La revue européenne des médias et du numérique

n° 57-58
printemps - été 2021

NFT
Loi Sécurité globale
Anonymisation des décisions de justice
Huawei
Loi Climat
Baisse de la lecture
INFORMATION ET DÉSINFORMATION EN LIGNE
Données de connexion : conditions de collecte, conservation et exploitation
Commissions sur l'App Store
Covid-19 et données publiques ouvertes
SLAPP

http://la-rem.eu

UN TRIMESTRE EN EUROPE

DROIT

5 Loi pour une sécurité globale préservant les libertés : beaucoup de bruit pour rien ?

9 CEDH : exigences relatives à la collecte et l'exploitation, par les services secrets, de données massives de communications électroniques

11 Réglementations française et européenne de la collecte, conservation et exploitation des données de connexion

14 Accès, pour l'institution judiciaire, aux données de connexion de l'utilisateur d'un service de communications électroniques

15 Mise à la disposition du public des décisions de justice, sous condition d'anonymisation

17 Nouvelle transposition de dispositions européennes relatives au droit d'auteur et aux droits voisins

19 Condamnation de Google par l'Autorité de la concurrence italienne

20 Crédit d'impôt pour le premier abonnement à un titre de presse

21 Libre réception d'une chaîne de télévision détentrice d'une licence de diffusion attribuée par un autre État européen

22 Loi Climat : un peu moins de publicité, beaucoup de communication

TECHNIQUES

25 Ces start-up françaises qui innovent *« pour changer le monde »*

28 Fibre optique : une fracture numérique liée à la rentabilité

31 Dégradation du réseau téléphonique en cuivre

33 La future TNT, interactive et en ultra haute définition

34 La France est en avance en matière de données publiques ouvertes

ÉCONOMIE

37 Palmarès de la presse européenne d'information en ligne

38 Télévisions locales : après l'échec de Vià, la presse à l'affût

39 M6 cédé à TF1 : le vrai/faux bouleversement du PAF ?

42 L'abonnement numérique, nouveau mode de consommation des contenus culturels

43 Vivendi se donne les moyens de changer de dimension

46 Lagardère : la fin de la commandite ouvre une nouvelle étape

49 En France, les industries de l'image animée pèsent plus de 40 milliards d'euros

50 Droits du foot : quelle valeur pour la télévision ?

USAGES

55 Agir contre les SLAPP, une urgence démocratique

58 L'avenir du journalisme d'investigation s'est assombri en Grèce

60 Comportements d'information et de désinformation en ligne

62 Baisse tendancielle de la lecture

REPÈRES & TENDANCES

AILLEURS

65 En Australie, les plateformes financeront la presse

66 Avec Disney+, Verizon n'a plus besoin ni d'AOL ni de Yahoo !

67 Neutralité du Net en Californie : les Gafa l'emportent sur les FAI

LES ACTEURS GLOBAUX

69 Les commissions sur l'App Store de moins en moins acceptées

74 Accélération de la transformation numérique : les Gafam tirent profit de la crise

À RETENIR

75 NFT

80 Un chiffre ou deux…

À LIRE EN LIGNE

81 Recommandations dans le domaine de la sécurité numérique, Commission supérieure du numérique et des postes (CSNP)

83 La 5G dans les chaînes de valeur des données – Un défi technologique et industriel devant nous, Association nationale de la recherche et de la technologie (ANRT)

85 Le Cloud européen : de grands enjeux pour l'Europe et cinq scénarios avec des impacts majeurs d'ici 2027-2030, KPMG Global Strategy Group

ARTICLES & CHRONIQUES

88 Le président et la presse. Retour à l'ancien monde

Interview d'Alexis Lévrier

96 Huawei, symbole d'une nouvelle guerre froide

Alexandre Joux

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

ONT PARTICIPÉ À CE NUMÉRO

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

Agnès Granchet
Maître de conférences 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)

Alexis Lévrier
Historien du journalisme et maître de conférences à l'Université de Reims

Stefanos Pnevmatikos
Docteur en sciences de l'information et de la communication

COMITÉ DE PATRONAGE

Alberto Arons de Carvalho
Professeur des universités (Portugal)

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

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

Vincent Kaufmann
Professeur, Université de Saint-Gall (Suisse)

Seol-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

UN TRIMESTRE EN EUROPE

DROIT

Loi pour une sécurité globale préservant les libertés : beaucoup de bruit pour rien ?

La loi pour une sécurité globale préservant les libertés, promulguée le 25 mai 2021[1] est, à bien des égards, beaucoup moins ambitieuse que la proposition de loi initiale « relative à la sécurité globale », déposée à l'Assemblée nationale le 20 octobre 2020[2].

Cette proposition, qui visait notamment à renforcer la protection des forces de l'ordre et à les doter de nouveaux outils de surveillance des citoyens, avait suscité plusieurs avis critiques, émanant de la Défenseure des droits[3], de la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH)[4] ou de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil)[5], soulignant les risques d'atteintes aux libertés publiques, à la liberté d'expression et au droit au respect de la vie privée, en particulier. Son article 24, dont la version initiale interdisait la diffusion d'images de policiers ou gendarmes en cours d'intervention dans le but de porter atteinte à leur intégrité physique ou psychique, avait du reste

donné lieu à de multiples manifestations publiques et mobilisations médiatiques pour la défense de la liberté de la presse.

Malgré le changement du titre de la loi définitivement adoptée le 15 avril 2021[6], le Conseil constitutionnel, saisi sur le fondement de l'article 61 de la Constitution, à la fois par le Premier ministre, par plus de soixante députés et par plus de soixante sénateurs, en a censuré, par une décision du 20 mai 2021[7], douze dispositions. Parmi elles, figurent les dispositions les plus contestées, insérées aux articles 47 et 52 de la loi votée, respectivement issus des articles 22 et 24 de la proposition initiale. La loi publiée consacre, de ce fait, une protection amoindrie des agents des forces de l'ordre et un usage résiduel des drones équipés de caméras par les autorités publiques.

Protection amoindrie des agents des forces de l'ordre

Le renforcement de la protection des agents des forces de l'ordre était à l'origine du très controversé article 24 de la proposition de loi initiale, devenu l'article 52 de la loi votée. La censure de son premier paragraphe, qui instituait un délit de provocation malveillante à l'identification d'un agent des forces de l'ordre, laisse subsister la répression, prévue par le deuxième paragraphe, des traitements illicites de données personnelles concernant des fonctionnaires ou des personnes investies d'une mission de service public.

Censure du délit de provocation malveillante à l'identification d'un agent des forces de l'ordre

L'article 52-I de la loi votée instituait, dans la section du code pénal traitant de l'« atteinte à la vie privée », un nouvel article 226-4-1 punissant de cinq ans d'emprisonnement et 75 000 euros d'amende *« la provocation, dans le but manifeste qu'il soit porté atteinte à son intégrité physique ou psychique, à l'identification d'un agent de la police nationale, d'un militaire de la gendarmerie nationale ou d'un agent de la police municipale, lorsque ces personnels agissent dans le cadre d'une opération de police, ou d'un agent des douanes, lorsqu'il est en opération »*.

Compte tenu de l'imprécision des termes du texte, le Conseil constitutionnel, estimant que *« le législateur n'a pas suffisamment défini les éléments constitutifs de l'infraction »*, a considéré que cette disposition qui *« méconnaît le principe de légalité des délits et des peines »*, était contraire à la Constitution. La notion d'« opération » n'était pas définie et il était impossible de savoir si la constitution matérielle de l'infraction exigeait que celle-ci soit commise pendant l'opération elle-même, ou bien si elle pouvait viser des agents ayant participé à une opération. Quant à l'élément intentionnel, on ne savait pas si *« le but manifeste »* de porter atteinte à l'intégrité de l'agent devait être caractérisé indépendamment de la seule *« provocation à l'identification »*.

Répression des traitements illicites de données personnelles concernant des fonctionnaires

Non visé par les saisines du Conseil constitutionnel, le second paragraphe de l'article 52 insère, dans la section du code pénal relative aux *« atteintes aux droits de la personne résultant des fichiers ou des traitements informatiques »*, un article 226-16-2 incriminant *« le fait de procéder ou de faire procéder à un traitement de données à caractère personnel relatives à des fonctionnaires ou à des personnes chargées d'une mission de service public en raison de leur qualité »*, en dehors des finalités prévues par le Règlement général sur la protection des données (RGPD) du 27 avril 2016 et la loi dite « informatique et libertés » du 6 janvier 1978. Les sanctions encourues sont une peine de cinq ans d'emprisonnement et une amende de 300 000 euros.

Inspirée notamment par l'assassinat de Samuel Paty, le 16 octobre 2020, cette disposition a pour objet d'éviter la divulgation, sur les réseaux sociaux en particulier, de données personnelles, telles que l'identité et l'adresse personnelle ou professionnelle, concernant un fonctionnaire pris en cette qualité. La création de ce nouveau délit conduit à s'interroger sur l'opportunité d'adopter l'article 18 dit « Samuel Paty » du projet de loi amendé confortant le respect des principes de la République[8], qui réprime *« le fait de révéler, de diffuser ou de transmettre, par quelque moyen que ce soit, des informations relatives à la vie privée, familiale ou professionnelle d'une personne permettant de l'identifier ou de la localiser aux fins de l'exposer, elle ou les membres de sa famille, à un risque direct d'atteinte à la personne ou aux biens que l'auteur ne pouvait ignorer »*.

Plus restrictif dans ses éléments constitutifs que l'article 226-16-2 du code pénal, ce délit paraît redondant, d'autant que la commission des faits *« au préjudice d'une personne dépositaire de l'autorité publique »* ou *« chargée d'une mission de service public »* est considérée comme l'une des circonstances aggravantes de l'infraction, portant les peines encourues à cinq ans d'emprisonnement et à 75 000 euros d'amende.

Usage résiduel des drones par les autorités publiques

L'article 47-I de la loi promulguée institue, dans le Code de la sécurité intérieure (CSI), un chapitre intitulé *« Caméras installées sur des aéronefs circulant sans personne à bord »* (autrement appelés « drones »), qui encadre les conditions d'utilisation de ces caméras par les autorités publiques. La censure par le Conseil constitutionnel de trois dispositions de cet article limite les services autorisés à utiliser de tels dispositifs de surveillance.

Encadrement des conditions d'utilisation des drones équipés de caméras

En l'absence de réglementation des conditions d'utilisation des drones par les autorités publiques, le Conseil d'État avait, par deux ordonnances du 18 mai 2020[9] et du 22 décembre 2020[10], enjoint l'État et le préfet de police de cesser de les utiliser pour assurer le respect des règles de sécurité sanitaire, d'une part, et la surveillance des manifestations, d'autre part (voir *La rem* n°54, p.8). De son côté, la Cnil avait prononcé une injonction contre le ministère de l'Intérieur[11] pour la captation illicite de données personnelles à partir de drones équipés de caméras (voir *La rem* n°56, p.20).

L'article L. 242-1 CSI autorise désormais certains services investis de missions de sécurité civile à *« procéder au traitement d'images au moyen de caméras installées »* sur des drones. Le périmètre et les conditions de réalisation des traitements autorisés sont étroitement encadrés. L'article L. 242-1 interdit la captation du son par les drones, l'analyse, à l'aide de dispositifs de reconnaissance faciale, des images enregistrées, ainsi que les interconnexions et rapprochements entre les données collectées par les drones et d'autres données personnelles. L'article L. 242-4, alinéa 1er, CSI exige que la mise en œuvre des traitements autorisés soit *« justifiée au regard des circonstances de chaque intervention, pour une durée adaptée auxdites circonstances et qui ne peut être permanente »* et que ces traitements soient limités aux *« seules données à caractère personnel strictement nécessaires à l'exercice des missions concernées »*.

Pour limiter les atteintes au droit au respect de la vie privée, l'article L. 242-3 CSI subordonne l'usage de dispositifs aéroportés de captation d'images à l'information générale du public par le ministre de l'Intérieur et la mise en œuvre de ces dispositifs à l'information des personnes concernées sur l'existence de tels dispositifs, *« sauf lorsque les circonstances l'interdisent ou que cette information entrerait en contradiction avec les objectifs poursuivis »*. L'article L. 242-4, alinéa 2, CSI impose à l'autorité responsable de tenir *« un registre des traitements mis en œuvre précisant la finalité poursuivie, la durée des enregistrements réalisés ainsi que les personnes ayant accès aux images »*. La durée de conservation des enregistrements comportant des données personnelles est, en principe, limitée à trente jours.

À ces garanties générales des droits des personnes concernées, l'article L. 242-2 CSI ajoutait des garanties spécifiques à l'usage de drones sur la voie publique par les services de sécurité intérieure et de police municipale, telles que l'interdiction de visualiser des images de l'intérieur des domiciles et de celles de leurs entrées. Cette disposition a été censurée par le Conseil constitutionnel, avec celles qui autorisaient ces services à utiliser des drones munis de caméras.

Limitation des services autorisés à utiliser des drones équipés de caméras

Dans la version votée de la loi, l'article 47-I autorisait l'utilisation de drones par les services étatiques chargés de la sécurité intérieure et de la défense nationale dans le cadre de leurs missions de police judiciaire ou de police administrative (article L. 242-5 CSI) ainsi que, à titre expérimental et pour une durée de cinq ans, par les services de police municipale *« aux fins d'assurer l'exécution des arrêtés de police du maire et de constater les contraventions à ces arrêtés »* (article L. 242-7 CSI).

Tout en admettant la possibilité, pour le législateur, d'autoriser le traitement d'images par des drones *« aux*

fins de recherche, de constatation ou de poursuite des infractions pénales ou aux fins de maintien de l'ordre et de la sécurité publics », le Conseil constitutionnel considère que *« la mise en œuvre de tels systèmes de surveillance doit être assortie de garanties particulières de nature à sauvegarder le droit au respect de la vie privée »*.

En l'espèce, comme l'avait relevé le Conseil d'État dans son avis du 20 septembre 2020[12], les finalités justifiant l'utilisation de drones par les services de sécurité intérieure ou de police municipale étaient très larges. Cet usage était subordonné à l'obtention d'une autorisation judiciaire ou administrative, justifiée par les circonstances et pour une durée adaptée, mais dont la limite maximale n'était pas fixée par la loi. Le recours à l'usage de drones ne présentait pas *« un caractère subsidiaire en matière de police administrative »*. Aucune limitation du nombre de drones munis de caméras susceptibles d'être utilisés simultanément par les services habilités de l'État et de la police municipale n'était prévue par la loi.

Le Conseil constitutionnel en déduit que, au regard des motifs et des conditions d'encadrement du recours aux drones par les services de sécurité intérieure ou de police municipale, *« le législateur n'a pas assuré une conciliation équilibrée entre les objectifs de valeur constitutionnelle de prévention des atteintes à l'ordre public et de recherche des auteurs d'infractions et le droit au respect de la vie privée »*.

Seuls les sapeurs-pompiers des services de secours et d'incendie et les agents investis d'une mission de sécurité civile sont donc habilités, par l'article L. 242-6 CSI, à faire usage, *« en tous lieux »*, de drones équipés de caméras, dans le seul but d'assurer *« la prévention des risques naturels ou technologiques »* ou *« le secours aux personnes et la lutte contre l'incendie »*.

Amputée de ses dispositions relatives à l'institution d'un délit de provocation malveillante à l'identification d'un agent des forces de l'ordre, ainsi qu'à l'usage de drones par les autorités de police judiciaire ou administrative, la loi du 25 mai 2021 « pour une sécurité globale préservant les libertés » n'a peut-être pas complètement atteint le premier des objectifs énoncés dans son titre. La liberté de la presse et le droit des citoyens au respect de leur vie privée n'en semblent, pour le moment au moins, que mieux préservés.

AG

Sources :

1 Loi n° 2021-646 du 25 mai 2021 pour une sécurité globale préservant les libertés, *JORF,* 26 mai 2021.

2 Proposition de loi n° 3452, AN, 20 octobre 2020.

3 Avis n° 20-05 du 3 novembre 2020 et n° 20-06 du 17 novembre 2020.

4 Avis A-2020-16 du 26 novembre 2020 sur la proposition de loi relative à la sécurité globale.

5 Délibération n° 2021-011 du 26 janvier 2021 portant avis sur une proposition de loi relative à la sécurité globale.

6 Proposition de loi n° 599, AN, 15 avril 2021.

7 Décision n° 2021-817 DC du 20 mai 2021.

8 Projet de loi n° 3649, adopté par le Sénat le 12 avril 2021.

9 CE, 18 mai 2020, n° 440442 et 440445.

10 CE, 22 décembre 2020, n° 446155.

11 Délibération de la formation restreinte n° SAN-2021-003 du 12 janvier 2021.

12 CE, Avis n° 401214 relatif à l'usage de dispositifs aéroportés de captation d'images par les autorités publiques.

CEDH : exigences relatives à la collecte et l'exploitation, par les services secrets, de données massives de communications électroniques

CEDH, 25 mai 2021, Big Brother Watch et autres c. Royaume-Uni, n° 58170/13, 62322/14 et 24960/15 et Centrum för Rättvisa c. Suède, n° 35252/08.

Par deux très longs arrêts datés du 25 mai 2021, la Grande Chambre de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH), saisie notamment dans des affaires nées des révélations faites par Edward Snowden en 2013, statue en appel d'arrêts précédemment rendus (le 19 juin et le 13 septembre 2018) par l'une des chambres de la même Cour. Elle s'y prononce sur les réglementations nationales suédoises et du Royaume-Uni supposées encadrer les programmes de surveillance électronique de masse, mis en œuvre par divers services de renseignement (interception, acquisition de données de connexion, intrusion dans les systèmes de communication, constitution d'importantes bases de données à caractère personnel, partages entre États), à partir de données de communication obtenues des fournisseurs de services. Sur la base des articles 8 et 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (ConvEDH), de novembre 1950, et contrairement aux juridictions nationales et aux arrêts initialement rendus, elle y a vu, en raison de garanties insuffisantes des droits, des atteintes à la vie privée et à la liberté d'expression, du fait des risques de violation de la protection des sources d'information des journalistes.

Exigence de protection de la vie privée

Relatif au droit au respect de la vie privée, l'article 8 ConvEDH constitue le fondement essentiel des deux arrêts rendus. Il pose que *« toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de sa correspondance »* et qu'il *« ne peut y avoir ingérence d'autorité publique dans l'exercice de ce droit que pour autant que cette ingérence est prévue par la loi et qu'elle constitue une mesure qui, dans une société démocratique, est nécessaire à la sécurité nationale, à la sûreté publique, au bien-être économique du pays, à la défense de l'ordre et à la prévention des infractions pénales, à la protection de la santé ou de la morale, ou à la protection des droits et libertés d'autrui »*.

Sur la base de cet article, et après avoir analysé les dispositions nationales en cause, mentionné les textes de droit international et européen de référence, retracé l'ensemble des parcours juridictionnels nationaux et européens de ces affaires, confronté les arguments contraires des parties et des tiers intervenants, et rappelé diverses décisions précédemment rendues par la CJUE (Cour de justice de l'Union européenne) et par elle, la Grande Chambre de la Cour fonde ses décisions.

La Cour commence par relever que *« l'interception en masse est* […] *utilisée pour recueillir des informations dans le cadre du renseignement extérieur et pour détecter de nouvelles menaces provenant d'acteurs connus ou inconnus »*; qu'une telle *« surveillance qui ne vise pas directement les individus est par conséquent susceptible d'avoir une portée très large »*; et qu'*« il est donc essentiel autant que difficile de définir des garanties en la matière »*. Elle considère que l'article 8 ConvEDH s'applique à chacune des étapes de la collecte, de la conservation et de l'exploitation de ces données de masse.

La Cour soumet cette ingérence des autorités nationales dans le droit des personnes au respect de leur vie privée que constituent les mesures de surveillance massive et secrète, au triple contrôle auquel elle procède classiquement : est-elle prévue par la loi, répond-elle à un but légitime, est-elle nécessaire dans une société démocratique ?

Pour la CEDH, *« l'interception en masse recèle à l'évidence un potentiel considérable d'abus susceptibles de porter atteinte au droit des individus au respect de leur vie privée »*. Considérant que *« l'article 8 de la Convention n'interdit*

pas de recourir à l'interception en masse afin de protéger la sécurité nationale ou d'autres intérêts nationaux essentiels contre des menaces extérieures graves », et que *« les États jouissent d'une marge d'appréciation pour déterminer de quel type de régime d'interception ils ont besoin à cet effet »*, la Cour estime cependant que *« la latitude qui leur est accordée pour la mise en œuvre de ce régime doit être plus restreinte »* et qu'un *« certain nombre de garanties doivent être mises en place »*. Elle ajoute que *« afin de réduire autant que possible le risque d'abus du pouvoir d'interception en masse, le processus doit être encadré par des "garanties de bout en bout" »*, c'est-à-dire *« à chaque étape du processus »* (collecte, conservation, exploitation, transmission à des autorités étrangères). Elle juge notamment comme essentiel que les autorisations d'y procéder soient délivrées par des organes indépendants du pouvoir exécutif et qu'elles soient susceptibles d'un recours devant un juge.

En conclusion, la Cour admet que *« l'interception en masse revêt, pour les États contractants, une importance vitale pour détecter les menaces contre leur sécurité nationale »*, mais qu'elle *« recèle un potentiel considérable d'abus susceptibles de porter atteinte au droit des individus au respect de leur vie privée »*. Elle considère que, dans leur version d'origine, les réglementations nationales contestées ne renfermaient *« pas suffisamment de garanties "de bout en bout" pour offrir une protection adéquate et effective contre l'arbitraire et le risque d'abus, en dépit des garde-fous »* qu'elles comportaient et, de ce fait, qu'elles ne répondaient *« pas à l'exigence de "qualité de la loi" »* et ne permettaient donc pas *« de circonscrire l'ingérence »* au niveau *« nécessaire dans une société démocratique »* et partant qu'il *« y a eu violation de l'article 8 de la Convention »*.

À la considération des atteintes à la vie privée, du fait de la collecte et de l'exploitation des données de masse par les services de renseignement, l'arrêt relatif au Royaume-Uni ajoute celle qui est relative à la protection des sources d'information des journalistes.

Exigence de protection des sources des journalistes

Relatif à la liberté d'expression, l'article 10 ConvEDH pose que *« 1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière* […]. *2. L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime »*. C'est sur la base de cette disposition que, dans de précédents arrêts, la CEDH a consacré le droit à la protection des sources d'information des journalistes. Elle fait ici de même dans l'arrêt relatif au droit du Royaume-Uni.

Il est d'abord mentionné que, dans l'arrêt qui est l'objet de l'appel, il a été conclu que *« dès lors que les mesures de surveillance* […] *ne visaient pas à surveiller les journalistes ni à découvrir leurs sources, l'interception (des) communications ne pouvait, en elle-même, être qualifiée d'atteinte particulièrement grave à la liberté d'expression »*, mais qu'il a cependant été *« ajouté que l'atteinte aurait été plus forte si ces communications avaient été sélectionnées pour examen et qu'elle n'aurait pu alors se justifier par "un impératif prépondérant d'intérêt public" que si elle était accompagnée de garanties suffisantes »*.

À l'appui de leur demande, les requérants ont fait valoir que *« le régime d'interception en masse était contraire à l'article 10 parce que l'interception à grande échelle et la conservation de grandes bases de données avaient un effet dissuasif sur la liberté de communication des journalistes »* et que *« compte tenu de l'importance fondamentale que revêt la liberté de la presse* […] *toute ingérence dans la liberté journalistique, s'agissant en particulier du droit de préserver la confidentialité des sources, doit être entourée de garanties procédurales prévues par la loi correspondant à l'importance du principe en jeu »*.

Reprenant la formulation de précédents arrêts rendus à cet égard, la Grande Chambre énonce que *« la liberté d'expression constituant l'un des fondements essentiels d'une société démocratique »*, les *« garanties à accorder à la presse revêtent une importance particulière »*; que *« la protection des sources journalistes est l'une des pierres angulaires de la liberté de la presse »*; que *« l'absence d'une telle protection pourrait dissuader les sources journalistiques*

d'aider la presse à informer le public sur des questions d'intérêt général »; et que *« en conséquence, la presse pourrait être moins à même de jouer son rôle indispensable de "chien de garde" et son aptitude à fournir des informations précises et fiables pourrait s'en trouver amoindrie »*.

L'arrêt note que la réglementation contestée *« permettait aux services de renseignement d'accéder à des éléments journalistiques confidentiels de manière intentionnelle, en utilisant délibérément des sélecteurs ou des termes de recherche liés à un journaliste ou à un organe de presse, ou de manière fortuite, en prenant accidentellement de tels éléments dans les "filets" d'une interception en masse »*.

Considérant que les garanties de protection des sources d'information offertes par les dispositions contestées ne sont pas suffisantes, la Grande Chambre conclut à la violation de l'article 10 de la Convention.

S'agissant de la réglementation des pratiques de collecte et d'exploitation, par les services de renseignement, des données massives de communications électroniques, comme en bien d'autres circonstances, un équilibre délicat doit être établi entre les nécessités de l'intérêt général, et particulièrement la protection de la vie privée des individus, et celle des sources d'information des journalistes. Les divergences d'appréciation entre les dispositions nationales et l'application qu'en font les juridictions internes, la Cour européenne des droits de l'homme et elle-même d'ailleurs dans des compositions différentes, en constituent l'illustration.

ED

Réglementations française et européenne de la collecte, conservation et exploitation des données de connexion

Conseil d'État, 21 avril 2021, n° 393099.

La répression des infractions, les garanties de l'ordre et de la sécurité publique et la lutte contre le terrorisme peuvent-elles justifier que les autorités nationales imposent aux opérateurs des services de communications électroniques de collecter, de conserver et de mettre à la disposition des services de sécurité, en diverses circonstances, les données de connexion des internautes utilisateurs ? Ne risque-t-il pas d'être ainsi porté atteinte au droit au respect de la vie privée et à la protection des données personnelles des intéressés ?

À la suite de la contestation par différentes associations comme French Data Network, La Quadrature du Net, la Fédération des fournisseurs d'accès à internet associatifs et Igwan.net, de diverses dispositions réglementaires françaises, et après que, saisie d'une question préjudicielle, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) s'est, par un arrêt du 6 octobre 2020 (C-511/18, C-512/18 et C-520/18), prononcée sur les conditions de la conformité notamment du droit français au regard des exigences du droit européen en la matière (*La rem* n°54bis-55, p.15), le Conseil d'État, par un arrêt du 21 avril 2021, a statué sur cette question. Validant, sous conditions, certaines mesures, il en a annulé d'autres.

La compréhension de la façon dont est assurée, à cet égard, la conciliation entre les droits des individus, les obligations des opérateurs et les pouvoirs des autorités publiques, implique qu'il soit brièvement fait mention des dispositions nationales et européennes en cause et de l'appréciation qui en ont été faites par les juridictions saisies.

Dispositions en cause

C'est au regard de leur conformité à différentes dispositions européennes qu'ont été examinées les dispositions françaises. S'agissant du droit français, étaient notamment en cause les dispositions du code des postes et des communications électroniques et d'un décret du 25 février 2011 relatif à la conservation et à la communication des données permettant d'identifier toute personne ayant contribué à la création d'un contenu mis en ligne, ainsi que des décrets du 28 septembre 2015, du 11 décembre 2015 et du 29 janvier 2016, pris en application du Code de la sécurité intérieure, relatifs aux pouvoirs des services de renseignement en matière d'accès aux données de connexion des utilisateurs des services de communications électroniques.

Était en cause la conformité de ces dispositions au regard du droit européen et notamment des directives 2000/31/CE, du 8 juin 2000, 2002/21/CE, du 7 mars 2002, et 2002/58/CE, du 12 juillet 2000, permettant que soit imposée aux opérateurs de services de communications électroniques une obligation de collecte et de conservation des données de connexion des utilisateurs, incluant leur localisation, et au regard de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne et du règlement (UE) n° 2016-679, relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement de données à caractère personnel, dit RGPD.

Appréciation des dispositions

Dans leur saisine du Conseil d'État, les requérants contestaient *« les dispositions réglementaires imposant aux opérateurs de communications électroniques, aux fournisseurs d'accès à internet et aux hébergeurs de contenus, de conserver, de façon généralisée et indifférenciée, pour une durée d'un an, les données de trafic et de localisation de l'ensemble de leurs utilisateurs »*, ainsi que celles *« permettant aux services de renseignement de recueillir et d'opérer des traitements sur ces données »*.

Avant de se prononcer, et pour s'assurer de la conformité du droit français au regard du droit européen, le Conseil d'État a saisi la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) d'une question préjudicielle.

Par arrêt du 6 octobre 2020, la CJUE a considéré que les dispositions de la directive 2002/58/CE du 12 juillet 2002, telle que modifiée par la directive 2009/136/CE du 25 novembre 2009, doivent être interprétées en ce qu'elles s'opposent à des mesures législatives prévoyant, *« à titre préventif, une conservation généralisée et indifférenciée des données relatives au trafic et des données de localisation »*; mais qu'en revanche elles ne s'opposent *« pas à des mesures législatives permettant, aux fins de la sauvegarde de la sécurité nationale, le recours à une injonction faite aux fournisseurs de services de communications électroniques de procéder à une conservation généralisée et indifférenciée des données relatives au trafic et des données de localisation, dans des situations où l'État membre concerné fait face à une menace grave pour la sécurité nationale »*, et sous condition d'un moyen de *« contrôle effectif, soit par une juridiction, soit par une entité administrative indépendante, dont la décision est dotée d'un effet contraignant »* et que ladite injonction ne puisse *« être émise que pour une période temporellement limitée »*. Il a également été jugé que, dans de telles conditions, peuvent être admises des mesures relatives à *« une conservation ciblée des données relatives au trafic et des données de localisation »*, ainsi qu'une *« conservation généralisée et indifférenciée des adresses IP »*.

Se référant à l'article 88-1 de la Constitution, et tout en posant que *« le juge national, chargé d'appliquer les dispositions et principes généraux du droit de l'Union, a l'obligation d'en assurer le plein effet, en laissant au besoin inappliquée toute disposition contraire »* et de *« retenir, de l'interprétation que la CJUE a donnée des obligations résultant du droit de l'Union, la lecture la plus conforme aux exigences constitutionnelles »*, le Conseil d'État pose que *« dans le cas où l'application d'une directive ou d'un règlement européen, tel qu'interprété par la CJUE, aurait pour effet de priver de garanties effectives l'une de ces exigences constitutionnelles, qui ne bénéficierait pas, en droit de l'Union, d'une protection équivalente, le juge administratif, saisi d'un moyen en ce sens, doit l'écarter dans la stricte mesure où le respect de la Constitution l'exige »*.

Il ajoute que, si la portée d'une disposition européenne *« n'est pas équivalente à celle que la Constitution garantit, il revient au juge administratif d'examiner si, en écartant la règle de droit national au motif de sa contrariété avec le droit*

de l'UE, il priverait de garanties effectives l'exigence constitutionnelle dont le défendeur se prévaut ». Il est relevé qu'il *« est soutenu en défense que les dispositions du droit national contestées au motif qu'elles seraient contraires au droit de l'UE ne sauraient être écartées sans priver de garanties effectives les objectifs de valeur constitutionnelle de sauvegarde des intérêts fondamentaux de la Nation, de prévention des atteintes à l'ordre public et de recherche des auteurs d'infractions pénales et de lutte contre le terrorisme »*, et il est considéré qu'il s'agit là d'*« objectifs de valeur constitutionnelle, nécessaires à la sauvegarde de droits et de principes de même valeur, qui doivent être conciliés avec l'exercice des libertés constitutionnellement garanties, au nombre desquelles figurent la liberté individuelle, la liberté d'aller et venir et le respect de la vie privée »*.

De l'appréciation de la CJUE, le Conseil d'État conclut que doivent être annulées les dispositions du décret du 25 février 2011 *« en tant seulement »* qu'elles *« ne prévoient pas un réexamen périodique de l'existence d'une menace grave, réelle et actuelle ou prévisible pour la sécurité nationale »*.

Quant aux dispositions contestées relatives à la conservation générale et indifférenciée des données de connexion aux fins de lutte contre la criminalité et de prévention des menaces à l'ordre public, le Conseil d'État estime que *« le Gouvernement ne pouvait pas imposer aux opérateurs de communications électroniques, aux fournisseurs d'accès à internet et aux hébergeurs la conservation généralisée et indifférenciée des données de connexion »*, autres notamment que celles qui sont *« relatives à l'identité civile »* et *« aux adresses IP »*, aux *« fins de lutte contre la criminalité et de prévention des menaces à l'ordre public, sans méconnaître le droit de l'UE »*. Il ajoute que *« l'application du droit de l'UE, en conduisant à écarter le droit national, ne prive pas de garanties effectives les objectifs de valeur constitutionnelle invoqués par le Premier ministre »*. Il conclut qu'il convient donc d'écarter les dispositions contestées sur ce point, en ce qu'elles *« poursuivent une finalité autre que la sauvegarde de la sécurité nationale »*.

S'agissant des dispositions des décrets du 28 septembre 2015, du 11 décembre 2015 et du 29 janvier 2016, décrets relatifs aux traitements mis en œuvre par les services de renseignement sur les données de connexion, dont la conformité au droit de l'UE a été critiquée, l'arrêt retient que, à la date à laquelle ces différents décrets *« ont été adoptés, la France était confrontée à une menace grave, réelle et actuelle pour la sécurité nationale »*, dans des conditions telles que pouvait alors être imposée, à l'époque, aux opérateurs de communications électroniques, *« la conservation généralisée et indifférenciée des données de trafic et de localisation, aux fins de sauvegarde de la sécurité nationale »*. Il est considéré que *« l'accès des services de renseignement aux données de trafic et de localisation conservées par les opérateurs »* était alors possible sans méconnaître les exigences du droit européen, mais que *« l'autorité publique ne peut porter atteinte au respect de la vie privée, dans toutes ses composantes, notamment la protection des données à caractère personnel, que dans les seuls cas de nécessité d'intérêt public prévus par la loi, dans les limites fixées par celle-ci et dans le respect du principe de proportionnalité »*. Relevant que *« la mise en œuvre de la technique de renseignement* […] *ne donne pas lieu au contrôle préalable par une juridiction ou par une autorité administrative indépendante dotée d'un pouvoir contraignant, dès lors que la Commission nationale de contrôle des techniques de renseignement n'émet qu'un avis simple ou des recommandations non contraignantes »*, il en est conclu que *« le décret du 29 janvier 2016 relatif aux techniques de recueil de renseignements doit être annulé »*.

Pour autant que les exigences du droit européen en matière de protection de la vie privée et des données personnelles, à l'égard des pratiques de collecte, de conservation et d'exploitation des données de connexion aux services de communications électroniques, ne remettent pas en cause les objectifs de valeur constitutionnelle *« de sauvegarde des intérêts fondamentaux de la Nation, de prévention des atteintes à l'ordre public et de recherche des auteurs d'infractions pénales et de lutte contre le terrorisme »*, elles s'imposent aux autorités nationales. Toutes mesures contraires doivent être déclarées non conformes et doivent donc être annulées.

ED

Accès, pour l'institution judiciaire, aux données de connexion de l'utilisateur d'un service de communications électroniques

CJUE, 2 mars 2021, C-746/18.

Saisie d'une législation nationale permettant à l'autorité judiciaire, dans le cadre d'une procédure pénale ordinaire, d'accéder, sans conditions, aux données de connexion et de localisation des utilisateurs de services de communications électroniques, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), dans un arrêt du 2 mars 2021, C-746/18, considère que, du fait de leur généralité, de telles dispositions ne sont pas conformes aux exigences du droit européen en matière de protection de la vie privée et des données personnelles. La confrontation des dispositions nationales et européennes en cause a conduit la CJUE à cette appréciation.

Textes de référence

En cette affaire, était examinée la conformité des dispositions nationales aux exigences européennes. Les dispositions nationales estoniennes en cause imposaient aux fournisseurs de services de communications électroniques de collecter et de conserver, pendant un an, les données de connexion et de localisation des utilisateurs et, surtout, dans le cadre d'une procédure pénale et sur avis préalable du ministère public, de les transmettre aux autorités judiciaires qui en feraient la demande.

La directive 2002/58/CE du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques, modifiée par la directive 2009/136/CE du 25 novembre 2009, et les principes de droits et de libertés des personnes, énoncés par la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne du 7 décembre 2000, ont constitué, en cette affaire, les textes européens de référence.

Après avoir, dans son article 5, énoncé le principe de la *« confidentialité des communications »* et, en son article 6, encadré les conditions de collecte, de conservation et d'utilisation des *« données relatives au trafic »*, l'article 15 de ladite directive de juillet 2002, auquel il est particulièrement fait référence en cette affaire, pose notamment que *« les États membres peuvent adopter des mesures législatives visant à limiter la portée des droit et des obligations prévus »* notamment en ces articles, mais seulement *« lorsqu'une telle limitation constitue une mesure nécessaire, appropriée et proportionnée, au sein d'une société démocratique »*, particulièrement pour assurer *« la recherche, la détection et la poursuite d'infractions pénales »*. Il est ajouté que *« à cette fin, les États membres peuvent, entre autres, adopter des mesures législatives prévoyant la conservation des données pendant une durée limitée »*. C'est sur la base de ces dispositions que la CJUE s'est prononcée.

Appréciation de la CJUE

En cette affaire, c'est en contestation d'une condamnation pénale pour fait de vol et d'utilisation frauduleuse d'une carte bancaire, prononcée sur la base de *« procès-verbaux établis à partir de données relatives aux communications électroniques* […] *que l'autorité chargée de l'enquête avait recueillies auprès d'un fournisseur de service de télécommunications électroniques au cours de la procédure d'instruction, après avoir obtenu »*, conformément aux dispositions du code de procédure pénale, plusieurs autorisations du ministère public à cet effet, que la question de la conformité du droit national au regard des exigences du droit européen a été soulevée.

S'agissant *« des conditions dans lesquelles l'accès aux données relatives au trafic et aux données de localisation conservées par les fournisseurs de services de communications électroniques peut, à des fins de prévention, de recherche, de détection et de poursuite d'infractions pénales, être accordé à des autorités publiques »*, la CJUE, pose, comme elle l'a fait dans un précédent arrêt du 6 octobre 2020, C-511/18 (voir *La rem* n°54bis-55, p.15), qu'elle mentionne, que *« seule la lutte contre la criminalité grave »* est *« de nature*

à justifier » de telles *« ingérences graves dans les droits fondamentaux »*.

Se référant aux mêmes textes, la CJUE considère par ailleurs que le droit européen *« s'oppose à une réglementation nationale donnant compétence au ministère public, dont la mission est de diriger la procédure d'instruction pénale et d'exercer, le cas échéant, l'action publique lors d'une procédure ultérieure, pour autoriser l'accès d'une autorité publique aux données relatives au trafic et aux données de localisation aux fins d'une instruction pénale »*, car *« ce serait cette même autorité qui représente l'action publique lors du procès et elle serait donc également partie à la procédure »*.

Considérant que n'est pas conforme aux exigences du droit européen en matière de protection de la vie privée et des données à caractère personnel une législation nationale permettant, dans le cadre d'une procédure pénale ordinaire, l'accès et l'exploitation d'informations obtenues des opérateurs, grâce à la collecte et la conservation de données de connexion à des services de communications électroniques, la décision de la CJUE vaut pour l'ensemble des États membres de l'Union européenne et s'impose par conséquent à ces derniers.

ED

Mise à la disposition du public des décisions de justice, sous condition d'anonymisation

En l'occurrence, l'exigence d'anonymisation n'est-elle pas contraire aux principes de liberté d'information ?

La connaissance, la compréhension et l'acceptation de l'action de la justice passent-elles, parmi d'autres conditions, par une large diffusion ou mise à disposition et la mémorisation des décisions rendues, particulièrement par les réseaux et les services numériques, au-delà des seuls professionnels du droit ? Le principe en est désormais posé par la loi du 7 octobre 2016 « pour une République numérique », modifiée et complétée par celle du 23 mars 2019, « de programmation et de réforme de la justice ». Elles font l'objet, à cet égard, d'un décret d'application du 29 juin 2020. Un arrêté du 28 avril 2021, relatif à la mise à disposition du public des décisions des juridictions administratives et judiciaires, fixe, selon les juridictions dont il s'agit, un calendrier, échelonné sur plusieurs années, à compter duquel l'ensemble de leurs décisions devront ainsi être *« mises à disposition du public »*.

Pour éviter, face aux capacités de conservation et au-delà du seul temps de l'actualité et de l'exigence (parfois contestable dans son principe, ses modalités et certains de ses effets) de publicité de la justice, la constitution d'une sorte de « casier judiciaire » médiatique et, par le recoupement de données distinctes et parfois anciennes, l'élaboration d'un profil judiciaire des individus risquent de porter atteinte au respect de leur vie privée, à leur « droit à l'oubli » et à leur réinsertion sociale. Cependant, cela ne peut être fait, s'agissant de données à caractère personnel de caractère sensible, que sous la condition d'anonymisation des décisions, même si, aux yeux de certains, celles-ci paraissent perdre ainsi une partie de leur *« lisibilité »* et de leur intérêt.

La liberté d'expression et le droit du public à l'information sont-ils alors pleinement garantis ? Ou s'en trouvent-ils menacés ? Un juste équilibre entre des

droits apparemment contradictoires peut-il être établi ? Cela dépend donc de la délicate combinaison de dispositions distinctes aux objectifs opposés.

En dehors des facilités offertes en la matière, dans le respect du Règlement européen sur la protection des données (RGPD), par l'article 80 de la loi du 6 janvier 1978 dite Informatique et Libertés relatif aux *« traitements mis en œuvre aux fins* […] *d'exercice, à titre professionnel, de l'activité de journaliste, dans le respect des règles déontologiques de cette profession »*, ce qui en limite la portée et exclut toutes les initiatives d'amateurs, nombre de dispositions du code de l'organisation judiciaire, du code de la justice administrative, de l'ordonnance du 2 février 1945 sur l'enfance délinquante, du code des relations entre le public et l'administration instituent cette exigence d'anonymisation des décisions de justice, avant leur mise à la disposition du public.

Objectifs de l'anonymisation des décisions de justice

L'exigence d'anonymisation des décisions de justice, empêchant l'identification des individus concernés, accompagne la généralisation de leur mise à disposition. Elle est, dans l'intérêt au moins de certains des justiciables, apparue constituer une nécessité face aux possibilités désormais offertes par les techniques numériques de collecte, de conservation, de croisement et de diffusion des informations.

