX FORT PAR PÉKIN. UNE TRENTAINE DE JOURNAUX INFLUENTS PARTOUT DANS LE MONDE OBTEMPÈRENT

De tels suppléments visant à semer la confusion et à répandre l'idéologie chinoise sont payés au prix fort par Pékin. Une trentaine de journaux influents partout dans le monde obtempèrent, notamment le *New York Times* et le *Daily Telegraph*. La propagande chinoise parviendrait à toucher quelque 13 millions de lecteurs, principalement en Europe et en États-Unis. Une publication mensuelle à la gloire de la Chine rapporterait 860 000 euros par an au *Daily Telegraph*, indique le *Guardian*.

La Chine exploite de cette façon pleinement la liberté de la presse occidentale, sinon les difficultés d'un secteur en manque de financements, pour accroître son influence sur ce « quatrième pouvoir », encore plus puissant à l'ère des *fake news* et de la « malinformation ». L'objectif est de séduire les opinions publiques afin que toute attaque contre la Chine, de la part d'un gouvernement, d'un intellectuel ou d'un

#### **ARTICLES & CHRONIQUES**

organe de presse, apparaisse illégitime et soit donc discréditée. Les médias, que Mao Zedong appelait déjà « *l'arme magique* » et que Xi Jinping entend utiliser afin de « *raconter des histoires au monde* », sont une arme de plus en plus destructrice dont les régimes autoritaires, de la Russie à la Chine, se servent allègrement, au détriment des démocraties occidentales, profitant de la liberté de la presse, ainsi que des droits et libertés fondamentaux que ces dernières respectent.

#### La Chine experte en guerre médiatique

L'agence de presse Xinhua mène une politique commerciale particulièrement agressive. Elle commercialise une information discount, des packages de cinquante dépêches, trois vidéos et cinq photos, pour environ 1 800 euros. Ces offres sont séduisantes pour des médias, notamment dans les pays en développement, qui n'ont pas les moyens de s'abonner à une agence de presse internationale ou de

LES POSTS DES
CYBER-GUERRIERS
QUI, DEPUIS LA
CHINE, VIA UN
RÉSEAU VIRTUEL
PRIVÉ, CONDUISENT
DES ATTAQUES
COORDONNÉES ET
MASSIVES

constituer une rédaction suffisamment importante. Xinhua propose ses « contenus » en dix-huit langues, contre six pour l'AFP (Agence France-Presse). Tout comme la Télévision centrale de Chine ou CCTV (China Central Television), elle embauche, au prix fort, des journalistes occidentaux afin d'améliorer tant la qualité de ses traductions que l'apparence professionnelle de son travail. Il n'en reste pas moins que l'information de l'agence de presse Xinhua est biaisée, ou même erronée, dès que la Chine est concernée.

En outre, à l'instar de la Russie avec ses « fermes à trolls » (voir *La rem* n°49, p.75), le pouvoir chinois n'hésite pas à fabriquer de fausses informations afin d'affaiblir l'adversaire, jouant sur les peurs et les passions des populations.

Une autre déclinaison de cette guerre de l'information s'illustre à l'occasion des manifestations à Hong Kong – tandis que le discours de l'État chinois à propos des manifestants devient de plus en plus musclé – par la présence de cyber-guerriers chinois massivement mobilisés pour défendre leur pays sur les forums et réseaux sociaux. Leur activité consiste notamment à submerger de leur discours pro-Chine la section « Commentaires » des sites web. Bloquées en Chine par la « grande muraille numérique », les plateformes sur lesquelles se déroulent les batailles mondiales d'opinion, comme Twitter ou Facebook, se retrouvent paradoxalement envahies par les posts des cyber-guerriers qui, depuis la Chine, *via* un réseau virtuel privé (VPN), conduisent des attaques coordonnées et massives aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France et ailleurs.

En 2016, des notes internes avaient révélé que le gouvernement chinois s'inquiétait de l'usage croissant des VPN et avait ordonné aux médias de cesser d'écrire à leur sujet. Là encore, l'usage des VPN est considéré comme un danger tant qu'il est aux mains de dissidents ou de journalistes insoumis, alors qu'il devient une opportunité technologique à exploiter pour répandre la pensée chinoise sur les sites étrangers.