En dehors des nécessités de l'information d'actualité, la connaissance et l'appréciation de ces décisions, rendues possibles par leur publication, peuvent être obtenues sans qu'il soit nécessaire d'y faire mention du nom des parties.

Sauf dans le cas où la publication est ordonnée par le juge, à titre de réparation ou de peine complémentaire, l'anonymisation des décisions écarte, pour la personne condamnée, la *« double peine »* d'une condamnation judiciaire et d'une réprobation médiatique. Comme le mentionnent certains textes, il s'agit d'assurer ainsi *« le respect de la vie privée »* des personnes visées et *« de leur entourage »*.

L'anonymisation des décisions de justice doit empêcher que leur publication ne serve, de la part de ceux qui y procèdent, à mettre en cause certains des individus concernés, ou à des fins de vengeance personnelle.

La numérisation des décisions de justice permet leur conservation, leur communication et leur consultation. Leur rapprochement et leur recoupement, rendus possibles par les bases de données et les moteurs de recherche, en facilitent l'accès. Ils permettent de dresser le profil de certains justiciables. Leur anonymisation conduit à écarter certaines de ces conséquences indésirables. Elle anticipe et dispense de la nécessité de devoir se prévaloir, par la suite, du droit à l'effacement ou à l'oubli, dont l'effet est toujours limité.

L'anonymisation des décisions de justice est cependant, à certains égards, susceptible d'être perçue comme faisant obstacle à la liberté d'information.

Liberté d'information et anonymisation des décisions de justice

Contrairement à l'obligation d'anonymisation des décisions de justice, l'identification des personnes concernées permet, au moins s'agissant de l'information d'actualité, et lorsque l'affaire a préalablement fait l'objet d'un suivi médiatique, au stade de l'enquête ou du procès, d'en connaître l'issue et de rétablir, au moins provisoirement, chacun dans ses droits. Cela contribue à mieux inscrire la décision dans son contexte et à rendre la justice plus concrète.

Même lorsqu'elle n'est pas ordonnée par les juges, à titre de sanction ou de réparation, la publication des décisions de justice, avec identification des protagonistes, permet de rétablir la victime ou la personne déclarée innocente dans ses droits. La mention des noms des protagonistes n'est-elle pas permise, dans un premier temps, dans le cadre d'un traitement par les médias d'actualité ? L'effacement de ces noms ne doit-il pas s'imposer à tout archivage sous forme numérique ?

L'exigence d'anonymisation des décisions rendues n'apparaît-elle pas cependant comme contraire aux principes de liberté d'information et de publicité de l'action de la justice, telle que relayée par les médias ? N'est-ce pas davantage au stade de l'enquête et de

l'instruction, pendant tout le temps du procès et tant que la décision n'est pas prise, que, au nom du respect de l'honneur et de la présomption d'innocence, la prudence, sinon le secret du nom des parties, devrait s'imposer ? Lorsque la décision est prononcée, ne convient-il pas, au moins dans un premier temps, de la rendre pleinement publique, y compris avec mention de ces noms ? Cela contribuerait à rétablir chacun dans ses droits et à une information assurée du public.

Les principes de publicité de l'action de la justice et de liberté d'information comportent désormais, au dernier stade de la procédure, s'agissant des décisions elles-mêmes, une apparente contradiction entre la généralisation de leur mise à disposition du public et leur anonymisation.

ED

Nouvelle transposition de dispositions européennes relatives au droit d'auteur et aux droits voisins

Ordonnance n° 2021-580, du 12 mai 2021, portant transposition du 6 de l'article 2 et des articles 17 à 23 de la directive 2019/790, du 17 avril 2019, sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique et modifiant les directives 96/9/CE et 2001/29/CE.

Selon le considérant 3 de la directive européenne n° 2019/790, du 17 avril 2019, sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique, *« l'évolution rapide des technologies continue à modifier la manière dont les œuvres et autres objets protégés sont créés, produits, distribués et exploités »*. Il serait dès lors constamment nécessaire *« d'adapter et de compléter le cadre »* juridique en vigueur, *« tout en maintenant un niveau élevé de protection »* de ces droits. Cette incessante évolution du droit européen oblige, au même rythme, à la mise en conformité des droits nationaux.

L'article 15 de ladite directive, relatif à la protection des publications de presse en ce qui concerne les utilisations en ligne, a déjà fait l'objet, en droit français, d'une rapide transposition par la 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 (voir *La rem* n°54, p.10). Certaines dispositions sont la matière de la récente ordonnance n° 2021-580, du 12 mai 2021. Sont particulièrement visés les droits et les obligations des fournisseurs de services de partage de contenus en ligne et, bien au-delà de ce seul usage, des questions relatives à la rémunération des titulaires de droits. Diverses dispositions complémentaires, parcellaires et dispersées, sont ainsi introduites dans le code de la propriété intellectuelle (CPI).

Fournisseurs de services de partage de contenus en ligne

Un premier volet des nouvelles dispositions de valeur législative concerne les droits et les obligations desdits fournisseurs de services de partage de contenus en ligne.

À peu près dans les mêmes termes que ceux de la directive européenne, le nouvel article L. 137-1 CPI qualifie de *« fournisseur d'un service de partage de contenus en ligne la personne qui fournit un service de communication au public en ligne dont l'objectif principal ou l'un des*

objectifs principaux est de stocker et de donner au public accès à une quantité importante d'œuvres ou d'autres objets protégés téléversés par ses utilisateurs, que le fournisseur de service organise et promeut en vue d'en tirer un profit, direct ou indirect ».

Les dispositions nouvelles concernent notamment les droits et les obligations desdits fournisseurs de services en matière d' *« exploitation des œuvres »* et autres protégés par un droit voisin du droit d'auteur, de *« transparence »* de leur activité et de respect des *« droits des utilisateurs »*.

En des termes qui pourraient être identiques, qu'il s'agisse de droit d'auteur ou de droits voisins, il est notamment considéré que, *« en donnant accès à des œuvres protégées par le droit d'auteur »* et *« à des objets protégés par un droit voisin téléversés par ses utilisateurs, le fournisseur d'un service de partage de contenus en ligne réalise un acte de représentation »* ou de *« communication au public »*. Il doit pour cela *« obtenir l'autorisation des titulaires de droits »*. En *« l'absence d'autorisation »*, il *« est responsable des actes d'exploitation non autorisés* […] *à moins qu'il ne démontre »* avoir *« fourni ses meilleurs efforts pour obtenir une autorisation »* ou *« pour garantir l'indisponibilité d'œuvres »* et d'objets protégés, ou avoir *« agi promptement »* pour *« en bloquer l'accès »*.

Au titre des obligations de *« transparence »* qui pèsent sur les fournisseurs de services de partage de contenus en ligne, il est posé qu'ils produisent, *« sur demande des titulaires de droits* […] *des informations pertinentes et précises sur le type et le fonctionnement des mesures prises »* par eux pour assurer le respect de leurs obligations.

S'agissant du respect des « droits des utilisateurs » de ces services, il est notamment posé que les dispositions en cause *« ne peuvent s'opposer au libre usage »* des œuvres ou des objets protégés par un droit voisin, *« dans les limites des droits prévus »* par le CPI *« ainsi que de ceux accordés par les titulaires de droits »* et, en particulier, qu'*« elles ne doivent pas avoir pour effet de priver les utilisateurs* […] *du bénéfice effectif des exceptions »* aux droits (notamment pour citation, parodie ou pastiche). Il est ajouté que les fournisseurs de services doivent *« rendre accessible aux utilisateurs* […] *un dispositif de recours et de traitement des plaintes relatives aux situations de blocage ou de retrait »* de contenus, dans le cas où ceux-ci n'apparaîtraient pas justifiés.

Rémunération des titulaires de droits

L'autre volet des dispositions nouvelles assurant la transposition des règles européennes concerne les garanties d'une juste rémunération des titulaires de droits face à toutes les formes d'exploitation de leurs œuvres et prestations.

Au profit des titulaires de droits, il est notamment posé, en des termes qui ne sont pas exactement identiques selon qu'il s'agit de droits d'auteur ou de droits voisins, que *« en cas de cession du droit d'exploitation »* moyennant *« une rémunération forfaitaire »*, entraînant *« un préjudice de plus de sept douzièmes dû à une lésion ou à une prévision insuffisante »*, ils peuvent *« provoquer la révision des conditions de prix du contrat »*. Il est posé que, en cas de cession des droits moyennant une rémunération proportionnelle aux résultats d'exploitation, les titulaires de droits ont *« droit à une rémunération supplémentaire »*, lorsque ladite rémunération *« initialement prévue* […] *se révèle exagérément faible par rapport à l'ensemble des revenus ultérieurement tirés de l'exploitation par le cessionnaire »*.

Pour assurer une juste information des titulaires de droits, il est précisé que *« le cessionnaire lui adresse ou met à sa disposition* […] *au moins une fois par an, des informations explicites et transparentes sur l'ensemble des revenus générés par l'exploitation de l'œuvre »*.

Il est également prévu que lorsque le titulaire de droits *« a transmis à titre exclusif tout ou partie de ses droits, il peut, en l'absence de toute exploitation »* de son œuvre ou de sa prestation, *« résilier de plein droit la transmission de tout ou partie de ces droits »*.

L'évolution rapide des techniques de communication et de leurs usages entraîne en droit européen et, par voie de conséquence, en droit français qui doit y être conforme une adaptation incessante du droit, et notamment du droit d'auteur et des droits voisins, pour tenter d'en assurer et d'en conserver la maîtrise.

ED

Condamnation de Google par l'Autorité de la concurrence italienne

Autorita Garante della Concorrenza e del Mercato, 27 avril 2021.

Par une décision du 27 avril 2021, l'Autorité italienne garante de la concurrence et du marché a condamné les sociétés Alphabet Inc., société mère de Google, Google LLC et Google Italy S.r.l., pour abus de position dominante et pratique anticoncurrentielle. Il leur était reproché, en faisant valoir des motifs de sécurité de la conduite automobile, de n'avoir pas permis l'interopérabilité de l'application Juice Pass, de la société de distribution d'électricité Enel X Italia, offrant des services de recharge de véhicules automobiles électriques, avec Android Auto.

La décision rendue se fonde notamment sur les dispositions de la loi italienne du 10 octobre 1990, n° 287/90, et de l'article 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE). Celui-ci dispose notamment qu'*« est incompatible avec le marché intérieur et interdit, dans la mesure où le commerce entre États membres est susceptible d'en être affecté, le fait pour une ou plusieurs entreprises d'exploiter de façon abusive une position dominante sur le marché intérieur ou dans une partie substantielle de celui-ci »*.

Après avoir procédé à une analyse du marché de la concession des licences pour les systèmes d'utilisation des appareils mobiles multifonctions, marché sur lequel il apparaît que Google détient une position dominante, avoir constaté ensuite l'absence d'alternative à Android Auto et considéré enfin l'état du développement des véhicules automobiles électriques et de la filière du réseau de points de recharge électrique, l'Autorité italienne de la concurrence a examiné le refus de Google d'accepter l'application de Enel X Italia sur Android Auto. Elle a estimé que ledit refus n'était pas lié à des questions d'ordre technique, mais à la volonté de Google, par une attitude fautive, d'obstruction et d'exclusion, de renforcer le service Google Maps et de freiner la concurrence.

Constatant que, en Italie, environ trois quarts des appareils multifonctions utilisent Android et que Google constitue, au niveau mondial, un acteur majeur dans le contexte de l'économie numérique et dispose d'une très importante puissance financière, l'Autorité de la concurrence a considéré que Google détient une position dominante qui lui permet de contrôler l'accès des développeurs d'applications et qu'elle en a abusé en privilégiant sa propre application Google Maps.

Pour l'Autorité italienne, la conduite de Google paraît de nature à restreindre de manière significative le commerce entre les États membres, en violation de l'article 102 TFUE, ainsi qu'à l'intérieur du territoire national, comme dans une partie importante du marché intérieur de l'Union européenne, en faisant obstacle en même temps à l'activité d'un concurrent, à l'innovation et au progrès technique.

Outre la condamnation pécuniaire de plus de 100 millions d'euros (dans la limite de 10 % du chiffre d'affaires prévue par la loi d'octobre 1990), l'Autorité italienne de la concurrence a ordonné à Google de mettre à la disposition du distributeur d'électricité Enel X Italia, ainsi qu'à d'autres développeurs, des outils pour la programmation d'applications interopérables avec Android Auto.

Intéressant, dans ce domaine particulier des applications, le marché italien, l'analyse de l'Autorité de la concurrence nationale, qui se fonde notamment sur un texte de droit européen, pourrait concerner toute situation semblable dans un autre État membre de l'Union européenne.

ED

Sources :

- « Sanzione di oltre 100 milioni di euro a Google per abuso di posizione dominante », Autorità Garante della Concorrenza et del Mercato, comunicato stampa, agcm.it, 13 maggio 2021.
- « Italie : Google condamné à plus de 100 millions d'euros d'amende pour abus de position dominante », *Le Monde* avec AFP, 13 mai 2021.
- « Google condamné en Italie à une amende de 102 millions d'euros pour abus de position dominante », Olivier Tosseri, lesechos.fr, 13 mai 2021.

Crédit d'impôt pour le premier abonnement à un titre de presse

Certaines mesures d'aide de l'État à la presse sont parfois présentées comme étant des aides aux lecteurs, autant qu'aux éditeurs, dans la mesure où elles sont susceptibles de contribuer à abaisser le prix de vente des publications.

Cela est le cas de l'une des récentes modalités que constitue le crédit d'impôt pour le premier abonnement à un journal ou à un service d'information. Réduisant la charge financière qui pèse sur le public, elle est censée contribuer au pluralisme de l'information et accroître les chiffres de diffusion des publications et ainsi leurs recettes tant de vente que de publicité.

Par son article 2, la loi de finances n° 2020-935 du 30 juillet 2020, rectificative pour 2020, a institué un *« crédit d'impôt pour le premier abonnement à un journal, à une publication périodique ou à un service de presse en ligne d'information politique et générale »*.

Fut ainsi introduit un article 220 *sexdecies* du code général des impôts aux termes duquel *« ouvrent droit à un crédit d'impôt sur le revenu les sommes versées, jusqu'au 31 décembre 2022, par un contribuable* […] *au titre du premier abonnement, pour une durée minimale de douze mois, à un journal, à une publication de périodicité au maximum trimestrielle ou à un service de presse en ligne »* présentant *« le caractère de presse d'information politique et générale »*. Ledit crédit d'impôt est égal à 30 % du coût de l'abonnement.

Comme le mentionnait la disposition législative elle-même, la mise en œuvre de ce dispositif était subordonnée à l'accord de la Commission européenne le considérant *« comme conforme au droit de l'Union européenne en matière d'aides d'État »*. Cela a été l'objet de la décision de ladite Commission, C (2021) 2620 final, du 15 avril 2021.

Le décret n° 2021-560, du 7 mai 2021, a fixé la date d'entrée en vigueur de ce dispositif en posant qu'il s'applique *« aux versements effectués à compter du lendemain »* de sa publication au *Journal officiel*, le 8 mai 2021, *« pour les abonnements souscrits à compter de cette même date »*.

Quel sera, pour les lecteurs comme pour les éditeurs de presse, l'impact réel d'une telle mesure d'aide, qui ne vaut que pour *« le premier abonnement »* à une publication ; qui permet de déduire *« 30 % »* de la dépense engagée ; qui profite à ceux qui sont assujettis à l'impôt sur le revenu des personnes physiques et qui ne sont pas ceux qui auraient le plus besoin de cette forme d'incitation ; qui, imaginée en juillet 2020, n'entre en vigueur qu'en mai 2021 ; qui, sauf à être reconduite comme cela est fréquemment le cas, n'est, pour le moment, destinée à s'appliquer que jusqu'au *« 31 décembre 2022 »* … ?

ED

Libre réception d'une chaîne de télévision détentrice d'une licence de diffusion attribuée par un autre État européen

Privée de licence de diffusion au Royaume-Uni, China Global Television Network peut émettre depuis la France.

Les textes de droit européen (Convention du Conseil de l'Europe et Directive de l'Union européenne) relatifs aux médias audiovisuels énoncent le principe de libre réception, sur le territoire des pays signataires, des programmes de télévision respectueux de la réglementation commune, émanant d'une société détentrice d'une licence de diffusion qui lui a été attribuée par un autre État partie à l'accord.

Se référant au principe fondamental de *« liberté d'expression et d'information »* et réaffirmant l'attachement des pays signataires *« aux principes de libre circulation de l'information »*, la Convention européenne sur la télévision transfrontière adoptée dans le cadre du Conseil de l'Europe, le 5 mai 1989, et révisée le 1er octobre 1998, consacre, dans son préambule, *« le droit, sans considération de frontières, d'exprimer, de rechercher, de recevoir et de communiquer des informations et des idées, quelle que soit leur source »*. En son article 3, elle indique qu'elle *« s'applique à tout service de programmes qui est transmis ou retransmis par des organismes ou à l'aide de moyens techniques relevant de la compétence d'une Partie, qu'il s'agisse de câble, d'émetteur terrestre ou de satellite, et qui peut être reçu, directement ou indirectement, dans une ou plusieurs autres Parties »*. En son article 4, elle ajoute que *« les Parties assurent la liberté d'expression et d'information »* et qu'*« elles garantissent la liberté de réception et ne s'opposent pas à la retransmission sur leur territoire de services de programmes qui sont conformes aux dispositions de la présente Convention »*.

La chaîne de télévision chinoise China Global Television Network, plus connue sous l'appellation de CGTN, a fait l'objet d'une décision de retrait de sa licence de diffusion, de la part de l'Ofcom (Office of communications), le régulateur britannique des télécommunications, qui lui reprochait notamment sa couverture des manifestations pro-démocratie à Hong-Kong et de ne pas respecter l'obligation légale de ne pas être contrôlée par un organe politique. Pour contourner cette mesure, la chaîne a saisi le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) français d'une demande d'attribution d'une licence de diffusion au moyen d'un satellite français, afin de pouvoir émettre un signal depuis la France et, sur la base des dispositions susmentionnées, de couvrir ainsi à nouveau le territoire et atteindre le public du Royaume-Uni.

Début mars 2021, le CSA s'est déclaré compétent pour « réguler » la chaîne chinoise, dès lors qu'elle respecte les critères purement techniques pour diffuser depuis la France et être ainsi librement reçue dans les autres pays membres du Conseil de l'Europe signataires de la Convention européenne sur la télévision transfrontière.

Il peut en être ainsi tant que la chaîne de télévision en question respecte la législation française et qu'elle n'a pas fait l'objet d'une décision d'interdiction de diffusion émanant du Conseil supérieur de l'audiovisuel ou de la justice française.

ED

Sources :

- « Interdite de diffusion au Royaume-Uni, CGTN, la télévision internationale d'État chinoise, s'en remet à la France », Éric Albert et Sandrine Cassini, *Le Monde*, 3 mars 2021.
- « Nouvelles polémiques autour de la chaîne chinoise CGTN qui a trouvé refuge en France », Nicolas Richaud et Marina Alcaraz, *Les Echos*, 13 avril 2021.

Loi Climat : un peu moins de publicité, beaucoup de communication

Si le secteur de la publicité doit s'autoréguler, l'impératif du développement durable impose des restrictions jusqu'alors inconnues, même si la loi Climat et résilience tente l'équilibre entre enjeux climatiques et réalités économiques.

La publicité et le développement durable sont-ils compatibles ? C'est la question que posent les recommandations de la Convention citoyenne pour le climat qui ambitionne de *« réguler la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation »*. Parmi ces propositions, certaines ont une visée pédagogique parce qu'elles veulent donner au consommateur le moyen de procéder à des achats responsables, grâce à des modalités de communication sur le « score carbone » (*« Rendre obligatoire l'affichage des émissions de gaz à effet de serre dans les commerces et lieux de consommation ainsi que dans les publicités pour les marques »*, proposition C1.2). D'autres veulent aller au-delà de la « responsabilisation » en interdisant certaines publicités (*« Interdire de manière efficace et opérante la publicité des produits les plus émetteurs de GES, sur tous les supports publicitaires »*, proposition C2.1) et en incitant à moins consommer (*« Réguler la publicité pour limiter fortement les incitations quotidiennes et non choisies à la consommation »*, proposition C2.2), même s'il s'agit aussi de *« réorienter la consommation sur des produits plus vertueux sur le plan climatique »* (Convention citoyenne, p. 24). S'ajoutent des interdictions plus spécifiques, par exemple celle concernant *« les panneaux publicitaires dans les espaces publics extérieurs hors information locale, culturelle, et la signalétique de localisation »* (C2.2.1).

Cette approche de la publicité, si elle n'est pas totalement incompatible avec le développement durable, l'est avec l'activité de nombreuses entreprises, ces dernières comptant pour l'essentiel de la dépense en communication en France. En effet, le développement de la consommation est l'objectif de toute entreprise car il génère du chiffre d'affaires et, idéalement, des bénéfices. Moins consommer revient toujours à pénaliser le chiffre d'affaires des entreprises même si l'on consomme mieux, ce qui n'interdit pas aussi de consommer plus. L'enjeu est donc éminemment politique et repose sur un équilibre à trouver entre l'injonction de consommation durable et l'injonction économique que reflète le marché de la publicité à travers les investissements en communication des entreprises. Ainsi, l'ex-UDA (Union des annonceurs), renommée Union des marques, a financé des recherches doctorales qu'elle a ensuite publiées, qui montrent que la publicité soutient la croissance économique (thèse en sciences économiques de Maximilien Nayaradou, 2006, sous la direction de Jean-Hervé Lorenzi). Lors de la deuxième édition des états généraux de la communication, le 6 mai 2021, une étude du cabinet Deloitte venait rappeler opportunément que, pour 1 euro investi dans la publicité média, le PIB en gagne 7,85. La publicité, en tant que dispositif de communication, a aussi une dimension sociale : elle cherche à articuler ce besoin des entreprises avec les attentes des consommateurs qui sont aussi des citoyens. C'est à cet endroit que la communication publicitaire peut être compatible avec le développement durable même si elle trahit aussi la volonté des marques de défendre leur utilité sociale (*brand utility*), voire leur responsabilité sociale (*brand responsibility*). La communication publicitaire évoluerait ainsi sous la pression sociale en faveur du développement durable sans pour autant remettre en question l'impératif de la consommation.

Cet équilibre difficile – certains diront qu'il est impossible car les deux termes de l'équation s'opposent – est ce que tente, à sa manière, le projet de loi Climat et résilience en cours d'examen par le Parlement. Il a été précédé par une proposition de loi autrement plus sévère à l'égard de la publicité portée par Matthieu Orphelin, ex-Europe Écologie Les Verts, ex-La République en marche, aujourd'hui président du groupe Écologie Démocratie Solidarité à l'Assemblée nationale. Présentée le 11 juillet 2020, la proposition de loi reprenait les recommandations de la Convention citoyenne sur le climat en interdisant par exemple la publicité sur les produits les plus polluants, comme l'automobile thermique et l'aérien quand des alternatives

existent, tout en proposant une mention *« En avez-vous vraiment besoin ? »* avant le paiement d'un achat sur internet, une *« contre-pub »*, en fait, visant à dissuader l'internaute de consommer plus que de besoin. Ici, le développement durable s'inscrit dans une perspective de décroissance qui pénalise les entreprises et les annonceurs qui en dépendent. L'enjeu climatique l'emporte en priorité, la loi étant présentée d'ailleurs comme une *« loi Evin du climat »*, la loi Evin ayant à l'époque priorisé les enjeux de santé publique en restreignant les possibilités de communication sur l'alcool et en interdisant la publicité pour le tabac. Enfin, la pollution visuelle était également ciblée puisque le projet de loi prévoyait l'interdiction de l'affichage numérique. Trop ambitieux ou trop irréaliste selon le point de vue adopté, le projet de loi a finalement été rejeté en octobre 2020.

Entre-temps le monde de la publicité s'est en effet mobilisé, notamment à travers la figure de Mercedes Erra, cofondatrice de l'agence BETC. Durant l'été 2020, elle signe un rapport confidentiel à l'intention du ministre de l'Économie, Bruno Le Maire, qui repose sur une mesure de l'impact des projets d'interdiction ou de limitation de la publicité (l'automobile est le deuxième annonceur en France, avec 1,65 milliard d'euros bruts dépensés à la radio et à la télévision) et sur leurs conséquences en termes de pertes d'emplois. Le ministère de l'Économie a créé la filière communication en 2017, qui s'interroge alors de ne pas être associée à la réflexion sur l'encadrement de la publicité au nom du développement durable. Les publicitaires revendiquent même leur utilité sociale en la matière, la publicité pouvant accompagner la transition écologique. Ainsi, le 27 novembre 2020, à l'occasion des premiers états généraux de la communication, opportunément consacrés à la consommation responsable, l'Union des marques (les annonceurs), l'Union des entreprises de conseil et achat média (Udecam) et l'Association des agences de conseil en communication (AACC) ont insisté sur la publicité verte et prôné l'autorégulation du secteur. Depuis, chacun y va de son effort avec communication à la clé sur la bonne volonté des acteurs. En décembre 2020, les médias ont annoncé un *« contrat média climat »* avec, de manière volontaire, des réductions pour les campagnes sur de bonnes causes et une limitation des publicités sur les produits les plus polluants, des émissions de sensibilisation au développement durable, le tout assorti d'une surveillance par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour ce qui relève de la radio et de la télévision, preuve donc du sérieux de leur engagement. Les marques, de leur côté, se sont engagées pour une publicité responsable dans le cadre de leur programme FAIRe qui, en plus des critères déjà imaginés pour renforcer la *brand safety* (voir *La rem* n°45, p.52), va ajouter des objectifs liés à la transition écologique.

Le lobbying aura payé puisque le projet de loi Climat, présenté en Conseil des ministres le 10 février 2021 et dont l'examen par le Parlement a débuté en mars 2021, est finalement relativement mesuré quant aux contraintes nouvelles sur le secteur publicitaire. Le texte a été voté à l'Assemblée nationale le 17 avril 2021 et sera examiné par le Sénat en mai 2021, ce qui autorise toutefois de nouvelles modifications, peu probables sur le fond. À l'Assemblée, la demande d'autorégulation du secteur de la publicité a été entendue puisque le CSA sera chargé de promouvoir des codes de bonne conduite, avec des engagements publiés, mais sans *name and shame* en cas de manquement. L'Assemblée a ajouté la possibilité de sanctions pour les marques qui procèdent au *greenwashing* (écoblanchiment), celles qui invoquent des motifs écologiques pour vendre des produits qui ne le sont pas vraiment. Enfin, la publicité pour les énergies fossiles devrait être en principe interdite. Pour les produits à fort impact environnemental, comme l'automobile ou l'électroménager, un score CO_2 devra être affiché dans toute campagne de communication à titre expérimental. Quant à l'affichage, il reste au premier rang parmi les difficultés, qu'il s'agisse de confier aux maires le soin d'interdire ou d'autoriser les panneaux le long des axes de circulation, ou de réglementer l'affichage lumineux dans les vitrines des commerçants.

À l'avenir, le marché pourrait finalement trancher : en 2020, une année marquée par la crise sanitaire, la part du numérique dans la publicité a franchi le seuil symbolique des 50 % du marché média français selon IPG Mediabrands. Et comme Google et Facebook

captent l'essentiel de ce marché, il se pourrait bien que la question de la régulation de la publicité – au moins dans le domaine des médias – prenne à l'avenir une tout autre tournure. La régulation de la publicité risque en effet de concerner de plus en plus les plateformes et de moins en moins les médias.

AJ

Sources :

- UDA (2006), *Publicité et croissance économique,* Thèse de doctorat en sciences économiques, soutenue par Maximilien Nayaradou à l'Université Paris 9 - Dauphine.
- « La publicité dans tous ses états », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 6 juillet 2020.
- « Le bras de fer se durcit entre les publicitaires et les écologistes », Véronique Richebois, *Les Echos*, 13 juillet 2020.
- « Écologie : la publicité redoute un tremblement de terre », Véronique Richebois, *Les Echos*, 30 septembre 2020.
- « Une violente charge antipub qui menace l'économie des médias », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 1er octobre 2020.
- « Convention climat : les initiatives pour verdir la publicité se multiplient », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 30 novembre 2020.
- « Les médias s'engagent pour être plus verts », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 7 décembre 2020.
- « Le numérique s'arroge plus de la moitié du marché publicitaire en France », Nicolas Richaud, *Les Echos*, 8 décembre 2020.
- « Loi Pompili : les médias échappent au pire sur la publicité », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 9 décembre 2020.
- « Publicité : la loi Pompili épargne les médias », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 10 décembre 2020.
- « Le projet de loi climat est finalisé et sera examiné en mars », Tristan Quinault-Maupoil, *Le Figaro*, 11 janvier 2021.
- « Climat : télévisions et radios se veulent plus "responsables" », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 22 janvier 2021.
- « Publicité : les marques se convertissent à l'écoresponsabilité », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 12 février 2021.
- « Loi climat : l'Assemblée renforce la vigilance sur la publicité », Joël Cossardeaux, *Les Echos*, 6 avril 2021.
- « Moteur essentiel de la relance, la communication doit réinventer son modèle économique », Claudia Cohen, *Le Figaro*, 7 mai 2021.

TECHNIQUES

Ces start-up françaises qui innovent *« pour changer le monde »*

Quel est le lien entre des nanoparticules destinées à remplacer les métaux rares de l'industrie, des mémoires informatiques basées sur la spintronique, la future électronique à basse consommation, ou encore un algorithme qui supprime les contenus haineux des réseaux sociaux ? Il s'agit des trois start-up françaises parmi les neuf récemment récompensées lors de la neuvième édition du concours « 10 000 start-up pour changer le monde » organisé par le journal économique et financier *La Tribune*.

Genes'Ink

Créée en 2010 par Corinne Versini et aujourd'hui forte de vingt-deux salariés, la start-up azuréenne Genes'Ink développe une technologie de rupture dans le domaine de l'électronique imprimée afin de concevoir des encres conductrices et semi-conductrices à base de nanoparticules hybrides. Ces encres aux propriétés conductrices remplaceraient les métaux rares actuellement utilisés par l'électronique traditionnelle, dont les coûts environnementaux et humains sont désastreux (voir *La rem* n°45, p.20 et n°54bis-55, p.108). *« Notre savoir-faire est stratégique car les terres rares sont en Chine, en Amérique du Sud, en Australie, mais pas en Europe. Cela veut dire que nous avons une dépendance et qu'il faut donc disposer de technologies qui permettent d'économiser, tout en étant plus propres. Ou même mieux, de remplacer la terre rare »*,

explique Corinne Versini. Selon différents procédés d'impression, les encres conductrices peuvent même être déposées sur une grande variété de supports et d'objets, ouvrant ainsi la voie à la création de circuits imprimés de taille extrêmement réduite et très flexibles. Genes'Ink gère une unité de production de ces encres, protégées par dix familles de brevets, soit une soixantaine de brevets mondiaux.

La variété des domaines d'application de l'électronique imprimée s'étend de l'industrie automobile à l'internet des objets, en passant par le biomédical ou encore par le packaging. Genes'Ink, qui réalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 200 000 euros, a ouvert deux bureaux au Japon et à Taïwan et elle ambitionne de lever 3 millions d'euros avant l'été 2021. L'entreprise a déjà levé 1,4 million d'euros en 2014 auprès du fonds Amorçage Technologique Investissement du CEA (Commissariat à l'énergie atomique et des énergies alternatives), de Truffle Capital et de deux *business angels*, anciens dirigeants de Gemalto. Selon les estimations du cabinet IDTechEx, le marché mondial de l'électronique organique, imprimée et flexible devrait peser environ 70 milliards de dollars en 2026, contre 26,5 milliards en 2016.

Spin-Ion Technologies

Tablette, ordinateur quantique, voiture autonome et montre connectée : aucun ordinateur, du plus miniaturisé au plus puissant, ne fonctionne sans mémoire vive (en anglais *RAM* pour *Random Access Memory*). Dans cet espace de stockage temporaire sont lues et écrites les informations traitées par un dispositif informatique. Fondée par Dafiné Ravelosona en 2017, Spin-Ion Technologies, entreprise issue des recherches menées depuis vingt ans par l'Université de Paris-Saclay et du CNRS à Palaiseau, développe et brevette des techniques de traitement des matériaux magnétiques dans le but de créer notamment des *MRAM (Magnetic Random Access Memory)*, des mémoires informatiques de nouvelle génération.

Spin-Ion Technologies se consacre à la résolution des problèmes d'ingénierie des matériaux en développant *« un nouveau procédé de fabrication basé sur le traitement par faisceau d'ions légers afin de renforcer à l'échelle atomique la qualité structurelle des matériaux MRAM ultra-minces »*. Ce nouveau type de mémoire s'appuie sur la spintronique, ou l'électronique de spin, technique née des travaux du physicien français Albert Fert et de son équipe dans les années 1990, qui exploite la propriété quantique du spin des électrons afin de stocker des informations. Avec les mémoires RAM traditionnelles, les données sont stockées sous la forme d'une charge électrique, tandis qu'avec les mémoires MRAM elles le sont sous la forme d'une orientation magnétique. L'intérêt de ce nouveau type de mémoires est *« de les rendre dix fois plus performantes et beaucoup moins nocives pour l'environnement »*, explique Dafiné Ravelosona. Avec pour ambition que, *« dans dix ans, nous aurons accéléré la transition énergétique, avec des mémoires qui stockent plus et qui sont plus économes en énergie. Nous voulons tracer le chemin écoresponsable de la transition numérique »*. Avec un marché mondial estimé à 100 milliards de dollars en 2016, ce nouveau type de mémoire suscite l'engouement des grands acteurs du secteur, en majorité asiatiques, parmi lesquels Samsung, Toshiba, SK Hynix, TDK/Headways en collaboration avec TSMC, Micron, Qualcomm, IBM ou encore Intel.

Bodyguard

Né en 1995, Charles Cohen a grandi avec les forums en ligne, puis les réseaux sociaux. Les messages de haine en circulation l'ont toujours choqué, et l'histoire du suicide d'une jeune fille harcelée en ligne le pousse à agir. En 2018, il se met alors en tête de créer un algorithme basé sur l'analyse du langage naturel capable de supprimer les contenus haineux sur les réseaux sociaux. *« J'ai commencé par le plus difficile, protéger un individu. Mais pour cela, il faut comprendre très finement le langage naturel, pour séparer ce qui relève d'un simple commentaire, même s'il y a une insulte dedans, d'un propos haineux »*. Ainsi est née Bodyguard, application gratuite sur iOS et Android, grâce à laquelle l'utilisateur choisit les réseaux sociaux, parmi Twitter, YouTube, Instagram et Twitch, qu'il souhaite modérer pour son propre usage. L'application scrute tous les commentaires, les analyse, puis supprime ceux jugés litigieux, échappant ainsi au regard de l'utilisateur.

La tâche n'est pas aisée puisqu'il faut s'attacher à comprendre le contexte et la sémantique des propos analysés afin d'effectuer une modération automatique – modération qui ne fonctionne ni du côté de Twitter, ni du côté de Facebook. Charles Cohen explique qu'*« une fois le commentaire publié, l'application va le nettoyer des fautes, du langage SMS ou des mots qui contiennent des astérisques pour rester cachés aux yeux des IA* [intelligence artificielle]. *On détecte ensuite les mots ou des groupes de mots insultants ou potentiellement agressifs et on mène une analyse contextuelle pour savoir à qui ils sont destinés : l'utilisateur, ses proches, ou bien un autre groupe de gens. Enfin, l'application détermine le niveau de protection en fonction de l'identité de l'utilisateur et du niveau de protection dont il a besoin. Si c'est une personne très jeune ou plus fragile, la moindre agression sera supprimée presque instantanément ».* Entre 85 % et 95 % des contenus haineux seraient ainsi détectés par l'application Bodyguard, avec seulement 2 % de marge d'erreurs, sur des millions de commentaires analysés chaque mois.

Fin 2019, Charles Cohen obtient une levée de fonds de 2 millions d'euros afin de structurer l'entreprise naissante et de développer son algorithme de modération déjà utilisé par quelque 60 000 utilisateurs dont de nombreuses personnalités publiques, comme la députée Aurore Bergé ou la journaliste Rokhaya Diallo, victimes de contenus haineux en ligne. Pour générer des revenus, la start-up commercialise depuis 2021 une offre à destination des entreprises, à laquelle des acteurs du jeu vidéo, des nouveaux médias comme Brut ou Powder, des marques sur internet ou encore des clubs sportifs ont déjà souscrit. L'entreprise compte en septembre 2021 sur une autre levée de fonds en série A d'un montant de 10 millions d'euros, pour notamment s'implanter sur le marché américain. Courtisé par les Gafa, l'entrepreneur assure ne pas être intéressé : *« quand ils auront suffisamment la pression des politiques pour régler le problème de la haine sur leurs plateformes, ils développeront eux-mêmes dans quelques années leur propre technologie, qui sera aussi efficace que celle de Bodyguard. Donc, on deviendra inutile sur Facebook, YouTube et Twitter, mais c'est tant mieux ! s'exclame l'entrepreneur. Notre but est d'être là pour tous les autres, c'est-à-dire les petits réseaux sociaux et surtout les médias et toutes les entreprises qui ont une présence en ligne et qui n'ont pas les moyens de Facebook et Twitter ».*

J-A F S

Sources :

- « Genes'Ink lève 1,4 million d'euros pour le développement commercial de ses encres », Arnaud Dumas, usine-digitale.fr, 6 septembre 2014.
- « Carte interactive : l'électronique organique Made in France », Juliette Raynal, industrie-techno.com, 22 mars 2016.
- « Magnétisme et spintronique : le CNRS bien positionné sur les mémoires émergentes », Véronique Meder, cnrs.fr, 22 juin 2016.
- « [Pépite à suivre] Genes'Ink crée l'électronique imprimée de demain », Juliette Raynal, industrie-techno.com, 19 septembre 2016.
- « Genes'Ink étudie les terres rares », Jean-Luc Crozel, laprovence.com, 15 octobre 2019.
- « Modération et réseaux sociaux à l'heure de l'intelligence artificielle avec Charles Cohen de Bodyguard », Mathieu Flaig, sysk.fr, 8 juillet 2020.
- « Spin-Ion fabrique les mémoires du futur », Patrick Cappelli, latribune.fr, 30 mars 2021.
- « Bodyguard, l'IA qui débarrasse les réseaux sociaux de la haine », Laurence Bottero, latribune.fr, 31 mars 2021.
- « GenesInk, des nanoparticules pour remplacer les métaux rares de l'industrie », Laurence Bottero, latribune.fr, 2 avril 2021.

Fibre optique : une fracture numérique liée à la rentabilité

La fracture numérique subsiste là où la rentabilité des infrastructures de fibre optique est faible. La moitié de la population française réside dans une zone où 80 % des locaux sont desservis par la fibre optique ; l'autre moitié vit dans un territoire au taux de raccordement à cet équipement, devenu essentiel, inférieur à 30 %.

L'année 2020 bouleversée par la Covid-19 a montré combien est indispensable une connexion internet de bonne qualité pour maintenir des relations sociales comme pour accéder à l'essentiel : éducation, santé, télétravail, e-commerce, e-administration et loisirs. Parmi les technologies d'accès à internet très haut débit (débit descendant supérieur ou égal à 30 mégabits par seconde), la fibre optique déployée jusqu'à l'abonné a notamment l'avantage d'offrir un flux rapide dans les deux sens, à la réception comme à l'émission.

Selon le baromètre des résultats de l'action publique consacré à *« la France de la fibre optique »*, publié à partir des données de l'Arcep par le think tank Terra Nova, 60 % des locaux en France – 24,2 millions sur un total de 40,6 millions de logements et de bâtiments professionnels – étaient raccordables à un réseau de fibre optique au 31 décembre 2020, soit + 31 % par rapport à 2019.

Lancé par le gouvernement en 2013, le plan France très haut débit (PFTHD) fixe à 2022 une première échéance pour un taux de couverture en fibre optique (FttH – *Fiber to the Home* – et FttB – *Fiber to the Building*) équivalant à 80 % du territoire national et une seconde échéance en 2025 pour une couverture à 100 %. Fin 2020, 40 % des locaux sur l'ensemble du territoire n'étaient pas encore raccordés, soit 16,4 millions d'unités. Selon l'Arcep, la crise sanitaire n'a pas affecté le rythme des installations : plus de 5,8 millions de logements ou de bâtiments professionnels, dont 5,3 millions situés dans des zones peu peuplées, ont été effectivement reliés à un réseau en fibre optique en 2020, soit + 19 % par rapport à 2019. Néanmoins, le frein principal au déploiement de cette technique reste le coût marginal croissant d'installation des infrastructures dans les zones peu peuplées.

Le montant prévu des investissements sur la période 2013-2022 dépasse 20 milliards d'euros, dont deux tiers de financements privés. Les principaux opérateurs qui déploient la fibre optique sur le territoire sont Orange, SFR FTTH (groupe Altice), Axione (groupe Bouygues), Altitude Infra et TDF.

Le déploiement des réseaux en fibre optique de bout en bout (FttH) s'effectue en fonction de logiques économiques différentes, chacune corrélée à la densité de la population de la zone géographique couverte. Créée par décret en novembre 2019, la nouvelle Agence nationale de la cohésion des territoires (ANCT) accompagne les collectivités locales depuis janvier 2020 dans le cadre du PFTHD, lequel détermine trois catégories de zones pour déployer la fibre optique. La logique économique de chacune d'entre elles dépend de la densité démographique des territoires concernés.

Au quatrième trimestre 2020, le taux de raccordement à la fibre optique des locaux (foyers et entreprises) varie fortement entre les grandes villes, les villes de taille moyenne et les communes rurales, selon la nomenclature et les données de l'Arcep :

> **85 %** dans les grandes villes, ou « zones très denses » (ZTD), qui rassemblent 17 % de la population française (11 millions d'habitants pour 106 grandes villes), 18 % des locaux (7,4 millions) ; le financement de la fibre optique est assuré ici par les opérateurs privés.

> **77 %** dans les villes moyennes, ou zones dites « appel à manifestation d'intention d'investissement » (AMII), qui totalisent 38 % de la population (25,5 millions d'habitants pour 3 600 communes périphériques) et 40 % des locaux (16,3 millions) ; les principaux

opérateurs sont ici Orange (11,1 millions de locaux) et SFR (2,55 millions de locaux).

32% dans les communes rurales, ou zones dites « réseaux d'initiatives publiques » (RIP), qui comptent 45 % de la population (30 millions d'habitants pour 33 000 communes rurales) et 42 % des locaux (17 millions). Les collectivités territoriales financent en partie le déploiement de la fibre optique en confiant la construction et l'exploitation à un opérateur d'infrastructure.

Premier pays au sein de l'Union européenne par le nombre de raccordements à la fibre optique (FttH et FttB), la France, malgré cette avance, n'évite pas la persistance d'inégalités entre les territoires – villes, départements ou régions –, certains ne disposant même d'aucune infrastructure. Ces disparités se retrouvent notamment au sein des zones à forte densité de population : un quart des 106 communes situées en zones très denses (ZTD) sont encore loin de l'objectif gouvernemental qui vise 80 % de locaux équipés de la fibre optique jusqu'à l'abonné en 2022.

Taux de couverture FttH en 2020 (T4)

Cannes	69%
Nantes	69%
Nancy	65%
Vénissieux	64%
Toulon	63%
Rouen	62%
Bobigny	61%
Vaucresson	59%
Clermont-Ferrand	55%
Lille	46%

Sources : données Arcep, Terra Nova.

En moyenne, le rythme annuel d'augmentation des raccordements à la fibre optique de bout en bout (FttH) est de 34 % entre 2015 et 2020, sur l'ensemble du territoire, tandis que dans les zones densément peuplées, la progression annuelle atteint en moyenne 45 % entre 2014 et 2016 et même 63 % depuis 2017.

Comprenant 80 villes sur les 106 recensées en ZTD, l'Île-de-France, les Hauts-de-France et la Provence-Alpes-Côte-d'Azur se classent en tête, avec en moyenne 76 % de couverture FttH. À l'opposé, la Bourgogne-Franche-Comté, la Bretagne et la Corse sont les trois régions au plus faible taux de couverture, inférieur à 40 % fin 2020.

Disparité du taux de couverture par département en 2020
(France métropolitaine, T4)

LES MOINS

Dordogne	13,4%
Ardèche	14,4%
Haute-Saône	15,0%
Creuse	16,9%
Nièvre	17,3%
Jura	18,6%
Hautes-Alpes	19,4%
Yonne	22,1%
Côtes-d'Armor	23,1%
Alpes-de-Haute-Provence	23,9%

LES PLUS

Paris	95,9%
Oise	93,4%
Hauts-de-Seine	92,7%
Val-d'Oise	91,8%
Yvelines	89,4%
Essonne	87,5%
Val-de-Marne	85,4%
Seine-Saint-Denis	84,5%
Rhône	83,2%
Pas-de-Calais	81,6%

Source : d'après les données de l'Arcep.

Les départements ayant un taux de raccordement FttH supérieur à la moyenne figurent parmi ceux les plus

densément peuplés. Néanmoins, comme le rappelle Alexandre Mompeu-Lebel, auteur du baromètre des résultats de l'action publique (Terra Nova), le déploiement de la fibre optique est avant tout un choix politique, prenant le contre-exemple du département de l'Aisne. Avec une densité de population (72 habitants au km^2) inférieure à la moyenne nationale (106 habitants au km^2 et > 1 000 habitants au km^2 en Île-de-France), l'Aisne dispose pourtant d'un taux de couverture en FttH supérieur à 80 %, le déploiement du réseau ayant été piloté par un syndicat mixte composé des communes, des communautés de communes et du conseil départemental.

Quand la topographie des lieux, comme l'accès trop difficile des zones de montagne, impose une logique économique différente, le très haut débit passera alors par une infrastructure hybride, la fibre optique étant relayée par le réseau de cuivre ou par le réseau de téléphonie mobile. Mais, dans ces territoires reculés, il n'y a pas d'alternative commerciale et le raccordement à la fibre optique est proposé par un seul opérateur, comme c'est le cas aujourd'hui encore pour 8 % des locaux, soit 1,7 million de prises.

En janvier 2021, le gouvernement a annoncé 570 millions d'euros supplémentaires pour le déploiement de la fibre optique jusqu'à l'abonné dans les territoires les plus reculés. Onze départements bénéficieront de cette subvention, notamment la Bretagne (150 millions d'euros), l'Auvergne (123 millions), la Dordogne (45 millions), afin de raccorder 3 millions de locaux (foyers et entreprises) encore non éligibles à la fibre optique en raison de leur situation géographique éloignée, et pour lesquels aucun financement n'était prévu. La contribution de l'État au déploiement de la fibre optique atteint, avec cette dernière rallonge financière, 3,6 milliards d'euros. Selon l'Arcep, 2020 est une année record avec une forte croissance des abonnements à la fibre optique. Avec 3,3 millions supplémentaires, la France a franchi le cap des 10 millions d'abonnements FttH en 2020.

FL

Sources :

– « L'État alloue un demi-milliard d'euros supplémentaires pour fibrer la France », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 19 janvier 2021.
– « Croissance inégalée des abonnements et des déploiements en fibre optique au quatrième trimestre 2020, à l'image de l'année 2020 », communiqué de presse, Arcep, arcep.fr, 4 mars 2021.
– « Baromètre des résultats de l'action publique : La France de la fibre optique », Alexandre Mompeu-Lebel, Terra Nova, tnova.fr, 16 avril 2021.

DÉGRADATION DU RÉSEAU TÉLÉPHONIQUE EN CUIVRE

Voué à disparaître, le réseau de cuivre offre une qualité de service téléphonique fortement dégradée. En 2021, plus de 20 millions de lignes dépendent toujours du réseau historique en cuivre. **Mais depuis plusieurs années, 17 départements sont victimes de pannes de téléphone récurrentes** dues à de multiples incidents, tels des poteaux renversés ou des fils coupés, pour lesquels la réparation intervient souvent au bout de plusieurs semaines. Face au nombre croissant de plaintes émanant d'habitants ou d'élus, principalement de communes rurales, deux enquêtes ont été diligentées par l'Arcep en 2014. Opérateur prestataire du service universel du téléphone, Orange a reçu une mise en demeure de l'Arcep en 2018, pour manquement à ses obligations. L'année suivante, l'opérateur avait dû embaucher des techniciens supplémentaires.

En décembre 2020, dans *Le Journal du dimanche*, **une tribune signée par 215 maires et élus réclamant que soient pris en considération les *« oubliés du téléphone fixe »*** relance la polémique. Orange explique investir 500 millions d'euros par an dans l'entretien du réseau historique, vieux de plus de cinquante ans. L'opérateur requiert auprès du régulateur une augmentation du prix de la location de ses lignes (tarif de dégroupage fixé par l'Arcep à 9,65 euros par ligne et par mois). En effet, l'apport de cette redevance, que lui reversent les opérateurs concurrents, diminue à mesure que les abonnés ADSL migrent vers la fibre optique.

La négociation est d'autant plus délicate pour le gouvernement que la convention qui liait Orange, entreprise privée, l'obligeant au maintien d'un service universel assurant à 85 % des Français de pouvoir être dépannés sous 48 heures, a pris fin en décembre 2020. Les nouvelles conditions d'exercice du service universel ont été inscrites dans la loi dite DDADUE du 3 décembre 2020, mais leur mise en œuvre n'est pas encore à l'ordre du jour. À l'avenir, le service universel sera mutualisé et applicable à l'ensemble des réseaux – cuivre, mobile, fibre optique, satellite –, avec l'obligation de fournir un accès internet à haut débit.

À l'initiative de l'Assemblée nationale et de Cédric O, secrétaire d'État chargé de la Transition numérique, une « mission flash », confiée à la députée LREM Célia de Lavergne, formule dix propositions présentées en février 2021. Pour sortir de l'impasse, la députée propose notamment la reprise du contrat de service universel du téléphone par Orange pour le cuivre aussi longtemps que les petites communes en dépendent, en attendant la fibre optique ou le réseau mobile, donc au moins jusqu'en 2025. Elle envisage également d'imposer à l'opérateur une obligation de raccordement dans un délai de deux à quatre mois (au lieu de six mois aujourd'hui) et une obligation de réparation sous un mois, avec des pénalités au prorata des jours d'interruption de service.

En mai 2021, le gouvernement et Orange ont annoncé leur accord. L'opérateur télécoms s'est finalement engagé à investir davantage dans la maintenance préventive, ajoutant 10 millions d'euros aux 100 millions d'euros qu'il y consacre annuellement et aux 400 millions destinés aux réparations. Orange participera également aux comités de concertation mis en place dans les dix-sept départements particulièrement démunis, rassemblant chacun, préfet, maires et parlementaires, afin que soient identifiés en amont les risques d'incidents. En outre, l'opérateur sera tenu de trouver, dans les 24 heures, une solution alternative (téléphone mobile, satellite) en cas de coupure de téléphone. Enfin, plus d'une centaine de techniciens d'intervention seront embauchés, complétant l'effectif existant de 1 800 personnes.

Dans moins de dix ans, en 2030, le réseau de cuivre sera de l'histoire ancienne en France, lorsque son propriétaire, l'opérateur Orange, l'aura entièrement remplacé par la fibre optique. Une première expérimentation a été menée dans le département des Yvelines où la commune de Lévis-Saint-Nom fut la première, en avril 2021, à abandonner définitivement le réseau de cuivre au profit de la fibre optique, à laquelle était déjà raccordée la quasi-totalité des 1 700 habitants. Effective à partir de 2023, la suppression des lignes de cuivre – un million de kilomètres de câble à démanteler – réduira, au moins par dix, la consommation d'énergie.

FL

Sources :

- « Une députée prône des amendes contre les pannes du réseau cuivre d'Orange », Raphaël Balenieri et Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 11 février 2021.
- « Les plans de Matignon pour résoudre les pannes de réseau cuivre d'Orange », Raphaël Balenieri et Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 4 mai 2021.
- « Le démontage progressif du réseau historique », S. Dum, *Les Echos*, 4 mai 2021.
- « Orange s'engage sur l'amélioration de son vieux réseau cuivre », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 25 mai 2021.

La future TNT, interactive et en ultra haute définition

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel, ayant notamment comme prérogative l'attribution des canaux de la TNT, a autorisé Salto et Arte à diffuser, à titre expérimental et pour une durée de six mois, leurs plateformes numériques respectives sur deux canaux dédiés.

La TNT, service de télévision numérique gratuit, universel, accessible sur 97 % du territoire et encore seul moyen d'accès à la télévision pour un Français sur cinq, inaugure de nouveaux services interactifs accessibles aux téléviseurs compatibles avec la norme HbbTV (*Hybrid Broadcast Broadband TV*). Ce standard européen de diffusion pour la télévision connectée (voir *La rem* n°16, p.10), qui rend également possible le déploiement de la publicité segmentée à la télévision (voir *La rem* n°54bis-55, p.35), préfigure l'interactivité de la télévision de demain. Un amendement au projet de loi du 20 mai 2021 relatif à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique prévoit le passage progressif de la TNT en ultra haute définition (UHD).

Si la chaîne Arte est diffusée sur le canal 7 de la TNT, la plateforme numérique de la chaîne franco-allemande Arte.tv occupe, à son tour, le canal 77 depuis avril 2021. L'expérience interactive de la chaîne Arte.tv sur ordinateur, tablette et smartphone peut ainsi être reproduite sur les téléviseurs connectés (smart TV) compatibles avec la norme HbbTV. Arte.tv propose des contenus et services inédits exclusifs, tel le replay de la série *En thérapie* réalisée par Éric Toledano et Olivier Nakache, dont les épisodes ont déjà été visionnés 50 millions de fois sur la plateforme numérique depuis la fin janvier 2021, ce qui en fait le programme le plus regardé depuis le lancement de son offre de streaming gratuite sur le web en 2007.

Président d'Arte, Bruno Patino souhaite, grâce à son intégration à la TNT, rendre la plateforme numérique Arte.tv *« aisément disponible à tout le monde »*. Elle sera également accessible aux abonnés Free et Orange, ainsi qu'aux foyers équipés d'un boîtier connecté de type Chromecast ou Apple TV, avant que soient conclus de nouveaux contrats avec les autres opérateurs. C'était également une demande de Salto, plateforme de streaming lancée en octobre 2020 par TF1, France Télévisions et M6, dorénavant disponible sur le canal 51 de la TNT.

La norme HbbTV permet aux chaînes de télévision d'enrichir la diffusion de leurs programmes de contenus additionnels tels qu'un guide détaillé des programmes ou la filmographie des acteurs, de proposer une offre de rattrapage (catch up TV) et des services interactifs comme des jeux, la participation à des sondages, le partage de commentaires ou d'images sur les réseaux sociaux (voir *La rem* n°54bis-55, p.35).

Cette expérimentation d'une durée de six mois à partir du mois d'avril 2021, autorisée par le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel) dès le 25 janvier 2021, est à rapprocher de la proposition de loi relative à la modernisation de la télévision numérique terrestre présentée au Sénat en février 2021 par Catherine Morin-Desailly, sénatrice de la Seine-Maritime, passée sous la forme d'un amendement au projet de loi relatif à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique datée du 20 mai 2021. Reprenant en grande partie le projet de loi de décembre 2019 de Franck Riester, précédent ministre de la Culture – projet suspendu en raison de la pandémie de Covid-19 –, l'amendement promeut le lancement de services TNT en ultra haute définition, accessibles aux téléspectateurs déjà équipés de téléviseurs compatibles. Est également prévue une obligation progressive de compatibilité des matériels de réception (téléviseurs et adaptateurs) aux formats de l'ultra haute définition, ainsi que la création d'un label « Prêt pour la TNT en ultra haute définition ».

J-A F S

Sources :

- « Proposition de loi relative à la modernisation de la télévision numérique terrestre (TNT) », n° 340 – Sénat session ordinaire de 2020-2021, senat.fr, 4 février 2021.
- « Catherine Morin-Desailly dépose un projet de loi pour la modernisation de la TNT », smartintegrationsmag.com, 10 février 2021.
- « Arte et Salto : diffusion temporaire de services interactifs sur des canaux dédiés de la TNT », décision du CSA, csa.fr, 23 février 2021.
- « Salto arrive sur la TNT, voici comment ça va fonctionner », Damien Choppin, businessinsider.fr, 14 mars 2021.
- « La plateforme Arte.tv accessible sur la TNT début avril », AFP, france24.com, 26 mars 2021.
- « La plateforme Arte.tv arrive ce jeudi sur le Canal 77 de la TNT », Yves Jaeglé, leparisien.fr, 7 avril 2021.
- « arte.tv : diffusion de "BeTipul", la série originale israélienne qui a inspiré "En thérapie" », article n° 293839, satellifax.com, 20 mai 2021.

La France est en avance en matière de données publiques ouvertes

La pandémie de Covid-19 donne à voir l'efficacité d'une politique publique de la donnée dès lors qu'elle est ambitieuse.

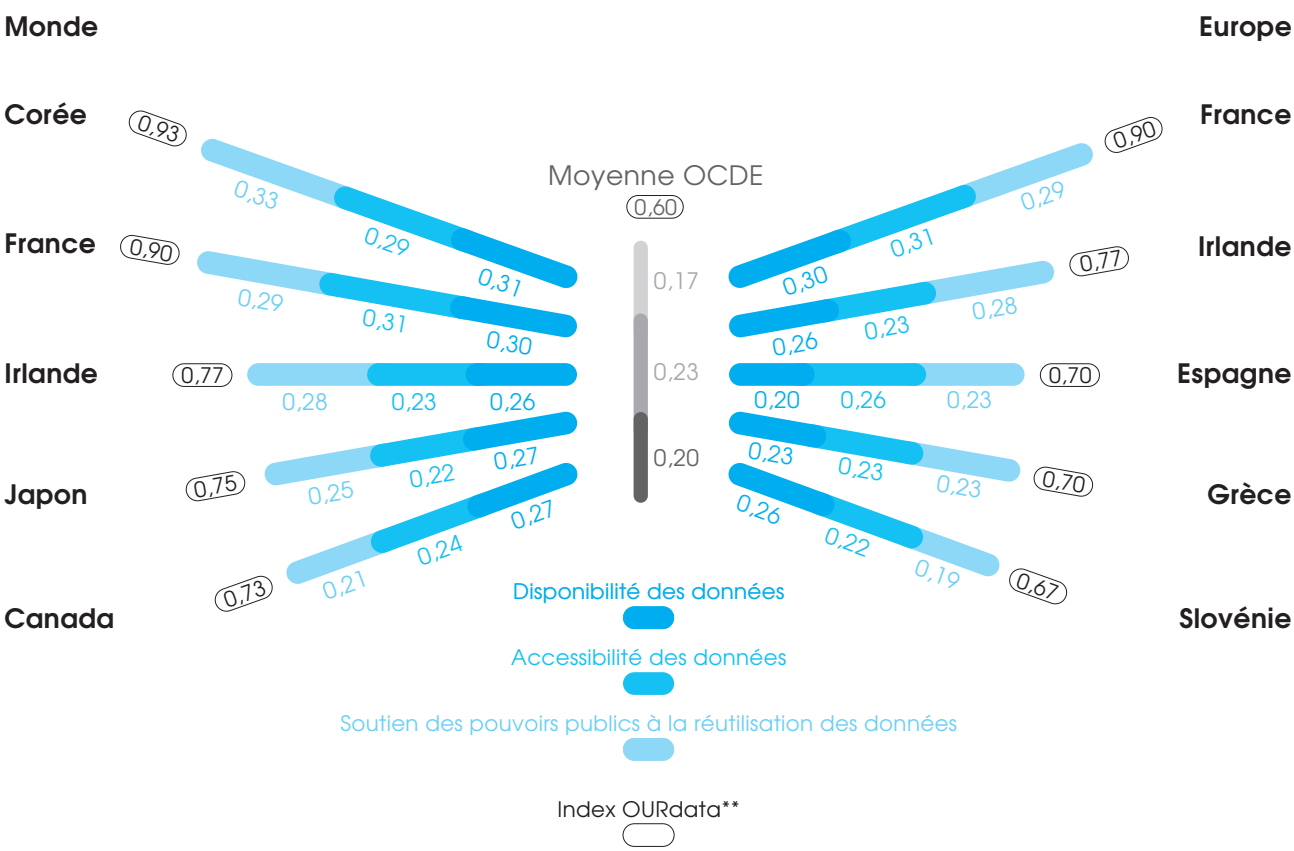
Selon l'OURdata Index (indice Open, Useful and Re-usable data) de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), la France est l'un pays les plus avancés au monde en matière de données publiques ouvertes.

Rendre disponibles les données publiques des administrations et les mettre à la disposition de tous démontre qu'aucun acteur n'est capable, isolément, d'interpréter l'avalanche de données fournie par nos sociétés modernes. La pandémie de Covid-19 a fourni un bon cas pratique. La mise à disposition des données publiques (nombre de décès et de personnes testées, nombre de cas positifs et part des variants, nombre d'admissions en réanimation et nombre de lits disponibles...) illustre combien l'interprétation et le croisement des observations chiffrées délivrent des informations qu'il serait impossible d'obtenir autrement. *« On n'imagine pas la valeur que représentent les données avant de les publier. Un jeu de données isolé, on peut se dire que c'est inutile. Mais mis en correspondance avec un autre, ça prend tout son sens. Par exemple, en croisant le nombre de lits en réa et le nombre de personnes hospitalisées en réa, on voit la saturation de ces services »* explique Guillaume Rozier, l'ingénieur informatique à l'origine du site web d'agrégation de données ouvertes sur la pandémie CovidTracker.fr, ainsi que des outils VaccinTracker et ViteMaDose/Chronodose. Ce *data scientist* âgé de 24 ans a créé le site CovidTracker.fr en mars 2020, à partir des données publiques fournies par l'agence nationale Santé publique France, simplement en comparant les chiffres de la pandémie entre la France et l'Italie. Disponibles depuis mars 2020 sur data.gouv.fr, plateforme de diffusion de données publiques de l'État français, ces jeux de données, qui sont mis à jour quotidiennement, recensent les chiffres en provenance des services d'urgence hospitaliers et de SOS médecins, par département, par région, par sexe et tranche d'âge des patients. Outre les médias qui s'en servent pour illustrer de graphiques leurs bulletins d'information, certaines personnes issues de la société civile s'en emparent, quant à elles, pour créer des outils de visualisation de données, souvent plus parlants qu'un discours. Gaëtan Lavenu, Thomas Dubot, Christophe Cerisara, Guillaume Saint-Quentin, Germain Forestier, ou encore le médecin Thibaut Fabacher et ses collègues du CHRU (Centre hospitalier régional et universitaire) de Strasbourg sont quelques-uns de ces utilisateurs qui exploitent les données publiques sur la pandémie publiées sur data.gouv.fr afin de les rendre utiles à tout le monde.

À partir d'un simple schéma publié sur Twitter en mars 2020, le site CovidTracker.fr, fonctionnant depuis avec huit bénévoles, devient rapidement une référence d'informations sur la progression de la pandémie en France et à l'étranger, pour le grand public comme pour les professionnels de santé, les médias ou encore les membres du gouvernement, parmi lesquels le ministre de la Santé lui-même. En décembre 2020, VaccinTracker, un nouvel outil disponible sur CovidTracker.fr, rend compte de la progression de la campagne de vaccination en France. Les premiers jours, Guillaume Rozier a la primeur de ces données en provenance du directeur du cabinet d'Olivier Véran. Ce dernier ayant contesté, dans un premier temps, la véracité de ces informations, Guillaume Rozier déclare cesser de communiquer ces données de vaccination le 11 janvier 2021. Le ministère les publiera finalement le jour-même.

Ainsi, le 1er avril 2021, CovidTracker.fr propose une nouvelle application baptisée « Vite Ma Dose ». Cette plateforme gratuite facilite les recherches de rendez-vous pour se faire vacciner sur les sites Doctolib, Maiia, Keldoc et Ordoclic, palliant ainsi les difficultés des Français éligibles à la vaccination. L'outil recense non seulement les centres de vaccination fournis sur

Classement des pays membres de l'OCDE* en 2019, selon leur politique d'ouverture des données publiques



* Les données concernant les États-Unis, la Hongrie, l'Islande et la Turquie ne sont pas disponibles.

** L'index OURdata se compose des trois indicateurs suivants : disponibilité des données, accessibilité des données et soutien des pouvoirs publics à la réutilisation des données. Chacun de ces indicateurs a une valeur comprise entre 0 et 0,33 ; la valeur de l'index OURdata s'échelonne, quant à elle, de 0 à 1.

Infographie *La rem*

Source : d'après Panorama des administrations publiques, OCDE, Éditions OCDE, Paris, 2019, www.ocde.org

data.gouv.fr, mais également les pharmacies, les médecins, et certains centres non référencés sur sante.fr, site officiel du gouvernement. Le succès d'audience des outils lancés par Guillaume Rozier et son équipe montre l'intérêt de l'exploitation des données publiques dans un format réutilisable par tous, mais il souligne également le manque de réactivité des services de l'État. D'autant plus que, selon l'informaticien, *« l'open data est une arme contre le complotisme et les personnes qui ne croient pas en les chiffres puisque ça amène la possibilité de vérifier ces chiffres et donc d'éliminer les doutes »*. En gage de reconnaissance, le gouvernement a nommé Guillaume Rozier, le 21 mai 2021, « à titre exceptionnel », au grade de chevalier dans l'ordre national du Mérite.

La pandémie de Covid-19 a montré que la politique publique de la donnée dépasse largement la question de l'ouverture ou non des données des administrations. Comme le soulignait récemment le rapport Bothorel sur cette question (voir *La rem* n°56, p.83), la politique publique de la donnée et des codes sources n'est pas simplement *« un enjeu "tech" »*. Sa finalité est à la fois scientifique – *« la donnée est un vecteur de connaissance »*; économique *« la donnée est un levier d'innovation »*; démocratique *« la donnée améliore le service public »* et politique *« la donnée est un moyen de restaurer la confiance dans l'action publique »*.

La France est d'ailleurs, selon l'indice OURdata de l'OCDE, l'un des pays les plus avancés en matière d'ouverture des données publiques ou *« données gouvernementales ouvertes »* (en anglais Open Government Data - OGD).

Comme le montre le graphique de l'OCDE, l'indice évalue et compare les politiques de données publiques ouvertes et leur mise en œuvre selon trois indicateurs (gradués de 0 à 1) portant sur la disponibilité des données, sur leur accessibilité et sur le soutien du gouvernement concernant leur réutilisation. L'indicateur de disponibilité montre dans quelle mesure les gouvernements ont adopté et mis en œuvre certaines exigences formelles afin de promouvoir les données gouvernementales ouvertes, en s'appuyant notamment sur le double principe: « ouvert par défaut » et « en temps utile et complet ». L'indicateur d'accessibilité mesure les critères techniques de mise à disposition des données gouvernementales, notamment dans des formats ouverts et réutilisables et avec les métadonnées associées. Enfin, l'indice relatif au soutien des gouvernements évalue leur rôle actif dans la promotion de la réutilisation de leurs propres données, tant en leur sein que par la société civile.

En 2019, la France occupe le deuxième rang du classement mondial, après la Corée du Sud. Créée en février 2011, l'administration publique chargée d'améliorer le service public et l'action publique grâce aux données, Etalab, explique ainsi cette performance: *« ce sont notamment les progrès en termes de formation et d'accompagnement des administrations qui améliorent son indice, qui passe de 0,85 en 2018 à 0,90 en 2019. »* À l'occasion du 5e Comité interministériel pour la transformation publique organisé le 5 février 2021, le gouvernement a réaffirmé sa volonté d'impliquer tous les ministères pour *« mieux exploiter, ouvrir, partager et valoriser les données publiques, au bénéfice de la transparence et de l'efficacité de l'action publique »*.

J-A F S

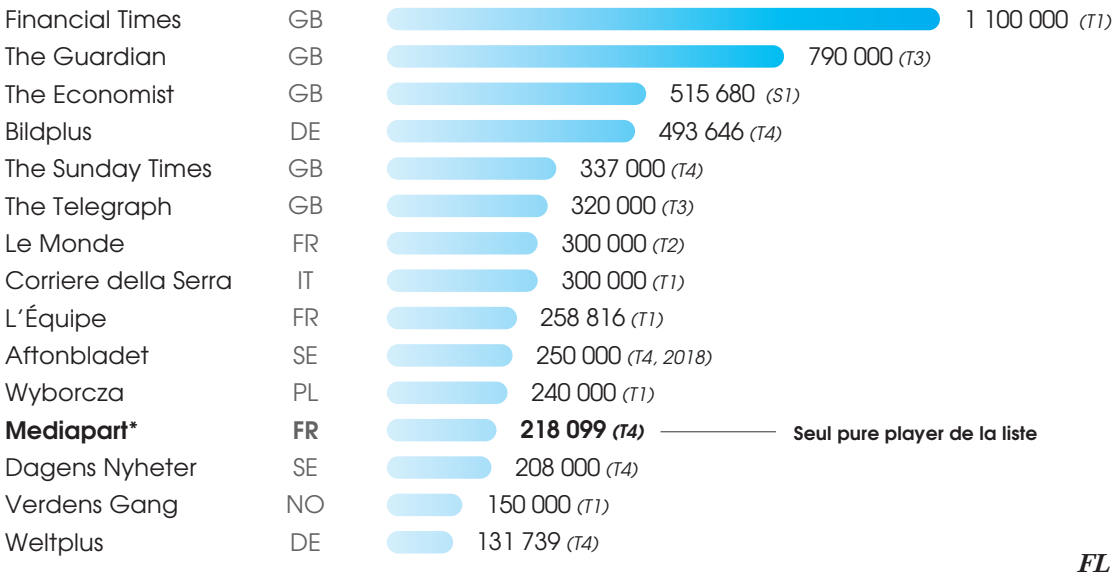
Sources:

- « Panorama des administrations publiques 2019 », OECD iLibrary, oecd-ilibrary.org, 12 décembre 2019.
- « La France de nouveau sur le podium de l'open data en 2019 », Antonin Garrone, etalab.gouv.fr, 11 mars 2020.
- « Covid19 en open data: découvrez les premières réutilisations du jeu de données hospitalières », Charlie Braume, linformaticien.com, 26 mars 2020.
- « "Vaccintracker": le site indépendant qui publie les chiffres de la vaccination en France », Marie-Liévine Michalik, lefigaro.fr, 6 janvier 2021.
- « Covid-19: l'enjeu crucial des données publiques », Benoît Floc'h, *Le Monde*, 7-8 mars 2021.
- « Stratégie sanitaire et vaccination: comment gagner la bataille de la confiance. Avec Guillaume Rozier et Mathias Girel », Guillaume Erner, franceculture.fr, 12 avril 2021.
- « Guillaume Rozier. Quand la donnée éclaire la pandémie », Laurent Barthelemy, AFP tv5monde.com, 10 mai 2021.
- « Données des urgences hospitalières et de SOS médecins relatives à l'épidémie de COVID-19 », data.gouv.fr/fr/datasets, consulté le 26 mai 2021.
- « Guillaume Rozier », fr.wikipedia.org, consulté le 26 mai 2021.
- CovidTracker, covidtracker.fr, consulté le 26 mai 2021.

ÉCONOMIE

Palmarès de la presse européenne d'information en ligne

Sites au plus grand nombre d'abonnés payants en 2020



FL Infographie *La rem*

T : trimestre, S : semestre
* Chiffre éditeur au 31 décembre 2020.

Source : d'après FIPP, Visualcapitalist.com *in Courrier international*, n° 1595 du 27 mai au 2 juin 2021.

Télévisions locales : après l'échec de Vià, la presse à l'affût

La crise sanitaire a fait une victime : la télévision locale et les chaînes du réseau Vià. À Paris, Perpignan, Montpellier et Toulouse, la presse prend le relais, interdisant à Altice de faire émerger un réseau national de télévisions locales.

En lançant BFM Paris en 2016 (voir *La rem* n°40, p.45), Altice dessinait un avenir économique nouveau pour les chaînes locales de télévision longtemps dépendantes des soutiens des collectivités locales. Avec l'autorisation progressive de la publicité locale à la télévision (voir *La rem* n°54bis-55, p.35), permise grâce à la distribution des programmes *via* les box des fournisseurs d'accès à internet, l'intérêt pour la publicité locale doit en effet se renforcer progressivement pour les annonceurs de télévision. Mais, pour attirer des annonceurs nationaux vers la publicité locale, un maillage du territoire est nécessaire même si la détention de chaînes locales est limitée à 12 millions d'habitants : depuis, Altice a ainsi racheté TLM à Lyon en octobre 2018, puis a investi dans Grand Lille TV en 2019 et, en février 2021, dans Azur TV, une chaîne qui émet de Menton à Marseille et qui était contrôlée depuis 2019 par l'industriel franco-libanais Iskandar Safar.

En mars 2021, Altice a lancé deux autres télévisions locales dans le quart sud-est du pays : BFM DICI Hautes-Alpes et BFM DICI Alpes du Sud. Le groupe a déjà imposé sa marque dans le nord de la France, Grand Lille TV étant devenue BFM Grand Lille le 3 février 2020, une offre complétée par BFM Littoral pour la Côte d'Opale et la Flandre maritime. Il développe également sur ces marchés une offre de publicité à destination des annonceurs locaux, majoritaires dans les recettes de ces chaînes locales, et fait la preuve qu'il est possible d'accroître le nombre d'annonceurs à la télévision en proposant des formats nouveaux de communication.

Le même constat a conduit Christophe Musset, fondateur du groupe Médias du Sud, et Bruno Ledoux, ancien actionnaire majoritaire de *Libération* et ancien associé de Patrick Drahi, à lancer le réseau de chaînes locales Vià sur le modèle des Indés Radios en juillet 2018. À l'exception des cinq chaînes du groupe Médias du Sud (Perpignan, Toulouse, Montpellier, Nîmes, la Martinique, la Guadeloupe et la Guyane), Vià ne contrôle pas directement les autres chaînes mais propose une structure de tête afin de mutualiser certains contenus et surtout d'offrir une régie unique aux annonceurs. Avec plus d'une vingtaine de chaînes locales fédérées, dont ViàGrandParis, le réseau n'est pas parvenu à trouver son équilibre économique, la chute des recettes publicitaires en 2020 liée à la crise sanitaire ayant fragilisé encore davantage les chaînes partenaires qui s'étaient regroupées pour trouver ensemble les voies de la rentabilité. Cette dernière devait passer par un accord avec Altice, avec qui Vià était entré en négociations en 2019 afin de créer une structure commune et de faire émerger un réseau unique en France.

Les déboires de Vià en 2020 auront toutefois convaincu Altice de renoncer à ce projet en décembre 2020, précipitant ainsi la chute du réseau. Fin novembre 2020, la chaîne ViàGrandParis avait déjà été placée en redressement judiciaire. En février 2021, ViàGroupe déposait à son tour le bilan. Paradoxalement, les difficultés de Vià permettent à la presse de redevenir un acteur central du développement de la télévision locale alors que les groupes de presse avaient préféré quelques années plus tôt céder leurs chaînes à Altice. Ainsi, ViàGrandParis a été rachetée par Secom et le Groupe Figaro en mars 2021. Certes, Secom est un acteur de la télévision locale puisqu'il est présent au capital de BFM Grand Lille et de BFM Littoral qu'il contrôlait avant d'en céder en partie le capital à Altice. Secom possède en outre des chaînes thématiques, dont Museum TV, sur laquelle va s'appuyer ViàGrandParis pour se relancer comme chaîne *« régionale orientée sur la culture et l'art en Île-de-France »*. Mais c'est *Le Figaro*, fort de ses studios parisiens de production depuis qu'il s'est lancé dans la vidéo en ligne, qui va donner les moyens de la développer. Quant à ViàOccitanie, ex-Médias du Sud, trois de ses chaînes, celles de Perpignan, Toulouse et Montpellier ont été reprises

par le groupe La Dépêche du Midi en avril 2021 devant le tribunal de commerce de Nîmes. Là encore, le développement des activités vidéo au sein des titres de presse justifie le retour de la presse quotidienne régionale dans la télévision locale. Altice était aussi sur les rangs. Le sort de la télévision de Nîmes reste en suspens, comme celles des chaînes des outremers.

AJ

Sources :

- « Le réseau de chaînes de télévision locales Vià en difficulté », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 15 décembre 2020.
- « Altice (BFM TV) va acheter la chaîne de télévision Azur TV, basée à Nice », capital.fr, 4 février 2021.
- « ViàGrandParis rachetée par Secom et le groupe Figaro », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 22 mars 2021.
- « La Dépêche du Midi reprend trois télévisions locales de ViàOccitanie », Laurent Marcaillou, *Les Echos*, 19 avril 2021.

M6 cédé à TF1 : le vrai/faux bouleversement du PAF ?

En choisissant TF1 pour lui vendre M6, le groupe allemand Bertelsmann fait le pari d'un renversement complet dans l'approche des marchés par l'Autorité de la concurrence. Le bouleversement annoncé du PAF, s'il concernera directement les annonceurs et les producteurs en France, risque de ne pas modifier le rapport de forces avec les nouveaux venus que sont les plateformes numériques et les services de streaming vidéo.

Le 29 janvier 2021, Reuters annonçait que l'allemand Bertelsmann mettait en vente le Groupe M6, sa filiale française de radio et de télévision dont il détient 48,3 % du capital, la participation dans un groupe audiovisuel en France étant limitée à 49 % du capital au titre des dispositifs anti-concentration. Après la cession de Prisma à Vivendi (voir *supra*), Bertelsmann se retire ainsi totalement de France, une information confirmée par le groupe allemand lors de la présentation des résultats de RTL Group le 12 mars 2021. En effet, Bertelsmann ne croit pas à la stratégie européenne développée par Mediaset qui ambitionne, avec MediaForEurope, de réunir des acteurs de la télévision en Europe pour faire émerger un interlocuteur unique, au niveau du continent, vis-à-vis des producteurs mais aussi des grands annonceurs qui favorisent des campagnes de dimension continentale, ce que proposent les plateformes comme Facebook et Google. Pour Bertelsmann, face à la concurrence de ces géants de l'internet, qui ont restructuré en profondeur le marché de la publicité média à leur avantage (voir *La rem* n°42-43, p.92 et p.99), la seule solution est l'émergence de champions nationaux, capables de résister à la concurrence des plateformes de VOD. Si ces dernières ne menacent pas directement leurs recettes publicitaires puisqu'elles recourent en grande majorité à l'abonnement pour se financer, au moins détournent-elles une bonne partie de leurs audiences que les chaînes et radios ne peuvent donc plus proposer aux annonceurs.

Cette grille de lecture a conduit Bertelsmann à écarter les offres des potentiels acheteurs qui auraient soulevé le moins de problèmes sur le plan des autorisations réglementaires, ainsi de celles du trio Niel, Pigasse et Clapton, de Mediaset et de Daniel Kretinski. Vivendi faisait aussi partie des candidats retenus dans un premier temps. Ces offres n'étaient pas les mieux-disantes financièrement pour une raison simple : la gestion des coûts au sein du Groupe M6 étant réputée très sévère (la marge opérationnelle du

groupe a augmenté en pleine pandémie pour s'établir à 21,3 % en 2020), un rachat pouvant générer de la valeur devait reposer sur la mise en œuvre d'économies d'échelle dans le cadre d'une fusion avec un groupe au profil similaire. C'est donc TF1 qui l'a emporté, le concurrent direct de M6 sur le marché de la publicité à la télévision. Annoncé le 17 mai 2021, le rachat du Groupe M6 par TF1 s'avère une opération complexe qui vise à réduire au maximum le risque réglementaire. La fusion, qui réunit les numéros 1 et 2 de la télévision, M6 étant par ailleurs le premier groupe privé de radio avec RTL, conduit en effet à l'émergence d'un géant audiovisuel français qui contrôle plus de 70 % des recettes publicitaires de la télévision et 30 % de celles de la radio. Le groupe s'imposera également comme un interlocuteur essentiel pour les producteurs de programmes, même si l'arrivée des services de SVOD sur le marché français a diversifié la demande. À première vue, il s'agit donc d'obtenir l'autorisation de constituer un « quasi-monopole », l'autorisation d'une telle fusion paraissant hautement improbable. Pour faciliter l'approbation de la fusion, Bouygues, l'actionnaire de TF1, doit racheter à Bertelsmann 30 % du capital de M6, Bertelsmann conservant dans un premier temps 16 % du capital qu'il pourra revendre ensuite, ce qui valorise sa participation à un peu plus de 1,4 milliard d'euros, le prix qu'en espérait le groupe allemand. Par ailleurs, le dispositif anticoncentration limite la possession de fréquences TNT à sept chaînes par groupe, le nouvel ensemble en cumulant dix, ce qui conduira immanquablement à des engagements sur la cession de trois chaînes. Cette cession annoncée offre donc aux autres acteurs de la télévision gratuite un espoir de rééquilibrer à leur avantage les relations avec les annonceurs et producteurs, ces groupes se retrouvant *de facto* dans une position très fragile, parce que bien trop petits, face à ce géant de la télévision gratuite d'une part, et face à Canal+ dans la télévision payante.

Se pose donc principalement la question de la logique de cette fusion, si elle devait être autorisée. Les arguments de Bertelsmann, de M6 et de TF1 reposent tous sur une lecture nouvelle des marchés qui justifie l'émergence de champions nationaux de l'audiovisuel dans les différents pays européens, alors que la loi a jusqu'ici privilégié la pluralité des acteurs au titre de la préservation de la diversité de l'information et de la diversité culturelle. En effet, TF1 comme M6 se considèrent en concurrence sur le marché publicitaire avec Google, Facebook et Amazon. Dès lors, leur part de marché publicitaire, sur cet ensemble élargi du marché publicitaire média, ne serait plus que de 16 %, selon une étude commanditée à Barclays. Mais il s'agit d'un renversement complet de la lecture des marchés publicitaires jusqu'ici mobilisée par l'Autorité de la concurrence en France. M6 et TF1 rappellent que ce renversement est possible, comme ce fut le cas avec l'autorisation de la fusion Fnac-Darty où a été prise en compte la position d'Amazon dans le e-commerce. L'Autorité de la concurrence devra donc se prononcer sur la substituabilité des marchés publicitaires TV et internet. En première lecture, celle-ci n'est pas assurée : le dynamisme de la publicité en ligne repose sur la publicité programmatique, donc le ciblage des profils, quand le socle de la publicité TV repose sur les audiences massives du prime time qui permettent une communication de marque uniforme auprès du plus grand nombre et dans un laps de temps réduit. En revanche, le ciblage publicitaire en ligne, par son efficacité, détourne bien les annonceurs des marchés historiques de la publicité média. Quant aux relations avec les producteurs, les deux groupes pourront faire valoir des règles qu'ils jugent obsolètes sur les quotas de financement de la production audiovisuelle et cinématographique et sur les obligations liées à l'indépendance des producteurs : ces dispositifs sont clairement menacés par la politique des services de SVOD qui sécurisent leurs droits sur de longues durées et les amortissent en outre à l'international. Si ce pari français est réussi, alors d'autres opérations seront possibles ailleurs en Europe, notamment en Allemagne et au Benelux où Bertelsmann veut fusionner sa filiale RTL Group avec ProsiebenSat.1 pour faire émerger un géant réalisant 10 milliards d'euros de chiffre d'affaires contre 3,4 milliards d'euros pour TF1 et M6 réunies. Bertelsmann sera fixé dans dix-huit mois, date à laquelle il doit demander le renouvellement de la licence de M6 qui lui interdira de vendre la chaîne durant cinq ans.

Une autre lecture est toutefois possible. Cette fusion ne semble pas faire émerger une alternative véritable à Netflix et ses épigones d'une part, à Google et

Facebook d'autre part. TF1 et M6 resteront deux chaînes françaises de télévision, bien distinctes. Leur empreinte internationale est nulle. Leur pouvoir de prescription face à Netflix comme face à Google semble donc aussi limité après comme avant la fusion. Cette fusion peut donc être également considérée comme purement défensive, qui vise à sécuriser au maximum la rente sur la publicité télévisée en contrôlant les deux seuls prime times à forte audience proposés en France aux annonceurs. Dans ce cas, la réalité des synergies entre les deux groupes sera liée à un affaiblissement de la concurrence entre les régies de TF1 et de M6, ce qui se traduira par une augmentation des prix pour les annonceurs. Dans la relation avec les producteurs, hors programmes de flux, les investissements du nouvel ensemble ne devraient pas être profondément modifiés car les obligations sont indexées sur le chiffre d'affaires des chaînes. L'enjeu sera d'abord la dépendance des producteurs à un acheteur unique, notamment dans les fictions françaises, où M6 et TF1 commandent ensemble presque la moitié des nouveaux programmes.