Le *soft power* et la guerre médiatique de la Chine reposent sur les BATX, sigle désignant Baidu (le Google chinois), Alibaba (l'Amazon chinois), Tencent (le Facebook chinois) et Xiaomi (l'Apple ou le Microsoft chinois), ces mastodontes de l'économie numérique qui tentent – et ne sont pas loin d'y parvenir – de rattraper les Gafam américains et de prendre le leadership dans le domaine de l'intelligence artificielle (IA), cette dernière étant à la bataille économique et culturelle que se livrent les États-Unis et la Chine ce que la conquête de l'espace fut à la guerre froide.

Boris Barraud estenseignant-chercheur à l'Université de Grenoble-Alpes, membre du Centre de recherches juridiques (CRJ, EA 1965).

#### Sources:

- « De Pékin à Phnom Penh, la presse à bout de souffle », Florian Delorme, franceculture.fr,
   20 décembre 2018.
- « Le Big Brother chinois traque les journalistes étrangers », Dorian Malovic, la-croix.com,
   29 janvier 2019.
- « Comment la Chine manipule l'information dans le monde », François Clemenceau, lejdd.fr, 24 mars 2019.
- « La liberté de la presse prise au piège des "nouvelles routes de la soie" de la Chine », Frédéric Lemaître, lemonde.fr, 9 mai 2019.
- « Propagande : comment la Chine s'infiltre à l'Ouest », Laurence Defranoux, Libération, 10 juillet 2019.
- « Le pouvoir chinois veut tester la fidélité des journalistes des médias d'État »,
   Frédéric Lemaître, lemonde.fr, 21 septembre 2019.
- « Les journalistes chinois obligés d'apprendre la "pensée Xi" », lesechos.fr, Jacques Hubert-Rodier, 23 septembre 2019.
- « Hong Kong et K-pop: comment les groupies chinoises font le jeu de Pékin »,
   Lauren Teixeira, Foreign Policy, in Courrier international, n° 1507, 19-25 septembre 2019.

# La banalisation de la reconnaissance faciale : un enjeu de société

Françoise Laugée

Surveillance des espaces publics, accès aux services administratifs, l'utilisation de cette technologie biométrique d'authentification et d'identification continue de s'étendre en Europe (voir *La rem* n°46-47, p.25). Les caméras « intelligentes » portent à l'évidence atteinte à notre vie privée, en menaçant notre liberté de circuler de façon anonyme. Quel contrôle – selon quelles limites ? et par quelle instance ? – sera effectué sur ce marché florissant de logiciels qui, de surcroît, engendrent bon nombre d'erreurs et de discriminations liées aux biais algorithmiques (voir *La rem* n°50-51, p.45).

En août 2019, le quotidien britannique *Financial Times* révèle aux Londoniens que le quartier de King's Cross – lieu d'arrivée de l'Eurostar – est équipé de caméras de reconnaissance faciale et que le quartier d'affaires de Canary Wharf est en cours d'installation. L'Information Commissioner's Office

LONDRES COMPTE AUJOURD'HUI PRÈS DE 420 000 CAMÉRAS DE SURVEILLANCE, CE QUI EN FAIT LA VILLE LA PLUS SURVEILLÉE AU MONDE APRÈS PÉKIN (ICO – Autorité de régulation des données personnelles) ouvre une enquête. « Scanner les visages des gens quand ils vaquent en toute légalité à leurs activités quotidiennes, avec l'objectif de les identifier, peut présenter un danger potentiel pour la vie privée [...], réagit sa présidente Elizabeth Denham. Spécialement si ces technologies sont utilisées sans que les gens soient tenus au courant ni n'en comprennent le fonctionnement ». En réalité, des millions de Britanniques ont déjà eu, sans le savoir, le visage scanné par des caméras de reconnaissance faciale au cours d'expérimentations menées en 2018. En août 2019, la liste des lieux équipés sur le territoire est établie par l'ONG Big Brother Watch, parmi eux des centres commerciaux, un centre de conférence, un musée, des casinos, etc.