Si cette lecture du marché devait être retenue par l'Autorité de la concurrence, alors il y a fort à parier que les remèdes imposés en cas d'autorisation du rachat seront suffisamment contraignants pour dissuader les acteurs concernés. Dans ce cas, le pari français de Bertelsmann sur un changement radical de la lecture des marchés par les régulateurs aura des répercussions, ailleurs en Europe, en sanctuarisant une approche qui privilégie l'absence de concentration dans le secteur audiovisuel au nom du pluralisme de l'information et de la diversité culturelle. Certes, les acteurs nationaux doivent de plus en plus faire face à la concurrence de géants mondiaux intégrés. Mais, avec cette lecture, leur salut passera d'abord par leur capacité à s'adapter au nouvel environnement numérique, par exemple en proposant des partenariats innovants entre acteurs européens. En revanche, il ne fait pas de doute qu'une régulation plus importante sera nécessaire cette fois-ci en direction des plateformes et des services de streaming sur le marché publicitaire, sur celui des droits audiovisuels et sur leurs obligations de contribution au financement de la production. Mais, dans ce cas, les autorités de régulation et les gouvernements concernés seront les premiers à devoir assumer leur échec si les acteurs historiques finissent par se faire définitivement déborder par les géants américains. TF1, M6, Vivendi ne manquent pas en effet de dénoncer, depuis de nombreuses années, une réglementation qui les contraints parce qu'elle a été imaginée à un moment où les frontières du marché de l'audiovisuel étaient relativement étanches.

AJ

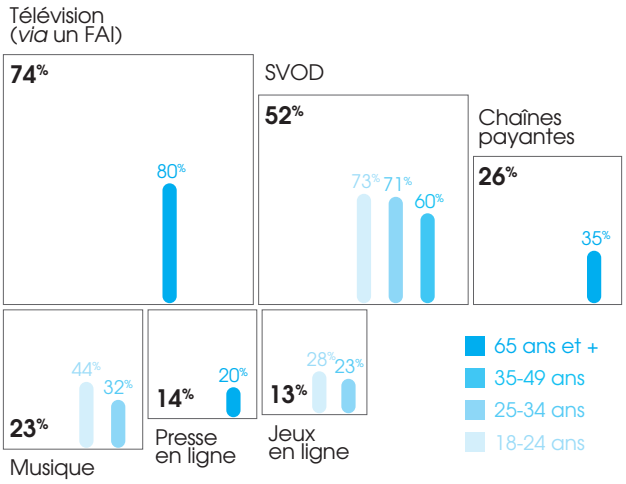
Sources :

- « M6 est à vendre », Fabienne Schmitt, Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 1er février 2021.
- « M6 sera le pivot de la consolidation de la télévision en France », interview de Nicolas de Tavernost, président du directoire du Groupe M6, par Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 17 février 2021.
- « M6 se serre la ceinture et sauve sa rentabilité », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 17 février 2021.
- « RTL Group veut se recentrer sur son marché allemand », Ninon Renaud, *Les Echos*, 15 mars 2021.
- « La vente de M6-RTL, un électrochoc pour le paysage audiovisuel français », Enguérand Renault, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 31 mars 2021.
- « La bataille de la fusion TF1-M6 est lancée », Nicolas Madelaine, Marina Alcaraz, *Les Echos*, 19 mai 2021.
- « Fusion TF1-M6 : les enjeux du big bang de l'audiovisuel français », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 19 mai 2021.
- « TF1-M6 : "Le mouvement le plus important jamais effectué en Europe depuis vingt ans !" », interview de Thomas Rabbe (Bertelsmann) et Olivier Roussat (Bouygues) par Enguérand Renault, *Le Figaro*, 20 mai 2021.
- « Le pari fou de TF1 et M6 dans la télévision gratuite », Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 25 mai 2021.

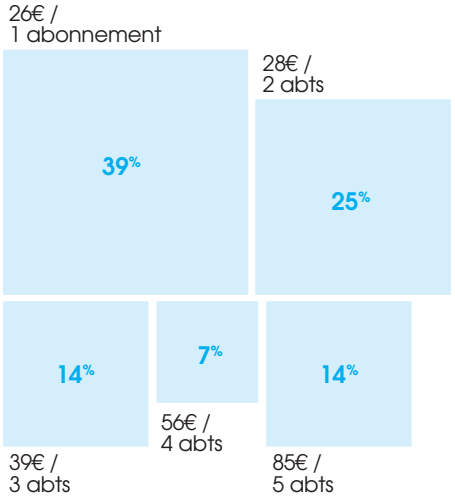
L'abonnement numérique, nouveau mode de consommation des contenus culturels

En 2020, avec deux types d'abonnements* différents en moyenne par foyer, les Français dépensent 39 euros par mois.

Catégories d'abonnements numériques payants** (en % des foyers)

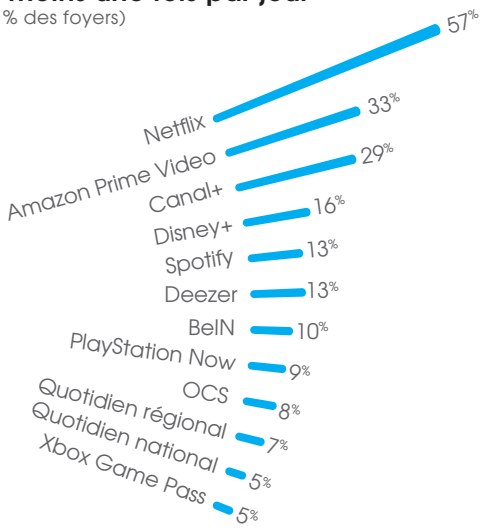


Répartition des dépenses mensuelles moyennes d'abonnements (en % des foyers)



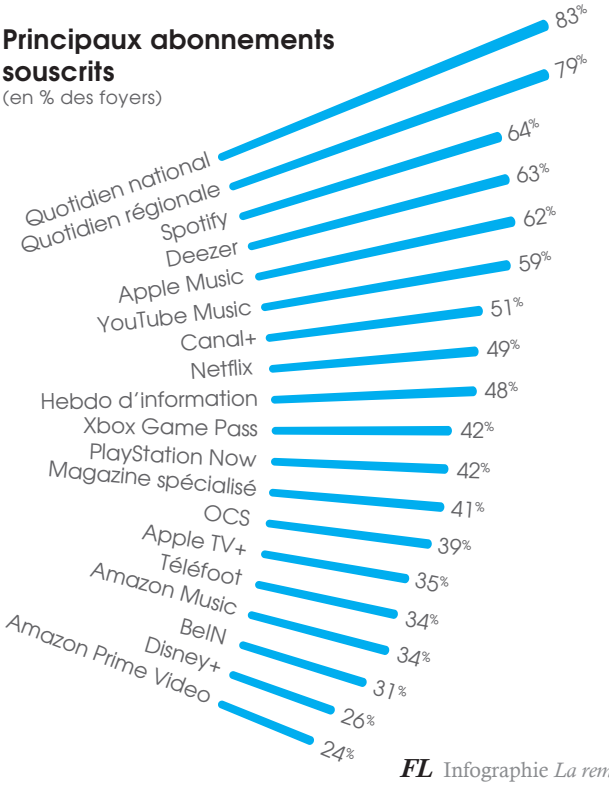
Abonnement numérique payant utilisé au moins une fois par jour

(en % des foyers)



Principaux abonnements souscrits

(en % des foyers)



FL Infographie *La rem*

Panel : 2 128 décisionnaires pour la souscription d'une offre d'abonnement streaming dans le foyer disposant d'au moins une offre payante dans le foyer. Enquête menée entre le 26 novembre et le 14 décembre 2020 par Opinion Way avec le système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

* Hors service TV inclus dans l'offre d'accès à internet.

** Abonnements numériques payants : service de télévision *via* un FAI, chaîne payante (Canal+, BeIN...), SVOD (Netflix, Amazon Prime Video...), musique (Deezer, Spotify, Apple Music...), presse en ligne (quotidiens, hebdomadaires... et jeu en ligne (Xbox Game Pass, Playstation Now...).

Source : d'après « Les Français et leurs abonnements à des offres payantes de contenus culturels numériques », étude Submix, Cabinet de conseil BearingPoint, bearingpoint.com/fr-fr/, avril 2021.

Vivendi se donne les moyens de changer de dimension

Introduction en Bourse d'Universal Music, armistice avec Mediaset et des milliards à disposition... Vivendi est à un tournant de son histoire, sur le plan financier et industriel.

Longtemps, l'avenir de Vivendi a été lié aux enjeux du contrôle de son capital, le Groupe Bolloré y étant entré en 2011 (voir *La rem* n°21, p.79) avant de détenir une participation suffisante pour lui donner le contrôle des assemblées générales en 2018. Depuis, l'avenir de Vivendi se dessine autrement, entre enjeux industriels et enjeux financiers. En effet, le groupe français a la particularité de souffrir en Bourse d'une décote de conglomérat, tant les synergies entre ses différents actifs restent à développer : Canal+, un acteur de la télévision payante, bien présent dans la production audiovisuelle mais confronté à l'essor des services de SVOD ; C8 et CNews, des chaînes françaises de la TNT qui, réunies, ne rivalisent pas avec les grands acteurs du PAF ; Havas, une agence de communication ; Editis, un éditeur bien implanté en France, mais qui doit réussir son internationalisation, notamment aux États-Unis ; Gameloft, un éditeur de jeux vidéo de taille intermédiaire ; enfin le leader mondial et incontesté de la musique, Universal Music Group (UMG) et des activités dans l'évènementiel (Vivendi Village) ainsi que dans la vidéo en ligne avec Dailymotion. S'ajoutent des participations importantes dans Telecom Italia et dans Mediaset ; avec qui Vivendi est en conflit depuis que les deux groupes ont envisagé de construire un « Netflix latin », projet très vite abandonné. S'ajoute une participation de 32 % dans le leader mondial de la production de programmes de flux, le groupe Banijay, ainsi que des participations opportunistes comme la présence de Vivendi au capital de Lagardère en tant que principal actionnaire (voir *La rem* n°54bis-55, p.54 et *infra*).

L'actualité récente du groupe n'a fait que renforcer cet éparpillement d'activités que Vivendi fédère toutefois sous le sceau de l'investissement dans la créativité. Le 14 décembre 2020, Vivendi est ainsi entré en négociations exclusives avec l'allemand Bertelsmann pour lui racheter ses activités de presse en France réunies dans Prisma Media. La presse estime le montant de la transaction entre 120 et 150 millions d'euros, soit deux fois moins que le prix espéré il y a deux ans par Bertelsmann, la presse magazine étant considérée comme une activité déclinante du fait du recul de la lecture sur papier et de la concurrence des plateformes sur le marché de la publicité. Mais Vivendi s'empare de marques pour lesquelles des synergies sont possibles avec d'autres activités du groupe telles que les magazines *Geo* ou *National Geographic* qui peuvent être alliés avec la chaîne thématique Planète+. Des passerelles peuvent être imaginées avec Editis, voire avec Canal+ sur le marché français autour de thématiques porteuses. Absent du marché de la presse, Vivendi a pu obtenir de l'Autorité de la concurrence, le 28 avril 2021, une autorisation pour le rachat de Prisma sans conditions. Cette opération fait du groupe un acteur majeur des médias en France, tous médias confondus, avec une place importante dans la télévision, l'édition et la presse. Il ne manque que la radio : Europe 1 expliquerait en partie l'intérêt de Vivendi pour le groupe Lagardère.

Un mois plus tard, en janvier 2021, Vivendi s'est invité au capital du groupe espagnol Prisa, présent dans la presse, l'édition scolaire et la radio. Le groupe, fortement endetté, est obligé de se séparer progressivement de ses actifs au point d'être redevenu un groupe de taille intermédiaire en Espagne, depuis la vente de ses activités de télévision payante en 2013. La présence de Vivendi au capital de Prisa s'explique alors tant du point de vue de la stratégie du groupe qu'en fonction de logiques financières. Avec près de 10 % du capital de Prisa, Vivendi s'ouvre un accès aux marchés en langue espagnole alors que Vivendi est surtout présent en Europe et en Afrique, et moins bien implanté en Amérique du Sud, où Prisa a des activités d'édition. L'investissement de Vivendi étant estimé à 70 millions d'euros, il peut se lire aussi comme un soutien apporté au premier actionnaire de Prisa, le fonds Amber, avec 30 % du capital, une contrepartie au soutien que ce même fonds a apporté à Vivendi dans la bataille pour le contrôle de Lagardère.

Cette diversité d'activités et de participations rend ainsi difficilement lisibles les synergies annoncées. Si Vivendi est un grand acteur français des médias, il n'a pas l'empreinte internationale d'autres géants des médias et des communications, sauf dans la musique, avec UMG. En même temps, l'avenir du Groupe Canal+ se dessine à l'international. Gameloft n'est pas à l'abri d'un succès planétaire, et Havas est internationalisée, ce qui lui permettra d'accompagner l'expansion des marques françaises sur d'autres territoires. Cependant, l'exploitation de marques et de licences, leur circulation au sein des différentes filiales de Vivendi sont encore en grande partie à construire, ce qui explique la faible valorisation de l'ensemble. Pour y remédier, Vivendi a, dans un premier temps, entrepris de mieux valoriser son activité la plus dynamique, celle de sa filiale UMG, en annonçant lors de la présentation de ses résultats 2018 l'accueil au sein de son capital de partenaires stratégiques. UMG est l'actif le plus porteur du groupe. Alors que le marché de la musique a été dévasté par le piratage (voir *La rem* n°14-15, p.61), il a retrouvé la croissance et un modèle économique viable grâce au succès du streaming sur abonnement (voir *La rem* n°46-47, p.97). Et les perspectives sont très bonnes car le streaming sur abonnement permet de développer le marché de la musique en dehors des quelques pays où les circuits de distribution physique permettaient de commercialiser des CD (80 % des revenus provenaient encore en 2019 des États-Unis, du Japon, du Royaume-Uni, de l'Allemagne et de la France). Désormais, le monde entier devient potentiellement client des offres de Spotify, Deezer et autres Apple Music. Dès lors, UMG, que Softbank avait proposé de racheter 6 milliards d'euros en 2013, s'est retrouvé potentiellement valorisé quelque 30 voire 40 milliards d'euros six ans plus tard – quand Vivendi a annoncé l'ouverture de son capital, la valorisation d'UMG équivalant et même dépassant celle de Vivendi dont la valeur en Bourse était de 33 milliards d'euros début 2019.

Le 6 août 2019, Vivendi annonçait avoir entamé des négociations exclusives avec le groupe chinois Tencent pour une entrée au capital d'UMG à hauteur de 10 %, avec une option pour monter à 20 %, sur la base d'une valorisation de 30 milliards d'euros pour le leader mondial de la musique. Vivendi monétisait ainsi le contrôle de sa pépite dans la musique, l'opération devant lui rapporter en deux temps 6 milliards d'euros. L'accord avec Tencent a, par ailleurs, été présenté comme un moyen de mieux distribuer les artistes d'UMG en Chine où Tencent Music domine le marché du streaming musical. L'ouverture du capital d'UMG devait se poursuivre avec l'accueil d'investisseurs non chinois, l'opération étant aussi symbolique du point de vue du *soft power* occidental. Au moins a-t-elle mis au grand jour la décote de groupe concernant Vivendi puisque le Groupe Canal+ qui, en 2018, réalisait 5,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires et Havas, avec 2,3 milliards d'euros, Gameloft, avec 300 millions d'euros, ne semblaient alors presque rien valoir. Il faut depuis ajouter à cette décote les activités d'Editis et demain celles de Prisma Media.

Finalement, la très bonne valorisation d'UMG et les inconvénients de la décote du cours du groupe ont conduit Vivendi à opter pour une séparation d'avec UMG et annoncer, le 13 février 2021, l'introduction en Bourse du leader mondial de la musique. Une fois cotée, l'introduction en Bourse étant prévue à Amsterdam fin 2021, UMG sera détenue à 20 % par Tencent, à 20 % par Vivendi, les 60 % restants du capital étant distribués aux actionnaires de Vivendi. Dès lors, le Groupe Bolloré, principal actionnaire de Vivendi, deviendra ainsi actionnaire d'UMG à hauteur de 16 %. Entre Vivendi et le Groupe Bolloré, la famille Bolloré conserve ainsi un pouvoir de blocage au sein d'UMG. Une fois effective l'introduction en Bourse de Vivendi, le cours de Vivendi reflétera la valeur de ses autres actifs. Une baisse de la valeur en Bourse de Vivendi est très probable, mais le groupe aura les moyens d'investir dans d'autres activités grâce aux 6 milliards d'euros apportés par Tencent, sans compter la possible vente de sa participation de 20 % dans UMG, une fois celle-ci cotée. Néanmoins, sans UMG, Vivendi n'est plus un acteur mondial des médias, UMG étant la dernière activité du groupe, issue de l'ère Jean-Marie Messier, qui avait voulu faire émerger un acteur global des communications et des médias – Vivendi ayant aussi contrôlé par le passé le leader mondial du jeu vidéo avec Activision Blizzard (voir *La rem* n°5, p.36). Il reste donc à écrire l'avenir d'un Vivendi, richement doté, mais séparé de ses pépites dans les médias et le divertissement.

L'avenir du groupe se dessinera probablement entre enjeux industriels et financiers. Enjeux industriels d'une part, avec des investissements dans le secteur des médias, des occasions de rachat devant se présenter après que la crise sanitaire a fragilisé certains secteurs et rendu nécessaires des regroupements face à la montée en puissance des acteurs mondiaux intégrés comme Netflix ou Disney. Enjeux financiers d'autre part, car la moins bonne valorisation du groupe Vivendi à terme peut autoriser un rachat de l'ensemble du capital par la famille Bolloré afin de le retirer définitivement de la Bourse. Pour sa prochaine assemblée générale, le groupe a d'ailleurs mis à l'ordre du jour une demande d'autorisation pour racheter 50 % de ses actions, ce qui mécaniquement fait monter la part des actionnaires restants dont celle de Groupe Bolloré (actuellement de 27 % du capital). La cession d'une partie du capital d'UMG à des investisseurs américains, avant même son introduction en Bourse, a également été évoquée par Vivendi, ce qui donnera au groupe davantage de moyens pour une politique de rachat d'actions qui pourrait conduire à la prise de contrôle définitive du Groupe Bolloré sur Vivendi. Ce scénario est possible, tant le rachat d'Europe 1 ou d'autres acteurs nationaux semble insuffisant pour soutenir le cours de Bourse du nouvel ensemble, sauf à réussir de nouveau une véritable internationalisation. Dans ce cas, le dossier Lagardère devient stratégique car il permettra, avec Hachette, de faire de Vivendi un groupe mondial d'édition. En revanche, l'internationalisation ne passera pas par la création d'un Netflix latin.

En effet, Vivendi et Mediaset sont en conflit depuis 2016, lorsque le premier a refusé de racheter au second ses activités de télévision payante en Italie regroupées dans Mediaset Premium. Il s'agissait pourtant de l'un des points de l'accord entre les deux groupes qui devait faire émerger au sud de l'Europe une alternative dans la télévision à la demande (voir *La rem* n°38-39, p.63), Vivendi reprochant au groupe Mediaset de ne pas l'avoir correctement informé de la réalité des difficultés de Mediaset Premium. Pour peser dans l'affrontement inéluctable entre les deux groupes, Vivendi avait racheté en Bourse, fin 2016, quelque 30 % du capital de Mediaset, inaugurant ainsi un long contentieux (voir *La rem* n°41, p.65). En 2017, Mediaset obtenait auprès de l'Agcom, l'autorité italienne de régulation des médias, le gel des droits de vote de Vivendi pour 20 % du capital détenu dans le groupe italien, ce qui a neutralisé l'influence de Vivendi au sein de Mediaset. Le groupe italien a par ailleurs tenté de neutraliser définitivement le pouvoir de Vivendi, en juillet 2019, en annonçant la création d'une holding néerlandaise fédérant ses activités espagnoles et italiennes : MediaForEurope, qui aurait dilué la participation de Vivendi et sécurisé les droits de vote détenus par Mediaset (voir *La rem* n°53, p.36). Les premières victoires remportées par Mediaset n'ont toutefois pas permis au groupe italien de gagner la guerre, Vivendi étant parvenu à bloquer et à dénoncer devant les tribunaux les initiatives de Mediaset.

Le 30 juillet 2020, le tribunal de commerce de Madrid suspendait définitivement le transfert des activités espagnoles de Mediaset dans la holding néerlandaise, considérant que le dispositif était contraire aux intérêts des actionnaires minoritaires. Le 1er septembre 2020, le tribunal d'Amsterdam jugeait de son côté *« abusifs »* les droits de vote que Mediaset comptait s'attribuer dans MediaForEurope. Vivendi pouvait alors espérer peser toujours au sein de Mediaset, empêché de fusionner, comme il l'avait imaginé, ses activités espagnoles et italiennes. Cet espoir s'est concrétisé le 3 septembre 2020 quand la Cour de justice de l'Union européenne a considéré contraire aux règles de l'Union européenne la loi italienne sur la pluralité des médias qui avait imposé à Vivendi de geler les droits associés au contrôle de 20 % du capital de Mediaset parce que le groupe français est par ailleurs présent au capital de Telecom Italia. En retrouvant des droits d'actionnaire à hauteur de 28,8 % du capital de Mediaset, Vivendi pouvait donc exercer une influence certaine sur l'avenir du groupe italien.

Le 9 septembre 2020, les deux groupes annonçaient une reprise des négociations pour régler leur différend. Mais il aura fallu attendre avril 2021 pour que la situation se débloque définitivement avec le jugement du tribunal de Milan sur les dédommagements réclamés par Mediaset à Vivendi, à la suite de la rupture de leur contrat de partenariat en 2016. Mediaset réclamait 3 milliards d'euros ; le tribunal de Milan a accordé un dédommagement de seulement 1,7 million d'euros.

L'enjeu financier étant réglé, un accord est devenu possible : il a été annoncé le 3 mai 2021. Le dispositif prévoit le désengagement progressif de Vivendi du capital de Mediaset, Vivendi cédant ses actions à un cours moins élevé que leur prix d'achat mais bénéficiant d'un dividende qui limite à 138 millions d'euros les pertes de son aventure italienne. Par ailleurs, Vivendi s'engage entre-temps à voter en faveur de la création de la holding néerlandaise par Mediaset et à ne pas venir le concurrencer directement sur ses activités italiennes de télévision gratuite. Concrètement, les deux groupes signent une paix froide qui positionne Mediaset comme un éventuel consolidateur de la télévision gratuite en Europe même s'il devra composer avec TF1 en France et RTL Group en Allemagne, alors que Vivendi se positionne sur la télévision payante face à Sky (Comcast), ce qu'il a fait en Italie *via* sa participation dans Telecom Italia, l'opérateur s'étant allié à DAZN pour le rachat des droits de diffusion du Calcio, au détriment de Sky (voir *infra*).

AJ

Sources :

- « Vivendi à la manœuvre sur Universal Music », Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 15 février 2019.
- « Universal Music déjà très courtisé », Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 1er mars 2019.
- « Vivendi invite le chinois Tencent au capital d'Universal Music », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 7 août 2020.
- « Vivendi fait entrer le chinois Tencent chez Universal Music », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 7 août 2020.
- « Mediaset : Bolloré marque un nouveau point face à Berlusconi », Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 4 septembre 2020.
- « Vivendi et Mediaset négocient », Enguérand Renault, Valérie Segond, *Le Figaro*, 10 septembre 2020.
- « Vivendi s'apprête à reprendre Prisma Media », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 15 décembre 2020.
- « En rachetant Prisma Media, Vivendi veut ajouter la presse à son empire », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 15 décembre 2020.
- « Vivendi s'invite aux commandes de Prisa avec Amber », Marina Alcaraz, Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 25 janvier 2021.
- « Vivendi s'arme en lançant Universal Music à l'assaut de la Bourse », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 15 février 2021.
- « Vivendi tourne la page d'Universal Music pour se réinventer dans les médias », Enguérand Renault, Caroline Sallé, *Le Figaro*, 15 février 2021.
- « Vivendi n'est pas condamné à indemniser Mediaset », Valérie Segond, *Le Figaro*, 21 avril 2021.
- « Vivendi acte son désengagement de Mediaset », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 5 mai 2021.
- « Après cinq ans de guerre, Vivendi et Mediaset signent une armistice », Valérie Segond, *Le Figaro*, 5 mai 2021.
- « Vivendi veut se donner l'option de racheter jusqu'à 50 % de ses titres », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 17 mai 2021.
- « Vivendi pourrait céder 10 % supplémentaires d'Universal Music », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 19 mai 2021.

Lagardère : la fin de la commandite ouvre une nouvelle étape

Alors qu'un démantèlement était annoncé au profit de ses actionnaires venus du capitalisme français, le Groupe Lagardère sauve son intégrité en abandonnant sa commandite. Mais l'opération semble s'apparenter à un sursis.

En devenant, en mars 2020, le premier actionnaire du Groupe Lagardère devant le Qatar, le fonds britannique Amber Capital a relancé son action contre le statut de société en commandite du groupe qui permet à Arnaud Lagardère d'en piloter la destinée malgré une présence au capital limitée à 7 % et 11 % des droits de vote. Déjà, en 2018, Amber Capital avait tenté de remettre en question la commandite. En 2020, les chances d'y parvenir paraissaient plus grandes, le groupe étant fortement pénalisé par la crise sanitaire qui a mis à mal notamment son activité de *travel retail* (activités commerciales dans des lieux de

transport comme les magasins Relay). S'ajoutaient alors les difficultés financières d'Arnaud Lagardère, endetté à hauteur de 215 millions d'euros début 2020 alors que, dans une société en commandite, le commandité est responsable sur ses biens personnels des dettes de la société. Le 26 mars 2020, le fonds Amber proposait plusieurs résolutions pour l'assemblée générale du groupe en mai 2020, afin notamment de remplacer huit des dix membres du conseil de surveillance du Groupe Lagardère, première étape vers un démantèlement de la commandite. Arnaud Lagardère échappera à la menace grâce à l'arrivée de Vivendi au capital du groupe pour s'opposer aux visées d'Amber (voir *La rem* n°54bis-55, p.54).

Sollicité par Nicolas Sarkozy, membre du conseil de surveillance du Groupe Lagardère, Vincent Bolloré, qui contrôle Vivendi, fera en sorte que ce dernier rachète très vite 26% du capital de Lagardère. Le Qatar, actionnaire historique du Groupe Lagardère, avec 13% des actions et 20% des droits de vote, apportait par ailleurs son soutien à Arnaud Lagardère contre Amber. Mais Arnaud Lagardère fera ensuite appel à Bernard Arnault qui, *via* Financière Agache, qui contrôle LVMH et *Les Echos*, va acquérir 27% du capital de la holding personnelle d'Arnaud Lagardère. En partageant sa commandite, Arnaud Lagardère a opposé Bernard Arnault à Vincent Bolloré, entraînant un revirement de Vivendi en faveur d'Amber. Le Groupe Lagardère s'est à ce moment retrouvé menacé de démantèlement par ces deux acteurs du capitalisme français, Vivendi ayant des vues sur Europe 1 et Hachette Livre quand Bernard Arnault s'intéresse à *Paris Match* et au *Journal du Dimanche*, voire aux activités de *travel retail*. N'appréciant guère l'opération, le Qatar l'a fait savoir, se rangeant du côté de Vivendi qui demandait la convocation d'une assemblée générale anticipée. Le 24 septembre 2020, Bernard Arnault a annoncé à son tour être entré au capital du Groupe Lagardère avec 5% du capital.

Si l'affaire a été portée devant la justice, un accord s'est vite imposé comme nécessaire, le Groupe Lagardère devant impérativement reprendre l'initiative face à la dégradation de ses finances. En février 2021, pour la présentation de ses résultats annuels 2020, le groupe faisait part d'une chute de 38% de son chiffre d'affaires et d'une perte de 660 millions d'euros, tout en confirmant disposer de liquidités pour faire face à la situation après l'obtention, en janvier 2021, d'un prêt garanti par l'État (PGE) de quelque 465 millions d'euros. Le bilan aurait pu être bien plus sombre sans les bonnes performances de Lagardère Publishing qui contrôle les activités d'édition d'Hachette, lesquelles ont généré 246 millions d'euros de bénéfices. Arnaud Nourry, à la tête de la division édition du groupe depuis dix-sept ans, s'opposera même dans la presse (*Le Monde* du 23 mars 2021) à toute perspective de démantèlement de cette pépite, un rapprochement avec Editis (Vivendi) impliquant de dissocier les activités françaises des activités à l'international pour des problèmes de concurrence. Cette prise de position lui vaudra son poste, Arnaud Lagardère l'ayant démis de ses fonctions le 29 mars 2021. À cette date, la perspective du démantèlement est devenue crédible, la décision d'Arnaud Lagardère étant interprétée comme un moyen de lever l'un des obstacles pour un rapprochement des activités internationales d'Hachette avec celles d'Editis. Et ce rapprochement peut se justifier, ne serait-ce que pour offrir à Hachette les moyens de poursuivre son développement, des moyens dont dispose Vivendi (voir *supra*). En effet, les difficultés de Lagardère n'aident pas sa division édition qui s'est retrouvée dans l'impossibilité de surenchérir face à Bertelsmann lors de la vente de l'américain Simon & Schuster (voir *La rem* n°56, p.60).

Mais, contre toute attente, le scénario inverse s'est produit. Le 28 avril 2021, le Groupe Lagardère a annoncé officiellement la fin de la commandite en contrepartie de la préservation de son intégrité. C'est Nicolas Sarkozy qui aura permis une entente entre les actionnaires du groupe, les nouveaux statuts du Groupe Lagardère devant toutefois être approuvés lors d'une assemblée générale le 30 juin 2021. En échange de l'abandon de la commandite, Arnaud Lagardère double sa participation au sein de Lagardère SCA, qui passe ainsi de 7 à 14% du capital, pour 16% des droits de vote. Vivendi conserve 27% du capital pour 22% des droits de vote, devenant ainsi l'actionnaire de référence du groupe. Le fonds Amber disposera de 18% du capital, le Qatar de 12% et Bernard Arnault de 7%, ce dernier laissant donc le champ libre à Vivendi. Le nouveau conseil

d'administration, composé de onze membres, représentera ces équilibres nouveaux : trois membres pour Vivendi, trois pour Lagardère, un pour Amber, un pour le Qatar, un pour Bernard Arnault, ainsi que deux représentants du personnel. Le nouveau PDG du groupe n'est autre qu'Arnaud Lagardère, son mandat pouvant être révoqué à la majorité des deux tiers des votes du conseil d'administration. Autant dire que l'intégrité du groupe et son management sont préservés le temps qu'il se redresse mais que son périmètre devrait en toute logique évoluer. Vivendi y sera actif et appuie une stratégie qui mise sur les synergies entre Hachette et Editis dans le respect des règles concurrentielles, Vivendi étant *de facto* présent dans le capital des deux plus grands groupes français d'édition. Quant à Bernard Arnault, son intérêt pour les médias écrits du groupe est notoire. Le Groupe Lagardère fera face assez vite à l'échéance du remboursement de son PGE mais les activités de *travel retail* sont très dépendantes de la reprise du trafic aérien, l'un des derniers secteurs qui devraient sortir de la crise sanitaire, ce qui retardera le retour à une meilleure situation pour le Groupe Lagardère. Des cessions sont donc très probables. Mais ces grandes manœuvres auront lieu très probablement après l'élection présidentielle en France, ce qui évite des débats, immanquablement partisans, sur la prise de contrôle d'activités médiatiques symboliques par les plus grands des acteurs du capitalisme français.

Ainsi, le Groupe Lagardère, qui n'appartient plus au CAC 40, a perdu de sa superbe et une stratégie ambitieuse sera nécessaire s'il doit retrouver le poids qui fut le sien au début des années 2000. En effet, constitué en société en commandite le 5 mai 1992, le groupe est issu de la fusion d'Hachette et de Matra, lorsque Jean-Luc Lagardère a été obligé de recapitaliser Hachette en urgence après l'échec de la chaîne La Cinq au capital de laquelle le groupe était entré en 1990. Dix ans plus tard, le nouvel ensemble est redressé et représente, en 2003, un chiffre d'affaires de 13,2 milliards d'euros grâce notamment à la presse (Hachette Filipacchi) et à la distribution (Hachette Distribution Services). À l'époque, Hachette Livres représentait encore moins d'1 milliard d'euros de chiffre d'affaires, l'internationalisation de l'activité datant du rachat de Time Warner Book en 2006. Aujourd'hui, l'activité d'édition représente plus de 50 % du chiffre d'affaires du groupe, soit 2,37 milliards d'euros en 2020, mais le chiffre d'affaires du groupe n'est plus que de 4,43 milliards d'euros. Il aura donc été divisé par trois en un peu moins de vingt ans.

AJ

Sources :

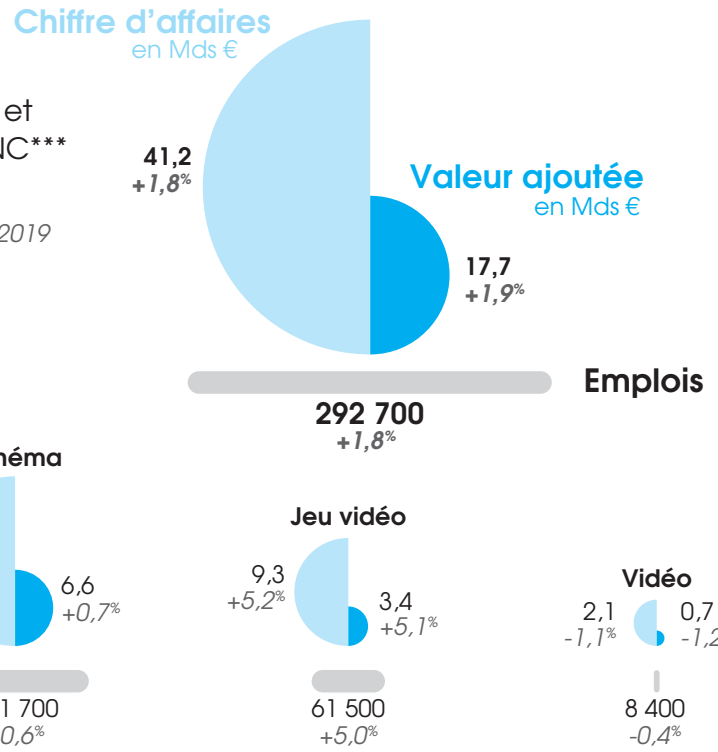
- « En lourde perte, Lagardère limite les dégâts grâce à l'édition », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 26 février 2021.
- « Arnaud Nourry écarté de la direction de Hachette Livre », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 30 mars 2021.
- « Arnaud Lagardère prêt à lâcher la commandite », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 26 avril 2021.
- « Un accord entre ses grands actionnaires évite le démantèlement du groupe Lagardère », Enguérand Renault, *Le Figaro*, 26 avril 2021.
- « Ultime bras de fer autour du changement de gouvernance de Lagardère », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 27 avril 2021.
- « Arnaud Lagardère signe une paix armée avec ses actionnaires », E.R., *Le Figaro*, 29 avril 2021.
- « Arnaud Lagardère acte la fin du contrôle de son groupe », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 29 avril 2021.

En France, les industries de l'image animée pèsent plus de 40 milliards d'euros

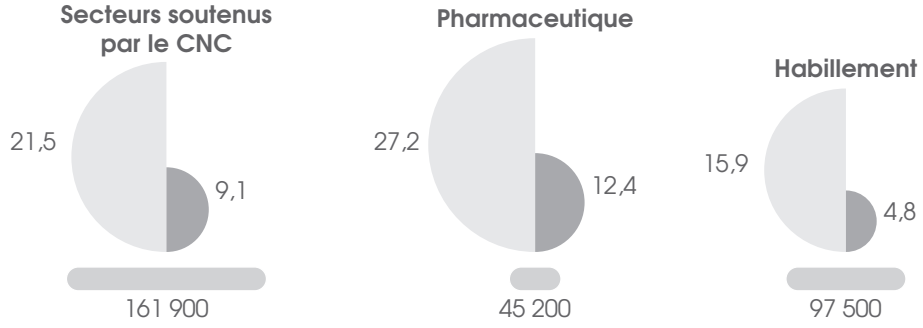
2019*

Impacts économiques, directs, indirects et induits** des secteurs soutenus par le CNC***
– 0,8% du PIB et plus de 1% de l'emploi –

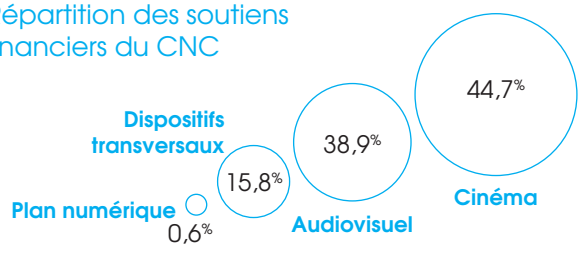
Taux de croissance annuel moyen entre 2010 et 2019



Impacts **directs** comparés à d'autres secteurs



Répartition des soutiens financiers du CNC



FL Infographie *La rem*

Source : d'après « Évaluation du poids économique et social du périmètre d'intervention du CNC, 2010-2019 », données Audiens, CNC, INSEE, étude réalisée par EY Consulting, rédaction de Nicolas Besson et Benoît Danard, CNC, cnc.fr, janvier 2021.

* Données provisoires.
** Les impacts directs sont liés à l'activité économique des acteurs initiaux. Les impacts indirects émanent de l'accroissement de l'activité économique des acteurs intermédiaires. Les impacts induits correspondent aux répercussions sur l'activité économique en général, liées à l'augmentation des revenus et donc de la consommation.
*** Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) gère les soutiens financiers aux industries de l'image (création, production, distribution, exploitation, exportation, industries techniques, conservation du patrimoine, numérisation...).

Droits du foot : quelle valeur pour la télévision ?

En France, l'échec de Téléfoot rappelle que tous les championnats ne sont pas suffisamment populaires pour entraîner des abonnements en masse, ce qui permet à Canal+ de conserver son rôle de diffuseur de la Ligue 1. En Allemagne, au Royaume-Uni, en Italie et aux États-Unis, les services de streaming vidéo prennent en partie le relais des chaînes lors des appels d'offres sur les droits sportifs.

Le groupe sino-espagnol Mediapro s'est emparé, au printemps 2018, de 80 % des matchs de la Ligue 1 à l'occasion d'un appel d'offres sur les saisons 2020-2024 taillé sur mesure pour faire s'envoler les enchères. beIN Sports récupérait toutefois un lot pour les retransmissions à la télévision, Free un autre lot pour les meilleurs extraits. Les équilibres du PAF français semblaient alors fortement menacés (voir *La rem* n°48, p.103). La Ligue de football professionnel (LFP) exultait avec des enchères qui franchissaient pour la première fois la barre symbolique du milliard d'euros annuel, plaçant le championnat français au même niveau que ses homologues allemand ou espagnol. De son côté, Canal+ n'avait rien. La chaîne du foot et du cinéma, comme elle aimait à se présenter depuis toujours, perdait à cette occasion l'un de ses programmes phares. Pourtant, la LFP semblait dépendre de Canal+, la chaîne finançant largement le foot : quand TPS a surenchéri en 1999 sur l'offre de Canal+, inaugurant le début d'une longue hausse du coût des droits de retransmission des matchs, la LFP avait préféré trouver un accord entre les deux diffuseurs afin de ne pas se séparer de Canal+. Depuis, le foot est devenu un poste de dépense majeur pour Canal+ alors qu'il devait servir à l'origine de produit d'appel pour développer le chiffre d'affaires de la chaîne cryptée et augmenter ses obligations de financement du cinéma français. En perdant le foot dès la saison 2020-2021, le cinéma financé par Canal+ se trouvait donc également menacé d'autant que, sur les programmes de stock, les films et les séries, les services de SVOD constituent une vraie concurrence pour la chaîne premium. Pour se protéger, celle-ci a l'avantage de la chronologie des médias pour les films de cinéma et elle avait… le football.

Canal+ va réagir rapidement en mobilisant un autre levier, celui de la distribution, son activité d'édition étant menacée par la prise des droits de la Ligue 1 par Mediapro. Déjà, en 2016, le groupe avait commencé à commercialiser des offres quasiment universelles en proposant un pack sport fédérant Canal+, Eurosport et beIN Sports, c'est-à-dire l'ensemble du football à l'exception de la Champions League et de la Premier League détenues par RMC Sports (voir *La rem* n°41, p.91). En revanche, l'Autorité de la concurrence lui avait alors interdit de distribuer beIN Sports en exclusivité (voir *La rem* n°40, p.40). Le 22 juin 2017, l'Autorité de la concurrence allégeait les obligations pesant sur Canal+ en autorisant notamment la chaîne à conclure des accords de distribution exclusive avec d'autres chaînes premium. Ce sera fait en décembre 2019, Canal+ devenant le diffuseur exclusif de beIN Sports en France (voir *La rem* n°53, p.39).

Privé de Ligue 1 dès 2020 depuis l'appel d'offres du printemps 2018, Canal+ a donc convaincu l'acteur spécialisé dans le sport à la télévision de s'associer à son destin pour contrer les projets de Mediapro dans le football. Entre-temps, Canal+ est en effet parvenu à reconstituer une offre de football crédible en s'emparant des droits de la Premier League en octobre 2018 (saisons 2019-2022) et, surtout, ceux de la Champions League en novembre 2019 (saisons 2021-2024) auparavant détenus par RMC Sports. Un mois plus tard, l'alliance avec beIN devenait possible qui apportait de son côté le lot 3 de la Ligue 1 à compter de la saison 2020-2021, revendu à Canal+ pour 330 millions d'euros. Il ne s'agit certes pas de l'essentiel de la Ligue 1, détenu par Mediapro, mais de 28 des 38 meilleures affiches de la Ligue 1. Ces matchs complètent parfaitement la Champions League et la Premier League britannique, offrant à Canal+ un panel de matchs de football à forte intensité. En effet, depuis l'arrivée de beIN en France, Canal+ a décidé de réduire son offre de football pour se concentrer sur les seuls matchs prestigieux, considérant que les matchs entre petits

clubs ne sont pas assez fédérateurs et sont calibrés en fait pour des chaînes thématiques comme le sont celles du groupe beIN.