« Il n'y a pas d'autres pays, à part la Chine, qui en fassent une utilisation aussi inconsidérée », explique Silkie Carlo, directrice de l'ONG, à propos de la technologie de reconnaissance faciale au Royaume-Uni.

Londres compte aujourd'hui près de 420 000 caméras de surveillance, ce qui en fait la ville la plus surveillée au monde après Pékin, qui en a 470 000. Le Royaume-Uni dispose de plus de 4 millions de caméras de surveillance sur l'ensemble de son territoire – environ une caméra pour 14 habitants. En marchant aujourd'hui dans la capitale britannique, on peut être filmé, chaque jour, par 300 caméras. Depuis 2016, la police britannique, notamment dans le Grand Londres et au Pays de Galles, s'appuie sur ces équipements pour installer des logiciels de reconnaissance faciale et déclare

renforcer ainsi la sécurité des citoyens, notamment lors de grandes manifestations comme le Carnaval de Notting Hill. Comme l'explique Pete Fussey, professeur de sociologie à l'université d'Essex, la surveillance par le biais de la reconnaissance faciale est devenue un véritable marché, sans qu'aucune législation *ad hoc* ne vienne l'encadrer. De nombreuses entreprises privées l'utilisent et pourtant, ni les moyens – les bases de données d'images auxquelles

CAPABLE DE SCANNER
300 VISAGES À LA SECONDE,
LE LOGICIEL CHOISI PAR LA
POLICE A RÉALISÉ PLUS DE 80 %
D'IDENTIFICATIONS ERRONÉES

les scans de visage sont comparés –, ni la finalité de cette surveillance, ne sont connus. « Il y a une contradiction dans notre pays. D'un côté, nous sommes très fiers de notre État de droit et des libertés publiques, mais, d'un autre côté, nous avons une grande complaisance pour le risque de leur érosion », constate la directrice de Big Brother Watch.

Une équipe de chercheurs de l'université de l'Essex a procédé à l'étude des résultats de six tests de reconnaissance faciale menés par la police de Londres à Westfield, un centre commercial dans le quartier de Stratford. Capable de scanner 300 visages à la seconde, le logiciel choisi par la police, NeoFace de la société Nec, a réalisé plus de 80 % d'identifications erronées, appelées « faux positifs » : sur les 42 visages repérés par la machine, 26 personnes ont été arrêtées et finalement 8 ont été identifiées avec certitude à partir de la base de données des personnes suspectées, base de données qui, en outre, n'était pas à jour. Selon les chercheurs : « Aucune autorisation légale explicite pour la reconnaissance faciale en direct n'est présente dans le droit britannique. » Ils considèrent « que toute ingérence dans les droits d'une personne devrait être justifiée par une "nécessité" au sein d'une société démocratique ».

En Suède, fin août 2019, l'autorité de protection des données a infligé sa première amende, d'un montant équivalent à 20 000 euros, pour non-respect du RGPD (règlement général sur la protection des données) à l'encontre d'une école située dans le nord du pays. À l'automne 2018, l'établissement a testé, durant trois semaines, la technologie de reconnaissance auprès d'une classe, afin de surveiller l'assiduité de ses vingt-deux élèves. Si le consentement des élèves a bien été recueilli par l'établissement scolaire, l'Autorité de protection des données considère néanmoins qu'il s'agit d'un traitement illégal de données sensibles, « étant donné le déséquilibre manifeste entre la personne concernée et le responsable du traitement ». En outre, l'établissement scolaire a omis d'en informer a priori l'Autorité et n'a procédé à aucune étude d'impact.