Mediapro a donc trouvé face à lui une offre de football cohérente, distribuée par Canal+ associé à des partenaires. Canal+ dispose par ailleurs du Top 14 et a relancé l'intérêt pour la Formule 1 à la télévision. Nombreux sont alors ceux qui ont considéré que le montant des droits payés par Mediapro était trop élevé, voire *« totalement irraisonnable »* selon Maxime Saada, président du directoire de Canal+. En effet, isolé par Canal+, Mediapro n'avait plus de quoi sous-licencier une partie de ses droits comme il l'a fait en Espagne en cédant les droits de la Champions League à Telefonica. En France, le groupe sino-espagnol s'est donc trouvé obligé de lancer sa chaîne dédiée au football en misant sur un modèle économique risqué : au moins 3,5 millions d'abonnés à 25 euros par mois. En comparaison, beIN Sports, avec une offre de sport bien plus large et des tarifs de moitié inférieurs, est parvenu à réunir au maximum 3 millions d'abonnés. Certes, Mediapro a misé sur le dynamisme du football français entraîné par le PSG et ses stars, soutenu aussi par les belles performances de l'Équipe de France. Mediapro a donc ambitionné de transformer le foot français en sport très populaire, comme il l'est en Italie, en Espagne ou au Royaume-Uni. Mais ce ne fut pas le cas, la crise sanitaire ayant conduit à l'arrêt des matchs dès mars 2020. Pour la reprise de la nouvelle saison en août 2020, celle inaugurée par Mediapro, les matchs se sont joués, mais sans public, quand ils n'étaient pas reportés pour cause de Covid parmi les joueurs. Difficile, donc, de susciter un engouement populaire quand, en plus, les fans sont assignés à résidence parce que soumis à un couvre-feu. Le bilan a été sévère : début octobre 2020, Mediapro indiquait disposer de 600 000 abonnés quand *L'Équipe* annonçait un chiffre plus près de 400 000 abonnés.

Mediapro a pourtant tenté de s'imposer sur le marché français face au tandem Canal+ / beIN. En juin 2020, le groupe s'est associé d'abord avec TF1, avec qui il a passé un accord de licence de marque pour récupérer le nom de l'émission Téléfoot, comptant donc sur sa notoriété pour vite imposer sa chaîne auprès du public. Dans l'accord passé avec TF1, la première chaîne en clair met aussi à la disposition de Téléfoot ses commentateurs vedettes, Bixente Lizarazu et Grégoire Margotton. Un mois plus tard, Mediapro annonçait un accord avec RMC Sports pour codiffuser la Champions League en 2020-2021, Mediapro prenant en charge la moitié des 350 millions d'euros payés par Altice pour ces droits de diffusion. Par ailleurs, l'accord portait aussi sur la distribution de Téléfoot par SFR. En effet, seuls des accords avec les opérateurs télécoms permettent en France d'élargir rapidement la pénétration d'une offre dans les foyers, l'OTT (over the top) étant très peu développé. Juste avant le lancement officiel de Téléfoot, le 17 août 2020, Mediapro s'accordait avec Bouygues Telecom, dix jours plus tard avec Free et, début septembre 2020, avec Orange. Ces accords avec les opérateurs, s'ils ont l'avantage de confier à ces derniers la commercialisation de la chaîne auprès de leurs abonnés, se traduisent toutefois par des commissions sur les abonnements, Mediapro n'ayant par ailleurs pas obtenu des minimas garantis aussi élevés qu'espérés. Un autre accord original a été noué, cette fois-ci avec Netflix, pour proposer une offre globale de foot et de séries en OTT, moyennant 29,90 euros par mois, ce qui constitue une alternative à l'offre de la chaîne Canal+ et un accès à prix bradé à Netflix, mais financé en grande partie par Téléfoot. En effet, la chaîne Téléfoot est facturée 29,99 euros par mois sans engagement et 25,99 euros par mois avec un engagement d'un an.

Malgré toutes ces initiatives, Mediapro n'est pas parvenu à envisager ne serait-ce qu'un début de viabilité économique pour son offre française dont le coût annuel est estimé à plus d'1 milliard par an en 2020-2021, un peu plus de 800 millions d'euros ensuite : 780 millions pour les droits de la Ligue 1, 34 millions d'euros pour la Ligue 2, 175 millions d'euros en 2020-2021 pour la Champions League codiffusée avec RMC Sports, 10 millions d'euros versés à TF1 pour la marque Téléfoot. S'ajoutent les salaires de 150 salariés et le coût de fonctionnement de la chaîne, *Les Echos* indiquant une fourchette large comprise entre 50 et 150 millions d'euros supplémentaires. Autant dire qu'il faut en fait bien plus que 3,5 millions d'abonnés français, une fois déduites les commissions versées aux opérateurs et la TVA. À titre indicatif, les grands soirs de football sur Canal+ réunissent environ 1,5 million

de téléspectateurs. Le pari de Mediapro était donc très ambitieux et les abonnés n'ont pas été au rendez-vous. Le modèle économique de Mediapro s'est révélé intenable, le groupe n'ayant pas, en outre, les moyens d'assumer des pertes massives qui seraient financées par d'autres activités. Après avoir payé sa première échéance de 172 millions d'euros à la LFP en août 2020, Mediapro a demandé une révision à la baisse des droits à payer dès le 8 octobre 2020 par l'intermédiaire de James Roures, à la tête du groupe, qui a justifié cette demande en invoquant une compétition dont l'attrait est dégradé par la crise sanitaire.

À partir de cette date, Mediapro, censé dynamiter le paysage audiovisuel français, s'est révélé constituer une véritable bombe à retardement pour le football en France. Avec une hausse des droits télévisés de 60 %, prise en charge pour l'essentiel par Mediapro, les clubs ont engagé des dépenses, ont misé sur des transferts onéreux, juste avant que l'épidémie de Covid ne vide leurs stades et n'entame leurs recettes commerciales. Par ailleurs, le système de répartition des droits de diffusion par la LFP est très avantageux pour les petits clubs qui dépendent très fortement de ces versements : plus de 60 % des revenus pour des clubs comme celui de Caen ou Dijon. Une baisse du montant payé par Mediapro (800 millions d'euros par an) a donc été refusée catégoriquement par la LFP, d'autant qu'elle aurait entraîné la même demande de la part de beIN et Canal+ (330 millions d'euros) et de Free (42 millions d'euros). Mais Mediapro a immédiatement sollicité la protection du tribunal de commerce de Nanterre, une ordonnance de mai 2020 liée à la crise sanitaire rendant obligatoire cette médiation dès qu'elle est sollicitée, même en l'absence d'accord de l'une des parties, en l'occurrence la LFP. La manœuvre a permis à Mediapro de ne pas acquitter les sommes dues début octobre 2020 à la LFP, laquelle a par ailleurs mis en demeure le groupe de lui payer son échéance de 172 millions d'euros. Canal+, de son côté, a demandé que le prix du lot 3 soit également revu à la baisse si la médiation devait conduire Mediapro à payer moins pour les lots 1 et 2. Le 5 décembre 2020, la médiation étant toujours en cours, Mediapro n'a pas payé à la LFP une nouvelle échéance de 172 millions d'euros. Le 8 décembre 2020, lors d'une réunion avec les salariés de la chaîne Téléfoot, l'un de ses directeurs évoquait pour la première fois une fermeture de la chaîne. À cet instant, la médiation entre la LFP et Mediapro a pris un autre virage : elle devait permettre à Mediapro de quitter la France à moindre frais, le groupe devant à cette date 324 millions d'euros à la LFP, en contrepartie de quoi cette dernière pourrait récupérer ses droits pour les attribuer à un autre diffuseur. Tous les regards se sont tournés vers Canal+ qui n'a pas manqué de rappeler qu'avec seulement 28 des 38 meilleures affiches de la Ligue 1, la chaîne n'avait pas perdu d'abonnés. Que valent donc les 800 millions d'euros payés par Téléfoot ? Et Canal+ de rappeler également que, faute d'accéder à des lots auprès de la LFP, la chaîne a réorienté les montants prévus pour le football en direction d'autres sports, du cinéma et des séries. Les montants sur lesquels elle aurait pu s'engager en 2018 lors de l'appel d'offres ne sont donc plus à l'ordre du jour, d'autant, notent ses dirigeants, que Mediapro a fortement entamé l'attrait pour la Ligue 1 dont les audiences sont régulièrement inférieures à celles de la Formule 1 sur Canal+.

Le 10 décembre 2020, la procédure de médiation parvenait à son terme : Mediapro quitte la France, rend ses droits et dédommage la LFP à hauteur de 100 millions d'euros seulement. La LFP a espéré trouver très vite un accord avec Canal+, le championnat reprenant le 5 janvier 2021. Mais Canal+ n'a pas donné suite immédiatement, conditionnant le sauvetage du football français à un soutien politique sur ses demandes concernant le taux de TVA réduit et la chronologie des médias. Le 13 janvier 2021, dans une interview au *Figaro*, Maxime Saada annonçait même avoir adressé à la LFP un courrier pour restituer les droits du lot 3, sous-licenciés par beIN, considérant que leur prix était trop élevé parce que Mediapro avait indûment fait monter les enchères sur les lots 1 et 2. Il confirmait aussi ne pas envisager d'accord de gré à gré avec la LFP parce qu'un risque juridique existe, ce type d'accord n'étant possible qu'après un appel d'offres infructueux. Il invoquait encore une autre raison : le foot français ne vaut pas 1 milliard d'euros par saison car, dans ce cas, il n'y a plus de spectateurs susceptibles de s'abonner.

Si la LFP a considéré que Canal+ ne peut pas rendre les droits sous-licenciés par beIN, ce qu'a confirmé

ensuite le tribunal de commerce de Paris, au moins a-t-elle été obligée de relancer un appel d'offres flash, le 19 janvier 2021, pour les lots 1 et 2 auparavant détenus par Mediapro. Canal+ et beIN n'y ont pas participé, considérant que le lot 3 devait également être remis en jeu. Le 1er février 2021, l'appel d'offres était déclaré infructueux, les prix de réserve pour les différents lots proposés n'ayant pas été atteints malgré les offres d'Amazon, de DAZN et de Discovery. Pour les plateformes, le foot français ne vaut donc pas ce qu'en attend la LFP. Restait alors la négociation de gré à gré avec Canal+, désormais possible juridiquement. Le 5 février 2021, la LFP et Canal+ annonçaient s'être mis d'accord, Canal+ récupérant l'intégralité de la Ligue 1 et de la Ligue 2, mais pour un an seulement, le montant versé à la LFP n'ayant pas été communiqué. Un nouvel appel d'offres devra être lancé pour les autres saisons, Canal+ ayant indiqué que seuls les matchs fédérant un large public l'intéressent véritablement, alors que ceux qui s'adressent aux seuls supporters des clubs ne réunissent pas un nombre suffisant de téléspectateurs. Si le pari économique de Mediapro est mort-né, son pari éditorial semblait également inadapté à la réalité de la passion pour le foot en France. Mais ce dernier pourrait satisfaire des audiences moins généralistes s'il bascule en ligne, ce qu'indique l'appétit nouveau de diffuseurs comme Amazon ou DAZN, même s'ils n'ont pas été retenus.

À ce propos, les critiques de Canal+ à l'égard d'une Ligue 1, dont seuls quelques matchs attirent les foules, indiquent la nécessité pour le football de se repenser s'il souhaite encore vivre de la revente de ses droits. C'est en ce sens qu'il faut interpréter le projet de Super League lancé par les clubs anglais, espagnols et italiens le 19 avril 2021. En proposant une compétition européenne fermée avec de grands clubs qui, s'ils ne sont pas nécessairement les meilleurs, sont au moins ceux qui fédèrent les téléspectateurs, l'objectif était une meilleure valorisation des droits des compétitions européennes quand la Champions League rapporte finalement assez peu, multipliant des matchs de qualification pour des équipes moins prestigieuses. Si le projet a été très vite abandonné devant l'opposition des supporters, des autres clubs et de nombreux responsables politiques, affichant ensemble l'ambition d'un foot pour tous, il demeure que tous ne regardent pas le foot, ou seulement certains matchs. En France, la passion pour son club local sur laquelle misait Mediapro a fait long feu. Et le chauvinisme n'est pas non plus un bon argument : une rencontre entre deux grands clubs britannique et allemand intéressera probablement plus un téléspectateur français qu'un match de Ligue 1 entre deux clubs français en bas de classement. Autant dire que la télévision, menacée par la concurrence de la consommation à la demande, risque de se concentrer de plus en plus sur les matchs de grande valeur – et de payer les droits en conséquence – quand elle laissera aux chaînes thématiques (beIN par exemple) ou aux services en ligne (DAZN, Amazon Prime) le reste des compétitions sportives. C'est ce qui explique pourquoi les principaux droits de la Lega italienne ont finalement été cédés à DAZN, associé à TIM (Telecom Italia), en mars 2021, après plusieurs reports, à la suite d'une première attribution à Mediapro, déclarée infructueuse faute de caution bancaire. Moyennant 840 millions d'euros par an pour sept matchs par journée et trois autres en codiffusion, DAZN va donc diffuser la presque totalité du football italien en streaming, dans un pays où, pourtant, la pénétration de l'internet est loin d'égaler celle des autres grandes nations européennes du football. Cela parce que l'offre est financée en grande partie par TIM, qui compte sur le football pour accélérer le déploiement de la 5G. Finalement, la télévision n'a plus les moyens, seule, de payer pour le football quand le ticket des droits atteint le milliard d'euros, même en Italie. Et la solution du partenariat avec les télécoms n'est pas nécessairement durable. En France, Altice a investi dans le football le temps de relancer SFR, mais il a été absent des derniers grands appels d'offres. Au Royaume-Uni, BT a depuis 2013 misé sur le football pour renforcer l'attrait de ses offres d'accès à l'internet fixe avant d'indiquer, le 29 avril 2021, avoir entamé des discussions avec d'éventuels acheteurs de sa filiale BT Sport.

En Allemagne, DAZN s'est également emparé d'une partie des droits de retransmission de la Bundesliga pour les saisons 2021-2025, compétition que la plateforme diffusait déjà en partie depuis 2019 grâce à un accord de sous-licence avec Eurosport. Mais c'est Sky qui conserve l'essentiel des droits. Quand la télévision est le seul grand acheteur, comme en France, les droits

baissent. En effet, pour la première fois depuis 2002 les droits pour la Bundesliga ont été vendus moins chers, à 1,1 milliard d'euros contre 1,16 milliard d'euros lors du précédent appel d'offres. En Allemagne, les enchères ne se sont pas emballées comme l'espérait la Ligue qui comptait sur l'arrivée d'Amazon. Comme en France de nouveau, où l'offre d'Amazon n'a pas été retenue par la LFP dans l'appel d'offres flash lancé après le départ de Mediapro.

Quant à Amazon, qui investit dans les droits sportifs pour son service Prime Video, son positionnement varie selon les pays. Aux États-Unis, après avoir récupéré quelques droits pour des matchs de la NFL (National Football League) en 2017, Amazon s'est imposé comme un acteur majeur sur le marché des droits de retransmission en investissant 1 milliard de dollars par an sur dix ans pour retransmettre en streaming live et en exclusivité les matchs du jeudi soir. C'est qu'aux États-Unis le service Prime Video s'est imposé parce qu'il est associé à l'offre de livraison de la plateforme, devenant pour Amazon un argument essentiel de fidélité de ses clients. Au Royaume-Uni, les enjeux sont les mêmes : après avoir retransmis une partie de l'US Open en 2018 sur Prime Video, Amazon a investi dans la Premier League pour les saisons 2019-2022. Prime Video s'impose ainsi comme l'un des services de SVOD les plus plébiscités outre-Manche, où le groupe a recruté plus de la moitié des nouveaux abonnés à ce type d'offres au dernier trimestre 2020. En France, Amazon a pour l'instant récupéré une partie des droits de rediffusion de Roland-Garros pour les éditions 2021-2023 du tournoi de tennis, jusqu'ici détenus en exclusivité par le service public audiovisuel. À l'évidence, les services de SVOD, quand ils investissent dans des évènements diffusés en direct, s'imposent comme de nouveaux concurrents pour les chaînes de télévision sur ces programmes qui restaient jusqu'à récemment leur apanage.

AJ

Sources :

- « Amazon chipe à France Télévisions une partie de Roland-Garros », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 26 juillet 2019.
- « Le streaming vidéo part en live », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 16 décembre 2019.
- « Mediapro et TF1 s'associent pour créer la chaîne Téléfoot », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 3 juin 2020.
- « Championnat de foot allemand : première baisse des droits depuis 2002 », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 23 juin 2020.
- « Principal diffuseur de la Ligue 1, Téléfoot sera distribuée par Altice », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 28 juillet 2020.
- « Téléfoot et Netflix font offre commune », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 30 juillet 2020.
- « L'équation périlleuse de Téléfoot », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 10 août 2020.
- « Mediapro fait trembler le foot français », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 9 octobre 2020.
- « Football : Mediapro sous la protection du tribunal de commerce », Marina Alcaraz, N.M., *Les Echos*, 15 octobre 2020.
- « Mediapro tente de forcer la main au foot français », Caroline Sallé, Frédéric de Monicault, *Le Figaro*, 22 octobre 2020.
- « Téléfoot, la chaîne de la Ligue 1, proche de l'écran noir », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 10 décembre 2020.
- « Le football français à la merci d'une grande bataille de poker menteur », Nicolas Madelaine, Marina Alvaraz, *Les Echos*, 11 décembre 2020.
- « Mediapro s'en va, Canal+ arrive, mais le football français tremble », Marina Alvaraz, David Barroux, *Les Echos*, 14 décembre 2020.
- « Lâché par Mediapro et fragilisé par le Covid, le football français est proche du KO », Baptiste Desprez, *Le Figaro*, 16 décembre 2020.
- « Saada : "Pour Canal+, la Ligue 1 a perdu beaucoup de valeur" », interview par Caroline Sallé, Enguérand Renault, *Le Figaro*, 13 janvier 2021.
- « Football : une grande confusion règne toujours autour du sort de la L1 », Caroline Sallé, *Le Figaro*, 21 janvier 2021.
- « L'appel d'offres pour les droits télévisés de la Ligue 1 de foot déclaré infructueux », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 2 février 2021.
- « Canal+ récupère les droits TV de la Ligue 1 pour cette saison », *Le Figaro*, 5 février 2021.
- « Droits TV : un "deal" historique à plus de 100 milliards de dollars pour la NFL », Nicolas Richaud, *Les Echos*, 22 mars 2021.
- « DAZN, le "Netflix du sport" », rafle la mise en Italie », Olivier Tosseri, Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 29 mars 2021.
- « SuperLigue : guerre de sécession à plusieurs milliards dans le football européen », David Barroux, *Les Echos*, 20 avril 2021.
- « BT cherche un partenaire pour sa division sportive », Sébastien Dumoulins, *Les Echos*, 30 avril 2021.

USAGES

Agir contre les SLAPP, une urgence démocratique

Ces procédures judicaires à répétition bloquent les enquêtes dans le seul but de réduire au silence les journalistes, elles constituent des atteintes au droit d'informer. Au sein de l'Union européenne, ces harcèlements judiciaires sont en constante augmentation. En France, l'industrie agro-alimentaire bretonne s'attaque ainsi au travail d'une journaliste.

SLAPP, acronyme de *« strategic lawsuits against public participation »* – poursuites stratégiques contre la mobilisation publique – traduit par l'expression « procédures-bâillons », désigne cette méthode pour faire taire les journalistes, les lanceurs d'alerte, les ONG, toute personne critiquant un système, consistant à les intimider et à les décourager en enchaînant les procès à leur encontre, l'accumulation des frais de justice générés les forçant à renoncer. Le concept de SLAPP a été développé dans les années 1980 par deux chercheurs à l'université de Denver, George W. Pring et Penelope Canan. Menées par des personnes influentes, les SLAPP constituent aujourd'hui une menace grandissante pour la liberté d'expression.

La journaliste Daphné Caruana Galizia, assassinée à Malte en octobre 2017, était poursuivie dans quarante-sept affaires, en diffamation, au civil et au pénal. Certains de ces procès ont ensuite été reportés sur sa famille (voir *La rem* n°46-47, p.60). Deux ans plus tard, en septembre 2019, le blogueur Manuel Delia, coauteur avec les journalistes Carlo Bonini et John Sweeney du livre *Murder on the Malta Express : Who Killed Daphne Caruana Galizia ?* recevait une lettre « privée et confidentielle » du cabinet d'avocats Carter Ruck, au nom du gouvernement maltais, mandaté notamment par l'ancien Premier ministre Joseph Muscat.

De nombreuses organisations non gouvernementales internationales, dont Reporters sans frontières (RSF), dénoncent la propagation des SLAPP au sein de l'Union européenne. Le phénomène n'est pas nouveau mais il s'amplifie. En France, les filiales du groupe Bolloré, Socfin et Socapalm, propriétaires de plantations de palmiers à huile, ont poursuivi en diffamation en 2018 les deux ONG Sherpa et ReAct et trois titres de presse *Mediapart*, *L'Obs* et *Le Point*, à la suite de la publication d'accusations d'accaparement des terres de villageois et d'agriculteurs au Cameroun. Il arrive que la procédure se retourne contre ceux qui l'initient : la Cour d'appel de Paris a ainsi condamné la société Bolloré SA, en mars 2019, à verser 10 000 euros de dommages-intérêts à France Télévisions pour procédure abusive, la société ayant poursuivi le diffuseur en raison d'un reportage sur ses activités en Afrique. Le groupe Apple avait, quant à lui, intenté un procès, perdu également, visant l'Association pour la taxation des transactions financières et l'action citoyenne (Attac), qui avait organisé un *sit-in* pacifique dans l'un de ses magasins parisiens en décembre 2017, outre plusieurs manifestations pour dénoncer les pratiques d'évasion fiscale du géant américain.

Afin de recenser les alertes aux procédures judiciaires infondées ou abusives, la Plateforme du Conseil de l'Europe pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes a été lancée en avril 2015, en collaboration avec cinq organisations de journalistes et de défense de la liberté d'expression (Fédération européenne des Journalistes, Fédération Internationale des Journalistes, Association des Journalistes européens, Article 19, Reporters sans frontières). Ainsi, en août et septembre 2020, en Slovénie, les journalistes Primož Cirman, Vesna Vuković et Tomaž Modic, du site d'informations en ligne Necenzurirano, sont visés par trente-neuf actions pénales en diffamation à la suite de leurs articles sur les opérations financières d'un expert comptable, notamment un prêt controversé accordé au parti du Premier ministre. Ou encore, parmi les nombreux journalistes visés par des SLAPP en Italie, la journaliste Federica Angeli, victime de menaces, compte plus de cent vingt poursuites judiciaires en raison de ses enquêtes sur la mafia.

En Croatie, les journalistes dénoncent une véritable *« censure légale »* avec plus de 1 100 poursuites judiciaires contre la presse en 2019, pour préjudices moraux, diligentées par des responsables politiques, des personnalités publiques ou des entreprises. En Belgique, la même année, à la suite de leur enquête sur une affaire de corruption présumée, les journalistes d'investigation David Leloup et Tom Cochez sont mis en cause dans plusieurs plaintes infondées, déposées par des acteurs liés au milieu politique et financier liégeois.

Au Royaume-Uni, le travail d'investigation de Carole Cadwalladr pour le *Guardian* est entravé en 2019 par les poursuites en diffamation la visant, à l'initiative de l'homme d'affaires britannique Arron Banks dont elle a révélé les liens avec le gouvernement russe dans le cadre du financement de la campagne Leave.EU.

Faisant l'objet d'une alerte sur la plateforme du Conseil de l'Europe en octobre 2020, c'est la seconde fois que la journaliste indépendante française Inès Léraud est poursuivie pour diffamation par un industriel breton de l'agro-alimentaire. La première fois, ce fut à la suite de son enquête *Les algues vertes – l'histoire interdite*, un album de bande dessinée vendu à plus de 90 000 exemplaires depuis sa sortie en 2019, qui dénonce la prolifération des algues toxiques à l'origine de plusieurs décès, conséquence directe des effluents d'élevage et des pesticides utilisés par l'industrie agroalimentaire. Le second procès en diffamation est intenté par Jean Chéritel, PDG du groupe du même nom, en réaction à son enquête, publiée dans BastaMag en mars 2019, décrivant les pratiques illégales du grossiste breton en fruits et légumes ayant conduit à sa condamnation en 2018 pour l'emploi illégal de travailleurs bulgares et en 2019 pour tromperie sur l'origine des produits. Le 22 janvier 2021, le groupe Chéritel a abandonné les poursuites en diffamation. La journaliste explique néanmoins que préparer sa défense prend des mois. Une autre journaliste, Morgan Large, de Radio Kreiz Breizh, qui enquête depuis vingt ans sur ce même secteur agro-industriel breton, est, quant à elle, victime de multiples malveillances – la dernière en date étant le déboulonnage d'une roue arrière de sa voiture en mars 2021 –, au point que RSF et plusieurs syndicats de journalistes ont demandé une protection

judiciaire pour cette femme de 49 ans, qui leur a été refusée par le ministère de l'Intérieur en mai 2021.

« Ce sont plus généralement ceux ayant un rôle de vigilance et de défense des intérêts du public qui sont visés, selon Dunja Mijatović, commissaire aux droits de l'homme du Conseil de l'Europe. *Militants, ONG, universitaires, défenseurs des droits de l'homme : tous ceux qui s'expriment dans l'intérêt public et demandent des comptes aux puissants risquent de devenir la cible de SLAPP. »* Ces manœuvres judicaires, toujours coûteuses et chronophages, servent avant tout à faire perdre du temps et de l'énergie aux adversaires, explique Dunja Mijatović, avec un rapport de force immanquablement inégal puisqu'elles opposent des individus à des entreprises ou des personnes influentes. Elle fait aussi remarquer que les SLAPP touchent particulièrement les actions ayant trait à la protection de l'environnement, à la protection des consommateurs, à la prévention de la criminalité ou à la lutte contre la corruption. *« Un cas typique est celui d'une grande entreprise qui intente un procès à des journalistes ou à des militants qui ont révélé une catastrophe écologique. La France en est un bon exemple »*, ajoute Dunja Mijatović en rappelant la vingtaine de procédures judiciaires engagées par le groupe Bolloré au sujet des plantations de palmiers à huile dont il est propriétaire.

Considérant que les SLAPP entravent non seulement l'exercice de la liberté d'expression, mais également l'exercice d'autres libertés fondamentales, comme la liberté de réunion et d'association ou encore le travail des défenseurs des droits de l'homme, la commissaire Dunja Mijatović propose, afin de lutter contre ces poursuites qui s'apparentent à des statagèmes, trois solutions : la possibilité de rejeter dans les meilleurs délais ces recours abusifs, avec la coopération des juges et des procureurs ; la sanction des abus, en attribuant à l'auteur du recours le coût de la procédure ; enfin, l'octroi d'une aide aux personnes soumises à cette pression judicaire.

En juin 2020, 119 ONG – parmi lesquelles Article 19, Electronic Frontier Foundation, RSF, la Fédération européenne des journalistes, The Daphne Caruana Galizia Foundation – ont publié une tribune rappelant le rôle important de surveillance joué par les victimes, journalistes, activistes, associations informelles, universitaires, syndicats, organisations de médias et organisations de la société civile. Alors qu'aucun État membre de l'Union européenne ne dispose d'une législation anti-SLAPP, contrairement aux États-Unis, au Canada et à l'Australie, les ONG réclament l'adoption d'une directive introduisant des sanctions exemplaires contre les auteurs et des garanties pour les victimes, ainsi que la révision des règlements Bruxelles 1 et Rome 2 afin d'interdire le « tourisme judiciaire » (*forum shopping*) dans les procès en diffamation.

Dans une communication de décembre 2020 relative à son plan d'action pour la démocratie européenne, la Commission européenne s'est engagée à présenter avant la fin 2021 une initiative visant à protéger les journalistes et la société civile contre les SLAPP. Les juges devraient également être formés spécialement pour repérer les poursuites abusives et y remédier. La question du « tourisme judiciaire » sera examinée, d'ici 2022, dans le cadre de l'évaluation des règlements Bruxelles 1 et Rome 2. En mai 2021, les eurodéputés avaient appelé, quant à eux, à l'adoption d'un cadre juridique européen au caractère contraignant.

Une nouvelle plateforme baptisée Case, pour Coalition Against Slapps in Europe, a été lancée par une trentaine d'ONG en mars 2021. L'objectif est de fournir les moyens de défense et les informations nécessaires aux journalistes et aux lanceurs d'alerte subissant une SLAPP, notamment une cartographie européenne des services juridiques et des avocats spécialisés. Case entend également être lobbyiste auprès des décideurs politiques. À l'occasion de l'inauguration de la plateforme, Andrew Caruana Galizia a rappelé le temps passé chaque semaine au tribunal par sa mère journaliste assassinée, ses comptes bancaires bloqués et les millions d'euros de dommages et intérêts potentiels à payer. *« La triste réalité est qu'elle aurait été totalement écrasée financièrement »*, conclut-il.

FL

Sources :

- « Touchez pas à la liberté de la presse ! Les attaques contre les médias en Europe ne doivent pas devenir la règle », rapport annuel des organisations partenaires de la Plateforme du Conseil de l'Europe pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes, https://edoc.coe.int, 2020.
- « Ending Gag Lawsuits in Europe. Protecting Democracy and Fundamental Rights », The European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF), ecpmf.eu, 8 June 2020.
- « Il est temps d'agir contre les "SLAPP" », Commissaire aux Droits de l'Homme, Conseil de l'Europe, coe.int/fr, 27 octobre 2020.
- Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, relative au plan d'action pour la démocratie européenne, Commission européenne, COM (2020) 790 final, https://eur-lex.europa.eu, 3 décembre 2020.
- « La journaliste Inès Léraud, victime d'intimidations répétées, fait face à de nouvelles accusations de diffamation », Plateforme pour renforcer la protection du journalisme et la sécurité des journalistes, Conseil de l'Europe, coe.int, 28 janvier 2021.
- « Des ONG lancent un site contre les procédures-bâillons en Europe », AFP, tv5monde.com, 26 mars 2021.
- « Pas de protection policière pour les deux journalistes menacées, déplorent les syndicats », AFP, tv5monde.com, 5 mai 2021.

L'AVENIR DU JOURNALISME D'INVESTIGATION S'EST ASSOMBRI EN GRÈCE

Le journaliste grec Giorgos Karaïvaz a été assassiné en plein jour le 9 avril 2021, à quelques pas de son domicile. Alors qu'il rentrait chez lui dans la banlieue d'Athènes, à Alimos, après avoir assisté à la projection de son dernier reportage, deux hommes, dont l'identité est à ce jour inconnue, ont ouvert le feu. Selon les autorités grecques, il s'agirait de tueurs à gages, qui ont eu le temps de s'enfuir avant que le quartier ait été bouclé par les forces de police et que des journalistes arrivent sur les lieux. Ces images, dignes d'un film policier, ont été immédiatement relayées par les chaînes de télévision. **Le choc a été d'autant plus grand pour les spectateurs qu'ils étaient habitués à suivre les reportages du journaliste abattu à 53 ans.**

Spécialisé dans les enquêtes sur la criminalité depuis 1989, Giorgos Karaïvaz était considéré par les médias grecs comme l'un des journalistes les plus persévérants : la ténacité qu'il manifestait dans ses enquêtes lui permettait d'obtenir des résultats. Depuis 2017, il travaillait pour la chaîne privée Star. Parallèlement, il avait lancé bloko.gr, un blog affichant son exigence de fiabilité et de qualité dans ses informations et ses analyses. **Tout au long de sa carrière journalistique, Giorgos Karaïvaz s'est efforcé d'élucider des affaires de corruption.**

Dans un article intitulé « Complainte », juste après l'assassinat du journaliste, ses collègues ont tenu à s'exprimer en ces termes : *« Certains ont choisi de le réduire au silence et de l'empêcher avec des balles d'écrire ses articles. »* De son côté, le Syndicat des journalistes grecs (ESIEA) a requis le soutien de la Fédération européenne des journalistes face à la *« nouvelle tragique de cet assassinat de sang-froid »*, rappelant le dévouement des journalistes à leur cause, indépendamment de *« toute pression et menace, particulièrement celles liées aux pratiques mafieuses et aux plans criminels »*.

Le Premier ministre grec, Kyriakos Mitsotakis, a exigé sur son compte Twitter la résolution immédiate de cette affaire. La présidente de la Commission européenne, Ursula von der Leyen, quant à elle, a exprimé sa condamnation dans un tweet rédigé en grec : *« L'assassinat d'un journaliste est un acte haineux et lâche. L'Europe est l'incarnation de la liberté. Et la liberté de la presse est sûrement la plus sacrée de toutes. Les journalistes doivent être en mesure de travailler en sécurité. »*

Dès lors que les dirigeants politiques comme les journalistes s'associent afin d'exiger la résolution rapide de cet assassinat, ressurgit l'impérieuse question de la protection et de la sécurité des journalistes, piliers fondamentaux de l'espace démocratique. Cette exigence se fait d'autant plus pressante que cet assassinat survient après deux précédents : l'assassinat de la journaliste Daphne Caruana Galizia à Malte en octobre 2017 et celui du journaliste Ján Kuciak en Slovaquie en février 2018 (voir *La rem*, n°46-47, p.60). La première a trouvé la mort dans l'explosion de sa voiture, alors qu'elle enquêtait sur le crime organisé sur son île. Le second se penchait sur des affaires de corruption qui impliquaient des milieux d'affaires et des hommes politiques. Dans les articles qu'ils publient au lendemain de l'assassinat de Karaïvaz, les médias européens et internationaux n'ont pas manqué de rappeler ces deux précédents. Au travers de leurs analyses, les journalistes insistent sur la nécessité absolue de la résistance du monde journalistique à toute tentative de menace.

Les analyses des journalistes grecs relatives à l'assassinat de leur collègue s'accompagnent très souvent d'une référence à deux autres évènements qui ont marqué la société grecque : l'assassinat du journaliste d'investigation Sokratis Giolias, tué lui aussi près de son domicile onze ans plus tôt, et la tentative d'assassinat du journaliste Stefanos Chios en avril 2020. Il est à noter que, malgré la gravité de ces évènements, les enquêtes n'ont pas permis d'identifier les coupables.

Au-delà de la Grèce, l'assassinat de Giorgos Karaïvaz résonne dans toute l'Europe, où plusieurs attentats contre la liberté de la presse se sont succédé ces dernières années. On touche ici au socle fondateur des valeurs européennes. Cette succession d'assassinats pose évidemment la question de la sécurité des journalistes, mais aussi, radicalement, celle de la pérennité de la liberté de la presse.

SP

Sources :

- « Bloko.gr au point de départ d'une nouvelle relance », bloko.gr, consulté le 16 mai 2021.
- « Complainte », bloko.gr, 9 avril 2021, consulté le 16 mai 2021.
- « Esiea demande l'éclaircissement de l'assassinat de sang-froid de Giorgos Karaïvaz », esiea.gr, 9 avril 2021.
- « Le conseil [de l'ESIEA] est choqué après l'assassinat du collègue Giorgos Karaïvaz », esiea.gr, 9 avril 2021.
- « Ursula von der Leyen [s'exprime] en grec relativement à l'assassinat de Giorgos Karaïvaz », naftemporiki.gr, 9 avril 2021.
- « Kyriakos Mitsotakis : L'assassinat de Karaïvaz a choqué toute la société », kathimerini.gr, 10 avril 2021.
- « Le journaliste Giorgos Karaïvaz tué à Athènes, le premier ministre demande l'ouverture d'une enquête "rapide" », Marina Rafenberg, lemonde.fr, 10 avril 2021.

COMPORTEMENTS D'INFORMATION

Enquête menée entre le 20 septembre et le 19 octobre 2020 entre le 1er et le 2nd confinement.

28% des participants passent, en moyenne, moins de 1 heure par jour sur internet.

23% entre 1 et 2 heures par jour.

Médiane : 1,9 heure

Consultation de l'information en ligne

Nombre de participants : 2 372

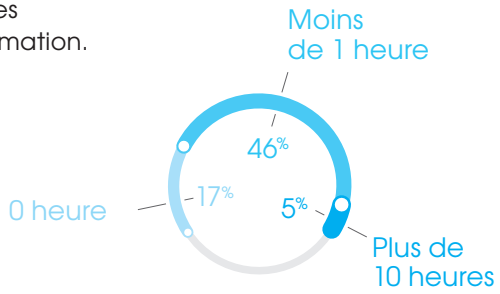
Durée de la visite par source : 1,9 minute en moyenne

Médiane : 1,4 min

3% du temps passé sur internet durant les 30 jours étudiés sont consacrés à l'information.

soit environ **5 minutes** par jour.

Médiane : 1,3 min



34% des participants ont consacré en moyenne 1 à 2 minutes à une source.

Sur internet, ce sont **les plus de 50 ans** qui s'informent le plus.

Nombre de sources d'information différentes consultées

15 en moyenne.

Médiane : 8

26% des participants ont consulté 1 à 5 sources différentes.

Principales sources consultées en % du temps consacré à l'information

Presse papier régionale	13%	*Ouest-France, La Dépêche, L'Est Républicain*
Sport	12%	*L'Équipe*, sports.fr, footmercato.net
Presse papier nationale	11%	*20 minutes, Le Figaro, Le Monde*
Agrégateurs	9%	MSN Actualités, Orange Actualités, Yahoo! Actualités
Autres sites généralistes	6%	Planet.fr, Actu.fr, linternaute.fr
Chaînes TV et radios du service public	5%	France Info, France Inter, France Bleu
Chaînes TV privées	5%	BFMTV, CNEWS, M6

Les 26 premières sources d'information en ligne, qui totalisent **40%** du temps de connexion dévolu à l'information, émanent majoritairement des médias traditionnels.

Comportement de papillonnage

... et ils ont aussi consulté

Ils ont consulté...

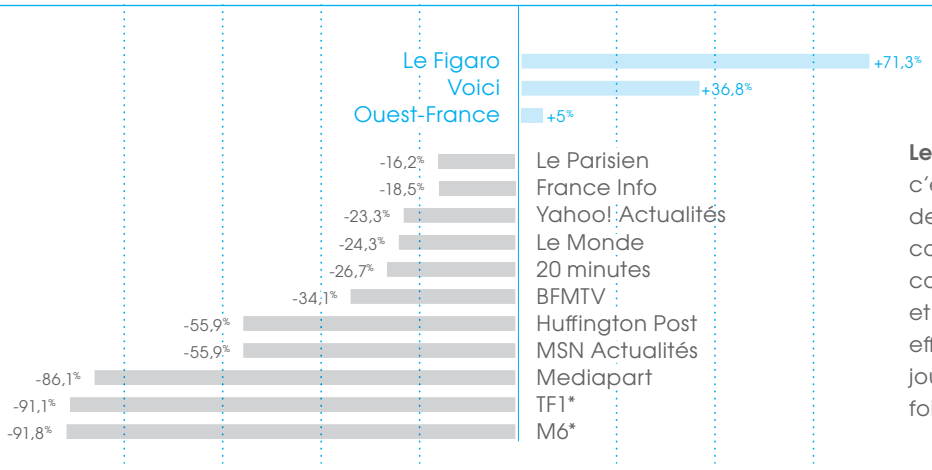
	Le Monde	Mediapart	Le Figaro	Valeurs actuelles
Le Monde	——	9,3%	72,0%	13,9%
Mediapart	75,0%	——	83,3%	22,9%
Le Figaro	40,4%	5,8%	——	9,7%
Valeurs actuelles	68,4%	13,9%	84,8%	——

ET DE DÉSINFORMATION **EN LIGNE**

Méthode croisée : mesure du trafic du panel et sondage de ce panel.

Écart entre la fréquentation effective et la consultation déclarée des principales sources d'information en ligne

Nombre de participants : 1 614



Lecture du graphique : -24,3%, c'est l'écart entre le nombre de Français ayant déclaré avoir consulté *Le Monde* en ligne au cours du mois précédent l'étude et le nombre de Français ayant effectivement consulté ce journal sur internet au moins une fois au cours des 30 jours étudiés.

* La consultation des sources en ligne de TF1 et M6 est *« très fortement surdéclarée »*, sans doute parce qu'un certain nombre de participants ont déclaré s'informer sur ces chaînes *via* internet alors qu'ils les regardent sur un téléviseur.

Exposition à la désinformation

Nombre de participants : 921

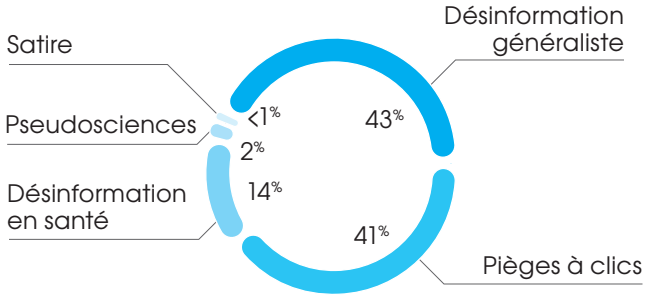
Désinformation en ligne significative et globalement contenue

39% ont consulté au moins une source d'information jugée non fiable*.

Ils y ont passé, en moyenne, **11%** du temps consacré à l'information en ligne par jour.

Médiane : 3,7%

Répartition du temps passé sur des sources d'information non fiables*



* Catégorisation réalisée par la société Storyzy, analogue au classement proposé par Les Décodeurs du *Monde*.

Panel : 2 372 personnes représentatives de la population française, âgées de 18 ans et plus.

Méthode : Connexions à partir des terminaux personnels (ordinateur, smartphone, tablette). 2 946 sources d'information francophones (>15 000 visiteurs) : 2 295 sites web (+ leurs déclinaisons sur applications mobiles, Facebook, Twitter, YouTube) et 651 chaînes YouTube.

Source : d'après « Comment les Français s'informent-ils sur internet ? Analyse des comportements d'information et de désinformation en ligne », Laurent Cordonier et Aurélien Brest, Fondation Descartes, fondationdescartes.org, mars 2021.

FL Infographie *La rem*

Baisse tendancielle de la lecture

Une grande majorité de Français aime toujours lire et fréquenter les librairies mais la crise sanitaire a confirmé une tendance de fond, le déclin du nombre de lecteurs.

« *Malgré des dynamiques de marché rassurantes pour le secteur du livre, nous observons une inflexion globale du nombre de lecteurs et ce pour la moitié des genres littéraires* » a déclaré la présidente du CNL (Centre national du livre), Régine Hatchondo, à l'occasion de la parution en mars 2021 du baromètre « Les Français et la lecture ». Depuis 2015, une année sur deux, au mois de janvier, cette enquête menée auprès de 1 000 personnes âgées de 15 ans et plus décrit des pratiques de lecture en déclin.

81 % des Français se déclarent lecteurs en 2020 (- 7 % *vs* 2018 et - 5 % *vs* 2014-2018). Le taux de non-lecteurs est passé de 15 % en 2014 à 19 % en 2020. Sur l'ensemble des Français, les deux plus importantes catégories de lecteurs restent les femmes (85 %) et les personnes de 65 ans et plus (92 %).

La baisse de la lecture est particulièrement sensible auprès des plus jeunes : 69 % des 25-34 ans se déclarent lecteurs en 2020 (- 14 % *vs* 2018 et - 13 % *vs* 2014-2018). Parmi les 15-24 ans, 80 % se disent lecteurs (- 12 %). Cette baisse concerne également les femmes (- 6 %) pourtant très nombreuses à lire (85 %) et - 8 % des hommes (77 %).

L'habitude de lire tous les jours se perd : 45 % des Français déclarent lire tous les jours ou presque en 2020, contre 50 % en 2018 et 48 % en 2014. Cette pratique quotidienne concerne 53 % des femmes, et seulement 36 % des hommes, mais elle chute de 6 % pour les lectrices par rapport à 2018. Respectivement 36 % et 37 % des 15-24 ans et des 25-34 ans déclarent lire tous les jours, contre 65 % des 65 ans et +. Le pourcentage de Français pour lesquels la lecture se pratique uniquement pendant les vacances a augmenté de 8 % à 12 % entre 2018 et 2020.

Le papier l'emporte encore largement sur le numérique en 2020, avec 83 % des Français lecteurs d'ouvrages imprimés contre 23 % au format numérique (37 % des 15-24 ans et 35 % des 25-34 ans). La part des lecteurs sur papier a cependant baissé de 8 % en 2020 contre 1 % pour le format numérique. La proportion de Français qui lisent exclusivement sur papier (63 %) a chuté de 5 % en 2020 tandis que 3 % lisent exclusivement au format numérique, soit + 2 % par rapport à 2018. Parmi les lecteurs de livres au format numérique, la part des CSP+ (27 %) et des CSP- (30 %) est quasiment identique à celles des lecteurs de livres imprimés. Le lecteur de livre numérique, homme (53 %) ou femme (47 %) presque à égalité, âgé de 41 ans (44 % de 15-34 ans), habite plutôt en Île-de-France (23 %) et possède un diplôme universitaire (50 %).

Les romans, les livres pratiques et les livres d'histoire sont les catégories qui rencontrent le plus de lecteurs, respectivement 67 % (- 7 %), 49 % (- 7 %) et 45 %. Près de la moitié des genres littéraires enregistre une baisse du nombre de lecteurs en 2020, particulièrement les livres pratiques, arts de vivre et loisirs (- 7 %), les albums de BD (- 11 %) et les livres d'art ou beaux livres (- 9 %). En revanche, seuls les livres de reportages et d'actualité sont davantage plébiscités, avec 36 % des lecteurs (+ 6 %), dont 58 % lisent ces livres en entier, de la première à la dernière page (+ 17 %). Avec ces choix de lecture, moins de romans et plus de livres d'actualité, *« les Français ont probablement eu envie de mieux comprendre le monde et de décrypter la crise que nous avons traversé »*, explique le CNL.

En 2020, les circonstances particulières sont peu favorables à la lecture : 65 % des Français lisent en dehors de chez eux (- 14 %) et 48 % dans les transports (- 14 %) ou encore 25 % ont lu autant pour le travail que pour les loisirs (+ 5 %). S'ajoute la forte augmentation du temps consacré aux tâches domestiques et à l'encadrement éducatif des enfants qui a largement entamé le temps libre des plus grandes lectrices que sont les femmes. Depuis le début de l'épidémie, plus de 40 % des Français déclarent avoir moins de temps pour eux-mêmes. Les activités en ligne concurrentes de la

lecture ont été plus prenantes en 2020 : 34 % des Français ont passé plus de temps sur internet ; 26 % ont utilisé davantage les réseaux sociaux ; 28 % ont regardé plus de vidéos en ligne. Selon les Français qui déclarent avoir moins lu en 2020 (30 %), la concurrence d'autres loisirs (37 %) figure comme une alternative forte à la lecture (+ 8 %).

Cette baisse de la lecture pointée par l'enquête du CNL trouve pour une part son origine dans les restrictions liées à la crise sanitaire avec la limitation des déplacements, le télétravail et bien sûr la fermeture des librairies, des rayons livres et des bibliothèques. Néanmoins, cette première explication ne serait pas suffisante. Selon la présidente du CNL, *« la baisse de la lecture est tendancielle : elle est constatée depuis une dizaine d'années, en particulier chez les jeunes »*.

Le rajeunissement du lectorat repéré en 2016 et 2018 ne s'est pas confirmé : la part des 15-24 ans parmi les grands lecteurs de livres papier (au moins 20 livres par an) est inférieure à 10 % en 2020 contre 16 % en 2018, tandis qu'à l'inverse les 65 ans et + représentent 45 % en 2020 contre 36 % en 2018, l'âge moyen passant ainsi de 52 ans à 55 ans. Et lorsque l'on interroge les Français sur leur désir de lire davantage, seuls 57 % le souhaitent (- 12 %), une baisse particulièrement marquée chez les 15-24 ans (- 18 %) et les 25-34 ans (- 17 %).

L'importance de la lecture au sein de la famille, dès l'enfance, est une expérience partagée par 64 % des Français en 2020, et 35 % (+ 4 %) considèrent que la lecture y tenait même une place *« très importante »*. Parmi ces derniers, 32 % sont devenus de grands lecteurs et 54 % lisent tous les jours ou presque.

FL

Source :

– Baromètre « Les Français et la lecture. Résultats 2021 », Armelle Vincent Gérard et Maëlle Lapointe - Ipsos, Centre nationale du livre, centrenationaldulivre.fr, mars 2021.

REPÈRES & TENDANCES

AILLEURS

En Australie, les plateformes financeront la presse

Menaces, retraits des contenus de presse et accord à l'arraché avec les éditeurs : la loi australienne a pu finalement être adoptée sans provoquer l'exclusion des contenus d'actualité par Google et Facebook.

En imposant aux plateformes, notamment Google et Facebook, de négocier avec les éditeurs australiens une rémunération pour le référencement de leurs articles, faute de quoi une commission indépendante décidera pour les deux parties, le code de conduite australien imaginé par la Commission australienne de la concurrence a abouti à des menaces en série de la part des géants américains de l'internet. Google a testé sur 1 % des internautes australiens le retrait des liens vers les articles de presse dans son moteur de recherche, voulant faire la preuve qu'il perdait bien moins que la presse dans le rapport de force ainsi institué (voir *La rem* n°56, p.32). Et parce qu'un précédent mondial doit à tout prix être évité, Google a même menacé de fermer son moteur de recherche en Australie.

Facebook est allé au-delà de la menace en mettant à exécution une des mesures qu'il avait brandies : le 17 février 2021, Facebook a supprimé tous les contenus de presse des fils d'actualité de ses utilisateurs australiens. Le même jour, Google annonçait s'être entendu avec News Corp. pour rémunérer ses titres afin qu'ils participent à son programme News Showcase en Australie et dans le monde entier. Google réglait ainsi son rapport avec le premier éditeur de presse australien avant que le code de conduite n'entre en application, accordant un paiement en contrepartie de la participation de News Corp. à son service dédié à l'information.

Il aura fallu attendre une semaine de plus pour que les contenus de presse reviennent sur Facebook après que le groupe a obtenu des amendements au projet de régulation australien, notamment l'allongement du délai de négociation avec les éditeurs et la possibilité de ne pas être concerné par le code de conduite si le groupe fait la preuve qu'il finance des médias. Concrètement, Facebook souhaitait choisir les médias qu'il va rémunérer en Australie pour alimenter ses services d'information. Il consacrera un milliard de dollars en trois ans pour soutenir l'« industrie de l'information » dans le monde. Dans la foulée, Facebook trouvait un premier accord avec Seven West, un groupe de télévision australien.

Le 25 février 2021, le Parlement australien adoptait la nouvelle version de la loi qui impose aux plateformes de payer pour référencer, faisant la preuve qu'il est possible de forcer Google et Facebook à négocier avec la presse, même si, en contrepartie, cette dernière doit dépendre de plus en plus des projets des plateformes, News Showcase pour Google et Facebook News pour le réseau social.

AJ

Sources :

- « En Australie, l'étau se resserre sur Google, sommé de payer les journaux », Grégory Plesse, *Les Echos*, 15 février 2021.
- « Presse : Murdoch fait la paix en échange d'un chèque de Google », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 18 février 2021.
- « En Australie, la suppression des contenus d'actualité par Facebook fait sensation », Grégory Plesse, *Les Echos*, 19 février 2021.
- « Facebook signe la paix avec l'Australie », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 24 février 2021.
- « La loi oblige les géants de la tech à payer les médias en Australie », Marina Alcaraz, *Les Echos*, 26 février 2021.

Avec Disney+, Verizon n'a plus besoin ni d'AOL ni de Yahoo !

Le rachat d'AOL et de Yahoo ! par Verizon avait pu symboliser le retour de la convergence. Leur revente à un fonds dédié aux médias désigne la fin de cette stratégie.

C'était le retour de la convergence après les grandes déconvenues du début des années 2000 et l'échec de la fusion AOL-Time Warner (voir *La rem* n°12, p.35) : en 2015, un opérateur de téléphonie mobile, Verizon, s'emparait d'un producteur de contenus sur internet, AOL, pour 4,4 milliards de dollars (voir *La rem* n°34-35, p.47) ; en 2017, le même Verizon s'emparait de Yahoo ! pour 4,5 milliards de dollars (voir *La rem* n°40, p.61). Ensemble, les deux ex-grandes gloires de l'internet au tournant des années 2000 devenaient Oath, puis Verizon Media. Pour l'opérateur de téléphonie mobile, les contenus en ligne allaient contribuer à renforcer encore plus la connaissance de ses abonnés, les fidéliser et, idéalement, permettre de diversifier ses recettes en développant la publicité personnalisée. En effet, en croisant les données liées à l'activité d'opérateur mobile (dont la géolocalisation) et celles liées à la consommation de contenus, un bon indicateur des centres d'intérêt des abonnés, Verizon Media pouvait espérer s'imposer comme une grande régie en ligne. Mais la technologie publicitaire d'AOL comme celle de Yahoo ! n'ont pas été en mesure de rivaliser avec les algorithmes de Google et Facebook qui continuent de siphonner le marché publicitaire en ligne. En 2018, un an donc après le rachat de Yahoo !, Verizon dépréciait déjà de 4,6 milliards de dollars la valeur de Oath.

Certes, Verizon Media résiste bien : au premier trimestre 2021, l'ensemble a réalisé un chiffre d'affaires de 1,9 milliard de dollars, en hausse de 10 %, et bénéficie du dynamisme des intissements des annonceurs sur internet en période de crise sanitaire. Mais Verizon n'en a plus besoin. Pour fidéliser ses abonnés 4G et surtout 5G, rien de tel que la SVOD. En 2018, Verizon s'est ainsi mis d'accord avec Disney+ qui, pour son lancement, a été offert pendant un an à ses abonnés. De quoi les fidéliser donc sans avoir à gérer des portails, des sites web, des régies publicitaires en ligne. En novembre 2020, Verizon commençait à céder de premiers actifs issus des rachats de Yahoo ! et d'AOL : le HuffPost était vendu à BuzzFeed avec qui Verizon passait un partenariat pour la distribution de ses contenus dans son offre de télévision connectée (voir *La rem* n°56, p.61).

Le 3 mai 2021, Verizon annonçait la cession de l'ensemble de Verizon Media au fonds Apollo Management pour seulement 5 milliards de dollars. Le nouveau propriétaire a l'avantage de maîtriser la production de contenus, Appollo contrôlant Cox Media Group aux États-Unis et ayant été un acteur central du mouvement de concentration au sein de la presse américaine. Il devrait donc en toute logique faire de Verizon Media, qui sera renommé Yahoo !, un ensemble centré sur les contenus, financé par la publicité et de plus en plus par le e-commerce, un moyen donc de diversifier les ressources quand le marché publicitaire en ligne profite d'abord aux nouveaux géants de l'internet.

AJ

Sources :

- « Verizon brade les anciennes gloires du web AOL et Yahoo ! pour 5 milliards de dollars », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 4 mai 2021.
- « Yahoo ! et AOL changent une nouvelle fois de mains », Véronique Le Billon, *Les Echos*, 4 mai 2021.

Neutralité du Net en Californie : les Gafa l'emportent sur les FAI

Voté en 2018 dans l'État dont dépend la Silicon Valley, le principe d'égalité d'accès aux contenus en ligne a été confirmé par une cour fédérale en février 2021.

Président des États-Unis, Donald Trump nomme dès 2017 à la tête de la FCC (Federal Communications Commission) Ajit Pai, un opposant convaincu au principe de neutralité du Net. Arguant qu'il s'agit d'une entrave au libéralisme économique, la FCC annule cette règle qui garantit à tous les fournisseurs de contenus, petits ou grands, les mêmes conditions d'accès au réseau.

Instauré en 2016 sous la présidence de Barack Obama, le principe de neutralité du Net interdit aux opérateurs de télécommunications d'imposer un trafic à la carte aux fournisseurs de contenus, en bridant le débit, en fonction du service ou en majorant les tarifs pour les services gros consommateurs de bande passante, comme les flux vidéo de YouTube ou de Netflix. Un tel système différencié fonctionne, notamment au Portugal, où des suppléments sont à payer pour des « packs » de services : 4,99 euros pour Facebook Twitter et LinkedIn ou encore 6,99 euros pour Netflix, YouTube et Twitch.

Pour les Gafa, existe également un risque de blocage de ceux de leurs services qui font concurrence à l'offre

des fournisseurs d'accès à internet (FAI) incluant la vidéo à la demande ou le téléphone. Une inquiétude fondée, selon une étude menée par les universités de Northeastern et du Massachusetts : à la suite du changement de cap de la FCC, les grands opérateurs mobile Verizon, AT&T, T-Mobile et Sprint auraient effectivement limité le débit pour les fournisseurs de contenus les plus gourmands, au nombre desquels figurent YouTube, Netflix, le service vidéo d'Amazon Prime et NBC Sports.

Opposés à la mise en œuvre d'un réseau à deux vitesses, les grands groupes internet n'ont pas attendu pour passer à l'offensive, avec l'appui politique de Jerry Brown, gouverneur de la Californie. En août 2018, dérogeant à la règle fédérale imposée par la FCC, celui-ci ratifie un projet de loi *ad hoc* – le SB822 – pour la Californie. Considérant cette initiative contraire à la Constitution, en vertu de laquelle le commerce entre États relève du gouvernement fédéral, le Département de la Justice a porté l'affaire devant la cour fédérale de Sacramento, capitale de la Californie.

Le 23 février 2021, les géants internet gagnent la bataille face aux FAI, avec la validation de la loi californienne par la cour fédérale qui a reconnu à l'État de Californie le droit de légiférer sur la neutralité du Net. Au-delà des géants du Net, c'est aussi une victoire pour les défenseurs de l'internet ouvert. C'est également une revanche pour le gouverneur démocrate qui s'est opposé à plusieurs reprises à l'administration Trump sur d'autres sujets, notamment l'écologie et l'immigration. Présidente par intérim de la FCC, nommée par le président Joe Biden, Jessica Rosenworcel a salué la décision de la cour fédérale de Sacramento : *« C'est une nouvelle importante pour la politique de l'internet ouvert. »*

En juin 2018, au moment de ratifier le « California Consumer Privacy Act » qui s'inspire possiblement du RGPD européen (voir *La rem* n°48, p.67 et n°56, p.53), le gouverneur Jerry Brown avait dû faire face, en l'occurrence, à l'action de lobbying conjointe des Gafa et des télécoms.

FL

Sources :

- « Les télécoms américains brident Netflix et YouTube », Elsa Bembaron, lefigaro.fr, 6 septembre 2018.
- « Le gouvernement Trump attaque la Californie en justice pour avoir rétabli la neutralité du Net », Elisa Braun, lefigaro.fr, 2 octobre 2018.
- « La neutralité du Net remporte une bataille en Californie », Tom Kerkour avec l'AFP, lefigaro.fr, 24 février 2021.
- « Victoire pour la neutralité du Net en Californie », S.T., *Les Echos*, 25 février 2021.

LES ACTEURS GLOBAUX

Les commissions sur l'App Store de moins en moins acceptées

Retrait de Fortnite de l'App Store, plainte de Spotify, conditions draconiennes pour les services de *cloud gaming,* limites au *tracking* publicitaire, conflit d'intérêts entre services maison et autres services : l'App Store et l'écosystème iPhone sont sous le feu des critiques.

Le succès de l'iPhone a révolutionné le modèle d'affaires d'Apple en le faisant dépendre très fortement des ventes de son terminal emblématique et haut de gamme (voir *La rem* n°33, p.56). Avec l'arrivée de Tim Cook à la tête du groupe, la diversification des revenus s'est imposée pour soutenir le cours en Bourse du groupe, désormais stratosphérique, à plus de 2 000 milliards de dollars. Cette diversification des revenus n'est pas passée par l'invention de nouveaux terminaux révolutionnaires, ce qui avait caractérisé la renaissance d'Apple quand Steve Jobs avait repris en main la destinée du groupe (voir *La rem* n°25, p.62). Elle passe aujourd'hui par la commercialisation de services auprès de la base installée de plus d'un milliard d'utilisateurs de terminaux Apple dans le monde, les services devenant le nouveau relais de croissance du groupe (voir *La rem* n°50-51, p.60). En 2019, l'App Store a ainsi généré 61 milliards de dollars de revenus. Apple édite également ses propres services afin de récupérer la totalité des revenus générés plutôt que la seule commission sur les ventes des éditeurs tiers. Avec cette stratégie, Apple s'impose progressivement en concurrent des offres des éditeurs qui, en alimentant l'App Store, ont, depuis ses débuts, donné à l'iPhone les services dont il a besoin.

Parmi ces derniers, les éditeurs d'applications payantes sont les premiers concernés. Leurs applications,

suffisamment utiles pour générer des abonnements sur l'App Store, sont assujetties à une taxe de 30 % depuis 2011. En effet, au lancement de l'App Store en 2008, Apple comptait d'abord développer le paiement à l'acte, s'inspirant du précédent d'iTunes qui avait montré qu'une monétisation de la musique en ligne était possible. Mais, sous la pression notamment des éditeurs de presse, le groupe a autorisé la commercialisation d'offres sur abonnement en 2011, la commission de 30 % sur tous les paiements devenant ainsi récurrente. Cette stratégie est redoutablement efficace : elle transforme un apport de clientèle à l'occasion de la première contractualisation en revenus réguliers. Par ailleurs, les frais de développement de l'application sont à la charge de l'éditeur. La commission de 30 % sur l'App Store s'apparente donc à une marge quasiment pure. Elle est extrêmement rentable. C'est ce que dénoncent les actuels détracteurs de la politique du groupe. Alors qu'Apple justifie sa commission par le travail de vérification des applications disponibles sur l'App Store, mobilisant cinq cents salariés chargés d'évaluer 10 000 applications chaque semaine, Tim Sweeney, le cofondateur d'Epic Games cité par Le Figaro, fait remarquer qu'*« Apple passe 12 minutes par application et prend ses 30 % »*. D'ailleurs, en 2016, Apple a ramené à 15 % après un an la commission qu'il prélève sur les abonnements facturés depuis l'App Store afin de répondre aux critiques. C'était aussi un moyen de dissuader les stratégies de contournement des applications sur abonnement qui sont les plus rémunératrices pour lui.

Pour interdire ces pratiques de contournement, Apple impose par ailleurs des conditions draconiennes au sein de son écosystème : aucun autre magasin d'applications n'est autorisé et aucune application ne peut proposer de système de paiement intégré (in App) qui éviterait ainsi de passer par Apple. C'est sur ce point qu'Apple est entré en conflit avec l'éditeur Epic Games durant l'été 2020. Ce dernier a proposé une version de Fortnite sur le Play Store qui utilisait un autre moyen de paiement que celui d'Apple pour les microtransactions proposées au sein du jeu. Fortnite proposait par ailleurs un rabais de 20 % aux utilisateurs de V-bucks, la monnaie virtuelle de Fortnite. Le 13 août 2020, l'application Fortnite était bannie de l'App Store et Epic Games portait aussitôt plainte contre Apple. Google a également fait le choix du retrait sur le Play Store mais n'est pas concerné par la plainte d'Epic Games, les utilisateurs d'Android n'étant pas ceux qui dépensent le plus sur les applications.

L'opposition entre Apple et Epic Games est virulente puisque Epic Games a dû demander, dès le 17 août 2020, la protection de la justice californienne face à la possible interdiction d'utiliser le kit de développement d'applications pour l'App Store. Cette interdiction visait Fortnite ainsi que le moteur de jeu d'Epic Games, Unreal Engine, utilisé par de très nombreux développeurs. Le 24 août 2020, la justice américaine confirmait le droit d'Apple d'exclure Fortnite de l'App Store, Epic Games n'ayant pas respecté les conditions contractuelles du magasin d'applications. En revanche, l'accès d'Unreal Engine aux mises à jour des OS d'Apple comme des kits de développement doit être garanti, Unreal Engine étant un outil utilisé par les développeurs qui ne doivent pas être privés de l'accès à l'App Store. Les utilisateurs d'iPhone à travers le monde n'auront donc pas accès à la nouvelle version de Fortnite. Ils devront se contenter de l'application déjà installée où l'univers de *battle royale* qui fait le succès du jeu ne permettra pas de découvrir les nouveaux environnements imaginés par Epic Games. Ce dernier accuse d'ailleurs Apple de dégrader la notoriété de son jeu en privant les utilisateurs de ses terminaux d'une expérience de jeu améliorée. Il est vrai que Fortnite commence à perdre de son dynamisme commercial : alors que le jeu a généré 3 milliards de dollars de revenus en 2018, ce chiffre est tombé à 1,9 milliard en 2019 selon SuperData. La justice américaine devra trancher sur le fond même si, à l'évidence, un encadrement beaucoup plus contraignant des pratiques commerciales des Big Tech est à l'ordre du jour (voir *La rem* n°56, p.65). Sur le long terme, Epic Games a donc des chances de l'emporter face à Apple. À plus court terme, le procès américain a ouvert le 3 mai 2021, Apple et Epic Games campant sur leurs positions. Epic Games a par ailleurs porté plainte début 2021 auprès de la Commission européenne.

Apple est bien conscient de la menace juridique et a commencé à revoir son dispositif de commissions. Le 18 novembre 2020, le groupe a annoncé que

la commission sur l'App Store passe à 15 % pour les développeurs qui génèrent un chiffre d'affaires après commission de moins d'un million de dollars chaque année. L'objectif est d'aider les PME dans un contexte de crise économique et sanitaire, mais aussi de faire preuve de bonne volonté. En effet, Apple a été mis en difficulté par Facebook qui attaque l'image que le groupe se donne et dont il dépend pour vendre très cher ses terminaux. Alors que des dérogations ont été autorisées pour Amazon Prime Video et Netflix, et en France pour Canal+, qui peuvent facturer certains services dans l'App Store sans payer de commission, Apple avait refusé la réduction de sa commission sur l'App Store pour l'outil d'organisation en ligne d'évènements payants que Facebook met à la disposition des PME pour remplacer, sur internet, les séances de gym, de yoga ou autres cours de cuisine interdits en « présentiel ». Apple a finalement cédé et, fin août 2020, a abaissé sa commission, jusqu'au 1er janvier 2021, pour les utilisateurs de l'outil de Facebook. Le provisoire est donc devenu définitif, trois mois plus tard, si les PME concernées réalisent moins d'un million de revenus sur l'App Store. La décision d'Apple a conduit Google à mettre en place à son tour une commission réduite à 15 % sur le Play Store à partir du 1er juillet 2021. Cette commission réduite s'applique sur le premier million de dollars de chiffre d'affaires et concerne toutes les applications, y compris le 1 % d'applications sur le Play Store qui génèrent plus d'un million de dollars de chiffre d'affaires chaque année.

Cependant, sur l'App Store, les éditeurs d'applications ne sont pas tous sur un même pied d'égalité. Quand ils dépendent fortement du magasin d'applications d'Apple, aucune concession n'est possible et il faut que Facebook conteste la politique d'Apple dans l'espace public pour que celui-ci fasse évoluer ses pratiques. En revanche, quand Netflix met fin à la commercialisation de son service sur l'App Store en 2019 afin de ne plus payer la commission prélevée par Apple (voir *La rem* n°49, p.80), il peut vendre sur l'App Store ses « contenus premium » l'année suivante sans payer de commission. Apple accepte de faire des « exceptions », ce que Tim Cook a dû reconnaître lors d'une audition devant le Congrès américain. Mais elles ne sont possibles que pour les services dont la disparition de l'App Store leur serait préjudiciable. C'est là finalement le principal point faible d'Apple : en cas de retrait coordonné des applications stars de l'App Store, Apple serait beaucoup plus pénalisé que les éditeurs de ces mêmes applications. À l'initiative de Tim Sweeney, le cofondateur d'Epic Games, ces derniers ont rejoint la Coalition for App Fairness, lancée le 24 septembre 2020, afin de dénoncer les pratiques des magasins d'applications et de les attaquer en justice. Pour son lancement, la Coalition for App Fairness regroupait Epic Games, Spotify, Deezer ou encore Match Group (Tinder), d'autres éditeurs l'ayant rejointe ensuite dont le Geste, en France, qui fédère les éditeurs de services en ligne.

La commission prélevée sur l'App Store n'est pas la seule raison des tensions entre Apple et les éditeurs d'applications même si elle est symptomatique du pouvoir qu'Apple a acquis en s'imposant comme intermédiaire essentiel entre les éditeurs et leurs clients au sein de son écosystème. Quand ils sont concernés par l'existence d'applications éditées par Apple et concurrentes de leur propre service, les éditeurs dénoncent une distorsion de concurrence en lien justement avec l'obligation de payer la commission de 30 %. C'est l'argumentaire de Spotify quand il porte plainte auprès de la Commission européenne, en mars 2019, pour abus de position dominante sur le marché de la musique en ligne, la commission sur l'App Store imposant de surfacturer Spotify qui se retrouve ainsi pénalisé face à Apple Music (voir *La rem* n°50-51, p.22). Depuis, la Commission européenne a ouvert une enquête formelle (voir *La rem* n°54bis-55, p.28) qui l'a conduite, le 30 avril 2021, à accuser Apple d'abus de position dominante dans un avis préliminaire. Pour la Commission, l'obligation de recourir au service de paiement d'Apple qui implique la commission de 30 % entraîne une hausse des prix des applications tierces pour les consommateurs, ce qui fausse la concurrence, un constat renforcé par les restrictions par ailleurs imposées aux développeurs, l'App Store *« les empêchant d'informer les utilisateurs des iPhone et iPad d'alternatives potentiellement moins chères »*. La Commission devra aussi probablement se pencher sur la nouvelle offre groupée de services Apple One, lancée le 30 octobre 2020. Celle-ci fédère dans un abonnement unique le service de vidéo d'Apple (Apple TV+), de musique (Apple Music) et de jeux vidéo (Arcade) et offre un

espace de stockage sur iCloud. Pour ses détracteurs, cette offre groupée donne un avantage aux services d'Apple par rapport aux services spécialisés comme Spotify parce qu'elle fait baisser le coût théorique de l'abonnement au service de streaming musical d'Apple, le seul à ce jour véritablement compétitif, dès lors qu'il est intégré dans une offre élargie.

L'enquête de la Commission européenne pourrait par ailleurs aller bien au-delà du constat de concurrence entre les applications Apple et celles d'éditeurs tiers au sein de l'App Store. En effet, Apple semble chercher à entraver également le développement de plateformes tierces, donc de futurs concurrents pour l'App Store lui-même. Cette entrave potentielle à l'émergence de nouvelles plateformes – ces intermédiaires essentiels entre l'offre et la demande – peut être identifiée dans le domaine du jeu vidéo. Dans son conflit avec Epic Games, Apple a ainsi menacé Unreal Engine et pas uniquement Fortnite, le véritable contrevenant aux règles de l'App Store. C'est qu'Unreal Engine est le cheval de Troie d'Epic Games pour essaimer dans l'univers du jeu vidéo et proposer un environnement essentiel au plus grand nombre possible de développeurs moyennant une commission de 5% sur leurs ventes, ramenée à zéro s'ils commercialisent leurs jeux sur l'Epic Games Store, une alternative à l'App Store (voir *La rem* n°52, p.61). Même Fortnite peut être considéré comme un embryon de plateforme, le jeu devenant progressivement un univers immersif qui multiplie les expériences sociales (des concerts en ligne par exemple).

La menace que le jeu vidéo pourrait faire peser sur les magasins d'applications en offrant des espaces nouveaux d'intermédiation peut expliquer le refus d'Apple d'autoriser les services de *cloud gaming* de Microsoft (xCloud) et de Google (Stadia) sur l'App Store. En effet, ces services en ligne offre une expérience de jeu très particulière, comme Steam l'a prouvé en diffusant d'abord des parties en ligne et en direct, puis en les transformant en mini-réseaux sociaux. Dans un premier temps, Apple a motivé son refus en indiquant que ces services permettent d'accéder à des jeux dont la sécurité n'a pas été préalablement testée par les équipes de l'App Store. Face aux critiques, Apple a édicté, le 11 septembre 2020, de nouvelles règles pour les services de *cloud gaming*. Ils sont désormais autorisés sur l'App Store à condition que tous les jeux qui y sont proposés fassent l'objet d'une création de « page » dédiée sur l'App Store et soient soumis à l'approbation d'Apple et frappés de la commission de 30%. Évidemment, ces services seront pénalisés parce que l'expérience qu'ils proposent sera dégradée pour leurs utilisateurs, obligés de télécharger depuis l'App Store des jeux qu'ils ont déjà découverts depuis leur console ou leur PC. En revanche, les utilisateurs d'Arcade, le service de jeux vidéo d'Apple, ne souffriront pas de ces inconvénients. Les éditeurs de jeux tentent de leur côté de contourner les barrières de l'App Store. Epic Games s'est ainsi allié à Nvidia qui développe un service de *cloud gaming* accessible depuis un navigateur, dont le navigateur Safari d'Apple préinstallé sur les iPhone, afin d'éviter de passer par les fourches caudines des magasins d'applications.

Ce rapport de force imposé par Apple est aussi dénoncé par les éditeurs de presse qui insistent, de leur côté, sur la rétention des données de leurs lecteurs depuis leurs applications sur iPhone, en plus de la dénonciation de la commission de 30% sur les abonnements de presse. Les éditeurs français se sont ainsi rangés derrière l'initiative du Geste (Groupement des éditeurs de services en ligne) qui a rejoint la Coalition for App Fairness, et les éditeurs américains ont également suivi à travers une association plus large incluant les médias au sein de l'organisation Digital Content Next (DCN).

Les éditeurs, rejoints ici par les acteurs du marché publicitaire en ligne, s'inquiètent également des choix d'Apple en matière de protection des données personnelles pour la partie de l'offre d'applications financée par la publicité. Apple a en effet misé sur un meilleur contrôle de l'utilisation des données personnelles de ses utilisateurs et restreint progressivement les possibilités qu'il offre aux éditeurs d'applications. Depuis le 8 décembre 2020, il impose par exemple aux applications de publier la liste des données personnelles qu'elles récoltent à des fins publicitaires. Enfin, avec la nouvelle version de son système d'exploitation mobile, l'iOS 14, Apple propose à ses utilisateurs, depuis le 26 avril 2021, de décider s'ils acceptent d'être « trackés » par leurs applications, un dispositif appelé « App Tracking Transparency ». Si les utilisateurs

refusent, Apple cesse de donner accès à l'identifiant publicitaire unique (IDFA, Identifier for Advertisers) de chacun de ses utilisateurs, même si un identifiant alternatif reste disponible qui ne permettra plus de personnaliser aussi bien les publicités en ligne. Comme la grande majorité des utilisateurs va refuser, les éditeurs s'attendent à une perte importante de ressources publicitaires. Ils suspectent par ailleurs Apple de se cacher derrière la défense des données personnelles de ses utilisateurs pour pousser les éditeurs à proposer des offres payantes en dégradant leurs revenus publicitaires, offres sur lesquelles la commission de 30 % pourra s'appliquer.

En France, les principales associations professionnelles de la publicité en ligne, l'IAB (Internet Advertising Bureau), le SRI (Syndicat des régies Internet), la MMA (Mobile Marketing Association) et l'Udecam (Union des entreprises de conseil et d'achat média) ont ainsi déposé une plainte, le 22 octobre 2020, auprès de l'Autorité de la concurrence. Le 17 mars 2021, cette dernière a considéré que la fenêtre de choix proposée par Apple lors de l'installation d'une application ne constitue pas une pratique abusive et contribue même à la bonne information des consommateurs sur l'exploitation de leurs données personnelles. L'Autorité poursuit toutefois son enquête sur le fond pour savoir si Apple n'applique pas aux éditeurs tiers des règles dont il se dispense pour ses propres applications. C'est sur ce point que France Digital, un réseau de 1 800 start-up, a saisi la Cnil contre Apple.

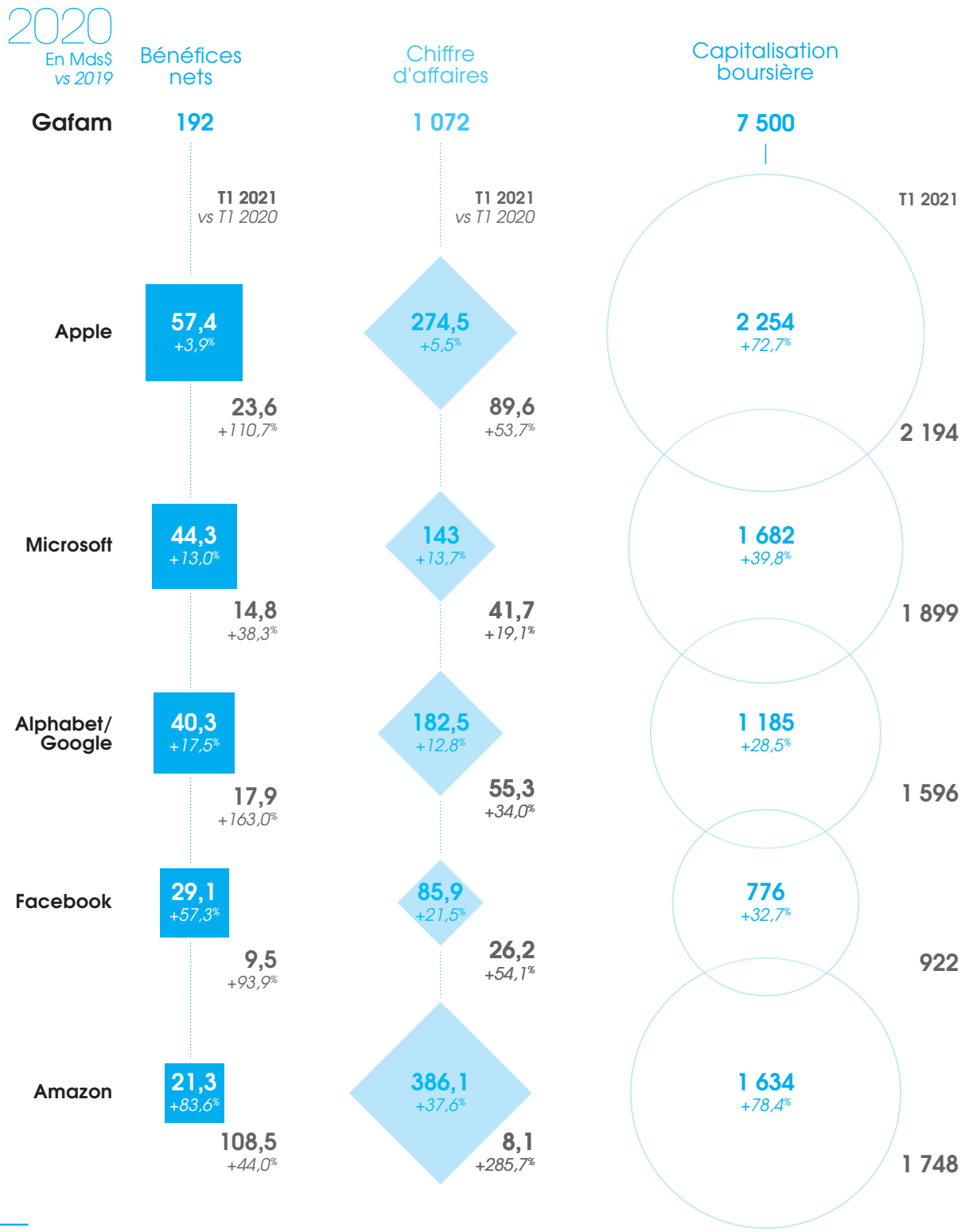
Aux États-Unis, c'est Facebook qui mène la fronde avec une campagne de communication massive qui souligne combien la moindre personnalisation des messages publicitaires dans les applications pénalisera les ventes des petits commerçants. Il est vrai que Facebook vit principalement des recettes publicitaires apportées par ces PME : son indignation est donc au moins aussi intéressée que la mise en place du consentement au *tracking* publicitaire par Apple.

AJ

Sources :

- « Apple peut-être prêt à d'importantes concessions aux éditeurs d'applications », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 3 avril 2020.
- « Jeux vidéo : Fortnite part en guerre contre la "taxe Apple" », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 17 août 2020.
- « Fortnite veut faire plier Apple », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 18 août 2020.
- « Apple contre-attaque face à Epic Games », Fl. D., *Les Echos*, 19 août 2020.
- « La presse américaine conteste à son tour les conditions de l'Apple Store », Nicolas Madelaine, *Les Echos*, 24 août 2020.
- « App Store : Apple remporte une manche face à Epic Games », Florian Dèbes, *Les Echos*, 26 août 2020.
- « Le phénomène Fortnite entravé par Apple », Samuel Kahn, *Le Figaro*, 28 août 2020.
- « Apple impose ses règles aux plateformes », C.W., *Le Figaro*, 14 septembre 2020.
- « Fortnite, Tinder et Spotify se liguent contre Apple et son magasin en ligne », Nicolas Richaud, *Les Echos*, 25 septembre 2020.
- « La grogne monte contre Apple », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 30 septembre 2020.
- « Pub mobile : des associations françaises attaquent Apple », Alexandre Debouté, *Le Figaro*, 29 octobre 2020.
- « L'Autorité de la concurrence saisie sur le dossier du ciblage publicitaire », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 29 octobre 2020.
- « Apple baisse sa commission pour les petits développeurs d'applications », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 19 novembre 2020.
- « Nvidia enfonce un coin dans la stratégie d'Apple contre le "cloud gaming" », Florian Dèbes, *Les Echos*, 23 novembre 2020.
- « Publicité ciblée : Facebook part en guerre contre Apple », Elsa Bembaron, Chloé Woitier, *Le Figaro*, 18 décembre 2020.
- « Traçage de données : révolution en vue sur les iPhone », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 7 janvier 2021.
- « Ciblage publicitaire : Apple remporte une bataille, mais pas la guerre », Raphaël Balenieri, Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 18 mars 2021.
- « Apple et le créateur de Fortnite s'arment pour un procès retentissant », Fl. D., *Les Echos*, 15 avril 2021.
- « Apple donne un tour de vis à la publicité ciblée », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 27 avril 2021.
- « Apple accusé par l'UE d'abus de position dominante dans la musique en ligne », Derek Perrotte, *Les Echos*, 3 mai 2021.
- « Epic Games et Apple se livrent une bataille royale devant les tribunaux », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 3 mai 2021.

Accélération de la transformation numérique : les Gafam tirent profit de la crise



Sources : d'après Global 500, fortune.com et sociétés

FL Infographie *La rem*

À RETENIR

Non-Fungible Token, jetons non fongibles : quand le monde de l'art rencontre celui des blockchains.

Imaginés en 2012, les jetons non fongibles – *Non-Fungible Token* (NFT) – émis sur une blockchain publique suscitent un intérêt grandissant en 2021 de la part des artistes, de leur public, ainsi que des professionnels du secteur. La désintermédiation permise par les blockchains entre les artistes et leur public crée de nombreux vides juridiques mais pourrait ainsi définir les prémices d'un droit d'auteur international renouant avec son objectif originel, protéger le créateur et lui garantir le fruit de son travail.

Avant le 11 mars 2021, Michael Joseph Winkelmann, alias Beeple, n'avait jamais vendu une œuvre aux enchères. Il a dorénavant rejoint David Hockney et Jeff Koons pour figurer parmi les trois artistes ayant battu, de leur vivant, un record de prix de vente. La mosaïque multimédia de Beeple, intitulée *Everydays : the First 5 000 Days* a ainsi trouvé preneur pour 69,3 millions de dollars lors d'une vente organisée par Christie's. Ce patchwork numérique est composé de 5 000 images et animations représentant chacune une journée de la vie du dorénavant « crypto-artiste », entre 1er mai 2007 et le 7 janvier 2021. Cette vente inédite illustre l'engouement récent du monde de l'art pour les jetons non fongibles émis sur une blockchain publique.

NFT

Jeton fongible et non fongible

Pour la première fois avec l'invention du protocole Bitcoin et du jeton bitcoin en 2009, la propriété d'un actif numérique peut être transférée, sans être dupliquée, ni passer par un registre centralisé (voir *La rem* n°44, p.97). Si les jetons bitcoins et la majorité des 10 000 autres types de jetons émis grâce à une blockchain publique sont fongibles, c'est-à-dire que n'importe lequel de ces jetons peut être échangé contre un autre ; les jetons non fongibles désignent quant à eux un actif numérique unique. Ils sont émis sur une blockchain publique comme Ethereum, Tezos ou encore Cosmos, à l'aide d'un *smart contract* (voir *La rem* n°44, p.97), et reposent par conséquent sur les qualités intrinsèques des blockchains. Cependant, outre son caractère infalsifiable, traçable, interopérable et échangeable, un jeton non fongible est unique et indivisible. Cette unicité permet de certifier l'authenticité et la propriété d'objets originaux, parmi lesquels des œuvres d'art, des objets de collection, physiques ou numériques, ou encore des noms de domaines, des créances et même des biens immobiliers.