#### **ARTICLES & CHRONIQUES**

En France, la ville de Nice, qui compte une caméra pour 145 habitants, est la première à tester la reconnaissance faciale sur la voie publique. En février 2019, cette technologie a été expérimentée, durant les trois jours du carnaval, avec six caméras réparties dans un périmètre délimité et signalé. Conformément à l'article 9 du RGPD disposant que l'interdiction de principe au traitement des données biométriques, dites données sensibles, peut être levée en cas de consentement des personnes concernées, seules des volontaires pouvaient participer à l'exercice. Afin d'évaluer l'efficacité du dispositif, il s'agissait pour la mairie de repérer, en temps réel, dans la foule, une personne « recherchée », un enfant perdu ou une

« EN QUOI UN AGENT HUMAIN, QUI CONNAÎT PERSONNELLEMENT LES ÉLÈVES, SERAIT-IL MOINS EFFICACE QU'UNE CAMÉRA DE RECONNAISSANCE FACIALE » Martin Drago, juriste à LQDN personne âgée vulnérable égarée. Selon l'entreprise Confidentia qui le commercialise, le logiciel israélien utilisé, AnyVision, est capable d'identifier une personne à partir d'une photo très ancienne ou même si la caméra n'a pu scanner que son profil. Depuis l'entrée en vigueur du RGPD (voir *La rem* n°42-43, p.21), la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) dispose de prérogatives d'enquête et de sanction plus importantes mais

son autorisation préalable n'est plus requise pour la mise en place d'un dispositif de traitement de données à caractère personnel. La Commission a fait savoir cependant qu'elle regrettait avoir été informée très tardivement par l'équipe municipale – moins d'un mois avant le début de l'expérience –, afin de pouvoir encadrer le déroulement du test. Elle a pu exiger toutefois l'installation de panneaux informant les habitants de l'obligation de consentement.

À la demande de la Cnil, la mairie de Nice a présenté, en juillet 2019, un bilan de son expérimentation de reconnaissance faciale sur la voie publique. Selon la municipalité, le logiciel AnyVision a parfaitement tenu ses promesses : ni une photo, datant de plusieurs décennies, ni le port d'une paire de lunettes de soleil ou d'une casquette n'ont constitué un obstacle pour l'identification d'un visage dans la foule. Aucune plainte n'a été enregistrée et la police municipale considère l'outil « fiable et pertinent ». La Cnil souhaite néanmoins obtenir des compléments d'information, jugeant très insuffisantes les données concrètes sur l'efficacité du dispositif (éléments chiffrés, biais constatés...).

Une autre expérimentation de surveillance à partir de données biométriques a été programmée dans la région Sud (anciennement PACA). Votée en conseil régional en décembre 2018, elle porte sur l'installation de « portiques virtuels » dans deux lycées publics, Les Eucalyptus à Nice et Ampère à Marseille. Des caméras « intelligentes » – équipées d'un logiciel de reconnaissance faciale – serviraient à filtrer les entrées et les sorties de ces établissements scolaires. La Cnil n'intervenant plus qu'*a posteriori*, quatre organisations – La Quadrature du Net, la Ligue des droits de l'homme, CGT Educ'Action des Alpes-Maritimes et la Fédération des conseils de parents d'élèves des écoles publiques des Alpes-Maritimes (FCPE) – ont pris les devants, en février 2019, et ont déposé un recours devant le tribunal administratif de Marseille, afin d'obtenir l'annulation de cette décision du conseil régional.

Le dispositif doit permettre d'assister « efficacement » les personnes responsables du contrôle de l'accès aux lycées, selon le souhait du conseil régional. Une soixantaine de lycéens seraient concernés, tous sur la base du volontariat. Juriste à La Quadrature du Net, Martin Drago défend a contrario l'idée

suivante : « Dans un lycée, mettre en place une telle technologie, c'est habituer les mineurs à une surveillance sur des données biométriques. Il y a un risque de banalisation de ces technologies de surveillance, qu'on voit arriver dans les gares, les aéroports et qui ne vont pas tarder à arriver dans les villes dans le cadre de la safe city [ville « sûre » grâce aux technologies numériques].»