Histoire des NFT

L'idée d'un jeton non fongible a été concrétisée en 2012 sur la blockchain Bitcoin, avec les Colored Coins proposés par Yoni Assia dans un premier article intitulé *« bitcoin 2.X (aka Colored Bitcoin) – initial specs »*, suivi la même année par Meni Rosenfeld, auteur de *« Overview of Colored Coins »*. Chaque bitcoin est divisible jusqu'à la huitième décimale qui s'appelle alors un Satoshi, en hommage à la personne ou au groupe de personnes ayant rendu public le code source du protocole en 2008. Plus petite division du bitcoin, le Satoshi devient un *Colored Coin* lorsque lui sont attachées des données d'identification, lesquelles caractérisent l'unicité de l'actif numérique, lui faisant, par là-même, perdre son caractère fongible.

Les artistes Kevin McCoy et Anil Dash ont été parmi les premiers à avoir associé une œuvre numérique à un jeton non fongible, en l'occurrence une animation en forme d'octogone appelée Quantum. Le jeton a été frappé dans la blockchain publique Namecoin, clone de bitcoin proposant un système de nom de domaine décentralisé, à l'occasion de la conférence *« Seven on Seven »* au New Museum of Contemporary Art de New York en mai 2014. Le 28 mai 2021, l'artiste a recréé le NFT de son œuvre Quantum sur la blockchain Ethereum qui, mis aux enchères par Sotheby's, s'est vendu pour 220 000 dollars le 10 juin 2021.

Depuis 2014, Counterparty, une plateforme financière de pair-à-pair construite sur la blockchain Bitcoin, permet à ses utilisateurs d'inscrire des données dans des transactions selon des règles spécifiques afin de créer des jetons non fongibles, servant notamment au commerce des mèmes, propres à la culture populaire sur internet (voir *La rem* n°18-19, p.54). Ainsi, le personnage de fiction « Rare Pepe » – une grenouille verte créée par Matt Furie dans le comics *Boy's Club* en 2005 – devenu un mème en 2008, s'est vendu en NFT en 2016 sur Counterparty. Les images et animations à collectionner, sous la forme d'un jeton unique sécurisé dans une blockchain, ont suscité l'enthousiasme d'une communauté internet qui pouvait alors échanger et vendre, pour la première fois, des « œuvres numériques » uniques.

Misant sur la popularité naissante de ces œuvres numériques à collectionner, John Watkinson et Matt Hall dessinèrent en 2017 dix mille personnages uniques, appelés Cryptopunks, inscrits dans la blockchain Ethereum, qui ont rapidement trouvé preneur. Ils s'échangent d'ailleurs toujours en ligne, comme l'illustre l'achat par un investisseur anonyme, en février 2021, du « CryptoPunk #7804 » pour la somme de 7,5 millions de dollars. En novembre 2017, Dapper Labs, start-up canadienne, lance le *smart contrat* « CryptoKitties », *« un jeu centré sur des créatures à élever, à collectionner et tellement adorables* [appelées] *CryptoKitties ! Chaque chat est unique et vous appartient à 100 % ; il ne peut être ni reproduit, ni emporté, ni détruit »*. Repris par les médias grand public, les CryptoKitties ont bénéficié d'une telle attractivité que leurs échanges ralentirent les transactions sur la blockchain Ethereum.

Les CryptoKitties et les Cryptopunks ont inspiré la création d'une nouvelle norme de jeton non fongible sur la blockchain Ethereum. Élaborée le 24 janvier 2018, la norme ERC-721, pour *« Ethereum Request for Comments »*, complétée par la norme ERC-1155 du 17 juin 2018 posent ensemble le cadre des NFT dans leur forme actuelle. Les NFT ont été imaginés par les auteurs de la norme Ethereum afin de représenter la propriété d'actifs numériques ou physiques, notamment *« des maisons, des œuvres d'art uniques, mais aussi des photos uniques de chatons ou des cartes de collection et enfin des actifs à valeur négative comme un prêt, une charge ou d'autres responsabilités »*.

Début 2020, Dapper Labs, à l'origine des CryptoKitties, publie la version *bêta* de NBA TopShot, un projet visant à vendre, sous la forme de NFT, de courtes vidéos des moments forts des matchs de basket organisés par la National Basketball Association (NBA). Le projet a été construit sur la blockchain publique Flow dédiée aux NFT, également développée par Dapper Labs afin d'éviter les encombrements de trafic sur la blockchain Ethereum. Selon Roham Gharegozlou, président de Dapper Labs, les cartes à collectionner de la NBA auraient généré environ 700 millions de dollars de ventes brutes entre avril 2020 et mai 2021.

Au début de l'année 2021, les NFT suscitent une frénésie médiatique, un emballement des artistes et du grand public, notamment lorsque la société internationale de vente aux enchères Christie's procède à la vente de l'œuvre de Beeple en mars 2021.

Fonctionnement technique et écosystème

Pour exister, à l'instar d'une monnaie nationale frappée par un État, un NFT est d'abord « frappé » dans une blockchain publique, en anglais *minted*, puis par la suite éventuellement « brûlé », en anglais *burnt*, c'est-à-dire supprimé. *Minting an NFT*, « frapper un NFT », consiste, à partir d'un portefeuille, *wallet* et d'un contrat intelligent, *smart contract*, à enregistrer le jeton et ses données d'identification dans une blockchain publique afin qu'il devienne immuable, échangeable mais aussi consultable et vérifiable par quiconque. Plusieurs blockchains publiques comme Binance Smart Chain, EOS, Flow, Polkadot, Tezos, Tron ou encore WAX sont utilisées pour y inscrire un NFT, la plus populaire étant la blockchain Ethereum. Sur celle-ci, un NFT a fait l'objet d'un contrat intelligent qui applique les spécifications ERC-721 ou ERC-1151. Chaque NFT est assorti d'un identifiant dans le contrat intelligent. L'association « adresse du contrat » et « identifiant » devient alors un identifiant unique au monde et un actif unique inscrit et consultable sur la blockchain Ethereum.

La norme prévoit également une fonction de transfert entre portefeuilles, afin de permettre les transactions de NFT tout en faisant apparaître l'ensemble des propriétaires au fur et à mesure des échanges. En outre, des métadonnées associées au NFT fournissent des informations descriptives. Pour les CryptoKittties, les métadonnées sont le nom du chat, sa photo, une description et ses caractéristiques complémentaires, appelées « cattributs ». Quand le NFT correspond à un billet de concert, les métadonnées désignent la date de l'évènement et le type de billet, en plus du nom du concert, de ses coordonnés et de son programme.

Lorsqu'un collectionneur achète le NFT de l'œuvre numérique d'un artiste, il acquiert le jeton unique correspondant à celle-ci. Le nouveau propriétaire est alors enregistré de manière inviolable dans l'historique des échanges du jeton. L'acquisition d'un NFT n'empêche pas l'œuvre numérique, l'image, l'animation, la carte à collectionner ou la vidéo d'être vue et partagée par d'autre. Seul est inscrit dans le NFT celui qui pourra se targuer d'en être le « propriétaire », ou tout du moins le dernier acheteur.

Art numérique ou physique, musique, billettique, jeux en ligne, nom de domaine : la diversité des activités pour lesquelles peuvent être déployés des NFT ouvre des perspectives dès lors que le projet de faire correspondre un bien numérique ou physique à un jeton unique présente un intérêt. Au-delà des arts visuels, les NFT attirent les musiciens et l'industrie musicale en général. Les artistes Kings of Leon, Steve Aoki, Aphex Twin, The Weeknd, ou encore le DJ Clarian proposent leurs chansons, leurs clips, des objets de collection ou encore des billets de spectacle sous la forme de NFT. En février 2021, l'artiste canadienne Grimes, compagne d'Elon Musk, a vendu, pour la somme de 5,5 millions de dollars, dix œuvres numériques dont sept sont des images fixes et trois sont des animations accompagnées de pistes musicales inédites et exclusives.

Selon le rapport *« Putting the Band back together – Remastering the World of Music »* paru en août 2018 de CITI, la plus grande organisation de services financiers au monde, basée à New York, sur 43 milliards de dollars engendrés par l'industrie musicale aux États-Unis en 2017, 12 % seulement reviennent aux artistes. Partant de ce constat, Audius a créé en 2019 une plateforme de streaming musical adossée à une blockchain, permettant aux artistes de publier leur musique. La mise en œuvre d'un jeton, appelé $AUDIO, émis à partir de la blockchain Ethereum, sert à suivre les droits d'auteur, à assurer la répartition des revenus, y compris lorsque plusieurs artistes mélangent des morceaux, et à reverser jusqu'à 90 % des revenus aux créateurs. Depuis avril 2021, les musiciens ont ainsi la possibilité de vendre leurs propres NFT aux quelque 5 millions d'utilisateurs de la plateforme Audius.

Vides juridiques

Qu'ils soient fongibles ou non fongibles, les jetons inscrits dans une blockchain ne coïncident pas avec le

cadre juridique de leurs usages, autrement et habituellement régulés par les tenants d'un monde organisé selon des modes de gouvernance centralisés. Dans le domaine de l'art numérique, les NFT soulèvent d'innombrables questions juridiques touchant aux droits moraux, comme la paternité et l'intégrité, et aux droits patrimoniaux, qui confèrent un monopole d'exploitation économique. Du point de vue du droit, pour le créateur/vendeur comme pour l'acheteur, les interrogations liées aux NFT sont aussi vastes que la jurisprudence est inexistante.

Généralement, l'auteur d'une œuvre de l'esprit est protégé par le droit d'auteur en vigueur dans son pays. Il n'existe en effet aucune législation internationale uniforme, ne serait-ce qu'entre les pays de droit anglo-saxon (*common law*), s'appuyant sur le copyright, et ceux faisant référence au droit d'auteur. Lorsque l'auteur d'une œuvre de l'esprit crée un NFT, les droits de propriété intellectuelle attachés à l'œuvre seront-ils transférés à l'acheteur du NFT ? La réponse tient en grande partie à l'établissement du contrat intelligent qui précisera si ces droits sont effectivement transférés à l'acheteur. En effet, un contrat intelligent est entièrement modulable : il pourra prévoir, en plus de la cession ou non des droits de propriété intellectuelle, les droits d'utilisation et d'exploitation liés à la revente du NFT, et même une clause de royalties qui enclenchera le paiement d'un pourcentage ou d'un montant fixé à l'avance à chaque revente du NFT, un « droit de suite » assurant au créateur un revenu lié à la circulation de son œuvre sur le marché secondaire. Les plateformes spécialisées dans la création et la commercialisation de NFT, OpenSea, Foundation, Zora, Rarible, Nifty Gateway ou encore Bondly imposent, en tant qu'intermédiaires, leurs conditions juridiques aux artistes.

Quant à l'acheteur d'un NFT, outre le droit d'accéder à l'œuvre comme quiconque, si celle-ci est accessible en ligne, il obtient le droit d'effectuer les opérations telles que définies par le contrat intelligent, notamment la revente de l'œuvre. Il est rare que l'acheteur d'un NFT se voit céder l'intégralité des droits moraux et patrimoniaux associés à une œuvre. L'intermédiaire ou la plateforme d'achat et de revente de NFT ont généralement prévu un certain nombre de limitations, assimilant davantage cet « acte de vente » à un contrat de licence. Ainsi, les acheteurs des NFT CryptoKitties acquièrent une licence limitée dont l'usage commercial ne pourra pas générer un gain supérieur à 100 000 dollars de revenus bruts par an, et dont l'ensemble des droits de propriété intellectuelle sont conservés par le créateur de l'œuvre, l'entreprise Dapper Labs.

D'autre part, les créations numériques ne sont pas toutes des œuvres originales, elles s'appuient parfois sur des œuvres protégées par le droit d'auteur, sans que celui-ci ait consenti à leur réutilisation. L'acheteur d'un NFT devra vérifier au préalable si le jeton qu'il acquiert ne correspond pas à une création qui violerait le droit d'auteur d'un créateur antérieur. La plupart des plateformes d'achat/revente de NFT s'exonèrent de leur responsabilité quant aux éventuelles poursuites d'un ayant droit découvrant que son travail est lié à un NFT. DC Comics, l'une des principales maisons d'édition américaines de comics, propriété du conglomérat Warner Media, a ainsi averti ses pigistes, par un communiqué publié dans plusieurs médias, qu'il ne fallait pas vendre de NFT d'œuvres réalisées à partir de ses personnages. D'autres questions se poseront également lorsque les NFT sont créés à partir d'œuvres appartenant au domaine public. Toute une jurisprudence reste donc à construire tandis que la spéculation bat son plein, sans qu'il soit possible d'exclure ou d'anticiper l'éclatement d'une bulle ou la consolidation d'une tendance.

Les ventes record des NFT depuis le début de l'année 2021 sont probablement à interpréter comme la lente adaptation, depuis 2012, des blockchains publiques à d'autres domaines que la finance, en l'occurrence le monde de l'art numérique. De même que Bitcoin ou Ethereum suscitent d'importants débats quant à leur consommation énergétique, due à la sécurisation des transactions sur leurs réseaux respectifs, les NFT n'échappent pas à ces interrogations. Rappelons qu'il existe plusieurs manières de sécuriser les transactions sur un réseau blockchain, selon que le mécanisme de consensus requiert la preuve de travail (*proof of work*), un mécanisme basé sur la consommation énergétique, ou bien la preuve d'enjeu, un mécanisme basé sur la détention de jetons (voir *La rem* n°44, p.97), à l'instar de la blockchain Tezos à partir de laquelle peuvent être créés des NFT.

Au-delà de ces questions, dont les conséquences ne sont pas à minimiser, les NFT annoncent-ils les prémices d'un droit d'auteur international, protecteur du créateur et lui garantissant le fruit de son travail ? Les NFT conduiront-ils ainsi à l'émergence d'un nouvel équilibre entre des intermédiaires traditionnels devenus trop gourmands, l'arrivée de nouveaux proposant une meilleure rémunération de l'artiste et la culture d'un domaine public universel qui favorise la circulation des œuvres de l'esprit et leur réappropriation ?

J-A F S

Sources :

- « Bitcoin 2.X (aka Colored Bitcoin) – initial specs », Yoni Assia, yoniassia.com, March 27, 2012.
- « Overview of Colored Coins », Meni Rosenfeld, semanticscholar.org, December 4, 2012.
- « EIP-721 : ERC-721 Non-Fungible Token Standard, *Ethereum Improvement Proposals*, no. 721 », William Entriken, Dieter Shirley, Jacob Evans, Nastassia Sachs, https://eips.ethereum.org/EIPS/eip-721, January 2018.
- « Putting the Band back together – Remastering the World of Music », Jason B Bazinet, Citi Global Perspectives & Solutions (Citi GPS), ir.citi.com, August 2018.
- « The bitcoin elite are spending millions on collectable memes », Gian M. Volpicelli, wired.co.uk, February 2, 2021.
- « NBA Top Shot leads NFT explosion with $230M in sales », Sam Bourgi, cointelegraph.com, February 28, 2021.
- « A brief history of NFTs », Luke Dormehl, digitaltrends.com, March 10, 2021.
- « Le NFT : ruée vers le nouvel or numérique », Hugo Roux, liberation.fr, 12 mars 2021.
- « Les NFTs sont en train d'envahir le monde de la musique », Antoine Barsacq, tsugi.fr, 17 mars 2021.
- « NFTs : Legal Risks from "Minting" Art and Collectibles on Blockchain », Quinn Emanuel Urquhart & Sullivan, LLP, jdsupra.com, March 25, 2021.
- « Art-crypto : "La porte est ouverte, elle ne va plus se refermer" », Clémentine Mercier, *Libération*, 26 mars 2021.
- « Et si l'industrie musicale avait les jetons ? », Charles-Éric Blais-Poulin, lapresse.ca, 9 avril 2021.
- « NFTs History – From Rare Pepe to Beeple 69 Million Dollar NFT sale », Henrique Centieiro, medium.datadriveninvestor.com, April 13, 2021.
- « NFT Month – Chapitre I : Qu'est-ce qu'un NFT ? », Thibault Glaunez, ownest.io, 27 avril 2021.
- « NFT Month – Chapitre II : Histoire des NFTs », Quentin de Beauchesne, ownest.io, 30 avril 2021.
- « Gaming, NFTs & La Propriété de ces derniers », Anouk Summermatter, bilan.ch, 10 mai 2021.
- « How to Mint an NFT », Andrey Sergeenkov, coinmarketcapp.com, May 12, 2021.
- « Le NFT (Non Fungible Token) : un OVNI juridique ? », Daniel Arroche, Stéphane Daniel, journalducoin.com, 16 mai 2021.
- « Blockchain et industries culturelles : vers les NFT et au-delà », Sydney Chiche-Attali, Lisa Toubas, village-justice.com, 19 mai 2021.
- « CryptoKitties », Wikipedia, fr.wikipedia.org, consulté le 27 mai 2021.
- « ERC-721 Non-Fungible Token Standard », ethereum.org, consulté le 27 mai 2021.
- « NFT License Help define what ownership means in blockchain », nftlicense.org, consulté le 27 mai 2021.
- Counterparty, counterparty.io, consulté le 27 mai 2021.
- « The Non-Fungible Token Bible : Everything you need to know about NFTs », opensea.io, consulté le 27 mai 2021.

UN CHIFFRE OU DEUX…

3e

pays au monde le plus touché par les rançongiciels : la France, après l'Inde et l'Australie.
CrowdStrike, *Les Echos*, 19 avril 2021.

98 %

des crimes contre les journalistes dans le monde sont impunis.
RSF, *Le Monde*, 3 mars 2021.

2 dollars

salaire horaire médian proposé sur les plateformes de travail à distance.
Génération Snooze, *Les Echos*, 28 avril 2021.

600 **mégaoctets de données** produits par jour, en moyenne, par une voiture moderne.
Alexandre Lenoir, liberation.fr, 19 avril 2021.

3,45 milliards

d'utilisateurs réguliers de la galaxie Facebook, Messenger, WhatsApp et Instagram.
Les Echos, 30 avril 2021.

52,1 %

des brevets de technologies quantiques entre 2010 et 2020 sont déposés en Chine.
Le Monde, 13 avril 2021.

340 millions

c'est le nombre d'abonnés SVOD aux États-Unis en 2021, pour 330 millions d'Américains.
Cabinet Ampere, *Les Echos*, 17 mai 2021.

FL

À LIRE EN LIGNE

Recommandations dans le domaine de la sécurité numérique, Commission supérieure du numérique et des postes (CSNP), avis n° 2021-03, 29 avril 2021

Pour éviter que nos démocraties soient confrontées au chaos numérique à l'horizon de la prochaine décennie

Face à la très forte recrudescence d'attaques informatiques depuis deux ans, la Commission supérieure du numérique et des postes (CSNP), constituée de parlementaires des deux chambres, a remis au gouvernement, dans un avis du 29 avril 2021, vingt-sept recommandations pour éviter que nos démocraties soient *« confrontées au chaos numérique à l'horizon de la prochaine décennie »*. Tout en saluant le plan « cyber », stratégie nationale pour la cybersécurité présentée par Emmanuel Macron le 18 février 2021, et notamment l'investissement de 1 milliard d'euros *« qui devraient permettre de réduire les vulnérabilités des systèmes informatiques de nombreuses infrastructures publiques et privées »*, la CSNP exhorte l'exécutif à déployer et renforcer sans commune mesure les capacités de lutte contre la cybercriminalité.

L'avis détaille les points d'amélioration du plan cyber mais aussi *« la stratégie de cyberdéfense de l'État français ; la sécurité des produits et services numériques, et le développement du cloud de confiance ; la conduite des politiques publiques en faveur de la sécurité dans l'espace numérique »*.

La Commission recommande notamment la création d'un « parquet national cyber », afin de remédier à la situation actuelle avec, pour tout le pays, seulement trois magistrats pour traiter les dossiers de cybercriminalité et elle plaide également pour la création, lorsque la France présidera l'Union européenne de janvier 2022 à juin 2022, d'un parquet européen spécialisé dans la cybercriminalité. La Commission suggère en outre l'adoption de mesures visant à lever le secret des enquêtes judiciaires en renforçant le champ d'action de l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI), *« à l'instar des mesures qui ont*

été prises pour renforcer l'action de nos services de renseignement en matière de lutte contre le terrorisme »; elle encourage également à mobiliser des moyens pour que l'ANSSI parvienne à fidéliser ses agents dont le profil est fortement recherché sur le marché du recrutement.

Pour développer une cybersécurité à l'échelle territoriale, la CSNP préconise de renforcer le rôle des CSIRT (Computer Security Incident Response Team – équipe de réponse aux incidents informatiques) prévues par le plan cyber pour être déployées dans chaque région. Elles pourraient ainsi devenir, coordonnées par l'ANSSI, des *« campus régionaux de la sécurité numérique capables de fédérer localement les acteurs de la sécurité numérique et de les faire travailler en réseau »*.

Les parlementaires suggèrent en outre au gouvernement de réguler le paiement des attaques par rançongiciels (voir *La rem* n°56, p.24) afin d'éviter que 20% des entreprises victimes, incitées par des sociétés d'assurances, optent pour le paiement de la rançon, *« car elle entretient et renforce l'activité des cybercriminels, dont il est absolument indispensable de tarir les ressources »*. Cette année 2021, l'ANSSI recense *« une attaque par semaine sur des établissements de la chaîne hospitalière »* et en 2020, *« 20% des victimes de rançongiciels étaient des collectivités locales et 11% des établissements de santé publics ou privés »*.

Quatre recommandations portent sur la sensibilisation et la formation à la sécurité numérique, ainsi qu'à la féminisation de ces métiers, et notamment ceux liés à la cybersécurité, *« dans lesquels les femmes représentent à peine 11% des effectifs, selon la plupart des études »*.

Les parlementaires encouragent fortement à accélérer le déploiement de l'identité numérique régalienne, alors que *« plus de 200 000 Français par an sont victimes d'usurpation de leur identité dans l'espace numérique »*. C'est l'objet du programme France Identité Numérique, créé en 2018, qui prolonge la mise en place de FranceConnect, depuis 2016, un dispositif d'identification utilisé par quelque 24 millions de Français en 2021, qui facilite l'accès aux services publics numériques et garantit la sécurisation des informations transmises. C'est également le but de la nouvelle génération de carte nationale d'identité électronique (CNIe), au format carte bancaire et dotée d'une puce sans contact, dont le lancement a été confirmé le 16 mars 2021. La Commission recommande d'accélérer le déploiement de ce système d'identité régalienne, afin notamment que *« la France ne prenne pas de retard supplémentaire par rapport à ses voisins européens »*.

Tout en saluant les *« compétences remarquables »* de l'ANSSI, la Commission recommande cependant de considérablement développer et coordonner les capacités de l'État avec le ministère de l'Intérieur et le ministère des Armées, afin d'être en mesure de *« détecter et d'identifier les attaquants partout sur la planète, et engager les instruments de la force légitime pour neutraliser les cybercriminels avant qu'ils ne commettent leurs méfaits »*. En effet, l'avis révèle que l'ANSSI intervient très souvent en *« pompier »*, lorsqu'une attaque informatique a déjà eu lieu, et qu'une stratégie de cyberdéfense française ambitieuse doit s'adapter à ce qui s'apparente dorénavant *« à une guerre permanente, menée par des cybercriminels qui agissent bien souvent en proximité avec des agences étatiques ou des officines paraétatiques »*. Parce que la situation sécuritaire dans l'espace numérique, aujourd'hui particulièrement préoccupante, devrait continuer à se dégrader dans les années à venir, *« la défense dans la profondeur de la collectivité nationale est désormais une priorité au service de la résilience de la société et de son économie »*.

J-A F S

La 5G dans les chaînes de valeur des données – Un défi technologique et industriel devant nous, Association nationale de la recherche et de la technologie (ANRT), Les Cahiers Futuris, mars 2021

La 5G, dernière guerre entre les géants du cloud et des données et les opérateurs de télécommunications

Selon Hubert Guillaud, la « plateformisation » est un nouveau modèle économique propre au capitalisme de données, *« un intermédiaire entre différents usagers qui vise via des outils ou une infrastructure dédiée à produire des données à exploiter ».* Par exemple, lorsque la direction Digital et innovation de la SNCF imagine sa « plateformisation » en juillet 2020, elle explique la possibilité de la mettre en œuvre au niveau *« des gares, via une plateforme physique qui propose des services fournis par des tiers ; de la maintenance d'infrastructures (ferroviaires, mais aussi routières ou numériques), avec le développement d'une plateforme de mise en lien des entreprises du BTP et des donneurs d'ordre ; du processus industriel, avec la mise en place d'une plateforme qui permettrait à des acteurs tiers de se saisir des données relatives à l'usage et à la maintenance des infrastructures pour proposer des services à des acteurs tiers ».*

Cette notion de « plateformisation » B to B (*business to business*) est centrale dans le rapport de l'ANRT, pour qui *« la 5G constitue, pour les entreprises industrielles, une voie d'accès privilégiée à la plateformisation numérique ».* D'un débit dix fois supérieur à la 4G, avec des temps de latences, à long terme, proches du temps réel, cette nouvelle génération de réseau est perçue comme l'architecture technique qui permettra la transformation des entreprises en plateformes, et dont le modèle économique résidera dans la captation et l'interconnexion de données sur des chaînes de valeurs entre les organisations, au premier rang desquels, selon l'Agence nationale des fréquences (ANFR), *« la santé (télémédecine, téléchirurgie, surveillance à distance), la ville intelligente (territoires connectés, sécurité publique, maîtrise énergétique), l'industrie (automatisation, robotique, pilotage à distance) et les transports (autonomisation, liaisons entre véhicules) »* (pour un autre point de vue voir *La rem* n°56, p.99).

En effet, la 5G n'est pas une simple amélioration des réseaux de quatrième génération. Sa mise en œuvre repose *« sur une architecture informatique où des équipements de réseaux sont remplacés par des serveurs spécialisés et des logiciels ».* Plus précisément, l'ANRT explique que *« dans un réseau 5G, de nombreuses fonctions réseau seront virtualisées, i.e. elles s'exécuteront en tant que logiciel (monde informatique) »*, fournissant alors les services d'un *« réseau sans fil privatif ».* Sur ce « réseau sans fil privatif » à très haut débit, les entreprises deviennent alors *« conceptuellement leur propre opérateur mobile sur une zone géographique clairement circonscrite »*, sans toutefois devenir un opérateur de télécommunications au sens de l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse). Parce que les données sont alors traitées séparément de celles du *« réseau public, la protection, la confidentialité des données liées aux processus et à la production devient théoriquement totale ».* Ou tout du moins la valeur des données échappe totalement à l'opérateur de télécommunications et revient à l'industriel

qui gère lui-même son réseau mais également à ses éventuels prestataires, spécialistes des données et des communications électroniques.

C'est la raison pour laquelle la 5G aiguise fortement l'appétit des trois premiers fournisseurs de services cloud mondiaux, appelés *hyperscalers*, qui *« tendent à étendre leur domination aux services de la 5G »*, au risque que cette domination se traduise par *« des pratiques anticoncurrentielles »*. Parce qu'ils sont tout à la fois des ressources clés de la 5G et des *« partenaires »* des industriels et des opérateurs de télécommunications, *« les* hyperscalers *ne peuvent être considérés comme des compétiteurs comme les autres »*, estime l'ANRT. Et d'appeler de leurs vœux une politique industrielle du numérique qui doit *« contribuer à rendre auditable les plateformes, en intégrant au mieux les acquis du droit de la concurrence et de l'économie de l'innovation »*. En atteste la participation active à GAIA-X, l'« écosystème de données européen » lancé en juin 2020 par vingt-deux grandes entreprises françaises et allemandes (voir *La rem* n°54bis-55, p.38), rejoint depuis par Google Cloud (Google Ireland), AWS (Amazon Europe Core S.a.r.l. au Luxembourg) et Azure (Microsoft NV) ainsi que Alibaba Cloud et Haier Cosmo IoT Ecosystem Technology, et plusieurs autres géants américains de l'écosystème du cloud dont notamment Palantir Technologies, Salesforce, Snowflake ou encore Cisco. Toutes ces entreprises, grâce à leur expertise dans les domaines du logiciel et de l'exploitation massive de données, se positionnent en sérieux compétiteurs des opérateurs de télécommunications pour le pilotage des réseaux de la 5G. Amazon, Microsoft et Google proposent une offre 5G pour leur service d'*edge computing* (voir *La rem* n°44, p.70) et travaillent avec les opérateurs de télécommunications Verizon, AT&T, NTT Communications, Telefónica ou encore Vodafone. En France, Google Cloud travaille depuis juillet 2020 avec le constructeur automobile Renault d'une part et l'opérateur Orange d'autre part, dans le cadre de deux partenariats stratégiques visant à *« l'intégration de plus en plus forte du cloud dans les réseaux* [5G] *»*.

L'ANRT voit l'avènement de la 5G comme l'opportunité pour les industriels de se transformer en plateformes numériques, mais également l'opportunité pour les géants du web et de l'informatique de se transformer en opérateurs de télécommunications, délivrant une offre globale pour ces mêmes industriels. D'autant plus que ce réseau de nouvelle génération s'accompagne d'un risque accru en termes de cybersécurité, puisque que celle-ci n'est plus traitée au niveau des équipements par les opérateurs, mais à un niveau logiciel, par des opérateurs informatiques. Les questions sont nombreuses et n'ont pas encore trouvé de réponse : *« À quel point les solutions logicielles de cybersécurité sont-elles auditables par les opérateurs* [de télécommunications] *? Les opérateurs sont-ils en mesure d'exiger l'auditabilité ? »* En bouleversant la chaîne de valeur des communications électroniques sans fil, la 5G ne reproduit-elle pas le même risque, mais à l'échelle industrielle, de captation et de confiscation des données personnelles opérées à l'insu de tous à l'échelle individuelle par les *hyperscalers* ? *« La 5G demeure en réalité largement* terra incognita *»* concède l'ANRT.

J-A F S

Le Cloud européen : de grands enjeux pour l'Europe et cinq scénarios avec des impacts majeurs d'ici 2027-2030, KPMG Global Strategy Group, avril 2021

Une profonde incohérence entre les réglementations américaine et européenne fausse le marché du cloud européen

En avril 2021, le cabinet d'audit KPMG a remis à Talan SAS, InfraNum, OVHcloud et Linkt le présent rapport dont l'objectif fut *« d'étudier la conjoncture et les défis du marché européen du cloud »*, presque entièrement aux mains de fournisseurs en dehors de l'Europe. Au premier semestre 2020, 68 % des dépenses d'infrastructures cloud des entreprises européennes sont captées par Amazon Web Services (53 %), Microsoft Azure (9 %) et Google (6 %) alors que le Français OVHcloud, leader européen du cloud privé, n'en détient que 4 %. Dans un marché en pleine croissance, qui passerait de 53 milliards d'euros en 2020 à 560 milliards en 2030, le cabinet estime que les enjeux pour l'Europe représentent *« environ 550 000 emplois et près de 200 milliards d'euros d'investissements sur la période 2021-2027, dans la configuration où les opérateurs de Cloud localisent leurs opérations et leurs investissements en Europe »*.

Élaboré grâce à 250 entretiens auprès de décideurs privés et publics, dont la Commission européenne, le document explique notamment *« l'incompatibilité réglementaire »* entre les législations européenne et américaine. En 2016, lors de l'élaboration du Règlement général pour la protection des données personnelles (RGPD) en Europe (voir *La rem* n°42-43, p.21), les États-Unis ont adopté le *Privacy Shield* (bouclier de confidentialité), pour encadrer le transfert de données à caractère personnel d'Européens vers les États-Unis. Les États-Unis ont ensuite voté, en mars 2018, le Clarifying Lawful Overseas Use of Data Act, dit « CLOUD Act », leur permettant de contraindre n'importe quel fournisseur de services cloud établi sur le territoire américain à fournir les données personnelles de quiconque, stockées sur des serveurs situés aux États-Unis comme dans des pays étrangers. Or, cette législation et les programmes de surveillance américains ne sont pas compatibles avec les principes du RGPD, en vigueur depuis mai 2020 en Europe, ce qu'a confirmé la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) le 16 juillet 2020 dans son désormais célèbre arrêt « Schrems II » (voir *La rem* n°54bis-55, p.5). Cette incompatibilité réglementaire aboutit à ce que *« les entreprises transférant des données à caractère personnel d'Européens à des serveurs d'entreprises noneuropéennes n'ont plus de fondement juridique lié au Privacy Shield et sont ainsi passibles de poursuites judiciaires »*. Par exemple, *« des licenciements pouvant être annulés car les preuves fournies par l'entreprise sont hébergées dans les data centers d'un prestataire cloud non conforme »* ou encore *« une entreprise européenne pouvant être dans l'impossibilité d'utiliser les preuves pertinentes d'un vol de données de clients, car ces données sont extraites d'un système de contrôle d'accès stocké et traité aux États-Unis alors qu'un tel traitement est dépourvu de tout fondement légal »*.

Cette profonde incompatibilité pourrait cependant devenir bénéfique au marché du cloud européen, si la législation suivait. *« Dans les années à venir, la souveraineté des données va constituer un enjeu commercial du fait des attentes croissantes des consommateurs européens en la matière »*, explique ainsi le rapport.

Parmi les scénarios envisagés par le cabinet, celui permettant la plus grande captation de valeur en Europe et favorisant plus que les autres l'innovation serait celui de *« l'européanisation des opérations des prestataires cloud »* assorti d'un *« contrôle européen effectif des filiales locales d'*hyperscalers *»*. Les *hyperscalers*, qui désignent les offres cloud les plus performantes au monde – celles d'Amazon, Microsoft et Google –, pourraient être contraints d'assurer à l'Europe *« une plus grande part des bénéfices économiques du cloud »*, notamment par des obligations d'investissement et de localisation en Europe de leur R&D (Recherche et Développement). Dans ce scénario, KPMG suggère également que les filiales européennes des *hyperscalers* appartiennent légalement à des entreprises européennes, sous la forme de joint-ventures, afin de s'assurer d'une réelle conformité de leur activité à la

réglementation européenne en matière d'exploitation et de transfert des données personnelles. Ce scénario n'est pas irréaliste puisque la Chine et les États-Unis font précisément de même. Selon le rapport, *« en Chine, Microsoft Azure et Amazon Web Service fournissent des services locaux de cloud computing via une joint-venture mise en place avec des acteurs locaux »*. La loi chinoise sur la cybersécurité impose purement et simplement *« aux prestataires cloud étrangers d'établir un partenariat avec des entreprises locales pour fournir des services aux clients chinois »*. Aux États-Unis, en 2020, *« l'entreprise de gaming chinoise Beijing KunlunTech a vendu Grindr, un site de rencontres qu'ils avaient acheté en 2016, après avoir été ordonnée de le faire par le Comité pour l'investissement étranger aux États-Unis (CFIUS) »*.

Selon le cabinet d'audit, l'absence de prise de position protectrice de l'Europe pourrait mener à une perte de 20 à 50% de l'impact économique attendu, tant en termes de valeur captée que de nombre d'emplois créés ou d'investissements nouveaux.

J-A F S

Articles & Chroniques

Le président et la presse. Retour à l'ancien monde

Interview d'Alexis Lévrier

Propos recueillis par Françoise Laugée

Jupiter et Mercure, c'est le titre de votre dernier ouvrage, le deuxième consacré aux rapports équivoques entre le pouvoir politique et les journalistes en France. Cet intitulé mérite une explication.

Jupiter renvoie, bien entendu, à Emmanuel Macron lui-même. Mais en réalité, ce terme a souvent été utilisé depuis l'avènement de la Ve République pour désigner de manière plus générale un pouvoir présidentiel incarné, vertical et centralisé. Au cours des années 1960, le mot a, par exemple, servi à désigner le général de Gaulle, en France comme à l'étranger. Deux décennies plus tard, cette référence au roi des dieux de la mythologie romaine a été employée de manière très récurrente par les conseillers de François Mitterrand. Le principal communicant du président socialiste, Jacques Pilhan, a même théorisé la notion de « présidence jupitérienne » : Jupiter, pour Jacques Pilhan, c'est l'idée d'un président maître des horloges, qui choisit le lieu et le moment de ses interventions médiatiques, et qui se tient le reste du temps à distance, en surplomb, sur une Olympe inaccessible. Le paradoxe est qu'Emmanuel Macron n'a employé qu'une seule fois l'expression « président jupitérien », en 2016, dans une interview à *Challenges*[1]. Il répondait à François Hollande qui, le mois précédent, dans une interview au *Débat*, avait défendu une conception beaucoup plus horizontale du pouvoir présidentiel : il avait déclaré en effet qu'un président est désormais *« un émetteur comme les autres »*, et que *« l'époque de la parole rare et jupitérienne* […] *est révolue*[2] *»*. Emmanuel Macron n'a donc eu recours à ce mot que pour se démarquer du chef de l'État auquel il voulait succéder. Mais ce terme restera comme l'un des marqueurs essentiels de son quinquennat car il dit tout de la volonté qu'a ce jeune président de maîtriser son image à tout prix, quitte pour cela à instrumentaliser la presse et les médias.

> JUPITER, POUR JACQUES PILHAN, C'EST L'IDÉE D'UN PRÉSIDENT MAÎTRE DES HORLOGES

Quant à la référence au dieu Mercure, elle a été utilisée dès l'avènement de la presse pour nommer un certain nombre de journaux (en particulier le *Mercure galant*, l'un des trois grands périodiques français contrôlés par l'État sous l'Ancien Régime). Mercure, c'est donc un équivalent du journalisme depuis l'invention de la presse. En choisissant le titre *Jupiter et Mercure*, il s'agissait de m'interroger sur les relations nécessairement conflictuelles entre le pouvoir présidentiel et la presse sous la Ve République.

Qu'est-ce qui caractérise le *« très ancien "nouveau monde" »* dans lequel, selon vous, s'établissent les relations entre Emmanuel Macron et la presse aujourd'hui ?

On a beaucoup parlé, au moment de l'arrivée au pouvoir d'Emmanuel Macron, du triomphe d'un « nouveau monde » ayant vocation à remplacer l'ancien : la jeunesse du candidat et la soudaineté de son émergence politique pouvaient expliquer le succès de cette expression. Mais du point de vue de son rapport à la presse et aux médias, c'est au contraire avec un très vieux monde que le candidat d'En Marche a d'emblée voulu renouer. Dans ses deux principaux textes programmatiques – un entretien à la revue *Le 1* en 2015, puis une interview à *Challenges* en 2016 –, il a choisi en effet de revendiquer l'héritage de l'Ancien Régime, celui de Napoléon Ier comme celui des monarques républicains qui l'ont précédé. Or, tous ces modèles ont été caractérisés, à des degrés divers, à la fois par une méfiance à l'égard de la médiation journalistique et par la volonté d'instrumentaliser la presse.

RENDRE PLUS DIFFICILE LE TRAVAIL DES JOURNALISTES

Revendiquer cet héritage ne signifiait donc pas seulement, pour Emmanuel Macron, de refuser d'être *« un émetteur comme les autres »* : en s'inscrivant dans cette tradition monarchique, il a délibérément choisi d'imprimer sa marque sur l'évolution de la presse et des médias. Plusieurs lois votées durant ce quinquennat – sur les infox, sur le secret des affaires, ou sur la « sécurité globale » – témoignent de cette volonté du président d'influencer en profondeur les transformations du paysage médiatique. Dès les premiers jours de son quinquennat, il a par ailleurs donné des signes explicites de son intention de rendre plus difficile le travail des journalistes : il n'a pas hésité à les mettre à distance, à les sélectionner lors de ses déplacements, ou à leur imposer ses propres images. Un an après le début de son mandat, l'affaire Benalla a montré les limites et les dangers d'une telle attitude. L'un des rôles d'Alexandre Benalla, dès la campagne, était en effet d'empêcher une partie de la presse d'accéder au couple présidentiel, tout en réservant un traitement privilégié aux photographes de « Mimi » Marchand, directrice de l'agence Bestimage et grande amie du couple.

Emmanuel Macron a su par la suite assouplir dans une certaine mesure ses relations avec la presse : dès la fin de l'année 2018 et début 2019, il a accordé beaucoup plus d'interviews, pratiqué davantage le « off », et normalisé en partie sa communication. Il n'a pas renoncé pour autant à tenter de modeler les médias à son image. Mais se mettant alors dans les pas de François Mitterrand, bien plus qu'il ne le faisait au départ, il agit de manière plus discrète et plus habile qu'à ses débuts.

L'emballement médiatique porté par les réseaux sociaux et par l'information en continu ne met-il pas à mal à la fois la parole jupitérienne et le message de Mercure ?

Pour Mercure, c'est une difficulté à certains égards insoluble : les réseaux sociaux ont rendu possible le vieux rêve des lecteurs de journaux, celui de concurrencer les journalistes et de se substituer à eux. En livrant ses réflexions quotidiennes sur Twitter, ou en produisant sur Facebook des images filmées lors d'une manifestation, chaque internaute peut s'imaginer journaliste et prétendre concurrencer le travail de la presse. Les chaînes d'information ont, elles aussi, contribué à brouiller les statuts : à l'image de CNews, elles ont tendance à se transformer en médias d'opinion, où toutes les paroles se valent, et où chaque intervenant est qualifié d'« éditorialiste », même lorsqu'il n'a aucun lien avec la presse. La réponse, à mon sens, ne peut consister qu'à cultiver les valeurs spécifiques au journalisme : la préférence pour l'enquête, le reportage, l'investigation. C'est en enquêtant sur les éventuelles dérives de « Jupiter », et non en l'insultant comme on peut le faire sur les réseaux sociaux, que les journalistes peuvent assumer leur rôle critique à l'égard du pouvoir. Heureusement, et c'est l'un des aspects les plus rassurants de l'histoire médiatique de ce quinquennat, la presse écrite a, dans l'ensemble, su jouer ce rôle depuis l'élection d'Emmanuel Macron.