Pour l'heure, l'absence d'une législation *ad hoc* bloque au stade de l'expérimentation l'usage de la reconnaissance faciale dans l'espace public. À terme, le projet « portique virtuel » de la mairie de Nice devrait être étendu à l'ensemble des établissements scolaires, avec pour objectif de réduire la durée des contrôles. Généraliser et donc pérenniser ce dispositif revient à annuler la condition du

LES INDUSTRIELS
SAVENT PROMOUVOIR
LES TECHNIQUES QU'ILS
INVENTENT SANS
QUE LA QUESTION DES
LIBERTÉS INDIVIDUELLES
LEUR PARAISSE
UN OBSTACLE

consentement, selon Martin Drago. Pour le juriste, le caractère « nécessaire et proportionnel » du traitement des données personnelles inscrit dans le RGPD n'est pas évident dans ce cas précis : « En quoi un agent humain, qui connaît personnellement les élèves, serait-il moins efficace qu'une caméra de reconnaissance faciale qui ne marche pas toujours ? »

Outre l'aspect sécuritaire, la question peut également être abordée sous l'angle économique. Un portique automatique permet de réduire le nombre d'emplois. Les industriels savent promouvoir les techniques qu'ils inventent sans que la question des libertés individuelles leur paraisse un obstacle. Dans le cas des deux lycées niçois, l'expérimentation est offerte par l'américain Cisco. L'offre et la demande de services de surveillance sont l'une comme l'autre pressantes. Or à ce nouveau marché correspond un vide juridique. Le récent RGPD n'apporte pas de réponses suffisantes. Pour l'heure, la pérennité d'un dispositif équivalant à celui mis en place dans les deux lycées niçois reste soumise à un décret validé par le Conseil

LE PROJET ALICEM
VISE À CE QUE
CHAQUE FRANÇAIS
PUISSE PROUVER
SON IDENTITÉ EN
LIGNE, GRÂCE À LA
RECONNAISSANCE
FACIALE, DÈS 2020,
UNE PREMIÈRE
EN EUROPE

d'État ou encore à une loi qui en déterminerait la mise en œuvre. Depuis plus d'un an, la Cnil plaide pour la définition d'un cadre juridique adéquat, offrant des garde-fous suffisants : « Cette technologie n'en est désormais plus à ses balbutiements. Les enjeux de protection des données et les risques d'atteintes aux libertés individuelles que de tels dispositifs sont susceptibles d'induire sont considérables, dont notamment la liberté d'aller et venir anonymement. »

Les technologies de surveillance appellent à trouver un équilibre toujours délicat entre les impératifs de sécurité et le respect des libertés publiques. L'association La Quadrature du Net est à l'origine d'un recours déposé le 15 juillet 2019 devant le Conseil d'État afin d'obtenir l'annulation de l'autorisation d'une application baptisée Alicem pour « Authentification en ligne certifiée sur mobile ». En phase de test, cette solution d'identité numérique inscrite dans un décret du 13 mai 2019 émane du ministère de l'intérieur et de l'Agence nationale des titres sécurisés (ANTS). Le projet vise à ce que chaque Français puisse prouver son identité en ligne, grâce à la reconnaissance faciale, dès 2020, une première en Europe. Développée par la société Gemalto (groupe Thalès) et fonctionnant uniquement sur le système d'exploitation Android, l'application Alicem est présentée comme un dispositif hautement sécurisé d'authentification pour accéder aux sites des services administratifs regroupés sur la plateforme FranceConnect. Pour créer un compte sur Alicem, l'administré devra scanner, à l'aide de son téléphone portable, la puce se trouvant sur son passeport biométrique, puis se prendre en vidéo sous tous les angles, afin que l'application puisse vérifier la concordance des deux éléments.

La Quadrature du Net dénonce la volonté de normalisation de la reconnaissance faciale à travers cet outil d'authentification qui ne laisse place à aucune alternative. L'association s'appuie sur l'avis de la Cnil, paru en octobre 2018, concernant le projet de décret autorisant Alicem : « En l'espèce, le refus du traitement des données biométriques fait obstacle à l'activation du compte, et prive de portée le consentement initial à la création du compte. » En 2012, la création d'une base de données biométriques avait été jugée inconstitutionnelle par le Conseil d'État. Avec Alicem, les données personnelles et sensibles fournies resteront enregistrées exclusivement sur le smartphone de l'administré, assure le ministère de l'intérieur, et la vidéo sera effacée une fois l'authentification faite. Initialement annoncée pour la fin de l'année 2019,

SUPPORTERONS-NOUS DEMAIN D'AVOIR À ÊTRE SUBREPTICEMENT « VALIDÉS » SUR LA BASE DE NOS CARACTÉRISTIQUES PHYSIQUES, BIOLOGIQUES, COMPORTEMENTALES, VOIRE ÉMOTIONNELLES l'application Alicem pourrait être opérationnelle dès le mois de novembre 2019.

La question de la reconnaissance faciale se trouve également au centre des vastes métamorphoses numériques en préparation que sont les villes « intelligentes » (smart cities) et les villes

« sûres » (*safe cities*). Quand bien même les outils numériques pourraient faciliter la vie citadine, comment chacun conservera-t-il la liberté de s'en extraire ? Supporterons-nous demain d'avoir à être subrepticement « validés » sur la base de nos caractéristiques physiques, biologiques, comportementales, voire émotionnelles, afin d'accéder à nos démarches quotidiennes ? Car nous agirons, « communiquerons », alors essentiellement par l'intermédiaire des machines. Doit-on compter *a priori* sur les performances en progrès constant de l'intelligence artificielle pour remédier aux erreurs de jugement commises pour l'heure par les machines? Le taux d'erreur actuel est en effet élevé, particulièrement pour les personnes noires, surtout les femmes – 30 % d'erreurs pour identifier le sexe d'une femme noire contre 1 % d'erreur pour un homme blanc. Les écarts de fiabilité sont importants

selon les systèmes de reconnaissance faciale. Les logiciels de l'entreprise Gemalto, à l'origine des sas de sécurité d'Aéroports de Paris (voir *La rem* n°46-47, p.25), ont un taux d'erreur inférieur à 1 %. Avec Rekognition, logiciel de reconnaissance faciale d'Amazon, 28 membres du Congrès américain ont été identifiés comme étant des délinquants. Ce test, organisé en juillet 2018 par l'Union américaine pour les libertés civiles (ACLU), avait pour objectif de démontrer les failles de ce logiciel vendu aux forces de police. En août 2019, un nouvel essai a donné le même résultat. En février 2019, Amazon, à l'instar d'autres entreprises du secteur, appelle à réglementer l'usage de la reconnaissance faciale, recommandant de se fier uniquement à un taux de réussite de 99 % lorsque la technologie est utilisée par les forces de police. En mai 2019, la ville de San Francisco a voté l'interdiction de la reconnaissance faciale, à l'exception des aéroports et des sites relevant des autorités fédérales, expliquant que « *la propension à ce que la technologie de reconnaissance faciale mette en danger les droits civils et les libertés civiques contrebalance nettement ses soi-disant bénéfices* ».

#### LA VILLE DE SAN FRANCISCO A VOTÉ L'INTERDICTION DE LA RECONNAISSANCE FACIALE

Même si le taux d'erreur venait à être jugé « acceptable », la question cruciale de la finalité de la reconnaissance faciale demeure. Définir une finalité, c'est déjà en accepter le principe. En Chine, la reconnaissance faciale est un

puissant outil de « contrôle social », avec 176 millions de caméras de surveillance. La technologie sert aussi bien à retrouver des criminels, à payer ses achats, à accéder à une bibliothèque, à repérer les piétons qui ne respectent pas les feux ou encore à détecter des comportements « anormaux ». Et la technologie va se perfectionner : une start-up chinoise appelée Watrix a mis au point un algorithme capable de reconnaître une personne à sa posture. Dans une Europe hyper connectée, s'opposera-t-on demain à la liberté de recourir à la reconnaissance des émotions, qui aura atteint les performances annoncées par les business angels (investisseurs providentiels) de la high-tech, pour « aider » à l'embauche, la signature d'un contrat, l'inscription à une formation ?