Pour Jupiter lui-même, les réseaux sociaux et l'information en continu rendent évidemment beaucoup plus difficile la volonté d'instrumentaliser les médias. Dans le seul entretien qu'il ait accordé durant sa vie[3], Jacques Pilhan avait insisté sur la notion de « tv-centrisme » : il estimait que, les Français ayant besoin de communier chaque soir devant leur poste de télévision, l'essentiel était de trouver le moyen de s'adresser à eux avec efficacité à ce moment et par ce biais. Compte tenu de l'hétérogénéité grandissante du paysage médiatique, il est évidemment impossible aujourd'hui pour un président et ses communicants de se contenter du prime time télévisuel. Mais, en la matière, Emmanuel Macron a montré qu'un chef de l'État pouvait rester « jupitérien » en s'adaptant aux outils médiatiques de la modernité. L'interview à Mcfly et Carlito par exemple, c'est du Pilhan 2.0 : l'une des trouvailles les plus ingénieuses du communicant de François Mitterrand avait en effet été une émission intitulée « Ça nous intéresse, Monsieur le Président », le dimanche 28 avril 1985. Face à un Yves Mourousi décontracté, qui n'avait pas hésité à poser une fesse sur le bureau présidentiel, François Mitterrand avait joué au président « chébran », capable de parler le langage de la jeunesse. Emmanuel Macron est allé plus loin dans la séquence diffusée le 23 mai 2021, puisque, à l'inverse de son prédécesseur socialiste, il a décidé de se passer de journalistes, en les remplaçant par des youtubeurs. Il a même accepté un gage qui ridiculise par avance l'entretien rituel du 14 Juillet : il s'est engagé en effet à ce que des photos grimaçantes des deux youtubeurs soient posées sur son bureau pendant l'interview qu'il accordera ce jour-là. Emmanuel Macron franchit donc une limite et va plus loin

LES CHAÎNES D'INFORMATION ONT TENDANCE À SE TRANSFORMER EN MÉDIAS D'OPINION, OÙ TOUTES LES PAROLES SE VALENT

sans doute qu'aucun de ses devanciers dans la volonté de mêler information et divertissement. Mais, pour le reste, l'intention est la même qu'en 1985 : s'adresser à la jeunesse en parlant son langage et en utilisant des médias susceptibles de lui plaire. Les sondages publiés dans les jours qui ont suivi la diffusion de cette interview montrent que le président a, dans l'ensemble, atteint sa cible[4].

Quant aux chaînes d'information, elles constituent une nouvelle donne avec laquelle Emmanuel Macron a appris à jouer. Plusieurs livres consacrés au président ont ainsi souligné que BFM est constamment allumée à l'Élysée. Aujourd'hui, face à la montée en puissance de CNews, le président et son équipe semblent particulièrement intéressés par la chaîne de Vincent Bolloré : ainsi, par l'intermédiaire de son conseiller Bruno Roger-Petit, proche de Pascal Praud et de l'équipe de *Valeurs actuelles*, le président a construit des liens avec cette chaîne comme avec la rédaction de l'hebdomadaire ultraconservateur. Fidèle en cela à la part sombre de l'héritage mitterrandien, il triangule avec l'extrême droite et notamment avec cette chaîne en pleine ascension.

EMMANUEL MACRON VA PLUS LOIN SANS DOUTE QU'AUCUN DE SES DEVANCIERS DANS LA VOLONTÉ DE MÊLER INFORMATION ET DIVERTISSEMENT

Vous parlez du « rapport de force » entre les présidents de la Ve République et les journalistes. Le phénomène de concentration qui affecte le secteur des médias d'information depuis des décennies n'encourage pas non plus le débat démocratique. Quelle est la part de responsabilité des professionnels de l'information dans ce « rapport de force » ?

Ce phénomène de concentration est en effet un vrai problème d'un point de vue démocratique. Bien sûr, il y a beaucoup de fantasmes liés au rôle des grands actionnaires qui détiennent les principaux médias. Je ne pense pas, contrairement à ce que prétend la critique des médias venue de la gauche radicale, que les journalistes soient les marionnettes des oligarques qui possèdent les grands titres de presse ou les grands médias audiovisuels. Être proche de Xavier Niel n'a pas empêché, par exemple, Emmanuel Macron d'être l'objet de critiques récurrentes de la part du *Monde*.

Mais les évolutions en cours sont en train de changer la donne : la concentration des médias française entre les mêmes mains s'accentue dans des proportions considérables, en raison du retrait de certains acteurs (comme le groupe allemand Bertelsmann) et plus généralement de la crise structurelle que traverse la presse écrite (encore aggravée par les difficultés plus conjoncturelles liées à la situation sanitaire). Les difficultés du groupe Lagardère sont alarmantes, car il contrôle encore une radio (Europe 1) et des titres de presse (*Le Journal du dimanche, Paris Match)* qui jouent depuis plusieurs décennies un rôle important dans le débat public. Les ambitions politiques et médiatiques de Vincent Bolloré, qui s'apprête à reprendre Europe 1, risquent de rendre très difficile le travail de cette rédaction durant la campagne présidentielle à venir.

VINCENT BOLLORÉ NOUS RAMÈNE À UNE ÉPOQUE ANTÉRIEURE AUX CONQUÊTES QUE LA PRESSE A DUREMENT ACQUISES À PARTIR DE LA IIIe RÉPUBLIQUE

Comme on le voit sur CNews, c'est sans doute la première fois dans l'histoire récente qu'un actionnaire entreprend d'utiliser les médias qu'il contrôle pour servir explicitement un projet politique ultraconservateur. J'ignore si son projet est de faire élire Marine Le Pen ou de permettre à un polémiste comme Éric Zemmour de troubler le jeu de la campagne électorale à venir. Mais la terreur qu'il fait régner sur la rédaction de cette chaîne, les évictions ou les pressions qu'ont subies tous les journalistes qui ont soutenu Sébastien Thoen et Stéphane Guy sont symptomatiques d'un mépris pour le journalisme lui-même. Vincent Bolloré nous ramène à une époque antérieure aux conquêtes que la presse a durement acquises à partir de la IIIe République, qu'il s'agisse de la loi de 1881, des syndicats, des chartes ou des conventions collectives. Le fait qu'il ait rencontré si peu de résistances pour l'instant, en interne comme en externe, montre la fragilité grandissante du journalisme et les menaces qui pèsent sur la profession tout entière.

Que penser du rôle du quatrième pouvoir en France, lorsque des médias se fourvoient en relayant la communication gouvernementale, comme ce fut le cas avec la fausse information du 1er mai 2019 relatant *« l'assaut de l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière par des manifestants violents »* ?

Les médias commettent bien sûr des erreurs, et ce prétendu assaut de la Pitié-Salpêtrière le 1er mai 2019 en constitue un exemple évident. Il existe des réflexes, hérités de notre histoire monarchique, qui témoignent de la situation d'infériorité dans laquelle la presse s'est toujours trouvée par rapport au pouvoir en France. Cette tendance à relayer le discours du pouvoir politique, sans le discuter, est toujours régulièrement perceptible aujourd'hui. Elle apparaît notamment dans la persistance de rituels mis en place dès l'époque gaullienne, telles la conférence de presse ou l'interview à l'Élysée par des journalistes heureux d'être là et rarement très offensifs. Emmanuel Macron a su jouer avec ces usages (c'est l'un des aspects de ce « vieux monde »), et certaines interviews ont pu faire sourire. Je pense, par exemple, à l'entretien en marche – à tous les sens du terme – réalisé par Laurent Delahousse le 17 décembre 2017. Le chef de l'État n'était pas encore tombé de l'Olympe, et il parvenait à imposer aux médias des interventions conçues par ses conseillers, dans des conditions déterminées à l'avance par l'Élysée. Rien ne justifiait pour autant l'extrême complaisance des questions posées par ce journaliste.

CETTE TENDANCE À RELAYER LE DISCOURS DU POUVOIR POLITIQUE, SANS LE DISCUTER, EST TOUJOURS RÉGULIÈREMENT PERCEPTIBLE AUJOURD'HUI

Toutefois, la fausse nouvelle à laquelle vous faites référence ne s'explique pas seulement par une certaine docilité du journalisme face au discours tenu par le pouvoir. On a bien vu durant ce quinquennat que la presse était capable de dénoncer la communication trompeuse et parfois mensongère de l'Élysée : l'affaire Benalla en est bien sûr l'exemple le plus flagrant, mais l'on peut aussi songer à la manière dont, dès le printemps 2020, des journaux comme *Libération*, Mediapart ou *Le Monde* ont mis en évidence l'impréparation du pouvoir face à la crise sanitaire. Le problème est que les chaînes d'information ont perdu ce goût pour l'investigation et le reportage : elles envoient peu de reporters sur le terrain, et sont prisonnières par ailleurs d'une course à l'urgence et à l'instantanéité. Le risque pour ces chaînes, comme on l'a vu avec l'infox qu'elles ont relayée le 1er mai 2019, est de ne pas prendre le temps nécessaire à la vérification des informations qu'elles diffusent.

La campagne pour l'élection présidentielle de 2022 oscillera probablement entre « tradition » et « modernité ». Autrement dit se disputera-t-elle à la fois sur TF1 et sur Twitch ?

Oui, c'est en effet probable. Mais, je le disais, Emmanuel Macron a fait la preuve de son aptitude à utiliser la modernité dans un sens fidèle à la tradition. Il se sert bien sûr des réseaux sociaux ou des émissions de divertissement depuis son élection, et cela a même été un marqueur fort de son quinquennat : on peut penser aux interviews accordées à Konbini en décembre 2017 et en août 2019, à son intervention à l'occasion de son quarantième anniversaire dans une émission de Cyril Hanouna le 20 décembre 2017, à son entretien avec le youtubeur Hugo Travers en mai 2019, ou à la vidéo qu'il a réalisée à destination des lycéens sur l'application TikTok en juillet 2020. Il s'agit pour lui – et d'autres responsables politiques l'ont fait avant lui – de s'adapter à la fragmentation des publics et des pratiques médiatiques. Mais recourir à ces outils lui permet aussi de contourner la critique que pourraient lui apporter les journalistes. Dès ses premiers voyages, le président a tenu à l'écart les journalistes censés l'accompagner, tout en diffusant sur Facebook des vidéos réalisées par les services de l'Élysée. Il utilise ainsi les nouvelles technologies pour réaliser un vieux rêve du pouvoir politique : fabriquer ses propres mots et ses propres images.

DÈS SES PREMIERS VOYAGES, LE PRÉSIDENT A TENU À L'ÉCART LES JOURNALISTES CENSÉS L'ACCOMPAGNER, TOUT EN DIFFUSANT SUR FACEBOOK DES VIDÉOS RÉALISÉES PAR LES SERVICES DE L'ÉLYSÉE

Comme souvent avec Emmanuel Macron, cette idée avait été théorisée très en amont, et formulée dès la campagne. Dans son ouvrage *Un personnage de roman*, l'écrivain Philippe Besson, qui a suivi le candidat pendant de longs mois, raconte ainsi qu'Emmanuel Macron envisageait de limiter autant que possible ses interactions avec les journalistes. Son but, déjà, était d'imaginer un moyen de s'adresser directement à la population : *« Il faut tenir les journalistes à distance, s'interdire de commenter, de réagir à chaud, il faut donner un cap et du sens, porter une historicité et une vision. C'est aussi de la générosité. Il faut trouver une présence directe, désintermédiée au peuple.*[5] » On voit cependant les risques propres à une telle

conception de l'utilisation des médias. Contrairement à ce que laisse entendre Emmanuel Macron, il n'y a pas de « désintermédiation » lorsque l'on utilise une application comme Facebook ou lorsque l'on recourt au service de youtubeurs. Il s'agit simplement d'une autre médiation, plus moderne sans doute, mais qui permet surtout d'éviter toute réfutation et toute critique digne de ce nom.

Dans le même temps, Emmanuel Macron et ses adversaires politiques auront encore besoin des grandes chaînes de télévision. Le « tv-centrisme » dont parlait Jacques Pilhan n'a pas tout à fait disparu, au sens où même les réseaux sociaux reprennent et commentent massivement des contenus télévisuels. En digne héritier des monarques républicains qui l'ont précédé, Emmanuel Macron aime d'ailleurs prendre solennellement la parole à 20 heures pour s'adresser aux Français. Il a eu recours à plusieurs reprises à des allocutions de ce type en mars-avril 2020 et – preuve que les Français eux-mêmes restent attachés à ces interventions très verticales – il a réalisé des scores d'audience sans précédent[6]. Le point commun avec son utilisation des réseaux sociaux est qu'en prenant la parole face caméra, et en regardant ses concitoyens directement dans les yeux, il évite la confrontation avec les journalistes.

Le rapport remis au gouvernement par le conseiller d'État Jean-Marie Delarue formule des propositions pour remédier à la récente dégradation des relations entre les journalistes et les policiers. La nature de ces relations n'émane-t-elle pas avant tout d'une volonté « jupitérienne » ?

Ce quinquennat a été marqué par une réelle dégradation des rapports entre les forces de l'ordre et la presse. Emmanuel Macron n'en est évidemment pas le seul responsable, mais les journalistes pris à partie par la police lors des manifestations n'ont été soutenus que du bout des lèvres par le pouvoir politique. Les propositions du rapport Delarue vont dans le bon sens, puisqu'elles permettraient une plus grande souplesse notamment dans l'accréditation des journalistes lors des manifestations. Le rapport a été jugé *« argumenté et équilibré »* par Matignon, et il faut s'en réjouir. Il faut, de la même manière, saluer la décision du Conseil constitutionnel, qui le 20 mai 2020 a censuré l'ancien article 24 du projet de loi « Sécurité globale », qui allait aboutir à limiter encore les droits des journalistes lorsqu'ils couvrent des mouvements sociaux.

CE QUINQUENNAT A ÉTÉ MARQUÉ PAR UNE RÉELLE DÉGRADATION DES RAPPORTS ENTRE LES FORCES DE L'ORDRE ET LA PRESSE

Mais le fait qu'un rapport remis au gouvernement ou une décision du Conseil constitutionnel aient besoin de souligner la nécessité de respecter le travail de la presse est en soi très révélateur. Lorsqu'il se veut « jupitérien », le pouvoir est toujours tenté de limiter la liberté de la presse, et ce quinquennat ne fait pas exception à la règle. On peut rappeler, au-delà du cas des journalistes blessés lors des manifestations, qu'une dizaine de journalistes ont été convoqués par la DGSI (Direction générale de la sécurité intérieure) lors de la seule

année 2019. Bien sûr, les pressions qui ont pesé sur la presse durant les quatre années écoulées n'ont rien de commun avec les purges que les rédactions ont subies en 1968 ou en 1981, ni avec la mise sur écoute de journalistes par François Mitterrand dans les années 1980. Mais, avec l'arrivée de ce jeune chef de l'État, c'est bien à un retour d'une présidence très verticale et peu respectueuse de la presse que nous avons assisté. Les commentateurs ne l'ont sans doute pas suffisamment relevé à l'époque : en se référant à « Jupiter », dès son entretien à *Challenges* en octobre 2016, Emmanuel Macron avait annoncé une volonté d'utiliser Mercure tout en le méprisant.

LORSQU'IL SE VEUT « JUPITÉRIEN », LE POUVOIR EST TOUJOURS TENTÉ DE LIMITER LA LIBERTÉ DE LA PRESSE, ET CE QUINQUENNAT NE FAIT PAS EXCEPTION À LA RÈGLE

Alexis Lévrier est historien du journalisme et maître de conférences à l'université de Reims. Il a publié *Jupiter et Mercure. Le pouvoir présidentiel face à la presse*, Celsa / Les Petits Matins, 2021.

Sources :

1 « Macron ne croit pas "au président normal, cela déstabilise les Français" », challenges.fr, 16 octobre 2016.

2 « Une France fraternelle. Entretien avec François Hollande », *Le Débat*, n° 191, septembre-octobre 2016, p. 8.

3 « L'écriture médiatique », entretien avec Jacques Pilhan, Gallimard, *Le Débat*, 1995/5, n° 87, p. 3-15.

4 www.sudouest.fr/politique/emmanuel-macron/sondage-les-jeunes-boostent-la-popularite-d-emmanuel-macron-3320980.php.

5 Philippe Besson, *Un personnage de roman*, Julliard, 2017, p. 105.

6 Son intervention du 16 mars a été suivie par 35,3 millions de téléspectateurs. Le 13 avril, son allocution a réalisé un score plus impressionnant encore puisqu'elle a atteint une audience cumulée de 36,7 millions de personnes.

Huawei, symbole d'une nouvelle guerre froide

Alexandre Joux

Le 3 novembre 2020, Ant, la filiale financière d'Alibaba, suspendait *sine die* son introduction en Bourse prévue quarante-huit heures plus tard. Depuis, Jack Ma, son fondateur, qui avait osé critiquer la régulation chinoise des activités financières, est devenu un fantôme qui apparaît sporadiquement – preuve qu'il vit encore en Chine, mais qu'il n'a plus que le droit de se taire. L'un des entrepreneurs stars de l'économie numérique chinoise est donc brutalement réduit au silence et son entreprise soumise en urgence à une régulation nouvelle conduisant Ant Financial (devenu Ant Group) à passer sous le contrôle des autorités chinoises, à rebours du destin que la Bourse aurait offert à la fintech. Certes, d'autres pays, à l'instar des États-Unis, entendent mieux réglementer les entreprises géantes de l'internet (voir *La rem* n°56, p.65). Mais cet épisode rappelle qu'en Chine aucune entreprise n'échappe aux *desiderata* du régime, les géants du numérique étant appelés à se mettre au service des objectifs du parti. Confier à des entreprises chinoises l'équipement des infrastructures essentielles d'un pays est donc risqué, la dépendance technologique et économique pouvant très vite se transformer en dépendance politique. Ce fut le calcul de Donald J. Trump à l'égard de Huawei, entreprise chinoise qui dispose de l'une des meilleures technologies dans la 5G et qui a l'avantage d'être compétitive auprès des opérateurs – même si cette compétitivité est parfois dénoncée comme déloyale, le groupe ayant bénéficié de subventions significatives en Chine.

Après avoir demandé à la Chine de cesser de voler les technologies des autres, lors du Forum de Davos 2018, inaugurant ainsi une confrontation assumée entre les deux premières puissances économiques mondiales, l'ancien président américain a ciblé tout particulièrement l'entreprise Huawei. En effet, l'enjeu de la 5G est majeur en termes de contrôle des communications et de contrôle des données, mais aussi en termes d'innovations dans tout le tissu économique (voir *La rem* n°52, p.96). Enfin, le calendrier explique aussi pourquoi le secteur des technologies de communication électronique a été privilégié par l'administration américaine, l'année 2019 marquant le début du déploiement de la 5G dans de nombreux pays.

Le 15 mai 2019, Huawei a d'abord été placée sur la *Entity List* du Département du commerce américain qui interdit aux sociétés américaines de commercer avec les sociétés concernées, sauf dérogation. Concrètement, Huawei a perdu à cette occasion l'accès à la version d'Android certifiée par Google, ce qui menace, depuis, ses ventes de smartphones dans le monde entier, alors que le groupe chinois était le deuxième fabricant mondial derrière Samsung (voir *La rem* n°54, p.77). Huawei tente d'ailleurs de proposer une alternative, un OS (*Operating System*) baptisé Harmony ayant été présenté en 2019 (voir *La rem* n°52, p.96) avant d'être installé par défaut dans les smartphones du groupe depuis le 2 juin 2021. Pour s'imposer, Huawei devra aussi attirer les développeurs d'applications. Mais il faut pour cela une taille critique. Or, le 17 novembre 2020, Huawei a annoncé la vente des activités de sa marque Honor, séparation qui permet d'accéder de nouveau aux applications américaines. Honor, qui constituait l'offre d'entrée de gamme de Huawei sur le marché des smartphones, représentait, début 2019, 37 % des ventes de smartphones du groupe chinois. En cédant Honor pour un montant inconnu à un consortium de distributeurs et de fonds, Huawei s'éloigne donc des premières places sur le podium mondial des vendeurs de smartphones. Avec cette scission, c'est aussi toute sa chaîne industrielle qui devra être repensée. Mais, sur ce point, les mesures des autorités américaines sont beaucoup plus contraignantes.

DANS LES SEMI-CONDUCTEURS, LA CHINE N'A PAS LA MÊME AVANCE TECHNOLOGIQUE QUE DANS LA 5G.

EN BLOQUANT L'ACCÈS À CES PRÉCIEUSES PUCES HAUT DE GAMME, C'EST LA CAPACITÉ D'INNOVATION DE HUAWEI QUI EST BRIDÉE, ET PAR CONSÉQUENT SES CAPACITÉS DE PRESCRIPTION EN MATIÈRE TECHNOLOGIQUE

En effet, le placement sur la *Entity List* a aussi limité les possibilités pour Huawei de se fournir en semi-conducteurs auprès des entreprises américaines, ce qui concerne cette fois-ci l'ensemble des activités du groupe chinois consommant entre 8 et 9 % des puces vendues dans le monde. Or, dans les semi-conducteurs, la Chine n'a pas la même avance technologique que dans la 5G. En bloquant l'accès à ces précieuses puces haut de gamme, au moins pour la partie d'entre elles la plus sophistiquée, c'est la capacité d'innovation de Huawei qui est bridée, et par conséquent ses capacités de prescription en matière technologique. Après le placement de l'entreprise sur la *Entity List*, l'administration américaine a interdit, le 15 mai 2020, à toute entreprise, y compris les entreprises non américaines, de vendre des semi-conducteurs à Huawei, dès lors qu'elles utilisent des technologies américaines pour les fabriquer. Premier fournisseur mondial des machines nécessaires à la fabrication de puces en fonderie, les États-Unis ont bloqué, avec cette décision, l'accès de Huawei aux principales fonderies pour la plupart logées en Asie, comme le taïwanais TSMC, lesquelles n'étaient pas concernées par les restrictions de 2019 visant les seuls acteurs américains. Le 17 août 2020, les États-Unis ajoutaient en outre quelque trente-huit filiales de Huawei sur la *Entity List*

qu'ils suspectaient de contourner les restrictions *via* des partenaires industriels. Et, depuis l'arrivée à la Maison Blanche de Joe Biden, la pression n'a fait qu'augmenter, l'une des premières décisions de la nouvelle administration ayant été de passer en revue les dérogations à l'exportation attribuées par le Département américain du commerce.

La stratégie américaine engagée à l'encontre de Huawei a donc pris une tournure internationale parce que les États-Unis n'ont pas seulement interdit Huawei sur leur sol ; ils ont interdit à leurs entreprises, mais également à des entreprises étrangères utilisant des technologies américaines, de commercer avec Huawei. Autant dire que les États-Unis ne se protègent pas seulement de Huawei, ils font en sorte que Huawei ne puisse pas imposer ses équipements à l'échelle planétaire. Il ne s'agit pas de protéger les acteurs de la 5G américaine, les seuls concurrents de Huawei étant européens (Nokia et Ericsson) ou sud-coréen (Samsung). Il s'agit d'abord d'empêcher la Chine d'être dans une situation de potentielle domination sur les technologies du futur en considérant que les risques que Huawei fait peser sur certains pays deviennent aussi des risques pour les États-Unis. Nous assistons ici à une nouvelle guerre froide, parce que le conflit entre les deux grandes puissances impose *de facto* à chaque pays de se positionner dans un camp ou dans l'autre. C'est ce qu'a rappelé l'administration Trump lors de la conférence sur la sécurité de Munich en février 2020 où Mark Esper, ministre américain de la Défense, a menacé l'alliance militaire qu'est l'OTAN, les États-Unis ne pouvant coopérer avec des pays dont les infrastructures essentielles relèvent de technologies chinoises. Dans ce cas, selon l'administration américaine, les risques de piratage, de captation des données, de cyberespionnage et de cyberattaque sont trop élevés. Et Huawei a beau nier tout lien avec le régime chinois, le sort de Jack Ma rappelle la capacité de coercition de ce dernier. Plus récemment, le quotidien néerlandais *De Volkskrant* a révélé en avril 2021 un rapport interne remis par Cap Gemini à KPN, l'opérateur historique aux Pays-Bas, qui indiquait dès 2010 les risques d'écoute des abonnés mobiles du groupe par Huawei, avec qui KPN travaillait depuis 2009. Manifestement, KPN a préféré les prix compétitifs de Huawei à la sécurité de ses réseaux même si l'opérateur indique qu'aucune donnée n'a été dérobée. Pour les enchères sur les fréquences 5G aux Pays-Bas, organisées en décembre 2019, le gouvernement avait pourtant précisé aux opérateurs qu'un fournisseur a vocation à être exclu du marché s'il a des liens étroits avec un gouvernement qui pratique l'espionnage. KPN devra donc rendre compte de ses choix stratégiques, ce qui pourrait servir la stratégie américaine.

LE CONFLIT ENTRE LES DEUX GRANDES PUISSANCES IMPOSE *DE FACTO* À CHAQUE PAYS DE SE POSITIONNER

Le succès de l'initiative américaine contre Huawei repose en réalité sur la capacité des États-Unis à convaincre les autres pays de renoncer à l'équipementier chinois malgré les avantages techniques et économiques qui sont les siens. La conséquence de cette stratégie est le retour sur le devant de la scène d'une géopolitique de la peur et de la menace permanente qui impose à chaque pays de choisir son camp. Plus la proximité idéologique avec les États-Unis est grande, plus aussi la taille du marché est stratégique pour Huawei, plus les pressions américaines ont été contraignantes. Plus la Chine s'est montrée menaçante, plus son comportement s'est avéré idéologiquement éloigné de certains pays, plus la perspective d'un renoncement à Huawei est devenue économiquement acceptable. En la matière, le

reproche adressé à la Chine par de nombreuses autorités sur les origines peu transparentes de la Covid 19, sa diplomatie agressive sur les masques et les vaccins, la reprise en main de Hong-Kong et sa mise sous tutelle en juillet 2020, ainsi que la crise des Ouïgours ont précipité une prise de distance de nombreux pays, l'impératif économique cédant le pas devant les enjeux politiques.

LE RETOUR SUR LE DEVANT DE LA SCÈNE D'UNE GÉOPOLITIQUE DE LA PEUR ET DE LA MENACE PERMANENTE

Début 2020, Huawei évoquait quelque soixante contrats 5G signés dans les 180 pays où l'équipementier est présent. Néanmoins, la répartition du chiffre d'affaires mondial du groupe souligne l'extrême dépendance de Huawei vis-à-vis de l'Europe qui, avec presque un quart du chiffre d'affaires du groupe, est son deuxième marché après la Chine, loin devant l'Asie (11 %) et l'Amérique (7 %). Les soixante contrats signés l'avaient donc été, soit sur des bases ambitieuses, notamment en Asie, auprès d'opérateurs de pays satellites de la Chine, soit sur des bases expérimentales comme en Inde, ou encore pour des commandes de matériels non stratégiques dans les pays européens où les décisions réglementaires sur la sécurité des réseaux 5G n'étaient pas encore prises. C'est ce processus qui va marquer l'année 2020 et conduire Huawei à être quasiment exclu du marché européen de la 5G. S'ensuivront les grands pays émergents, coupant ainsi Huawei d'une grande partie de son pouvoir de nuisance en cas de reprise en main par le pouvoir politique chinois. Mais il s'agit d'un long processus, et Huawei mise sur des évolutions, tant du côté européen que du côté chinois.

Au sein de l'Union européenne, les pressions américaines, très fortes, n'ont pas conduit à une interdiction de Huawei. Le 9 octobre 2019, la Commission présentait un rapport élaboré avec l'Enisa (Agence européenne chargée de la sécurité des réseaux et de l'information) sur les risques liés à la 5G, ceux-ci devant être évalués avant d'autoriser le recours à un équipementier. Le rapport pointait un risque plus élevé pour les équipementiers provenant de pays pouvant faire l'objet de pressions émanant d'acteurs étatiques non européens. Autant dire que Huawei était ciblé, mais pas seulement, l'Europe mettant en œuvre un discours de reconquête de sa souveraineté technologique. Le 29 janvier 2020, la Commission présentait ses règles communes concernant la sécurité des réseaux et la 5G. Des autorisations au cas par cas sont possibles pour tous les opérateurs et décidées à chaque fois au niveau national. Mais la Commission préconise de rejeter les opérateurs à risque des infrastructures critiques comme le cœur de réseau ; elle invite les États membres à multiplier le nombre d'équipementiers, afin de limiter leur dépendance technologique à un seul acteur ; enfin, elle incite les États membres à imposer le stockage des données de communications en Europe, la sécurité de la 5G passant donc aussi par le projet d'un cloud européen souverain. Huawei n'est donc pas formellement exclu et c'était bien l'objectif du code de conduite européen. Mais si certains pays peuvent s'en passer rapidement, c'est mieux. Ce sera possible en France, mais plus difficile dans d'autres pays où les opérateurs sont fortement dépendants de Huawei, comme l'Espagne ou l'Allemagne. Dès lors, les plans se sont multipliés pour tenter, dans chaque pays, de tenir à distance les États-Unis et la Chine, les deux pays n'ayant pas hésité à brandir des menaces de tous ordres.

En France, le décret d'application de la loi dite « anti-Huawei », paru le 8 décembre 2019, n'interdit pas Huawei, mais il confie à l'Anssi (Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information) le soin d'autoriser au préalable toute commande d'équipements 5G par les opérateurs. Le choix français est d'ailleurs singulier, car il ne porte pas sur l'autorisation des opérateurs, mais il associe cette autorisation à la nature du matériel et à sa destination sur le réseau, certaines zones géographiques étant moins critiques que d'autres en termes de sécurité des communications. Autant dire que, en adaptant localement la décision et les équipements autorisés sur le territoire national, le choix de l'Anssi doit inciter les opérateurs à recourir à l'équipementier le plus fiable, à savoir Nokia ou Ericsson, pour bénéficier d'un réseau homogène. Huawei n'est pas interdit mais il est *de facto* déconseillé, Bouygues Telecom et SFR s'estimant donc pénalisés parce qu'ils recouraient à Huawei pour la 4G. Ici, l'argument économique vient contrecarrer l'impératif politique, un argument en partie entendu par l'Anssi, même si les pressions chinoises ont pu jouer aussi. L'ambassade de Chine à Paris a ainsi publié un communiqué menaçant, le 9 février 2020, mettant dans la balance tout le poids économique de la puissance asiatique. Espérant des mesures *« fondées sur des bases scientifiques et la réalité des faits »* – la menace Huawei étant pour l'instant plus théorique qu'avérée en France –, la Chine a rappelé *« la coopération étroite et fructueuse dans nombre de domaines qui touchent à la sécurité nationale, comme le nucléaire civil, l'aéronautique et l'aérospatial »*, autant de domaines où les « fleurons » français comptent sur le marché chinois.

Mais début février 2020 et, quelques mois plus tard, en pleine répression à Hong-Kong et après un premier confinement d'une grande violence pour les libertés, aux conséquences économiques majeures, la prudence française à l'égard de la Chine est devenue moins évidente. Avant que l'Anssi ne se prononce sur les demandes d'autorisation d'équipements Huawei de Bouygues Telecom et de SFR, son directeur général, Guillaume Poupard, indiquait aux *Echos*, le 5 juillet 2020 (édition papier du 6), que les opérateurs n'utilisant pas Huawei avaient intérêt à n'y pas recourir. Quant aux autres, recourir au matériel de Huawei sera encore possible, mais dans des zones limitées et pour une durée de trois à huit ans, un horizon au-delà duquel Huawei aura disparu de la 5G française. Une telle interview a une dimension bien trop politique pour une agence dépendant de Matignon sauf à conclure qu'elle est totalement alignée sur la position française. D'ailleurs, le 6 juillet 2020, la Chine, à travers son porte-parole du ministère des Affaires étrangères, demandait à la France un traitement *« équitable et non discriminatoire »* envers Huawei. Bouygues et SFR aussi ont jugé être les victimes collatérales des décisions de l'Anssi. Las, le Conseil d'État les a déboutés le 5 février 2021, considérant qu'ils ne peuvent bénéficier d'une compensation parce qu'ils devraient se passer à l'avenir de Huawei, le choix d'un équipementier relevant non pas de l'État, mais des opérateurs. Il reste à savoir si cette éviction programmée de Huawei du marché français de la 5G se traduira par des mesures de rétorsion de la part de la Chine, quand c'est finalement l'Europe tout entière qui s'engage progressivement dans cette voie, Huawei y détenant une part de marché de 40 % avant la mise en œuvre des nouvelles règles communes.

Ainsi, dans d'autres pays, renoncer à Huawei est bien plus délicat, notamment en Allemagne, où 70 % des équipements sont fournis par l'équipementier chinois, contre seulement 25 % en France. À titre d'exemple, l'opérateur historique, Deutsche Telekom, a recours à Huawei pour l'ensemble de son

cœur de réseau et pour les deux tiers de ses antennes. Autant dire que le sujet est bien plus délicat qu'en France et ne fait pas l'objet d'un consensus politique, surtout dans un pays très dépendant de ses exportations pour sa performance économique. Si Angela Merkel s'est prononcée en faveur de l'interdiction de Huawei dès novembre 2019, le ministère de l'Économie a toujours insisté sur les conséquences industrielles majeures d'un tel renoncement, qui ferait perdre un temps précieux au pays dans le développement de la 5G. Après un premier projet de loi en décembre 2020, l'Allemagne a finalement aligné sa position en grande partie sur celle de la France et de la Commission le 23 avril 2021, le Bundestag ayant adopté une loi sur la sécurité informatique qui interdit le recours à des équipementiers *« indignes de confiance »* pour la 5G, l'achat de matériel étant soumis à une autorisation sur laquelle le ministère de l'Intérieur a plus de prérogatives que celui de l'Économie. Il aura donc fallu presque deux ans à l'Allemagne pour adopter une position définitive qui est devenue possible parce que, entre-temps, la technologie Huawei, essentielle début 2020, ne semble plus aussi sûre. En effet, depuis que les États-Unis ont interdit, le 15 mai 2020, la commercialisation de puces à Huawei pour les entreprises recourant à des technologies américaines, y compris si elles produisent en dehors des États-Unis, la capacité de Huawei à fournir demain des antennes 5G et des équipements performants est remise en question, sauf si Huawei parvient à développer ses propres technologies dans les semi-conducteurs. Or ce n'est pas le cas aujourd'hui, et ce serait un choix politique d'une plus forte dépendance à la Chine.

LA TECHNOLOGIE HUAWEI, ESSENTIELLE DÉBUT 2020, NE SEMBLE PLUS AUSSI SÛRE

Cet argumentaire a été développé aussi au Royaume-Uni, un pays où la question du recours à Huawei s'est révélée éminemment politique. C'est à Boris Johnson qu'il est revenu de décider au moment même où il devait négocier le retrait effectif du Royaume-Uni de l'Union européenne, ce qui lui imposait de trouver les voies d'un accord bilatéral avec les États-Unis. Ces derniers ont donc pesé de tout leur poids, menaçant même d'interdire le partage de renseignements dans le cadre de l'alliance Five Eyes (USA, Canada, Royaume-Uni, Australie et Nouvelle-Zélande) si le recours à Huawei ne permettait plus de garantir la sécurité des échanges. Or, au Royaume-Uni, tous les opérateurs utilisent Huawei pour leurs antennes. L'enjeu économique était donc majeur, renoncer à Huawei conduisant à un retard britannique dans le déploiement de la 5G. Cet enjeu-là l'a emporté dans un premier temps, Huawei ayant été autorisé, le 28 janvier 2020, à fournir des équipements 5G au Royaume-Uni mais uniquement pour les infrastructures les moins sensibles, Huawei étant qualifié de *« fournisseur à haut risque »*. La part de marché de l'équipementier chinois a par ailleurs été plafonnée à 35 % du marché britannique, ce qui correspond à une autorisation de renouvellement des équipements déjà installés sans perspective de croissance, Huawei possédant déjà un tiers du marché britannique. Le choix britannique a donc été proche de celui de la Commission qui a cherché un compromis entre la sécurité et le refus du bannissement complet de Huawei, afin de prendre en considération aussi les enjeux économiques de la 5G et de la relation avec la Chine. Le 5 février 2020, l'opérateur britannique

Vodafone tirait les conclusions des décisions britannique et européenne en annonçant la désinstallation des équipements Huawei du cœur de ses onze réseaux européens. Mais Vodafone devra aller beaucoup plus loin au Royaume-Uni.

En effet, la droite conservatrice britannique, très pro-Brexit, milite pour la récupération de la souveraineté nationale, le retrait de l'Union européenne ne devant pas se traduire par de nouvelles dépendances, cette fois-ci à l'égard de la Chine. À l'occasion de la reprise en main de Hong-Kong par la Chine, les députés conservateurs n'ont pas eu de mal à dénoncer le peu de confiance qu'ils accordent à la Chine et à ses promesses de non-ingérence. La droite britannique a alors trouvé les moyens de relancer le débat sur une interdiction totale de Huawei. Le 14 juillet 2020, Boris Johnson revenait complètement sur la stratégie initiale à l'égard de Huawei en annonçant le bannissement progressif de l'équipementier chinois – une décision lourde de conséquences pour Huawei puisque le marché britannique est le deuxième le plus important du groupe après la Chine. À compter du 1er janvier 2021, l'achat de matériel chinois est interdit et le matériel déjà installé devra être démonté en 2027, le temps donc de l'amortir. Pour le Conseil de sécurité nationale (NSC) britannique, la nécessité pour Huawei de recourir à des puces non américaines augmente beaucoup trop le risque sécuritaire de ses matériels. L'efficacité des mesures extraterritoriales prises par les États-Unis a donc porté ses fruits, ce qu'a reconnu la Chine en invoquant une décision *« politisée »* et liée *« à la politique commerciale américaine »*. L'ambassadeur chinois à Londres a résumé la situation en termes très diplomatiques, prévenant le Royaume-Uni qu'il sera nécessaire d'assumer les conséquences de ses décisions s'il veut faire de la Chine un *« ennemi »*. Toujours sous la pression des députés conservateurs, Londres a renforcé son dispositif, en novembre 2020, en interdisant toute installation de nouveau matériel Huawei dès septembre 2021 afin d'éviter que les opérateurs présents au Royaume-Uni ne constituent des stocks en prévision des futures restrictions.

AVEC LA PERTE DU MARCHÉ BRITANNIQUE, LES RESTRICTIONS EN ALLEMAGNE, LE BANNISSEMENT À TERME EN FRANCE OU ENCORE EN SUÈDE, HUAWEI EST DONC EXCLU DE SON PRINCIPAL MARCHÉ APRÈS LA CHINE

Avec la perte du marché britannique, les restrictions en Allemagne, le bannissement à terme en France ou encore en Suède, Huawei est donc exclu de son principal marché après la Chine. Il a en outre perdu une grande partie de ses capacités d'approvisionnement en semi-conducteurs, notamment ceux les plus complexes qui recourent à des technologies américaines. L'avenir de l'entreprise est donc très sombre. Il se jouera en grande partie dans les régions du monde où la Chine étend son influence, faisant donc de l'équipementier chinois un otage de la géopolitique. À cet égard, l'accès aux marchés des grands pays émergents a été considéré comme stratégique pour Huawei dès le début des tensions avec les États-Unis. Présent sur des projets pilotes en Inde ou en Russie, allié avec des opérateurs au Brésil ou en Afrique du Sud, Huawei doit toutefois revoir progressivement ses prétentions à la baisse. Après les heurts à la frontière sino-indienne en juin 2020, l'Inde incite ses

opérateurs à se passer de Huawei sans le proscrire formellement. Le Brésil, qui n'interdit pas officiellement l'équipementier chinois, impose aux futurs opérateurs 5G de garantir la sécurité de leurs réseaux en recourant à des équipementiers répondant à des critères de transparence, ce qui n'est pas le cas de Huawei selon l'Anatel, l'agence nationale des télécommunications au Brésil. Après les pays amis et dépendants des États-Unis, tant sur le plan économique que géopolitique – l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le Japon –, après l'Europe aussi, les grands pays émergents à leur tour prennent leurs distances vis-à-vis de Huawei. L'équipementier chinois perd ainsi progressivement l'accès aux principaux marchés dans le monde, la chronologie des renoncements à Huawei mettant en évidence que la partie fut bien engagée par les États-Unis.

LA CHRONOLOGIE DES RENONCEMENTS À HUAWEI METTANT EN ÉVIDENCE QUE LA PARTIE FUT BIEN ENGAGÉE PAR LES ÉTATS-UNIS

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 :

- « 5G : l'Union européenne met en garde contre Huawei sans le nommer », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 10 octobre 2019.
- « Huawei : de nouvelles restrictions tacites imposées aux opérateurs télécoms », Raphaël Balenieri, Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 9 décembre 2019.
- « 5G : la France dit "oui" à Huawei, avec beaucoup de précautions », Elsa Bembaron, *Le Figaro*, 10 décembre 2019.
- « 5G : la Commission européenne ouverte à Huawei sous condition », Ninon Renaud, Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 21 janvier 2020.
- « Boris Johnson défie Trump sur Huawei », Arnaud de La Grange, *Le Figaro*, 29 janvier 2020.
- « 5G : Bruxelles entrouvre à son tour la porte à Huawei », Derek Perrotte, *Les Echos*, 30 janvier 2020.
- « La Chine demande à la France de ne pas exclure Huawei des équipements 5G », Raphaël Balenieri, *Les Echos*, 11 février 2020.
- « Il n'y aura pas un bannissement total de Huawei », interview de Guillaume Poupard, directeur général de l'Anssi, par Florian Debès, Fabienne Schmitt, *Les Echos*, 6 juillet 2020.
- « Huawei : Pékin met la pression sur Paris pour la 5G », Frédéric Schaeffer, *Les Echos*, 6 juillet 2020.
- « Boris Johnson sort Huawei du jeu britannique », Arnaud de La Grange, *Le Figaro*, 15 juillet 2020.
- « Semi-conducteurs : les États-Unis resserrent l'étau sur Huawei », Raphaël Balenieri, Florian Debès, *Les Echos*, 18 août 2020.
- « Télécoms : l'Inde ferme à son tour discrètement la porte à Huawei », Sébastien Dumoulin, *Les Echos*, 26 août 2020.
- « Sous pression américaine, Huawei cède sa marque Honor », Frédéric Schaeffer, *Les Echos*, 18 novembre 2020.
- « Londres use de l'arme financière contre les opérateurs pour bloquer Huawei », Alexandre Counis, *Les Echos*, 25 novembre 2020.
- « Le Brésil tergiverse au sujet de Huawei », Thierry Ogier, *Les Echos*, 10 février 2021.
- « Huawei soupçonné d'espionnage du réseau téléphonique néerlandais », Stefan de Vries, *Les Echos*, 20 avril 2021.
- « L'Allemagne s'aligne sur l'UE sur Huawei », Stuart Lau, europe-infos.fr, 24 avril 2021.
- « Pourquoi Xi Jinping mate les géants chinois du web », Sébastien Falletti, *Le Figaro*, 14 mai 2021.
- « Huawei lance son logiciel maison, luttant pour sa survie dans le secteur des smartphones », Dan Martin, AFP, tv5monde.com, 2 juin 2021.

La rem

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

UN TRIMESTRE **EN EUROPE**

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

ISSN 2428-0356 - 15 €

UNIVERSITÉ PARIS II
PANTHÉON-ASSAS

IREC
INSTITUT
de RECHERCHE et d'ÉTUDES
sur la COMMUNICATION

En partenariat avec
INSEEC U.