À Nice, ville figurant au classement mondial des *smart cities*, le tramway est équipé d'un dispositif de la société Engie Ineo, capable de lire les émotions sur le visage des passagers, afin de détecter un incident. En juin 2018, le conseil municipal de la ville a choisi l'entreprise Thales pour expérimenter diverses solutions *safe city*, avec la participation de quinze sociétés spécialisées dans l'analyse des réseaux sociaux, la géolocalisation, la simulation de foule et la biométrie. Le développement des plateformes *safe city*, centres de supervision urbaine, est soutenu par la Banque publique d'investissement (Bpifrance), les collectivités locales et le Comité de la filière industrielle de sécurité (Cofis) rattaché aux services du Premier ministre. Le maire de la ville précise : « *Je demande à ce que le législateur fasse évoluer les textes, au rythme où évolue la société. Je dispose du logiciel qui permettrait dès demain matin d'appliquer la reconnaissance faciale et d'identifier des individus fichés où qu'ils se trouvent dans la ville... Pourquoi l'interdire? Est-ce qu'on veut prendre le risque de voir des gens mourir au nom des libertés individuelles, alors qu'on a les technologies qui permettraient de l'éviter? »* 

« SI NOUS N'AGISSONS PAS, NOUS RISQUONS DE NOUS RÉVEILLER DANS CINQ ANS POUR CONSTATER QUE LES SERVICES DE RECONNAISSANCE FACIALE SE SONT ÉTENDUS DE MANIÈRE À EXACERBER LES PROBLÈMES DE SOCIÉTÉ »

Le groupe de chercheurs Al Now

En décembre 2018, le groupe de chercheurs AI Now de l'université de New York, soutenu notamment par Microsoft et Google, appelait les gouvernements à légiférer : « Le génie de la reconnaissance faciale, pour ainsi dire, émerge de la bouteille. Si nous n'agissons pas, nous risquons de nous réveiller dans cinq ans pour constater que les services de reconnaissance faciale se sont étendus de manière à exacerber les problèmes de société. »

Selon le *Financial Times*, la Commission européenne intégrerait dans sa future législation sur l'intelligence artificielle des règles visant à encadrer l'utilisation de la reconnaissance faciale par les entreprises et les pouvoirs publics, notamment avec un droit de savoir « où et quand » pour les citoyens européens. Le quotidien économique y voit surtout une façon de faire accepter cette technologie.

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

#### Sources:

- Reconnaissance faciale, Biométrie, Cnil, cnil.fr
- « Comment des villes hyper connectées contrôlent l'espace public », Grégoire Allix, lemonde.fr, 19 décembre 2018.
- « Nice va tester la reconnaissance faciale sur la voie publique », Le Monde avec AFP, 18 février 2019.
- « Reconnaissance faciale : quatre associations déposent un recours contre les futurs portiques de lycées du sud de la France », Pascal Hérard, tv5monde.com, 19 février 2019.
- « La reconnaissance faciale arrive dans nos lycées : doit-on se méfier ? », Fabien Soyez, cnetfrance.fr, 21 juin 2019.
- « Reconnaissance faciale : nouvelles polémiques après l'échec cuisant de la police de Londres »,
   Pascal Hérard, tv5monde.com, 12 juillet 2019.

- « La Quadrature du Net attaque l'application ALICEM, contre la généralisation de la reconnaissance faciale »,
   La Quadrature du Net, laquadrature.net, 17 juillet 2019.
- « Inquiétudes autour de la reconnaissance faciale pour s'identifier en ligne », Léa Sanchez, Le Monde, 28-29 juillet 2019.
- « Facial recognition in school renders Sweden's first GDPR fine », European Data Protection Board, edpb.europa.eu, 22 August, 2019.
- « Reconnaissance faciale : la Cnil tique sur le bilan de l'expérience niçoise », Martin Untersinger, lemonde.fr, 28 août 2019.
- « La Commission européenne envisage de légiférer sur la reconnaissance faciale »,
   La Correspondance de la Presse, 29 août 2019.
- « Le Royaume-Uni, champion de la reconnaissance faciale », Cécile Ducourtieux, Le Monde, 4 septembre 2019.
- « Alicem sera déployée dès le mois de novembre malgré les critiques », Alice Vitard, usine-digitale.fr, 8 octobre 2019.

# a 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 TRIMFSTRF 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 €





En partenariat avec

